

Oznaka poročila: ARRS-CRP-ZP-2012-05/20

ZAKLJUČNO POROČILO O REZULTATIH CILJNEGA RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

A. PODATKI O RAZISKOVALNEM PROJEKTU

1. Osnovni podatki o raziskovalnem projektu

Šifra projekta	V5-1009
Naslov projekta	Determinante neposrednih tujih investicij v in iz Slovenije in identifikacija ekonomsko-političnih ukrepov za pospeševanje vhodne in i
Vodja projekta	2829 Matija Rojec
Naziv težišča v okviru CRP	1.03.01 Analiza dejavnikov tujih neposrednih vhodnih investicij v Slovenijo in slovenskih izhodnih investicij s ciljem identificiranja možnih ukrepov za njihovo pospeševanje
Obseg raziskovalnih ur	962
Cenovni razred	B
Trajanje projekta	10.2010 - 09.2012
Nosilna raziskovalna organizacija	582 Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Raziskovalne organizacije - soizvajalke	
Raziskovalno področje po šifrantu ARRS	5 DRUŽBOSLOVJE 5.02 Ekonomija 5.02.01 Ekonomske vede
Družbeno-ekonomski cilj	11. Družbenopolitični sistemi, strukture in procesi

2. Raziskovalno področje po šifrantu FOS¹

Šifra	5.02
- Veda	5 Družbene vede
- Področje	5.02 Ekonomija in poslovne vede

3. Sofinancerji²

	Sofinancerji	
1.	Naziv	Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo
	Naslov	Kotnikova ulica 5, Ljubljana

B. REZULTATI IN DOSEŽKI RAZISKOVALNEGA PROJEKTA

4. Povzetek projekta³

SLO

Za Slovenijo je značilna relativno nizka raven vhodnih in izhodnih NTI ter ocene o nespodbudnem okolju za NTI. Osnovni cilj projekta je analizirati investicijsko klimo v Sloveniji z vidika tujih investitorjev v Slovenijo in slovenskih investitorjev v tujino ter na tej osnovi vpeljati sistematično in redno letno spremljanje investicijske klime v Sloveniji. Na ta način identificiramo glavne probleme in pobude prizadetih podjetij za izboljšanje ekonomsko političnega in institucionalnega okolja za vhodno in izhodno internacionalizacijo. Raziskava izhaja iz najbolj holističnega in generičnega teoretičnega pristopa na področju internacionalizacije, to je iz eklektične paradigme, ki opredeljuje NTI s tremi skupinami determinant, to je s: (i) podjetniško specifičnimi prednostmi investitorjev, (ii) internalizacijskimi prednostmi in (iii) lokacijsko specifičnimi dejavniki. V tem okviru smo pri vhodnih NTI v Slovenijo analizirali lokacijsko specifične dejavnike, ki definirajo privlačnost Slovenije za tuje investitorje, pri izhodnih NTI pa predvsem podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev in internalizacijske prednosti investiranja v tujini, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za neposredno prisotnost v tujini.

Lokacijsko specifične dejavnike Slovenije za vhodne NTI in podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev v tujini smo analizirali z anketiranjem tujih investitorjev Sloveniji (139 podjetij) in slovenskih investitorjev v tujini (40 podjetij). Z anketiranjem tujih investitorjev smo analizirali njihovo motivacijo za investiranje v Sloveniji, ovire za tuje investitorje, vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, razpoložljivost delovne sile/kadrov za podjetja s tujim kapitalom, načrte teh podjetij za prihodnost, vlogo države pri spodbujanju tujih investicij in vlogo programov in storitev JAPTI-ja. Z anketiranjem slovenskih investitorjev v tujini pa smo analizirali njihovo motivacijo za investiranje v tujini, dejavnike izbire lokacije tuje podružnice, ovire za slovenske investitorje v tujini, menjavo matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini, načrte za prihodnost, vlogo slovenske države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij.

Analiza ponuja nekatere predloge za ekonomsko politiko. Možne ukrepe ekonomske politike za pospeševanje tujih investicij v Slovenijo smo iskali predvsem v odpravljanju ovir, s katerimi se soočajo tuji investitorji, z identificiranjem segmentov pomanjkanja delovne sile ter z oceno programov in storitev JAPTI-ja. Ukrepe za spodbujanje investiranja v tujino pa smo iskali predvsem v ustvarjanju pogojev za uresničevanje obstoječih lastniških prednosti slovenskih podjetij ter v ustvarjanju ugodnega domačega okolja za investiranje v tujini.

ANG

Slovenia is characterised by a relatively low level of inward and outward FDI and assessed as having an unstimulative environment for FDI. The basic objective of the project is to analyse investment climate in Slovenia, from the point of view of foreign investors in Slovenia and Slovenian investors abroad, and on this basis to introduce systematic, regular annual monitoring of investment climate in Slovenia. In this way, we identify the main problems and initiatives of the firms involved for the improvement of economic policy and institutional environment for inward and outward internationalisation. The research is based on the most holistic and generic theoretical approach in the field of internationalisation, i.e. on the eclectic paradigm which defines FDI with three sets of determinants, with (i) firm specific advantages of investors, (ii) internalisation advantages and (iii) location specific factors. Within this framework, we concentrate on the analysis of location specific advantages of Slovenia defining its attraction as inward FDI location, and on firm specific advantages of Slovenian foreign investors and of internalisation advantages of investing abroad defining the potential and motivation of Slovenian firms for investing abroad.

Location specific factors of Slovenia for inward FDI and firm specific advantages of Slovenian investors abroad are analysed by the way of questionnaire survey among foreign investors in Slovenia (139 firms) and Slovenian investors abroad (40 firms). With questionnaire survey of inward foreign investors we analyse their motivation for investing in Slovenia, barriers faced by foreign investors, integration of foreign subsidiaries in Slovenian economy, availability of labour/skills for foreign subsidiaries, their future plans, the role of the state in promoting inward FDI and the role of the programmes and services offered by Slovenian investment promotion agency. With questionnaire survey of Slovenian outward investors we analyse their motivation for investing abroad, factors determining their particular choice of location, barriers which they face when investing, trade of parent companies with their foreign subsidiaries, plans for future, the role

of Slovenian authorities in promoting outward internationalisation of Slovenian firms.

Analysis offers some policy proposals. We search for possible economic policy measures for promoting FDI in Slovenia, in the first place, by proposing elimination of barriers faced with by foreign investors, by identification of skills' deficits on the labour market, and by evaluating the programmes and services of investment promotion agency. We search for possible economic policy measures for promoting outward internationalisation (FDI) of Slovenian firms by proposing creation of favourable conditions for the realisation of existing firm specific advantages of Slovenian firms and by creating favourable domestic environment for outward FDI.

5. Poročilo o realizaciji predloženega programa dela na raziskovalnem projektu⁴

Osnovni cilj projekta je bil analizirati investicijsko klimo v Sloveniji z vidika tujih investitorjev v Slovenijo in slovenskih investitorjev v tujino ter na tej osnovi vpeljati sistematično in redno letno spremljanje investicijske klime v Sloveniji. S tem bi tekoče identificirali glavne probleme in pobude prizadetih podjetij za izboljšanje ekonomsko političnega in institucionalnega okolja za vhodno in izhodno internacionalizacijo. Dobro in ažurno poznavanje dogajanja, problemov in potreb v podjetjih je za uspešno vodenje politike vhodnih in izhodnih NTI in tekoče načrtovanje in sprejemanje ukrepov ključno za glavna nosilca te politike, to je Ministrstvo za gospodarstvo in JAPTI. Primarni cilj raziskovalnega projekta je bil analizirati investicijsko klimo v Sloveniji z vidika tujih investitorjev v Slovenijo in slovenskih investitorjev v tujino. V skladu z eklektično teorijo internacionalizacije (takoimenovana OLI paradigma), sta bili naši osnovni raziskovalni hipotezi: (i) da je investicijska klima v Sloveniji tisti sestavni del takoimenovanih lokacijsko specifičnih dejavnikov privlačnosti države za tuje investitorje, na katerega lahko vpliva država z ukrepi ekonomske politike, in (ii) da je izhodna internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednim investiranjem v Sloveniji odvisna od podjetniško specifičnih prednosti teh podjetij, na katere v širšem kontekstu dejavnikov vpliva tudi ekonomska politika države. Hipotezi smo preverjali z anketiranjem tujih investitorjev Sloveniji (vzorec 139 podjetij) in slovenskih investitorjev v tujini (vzorec 40 podjetij).

Cilj anketiranja tujih investitorjev v Sloveniji je bil natančneje analizirati percepcijo Slovenije kot lokacije za NTI med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji. To lahko pomaga k identifikaciji glavnih problemov za delovanje teh podjetij, s tem pa tudi k sprejetju ukrepov ekonomske politike, ki bi vodili v izboljšanje situacije, in posledično k boljšemu izkoriščanju slovenskih potencialov v pritegovanju NTI. Analizirali smo naslednja vprašanja: (i) kakšna je glavna motivacija tujih investitorjev za investiranje v Sloveniji, (ii) katere so glavne ovire za tuje investiranje v Sloveniji, (iii) kakšna je vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, (iv) kako pomembni in kateri so problemi razpoložljivosti delovne sile/kadrov v Sloveniji, (v) kakšni so načrti podjetij s tujim kapitalom za prihodnje, (vi) kako pomembna je vloga države pri spodbujanju tujih investicij v Sloveniji. Pri tem nas posebej zanima pomen različnih oblik spodbud za tuje investitorje ter pomen programov in storitev Javne agencije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI). Analiza temelji na obsežnem anketiranju med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji, ki smo ga izvedli s podrobno strukturiranim vprašalnikom. Vzorec podjetij za anketiranje je bil oblikovan na podlagi baze podjetij s tujim kapitalom JAPTI-ja. Baza je vsebovala 704 podjetja, od katerih je izpolnjene vprašalnike vrnilo 139 podjetij.

Cilj anketiranja slovenskih podjetij z izhodnimi NTI je bil natančneje analizirati podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev v tujini in druge vidike njihovega delovanja povezanega s podružnicami v tujini. To lahko pomaga k identifikaciji glavnih problemov za delovanje teh podjetij, s tem pa tudi k sprejetju ukrepov ekonomske politike, ki bi vodili v izboljšanje situacije, in posledično k pospeševanju internacionalizacije slovenskih podjetij. Analizirali smo naslednja vprašanja: (i) katere so osnovne značilnosti investiranja slovenskih podjetij v tujini in delovanja njihovih tujih podružnic, (ii) kateri so motivi za investiranje v tujini, (iii) kateri so dejavniki izbire države/lokacije za investicijo, (iv) katere so glavne ovire pri investiranju v tujini, (v) kakšni in kolikšni so učinki investiranja v tujini na sama podjetja v tujini kot tudi na podjetja investitorje, (vi) kakšna je intenzivnost in struktura prodaje in medsebojne menjave med matičnim podjetjem in njegovimi podružnicami v tujini, (vii) kakšni so načrti slovenskih investitorjev v tujini za prihodnost, (viii) kakšna je vloga države pri spodbujanju investiranja v tujini. Analiza temelji na anketiranju med slovenskimi podjetji z izhodnimi NTI, ki smo ga izvedli s podrobno strukturiranim vprašalnikom. Baza podjetij za anketiranje smo oblikovali tako, da smo kombinirali

interno bazo slovenskih podjetij z izhodnimi NTI Centra za mednarodne odnose Fakultete za družbene vede, spisek najpomembnejših slovenskih izvoznikov in spisek hitro rastočih podjetij. Baza je vsebovala 739 podjetij, od katerih je izpolnjene vprašalnike vrnilo 40 podjetij z izhodnimi NTI.

Z vidika znanstvenih spoznanj projekta je ključno empirično preverjanje relevantnosti takoimenovane eklektične teorije internacionalizacije oziroma OLI (ownership-location-internalisation advantages) paradigme, ki opredeljuje nesposredne tuje investicije (NTI) s tremi skupinami determinant: (i) s podjetniško specifičnimi prednostmi investitorjev, potrebnimi za konkurenčne prednosti pri investicijah v tujini; (ii) z internalizacijskimi prednostmi, ki nam utemeljijo način vstopa na tuje trge; in (iii) z lokacijsko specifičnimi dejavniki, ki povedo, zakaj bo podjetje raje investiralo v tujini kot doma, in katere države imajo prednosti kot lokacija za NTI (oziroma za vzpostavitev dejavnosti). V tem okviru, smo pri vhodnih NTI v Slovenijo aplicirali hipotezo o lokacijsko specifičnih dejavniki NTI, pri izhodnih NTI pa hipotezo o podjetniško specifičnih prednostih slovenskih investitorjev in hipotezo o internalizacijskih prednostih investiranja v tujini, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za neposredno prisotnost v tujini. Testiranje obeh hipotez z anketiranjem tujih investitorjev v Sloveniji in slovenskih v tujini nam je omogočilo natančnejši vpogled v strukturo in pomen podjetniško specifičnih prednosti slovenskih podjetij in lokacijsko specifičnih dejavnikov Slovenije kot lokacije za NTI. V tem smislu raziskava predstavlja poglobljeno aplikacijo OLI paradigme na slovenskem primeru.

Z vidika ekonomsko političnih rezultatov projekta se redno letno anketiranje tujih investitorjev v Sloveniji se kaže kot ustrezna metoda za identifikacijo problemov investicijske klime v Sloveniji, drugih problemov, s katerimi se soočajo tuji investitorji v Sloveniji, večje ali manjše koristnosti različnih spodbud in storitev za tuje investitorje, razvojne kvalitete projektov NTI ter, ne nazadnje, za identifikacijo širitvenih načrtov tujih investitorjev v Sloveniji. Vse to, še posebej pa zadnje je pomembno za delovanje slovenskih institucij, ki se ukvarjajo s pospeševanjem vhodnih NTI. Zaradi tega bi veljalo s prakso rednega letnega anketiranja tujih investitorjev nadaljevati. Ugotovitve raziskave, ki temeljijo na menju anketiranih tujih investitorjev v Sloveniji, in ki so relevantne za ukrepanje ekonomske politike, se nanašajo predvsem na ovire za tuje investitorje, pomanjkanje ustrezno usposobljene delovne sile, spodbude za tuje investitorje ter programe in storitve JAPTI-ja. Problemi, ki jih zaznavajo tuji investitorji in večji ali manjši pomen, ki ga pripisujejo posameznim elementom poslovnega okolja, spodbudam za investiranje in storitvam JAPTI-ja, so pravi kašipot za takšne ukrepe ekonomske politike, ki bi protegnili več tujih investitorjev:

1/ *Ovire za tuje investitorje.* Najpomembnejše ovire za vhodne NTI so: visoki davki, plačilna nedisciplina, visoki stroški delovne sile, težave pri odpuščanju zaposlenih, neučinkovit sodni sistem, slabo delovanje davčne uprave, korupcija, neustrezno varstvo konkurence, majhnost slovenskega trga, rigidnost delovnega časa. Med 24 ovirami, katerih pomen so ocenjevala anketirana podjetja, so v povprečju kar deset ovir ocenila kot pomembne. Še bistveno slabša je situacija, če primerjamo ocene pomembnosti posameznih ovir leta 2007 in danes. Pomembnost ovir se je zmanjšala le pri treh najmanj pomembnih ovirah, pri nič manj kot 21 ovirah pa se je njihova pomembnost povečala. Težave so se najbolj povečale prav pri tistih ovirah, ki že tako ali tako najbolj motijo neposredne tuje investitorje v Slovenijo. Več kot očiten je torej zaključek, da anketirani tuji investitorji menijo, da so se ovire za tuje investitorje v času njihovega delovanja v Sloveniji precej povečale.

2/ *Pomanjkanje ustrezno usposobljene delovne sile.* Z delovno silo povezane težave so eden največjih problemov slovenskega poslovnega okolja. Več kot polovica anketiranih podjetij ima težave pri iskanju ustrezno usposobljene delovne sile. Po posameznih strokah so najbolj deficitarni delavci s področja strojništva in kovinarstva, ki jim sledi elektrotehnika, komerciala/zunanja trgovina/marketing ter informatika / telekomunikacije. V dimenziji znanj in veščin zaposlenih, podjetja s tujim kapitalom pri slovenski delovni sili najbolj pogrešajo večje znanje znotraj svoje stroke.

3/ *Spodbude za tuje investitorje.* V povprečju anketirana podjetja precej visoko ocenjujejo pomen spodbud, ki jih daje ekonomska politika. Najpomembnejše spodbude so zmanjšanje ovir na trgu dela, zmanjševanje administrativnih ovir in zmanjšanje davka na dobiček, sledijo pa subvencije za nakup strojev in opreme, e-uprava, dejavnosti državnih institucij, večja zavzetost lokalnih uradnikov, subvencije za zaposlovanje itd.

4/ *Programi in storitve JAPTI-ja.* Podjetja s tujim kapitalom so za najkoristnejše storitve in programe agencije JAPTI ocenila nepovratna finančna sredstva, storitve v post-investicijskem obdobju in brezplačne informacijske in svetovalne storitve v okviru JAPTI.

Ugotovitve raziskave, ki temeljijo na menju anketiranih slovenskih podjetij z izhodnimi NTI, in ki so relevantne za ukrepanje ekonomske politike, se nanašajo predvsem na ovire za slovenske

investitorje v tujini ter na vlogo države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij. Problemi, ki jih zaznavajo slovenski investitorji v tujini in večji ali manjši pomen, ki ga pripisujejo posameznim dejavnikom ter spodbudam in storitvam različnih institucij v Sloveniji, so pravi kažipot za takšne ukrepe ekonomske politike, ki bi protegnili več tujih investitorjev:

1/ *Ovire za slovenske investitorje v tujini.* Najpomembnejša ovira za investiranje v tujini, s katerimi se naša podjetja, ki investirajo v tujini, soočajo doma v Sloveniji, je pomanjkanje finančnih virov. Tej sledi problem pomanjkanja lastnih kadrov in zagotovitev zavarovanj, premajhne kapacitete matičnega podjetja, pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju in pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini. Najpomembnejša ovira v državi prejemnici investicije pa je plačilna nedisciplina, kar je nedvomno posledica tega, da naša podjetja v veliki meri vzpostavljajo podružnice v državah jugovzhodne Evrope. Tej oviri sledi problem zapletenih administrativnih postopkov, koruptivno, ekonomska nestabilnost, neučinkovit sodni sistem itd. Pomen nekaterih ovir se je od vstopa anketiranih investitorjev pa do danes precej povečal in to pomen prav tistik ovir, ki so bile že ob vstopu najbolj pereče. Tako sta se med ovirami v Sloveniji izrazito povečala pomen pomanjkanja finančnih virov in zagotovitev zavarovanj, v državah prejemnicah investicije pa se je povečal problem ekonomske in politične nestabilnosti, plačilne nediscipline ter zapletenih administrativnih postopkov.

2/ *Storitve in spodbude za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji.* Za anketirana podjetja so najpomembnejše naslednje spodbude oziroma storitve za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji: finančne spodbude, posredovanje informacij in organiziranje poslovnih stikov. Ostale storitve in spodbude, ki so na voljo v Sloveniji – reševanje sporov, trženje in promocija, izobraževanje za mednarodno poslovanje in poslovno svetovanje - so se izkazale kot zelo pomembne le za majhen del anketiranih podjetij.

6. Ocena stopnje realizacije programa dela na raziskovalnem in zastavljenih raziskovalnih ciljev⁵

Program dela in zastavljene raziskovalne cilje smo v celoti realizirali. Primarni cilj raziskovalnega projekta je bil analizirati investicijsko klimo v Sloveniji z vidika tujih investitorjev v Slovenijo in slovenskih investitorjev v tujino. V skladu z eklektično teorijo internacionalizacije (takoimenovana OLI paradigma), sta bili naši osnovni raziskovalni hipotezi: (i) da je investicijska klima v Sloveniji tisti sestavni del takoimenovanih lokacijsko specifičnih dejavnikov privlačnosti države za tuje investitorje, na katerega lahko vpliva država z ukrepi ekonomske politike, in (ii) da je izhodna internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednim investiranjem v Sloveniji odvisna od podjetniško specifičnih prednosti teh podjetij, na katere v širšem kontekstu dejavnikov vpliva tudi ekonomska politika države. Kot načrtovano smo hipotezi preverjali z anketiranjem tujih investitorjev Sloveniji (139 podjetij) in slovenskih investitorjev v tujini (40 podjetij) in sicer z analizo naslednjih sklopov tem:

- Pri tujih investitorjih v Sloveniji smo analizirali njihovo motivacijo za investiranje v Sloveniji, ovire za tuje investitorje, vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, razpoložljivost delovne sile/kadrov za podjetja s tujim kapitalom, načrte teh podjetij za prihodnost, vlogo države pri spodbujanju tujih investicij in vlogo programov in storitev JAPTI-ja.

- Pri slovenskih investitorjih v tujini smo analizirali njihovo motivacijo za investiranje v tujini, dejavnike izbire lokacije tuje podružnice, ovire za slovenske investitorje v tujini, menjavo matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini, načrte za prihodnost, vlogo slovenske države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij.

Rezultati anketiranja so potrdili postavljeni hipotezi in nam omogočili, da smo predlagali nekatere ukrepe ekonomske politike za pospeševanje slovenskih vhodnih in izhodnih NTI. Na željo sofinancerja pa smo raziskovalnemu programu dodali še primerjalno analizo spodbujanja vhodnih NTI v nekaterih z nami primerljivih in bližnjih državah ter predloge za Slovenijo na tej osnovi.

Realizacija programa dela in zastavljenih ciljev se odraža tudi v 35 znanstvenih člankih (od tega 17 v SSCI revijah) in 10 poglavjih v monografskih publikacijah izdanih pri tujih založbah, ki so jih v času trajanja projekta objavili člani raziskovalne skupine. Člani raziskovalne skupine so vključeni v niz projektov v okviru EU in širše. Sodelovanje s tujimi partnerji se odraža tudi v vpetosti članov programa v vodstvenih telesih mednarodnih znanstvenih in drugih združenj ter organov.

7. Utemeljitev morebitnih sprememb programa raziskovalnega projekta oziroma sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine⁶

V toku trajanja projekta ni prišlo do sprememb raziskovalnega programa oziroma sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine. Na željo sofinancerja pa smo raziskovalnemu programu dodali še primerjalno analizo spodbujanja vhodnih NTI v nekaterih z nami primerljivih in bližnjih državah ter predloge za Slovenijo na tej osnovi.

8. Najpomembnejši znanstveni rezultati projektne skupine^Z

Znanstveni dosežek			
1.	COBISS ID	255151360	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Poslovno okolje za delovanje podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji
		ANG	Business environment for foreign investment enterprises in Slovenia
	Opis	SLO	Monografija analizira značilnosti slovenskega poslovnega okolja za podjetja s tujim kapitalom. Avtorji uvodoma obravnavajo dejavnike privlačnosti na ravni države kot celote, nato pa na podlagi raziskave med neposrednimi tujimi investitorji prikažejo njihove motive, ovire, težave pri razpoložljivosti in usposobljenosti zaposlenih, vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo ter načrte podjetij s tujim kapitalom. Analizirana je tudi vloga države in ocena instrumentov spodbujanja neposrednih tujih investicij, ki jih ponuja Slovenija.
		ANG	The monograph analyses the features of Slovenian business environment for foreign investment enterprises. Authors first look at the factors of inward foreign direct investment (FDI) attractiveness at the country level and then, based on a comprehensive questionnaire survey among foreign investors, analyse their motives, barriers for more FDI, problems with the availability of adequate labour force, integration of foreign investment enterprises in the Slovenian economy and their plans for the future. The role of state and investment incentives, offered by the state are also analysed.
	Objavljeno v	Fakulteta za družbene vede; 2011; Avtorji / Authors: Burger Anže, Jaklič Andreja, Rojec Matija	
	Tipologija	2.01 Znanstvena monografija	
2.	COBISS ID	30184285	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Slovenske multinacionalke nano velikosti toda giga pomena
		ANG	Multinationals from Slovenia - nano size, but giga important
	Opis	SLO	Hitro nastajanje multinacionalnih podjetij in novih dinamičnih oblik internacionalizacije v državah v tranziciji in porajajočih se trgih je pojav, ki je neizogibno inkorporiran v njihov razvoj. Obstoje te podjetij je pospešil kar nekaj sprememb. Prispevek na primeru slovenskih multinacionalnih podjetij analizira glavne trende izhodnih neposrednih tujih investicij (NTI), njihove nosilce, motive, vzorce internacionalizacije ter spremembe in učinke internacionalizacije z izhodnimi NTI, ki jih je prinesla gospodarska kriza.
		ANG	Rapid creation of multinational enterprises and new dynamic forms of internationalization patterns in emerging markets and transition economies seem an inevitable phenomenon incorporated in development, and their existence speed up several changes. The paper discusses major outward foreign direct investment trends, drivers, motivations, internationalization patterns, changes and effects driven outward internationalization, followed by challenges brought by economic crises on the case of Slovenian multinational enterprises.
	Objavljeno v	Palgrave Macmillan; The emergence of Southern multinationals; 2011; Str. 130-148; Avtorji / Authors: Jaklič Andreja, Svetličič Marjan	
	Tipologija	1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski	

		publikaciji	
3.	COBISS ID	512305276	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Domet in učinkovitost politik do neposrednih tujih investicij v državah v tranziciji	
	ANG	Scope and Effectiveness of Foreign Direct Investment Policies in Transition Economies	
Opis	SLO	Prispevek analizira politiko investicijskih spodbud držav v tranziciji z vidika njihove učinkovitosti v pritegovanju več in boljših neposrednih tujih investicij (NTI). Podaja pregled obstoječih študij spodbujevalnih politik držav v tranziciji in njihove učinkovitosti z vidika ciljev spodbud, tipa in velikosti spodbud ter načina dodeljevanja spodbud. Prispevek primerjalno analizira politike investicijskih spodbud Hrvaške, Češke, Estonije, Madžarske, Romunije, Slovaške in Slovenije. Analiza ugotavlja, da je učinkovitost investicijskih spodbud za vhodne NTI omejena. Prednostni cilj politike naj bodo različni kvalitativni vidiki NTI (zaposlovanje, izvoz, tehnologija), ne pa večji priliv NTI kot tak.	
	ANG	The paper analyses the investment incentives policies in transition countries from the perspective of their effectiveness in attracting more and better foreign direct investment (FDI). Existing studies on incentive policies of transition countries are reviewed and their effectiveness from the point of view of policy objectives, type and size of incentives, and delivery practice is studied. Investment incentives policies of Croatia, Czech Republic, Estonia, Hungary, Romania, Slovak Republic, and Slovenia are analysed in a comparative perspective. The paper claim that effectiveness of investment incentives for inward FDI is limited. In principle, behavioral aspects of FDI incentives should have priority over the increase of FDI inflows as a policy objective.	
Objavljeno v	Amsterdam University Press; Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies; 2011; str. 155-179; Avtorji / Authors: Kostevc Črt, Redek Tjaša, Rojec Matija		
Tipologija	1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji		
4.	COBISS ID	512355196	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Učinkovitost investicijskih spodbud	
	ANG	The effectiveness of investment incentives	
Opis	SLO	Članek analizira učinkovitost glavnega instrumenta slovenske politike do NTI, to je programa dodeljevanja nepovratnih sredstev za začetne investicije preko JAPTI.ja. Učinkovitost ocenjujemo na dva načina. Najprej s pomočjo zaključnih računov analiziramo uspešnost tujih podružnic, ki so v omenjenem razdobju dobila nepovratna sredstva za spodbujanje NTI, potem pa na osnovi posebnega vprašalnika analiziramo še različne kvalitativne vidike delovanja teh podružnic. Tuje podružnice v povprečju izkazujejo boljše rezultate poslovanje kot primerljiva domača podjetja in boljše kvalitativne karakteristike kot podružnice, ki niso prejele subvencij. Glavni cilj programa, to je ustvarjanje novih delovnih mest v izvozno usmerjenih dejavnostih je bil dosežen. Kvaliteta tega kvantitativnega povečanja je bolj vprašljiva; podatki ne nakazujejo nikakršnega resničnega preboja na področju tehnološke intenzivnosti, razvoja človeških virov ali produktivnosti. Kar se tiče tehnologije in človeških virov, subvencionirani NTI projekti ostajajo bolj ali manj na nivoju povprečnih slovenskih podjetij.	
		This article analyses the effectiveness of the main instrument of Slovenian FDI policy, the 'FDI Co-financing Grant Scheme'. We look at the post-grant performance of foreign subsidiaries that received grants in 2000-09 using a double-track approach: calculation of performance premia of subsidised foreign subsidiaries, based on financial statements data, as suggested by	

		ANG	Bernard and Jensen, and a questionnaire survey to tackle those qualitative aspects of subsidiaries' operations which are used in the official evaluation of grant applications. Subsidised foreign subsidiaries on average show better performance than comparable local companies and better qualitative characteristics than non-subsidised foreign subsidiaries. The main objectives of the scheme, creation of new capacity and jobs in export-oriented activities, have been achieved. The quality of this quantitative increase is more of a question; the data do not indicate any real breakthroughs in technological intensity, human resource development or productivity. In terms of technology and skills subsidised FDI projects remain more or less on the level of average Slovenian firms.
	Objavljeno v		Carfax; Post-communist economies; 2012; Vol. 24, no. 3; str. 383-401; Impact Factor: 0.459; Srednja vrednost revije / Medium Category Impact Factor: 1.032; A': 1; WoS: GY; Avtorji / Authors: Burger Anže, Jaklič Andreja, Rojec Matija
	Tipologija		1.01 Izvirni znanstveni članek
5.	COBISS ID	20748006	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Prednosti in slabosti Slovenije kot lokacije za tuje neposredne investicije
		ANG	Advantages and disadvantages of Slovenia as location for foreign direct investment
	Opis	SLO	Če izhajamo iz standardne klasifikacije konkurenčnih prednosti držav kot lokacije za tuje neposredne investicije (NTI), članek analizira prednosti in slabosti Slovenije kot lokacije za NTI. Na osnovi anketiranja podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji najprej analiziramo motive in ovire tujih investitorjev v Sloveniji, potem pa z analizo kompleksnih mednarodnih ocen konkurenčnosti primerjamo Slovenijo kot lokacijo za NTI z izbranimi državami.
		ANG	The article analyses advantages and disadvantages of Slovenia as foreign direct investment (FDI) location, based on the standard classification of country's competitive advantages for FDI. Based on a questionnaire survey among foreign investors in Slovenia, we first analyse motives and obstacles of foreign investors in Slovenia. Further on, based on the analyses of complex international assessments of countries' competitiveness, we compare Slovenia as investment location with other selected countries.
	Objavljeno v		Ekonomska fakulteta; Zveza ekonomistov Slovenije; Economic and business review; 2011; Vol. 13, posebna št.; str. 5-25; Avtorji / Authors: Redek Tjaša, Rojec Matija
	Tipologija		1.01 Izvirni znanstveni članek

9. Najpomembnejši družbeno-ekonomsko relevantni rezultati projektne skupine⁸

	Družbenoekonomsko relevantni dosežki		
1.	COBISS ID	512346236	Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO	Slovenija kot lokacija za neposredne tuje investicije v očeh tujih investitorjev - 2011
		ANG	Slovenia as a location for foreign direct investment in the eyes of foreign investors 2011
	Opis	SLO	Prispevek analizira percepcijo Slovenije kot lokacije za neposredne tuje investicije med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji. Analiza odgovorja na naslednja vprašanja: kakšna je glavna motivacija tujih investitorjev za investiranje v Sloveniji, katere so glavne ovire za tuje investiranje v Sloveniji, kakšna je vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko

		gospodarstvo, kako pomembni in kateri so problemi razpoložljivosti delovne sile/kadrov v Sloveniji, kakšni so načrti podjetij s tujim kapitalom za prihodnje, kako pomembna je vloga države pri spodbujanju tujih investicij v Sloveniji.
	ANG	Paper analyses the perception of Slovenia as a location for foreign direct investment among foreign investment enterprises. Analysis tackles the following questions: what is the main motivation of foreign investors for investing in Slovenia, what are the main barriers to foreign investment in Slovenia, what is the integration of foreign investment enterprises in the Slovenian economy, how important and what kind are the problems of labour force availability in Slovenia, what are the future plans of foreign investment enterprises, how important is the role of the state in promoting foreign investment in Slovenia.
	Šifra	F.15 Razvoj novega informacijskega sistema/podatkovnih baz
	Objavljeno v	Fakulteta za družbene vede; 2011; 47 str.; Avtorji / Authors: Burger Anže, Jaklič Andreja, Rojec Matija
	Tipologija	2.13 Elaborat, predštudija, študija
2.	COBISS ID	30715229 Vir: COBISS.SI
	Naslov	SLO Izhodne NTI iz Slovenije in njihov ekonomskopolitični kontekst
	ANG	Outward FDI from Slovenia and its policy context
	Opis	SLO Visoka izvozna usmerjenost in izkušnje z izhodnimi neposrednimi tujimi investicijami (NTI) iz predtranzicijskega obdobja so pomagale slovenskim podjetjem pri internacionalizaciji potem, ko je država dosegla neodvisnost od nekdanje Jugoslavije. Neodvisnost je spodbudila preusmeritev mednarodne trgovine in izhodnih NTI v smeri razvitih držav. Tokovi izhodnih NTI so se po koncu devetdesetih let hitro povečali. Po nastopu finančne in ekonomske krize so tokovi izhodnih NTI v letih 2009 in 2010 močno padli, stanje izhodnih NTI pa se je v letu 2010 prvič po letu 2000 zmanjšalo. S pomočjo izhodnih NTI so slovenska podjetja rastla precej preko omejitev, ki jih predstavlja dinamično toda majhno nacionalno gospodarstvo. Njihova tuja ekspanzija je v skladu z nacionalnimi strateškimi prioritetami, ki vključujejo podjetništvo, internacionalizacijo poslovanja in inoviranje.
	ANG	High export orientation originating from a small domestic market and experience in outward foreign direct investment (OFDI) from the pre-transition period helped Slovenian enterprises to internationalize early on after their country's independence and separation from the former Republic of Yugoslavia, making Slovenia one of the first outward investors among transition economies in South-East Europe. This facilitated a reorientation of international trade and investment toward developed economies after the loss of the Yugoslav market triggered by Slovenian independence. OFDI flows increased rapidly after the end of the 1990s. Following the global financial and economic crisis, OFDI flows fell significantly in 2009 and 2010, and in 2010, the OFDI stock decreased for the first time since 2000. With the help of OFDI, Slovenia's enterprises have grown considerably beyond the constraints imposed by the country's dynamic, but small, economy. Their foreign expansion is in line with national strategic priorities that include entrepreneurship, business internationalization and innovation
	Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj
	Objavljeno v	Vale Columbia Center on Sustainable International Investment, Columbia University; 2011; Avtorji / Authors: Jaklič Andreja
	Tipologija	2.13 Elaborat, predštudija, študija

3.	COBISS ID	512351100	Vir: vpis v poročilo
Naslov	SLO	Sodelovanje v pripravi UNCTADovega poročila "Investment Policy Review: The Former Yugoslav Republic of Macedonia" (Matija Rojec)	
	ANG	Participation in the preparation of UNCTAD's report "Investment Policy Review: The Former Yugoslav Republic of Macedonia" (Matija Rojec)	
Opis	SLO	Vodja projekta je sodeloval v pripravi študije »Investment Policy Review: Former Yugoslav Republic of Macedonia«, ki jo je pripravil UNCTAD na prošnjo makedonske vlade. Študija predstavlja kompleten pregled zakonodaje, institucij in politike, ki je relevantna za tuje investitorje v Makedoniji in je sestavljena iz štirih delov: trendi in učinki neposrednih tujih investicij (NTI), zakonski, institucionalni in ekonomskopolitični okvir za NTI, kreiranje novega programa spodbujanja NTI, priporočila za ekonomsko politiko.	
	ANG	Project coordinator participated in the preparation of the study »Investment Policy Review: Former Yugoslav Republic of Macedonia«, prepared by UNCTAD on the request of the Macedonian government. The study presents complete overview of legal, institutional and policy framework for foreign investors in Macedonia and is composed of four parts: trends and performance of foreign direct investment, investment framework, designing a new programme for stimulating investment, legal and policy recommendations.	
Šifra	D.06 Zaključno poročilo o tujem/mednarodnem projektu		
Objavljeno v	UNCTAD. 2011. Investment Policy Review: The Former Yugoslav Republic of Macedonia; http://www.unctad.org/en/docs/diaepcb2011d3_en.pdf		
Tipologija	2.02 Strokovna monografija		
4.	COBISS ID	512304508	Vir: COBISS.SI
Naslov	SLO	Prilivnost držav zahodnega Balkana za NTI	
	ANG	Attractiveness of Western Balkan countries for FDI	
Opis	SLO	Prispevek analizira konkurenčne prednosti in slabosti držav zahodnega Balkana kot lokacije za NTI. Ugotovljene konkurenčne prednosti so geografska bližina glavnim EU trgom, stabilen in relativno dobro razvit finančni sistem, relativno poceni in kvalificirana delovna sila in proces vstopanja v EU. Najočitnejše slabosti the držav, ki preprečujejo večje prilive NTI, so majhen domač trg z nizkim dohodkom na prebivalca, relativno visok deželni riziko, počasen napredek strukturnih in institucionalnih reform, nerazvita infrastruktura, neučinkovita državna administracija in visoke administrativne ovire. Najboljši način, na katerega bi te države lahko v prihodnje pritegnile več NTI je okrepitev strukturnih reform in pospešitev vključevanja v EU.	
	ANG	The paper identifies competitive advantages and disadvantages of five Western Balkan countries as FDI location. The identified competitive advantages are geographical proximity to major EU markets, stable and relatively well developed financial system, relatively low cost and qualified labor, and EU accession process. The most prominent weaknesses inhibiting more FDI inflows are small domestic market with low per capita income, relatively high country risk, slow progress in structural and institutional reforms, underdeveloped infrastructure, inefficient government bureaucracy and high administrative barriers. The best way for these countries to attract more FDI in the future is to strengthen the structural reforms and to speed up their EU approximation processes.	
Šifra	F.02 Pridobitev novih znanstvenih spoznanj		
Objavljeno v	Faculdade de economia; Institute of Economic Sciences; Belgrade Banking Academy; Serbia and the European union: economic lessons from the new members states; 2011; str. 27-46; Avtorji / Authors: Rojec Matija, Penev		

	Slavica
Tipologija	1.16 Samostojni znanstveni sestavek ali poglavje v monografski publikaciji

10. Drugi pomembni rezultati projektne skupine²

Drugi pomembni rezultati programske skupine se odražajo na naslednjih področjih:

- Uporaba rezultatov raziskav v pedagoškem procesu na program Mednarodni odnosi na FDV.
- Rezultati raziskav so bili uporabljeni v pripravi analitičnih podlag za različne strateške dokumente in ukrepe ekonomske politike.
- Rezultati raziskav so bili uporabljeni v svetovalni dejavnosti za Javno Agencijo RS za podjetništvo in tuje investicije na področju vhodnih in izhodnih NTI, za Vlado Črne Gore v pripravi Predpristopnega ekonomskega programa, za UNCTAD v pripravi Investment Policy Review of Macedonia, za vojvodinski Center za ekonomske strateške studije v pripravi Strategy for export improvement of AP Vojvodina 20112015.

11. Pomen raziskovalnih rezultatov projektne skupine¹⁰

11.1. Pomen za razvoj znanosti¹¹

SLO

Pomen raziskovalnih rezultatov projekta za razvoj znanosti se nanaša na naslednje vidike:

- Raziskava predstavlja empirično preverjanje relevantnosti takoimenovane eklektične teorije internacionalizacije oziroma OLI (ownership-location-internalisation advantages) paradigme, ki opredeljuje neposredne tuje investicije (NTI) s tremi skupinami determinant: (i) s podjetniško specifičnimi prednostmi investitorjev, potrebnimi za konkurenčne prednosti pri investicijah v tujini; (ii) z internalizacijskimi prednostmi, ki nam utemeljijo način vstopa na tuje trge; in (iii) z lokacijsko specifičnimi dejavniki, ki povedo, zakaj bo podjetje raje investiralo v tujini kot doma, in katere države imajo prednosti kot lokacija za NTI (oziroma za vzpostavitev dejavnosti). V tem okviru, smo pri vhodnih NTI v Slovenijo aplicirali hipotezo o lokacijsko specifičnih dejavniki NTI, pri izhodnih NTI pa hipotezo o podjetniško specifičnih prednostih slovenskih investitorjev in hipotezo o internalizacijskih prednostih investiranja v tujini, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za neposredno prisotnost v tujini. Testiranje obeh hipotez z anketiranjem tujih investitorjev v Sloveniji in slovenskih v tujini nam je omogočilo natančnejši vpogled v strukturo in pomen podjetniško specifičnih prednosti slovenskih podjetij in lokacijsko specifičnih dejavnikov Slovenije kot lokacije za NTI. V tem smislu raziskava predstavlja poglobljeno aplikacijo OLI paradigme na slovenskem primeru.
- Intenzivna vpetost raziskovalcev projektne skupine v mednarodno sodelovanje in intenzivno publiciranje rezultatov našega dela v priznanih tujih revijah in mednarodnih založbah zagotavlja širše mednarodno uveljavljanje naših dognanj in njihovo umeščanje v svetovne znanstvene tokove na našem področju delovanja.
- Raziskovalna skupina je oblikovala nekaterih originalne baze podatkov in znanj (npr. banka podatkov tujih podjetij pri nas in naših podjetij v tujini, identifikacija najboljših praks pri internacionalizaciji podjetij), ki so lahko podlaga tudi za delo drugih raziskovalcev ter za učinkovitejše vodenje ekonomske politike države in poslovne politike podjetij.

ANG

Relevance of the results of research group work for the development of science relates in particular to the following aspects:

- Research represents an empirical testing of the relevance of the so called eclectic paradigm of internationalisation, also named OLI paradigm (Ownership-Location-Internalisation advantages), which determines foreign direct investment (FDI) by three sets of determinants: (i) firm specific advantages of foreign investors, needed by an investor if to successfully compete with domestic firms in foreign markets; (ii) internalisation advantages which define the mode of entry in a foreign market, and (iii) location specific factors which explain while a firm will rather invest abroad than at home and which countries have advantages as locations for FDI. Within this framework, we apply the hypothesis on location specific factors of FDI on inward FDI in Slovenia, the hypothesis on firm specific advantages on Slovenian outward FDI, and the

hypothesis on internalisation advantages of investing abroad, which together define the potential and motivation of Slovenian investors for investing abroad. Testing of both hypotheses by a questionnaire survey of foreign investors in Slovenia and of Slovenian investors abroad enables a more in depth insight in the structure and relevance of firm specific advantages of Slovenian firms, and of location specific factors of Slovenia as a location for FDI. In this sense the research represents an in depth application of the OLI paradigm on the Slovenian case.

- Intensive integration of research group members in international cooperation and comprehensive publication of the research results in reputable foreign journals and with international publishers assure broader international recognition and affirmation of our research results in the relevant scientific fields of activity.
- Research group has created some original data and knowledge bases (e.g. data base of foreign subsidiaries in Slovenia and of Slovenian investors abroad, identification of the best practices of enterprise internationalisation), which could be used by other researchers, as well as for a more efficient conducting of state-level economic policy and firm-level business policies.

11.2. Pomen za razvoj Slovenije¹²

SLO

Teoretično in empirično je prispevek vhodnih in izhodnih neposrednih tujih investicij (NTI) k razvoju vključenih podjetij in nacionalnih gospodarstev v celoti nesporno pozitiven. Za Slovenijo je značilna relativno nizka raven vhodnih in izhodnih NTI ter ocene o nespodbudnem okolju za NTI. To pomeni, da ne izkoriščamo razvojnih možnosti, ki jih ponujajo vhodne in izhodne NTI. V tem kontekstu se pomen rezultatov raziskovalnega projekta za razvoj Slovenije odraža predvsem z možno aplikacijo rezultatov projekta za sprejemanje ukrepov ekonomske politike na področju odpravljanja administrativnih omejitev za tuje (in domače) investitorje v Sloveniji in za domače investitorje v tujini. Še bolj konkretno lahko rezultate uporabi Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) pri oblikovanju svojih storitev in programov za tuje investitorje pri nas in naše v tujini. Rezultati ankete namreč neposredno ocenjujejo pomen in uspešnost posameznih programov in storitev JAPTI-ja in drugih nosilcev ekonomske politike. Vprašalnik prav tako omogoča identifikacijo planiranih širitvev podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in s tem neposredno pomaga JAPTI-ju pri uresničevanju njegove politike spodbujanja širitve obstoječih podjetij s tujim kapitalom. Dobro znano je namreč dejstvo, da so tuji investitorji, ki so že prisotni v državi najbolj obetavne potencialne tarče agencij za pospeševanje NTI.

Še en pomen raziskovalnega projekta za razvoj Slovenije je dejstvo, da so vsi člani raziskovalne skupine vpeti v pedagoško delo na Fakulteti za družbene vede, kot tudi na drugih visokošolskih institucijah v Sloveniji in tujini, kar zagotavlja tudi prenos rezultatov raziskovalnega dela skupine v vzgojo kadrov.

ANG

Theoretically and empirically, positive contribution of inward and outward foreign direct investment (FDI) to the development of firms and national economies included in these processes is beyond doubt. Slovenia is characterised by a relatively low level of inward and outward FDI and assessed as having an unstimulative environment for FDI. This means that Slovenia does not exploit the development potential offered by inward and outward FDI. In this context, the relevance of the results of this research project for Slovenia's development is reflected, in the first place, by possible application of the results of the project for adopting adequate economic policy measures related to the elimination of administrative barriers for foreign (and domestic) investors in Slovenia and for Slovenian investors abroad. On an even more concrete level, the results can be used by the Public Agency of the Republic of Slovenia for Entrepreneurship and Foreign Investment (JAPTI) when creating its programmes and services for foreign investors in Slovenia and Slovenian investors abroad. Namely, the results of the project directly evaluate the relevance and effectiveness of individual programmes and measures of JAPTI and other policy makers. The results of the survey also enables identification of expansions planned by existing foreign investors in Slovenia. This may be of great help to JAPTI in putting into effect its policy of promoting expansion of existing foreign subsidiaries in Slovenia. This is important, as the well known fact is that existing foreign investors in a country are the most promising targets of investment promotion agencies.

Another relevant aspect of project results for Slovenia's development is the fact that all the

research group members are also involved in the pedagogical work at the Faculty of Social Sciences, as well as at other universities in Slovenia and abroad, what assures the transfer of research results in the education process.

12. Vpetost raziskovalnih rezultatov projektne skupine.

12.1. Vpetost raziskave v domače okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- v domačih znanstvenih krogih
- pri domačih uporabnikih

Kdo (poleg sofinancerjev) že izraža interes po vaših spoznanjih oziroma rezultatih?¹³

Interes za rezultate projekta kaže v prvi vrsti Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI), ki je glavni izvajalec slovenske ekonomske politike na področju vhodnih in izhodnih NTI. Interes izražajo tudi domača in tuja podjetja, ki smo jih anketirali, ter druga podjetja, s katerimi prihajamo v stik v našem raziskovanju te problematike.

12.2. Vpetost raziskave v tuje okolje

Kje obstaja verjetnost, da bodo vaša znanstvena spoznanja deležna zaznavnega odziva?

- v mednarodnih znanstvenih krogih
- pri mednarodnih uporabnikih

Navedite število in obliko formalnega raziskovalnega sodelovanja s tujini raziskovalnimi inštitucijami:¹⁴

- The Impact of Service Sector Innovation and Internationalisation on Growth and Productivity (FP7 SERVICEGAP)
- Growth – Innovation – Competitiveness: Fostering Cohesion in Central and Eastern Europe (FP7 GRINCOH)
- Programme on Emergence of Southern Multinationals and their Impact on Europe (Cost ACTION IS0905 project)
- Emerging Multinationals (Program Columbia University, NY, USA)

Kateri so rezultati tovrstnega sodelovanja:¹⁵

Rezultati tovrstnega sodelovanja se odražajo v naslednjih aktivnostih članov raziskovalne skupine:

- 17 SSCI člankov, 18 drugih člankov, 10 poglavij v znanstvenih monografijah tujih založb
- Pedagoški proces na program Mednarodni odnosi na FDV.
- Svetovalni dejavnosti za JAPTI.
- Svetovalna dejavnost za UNCTAD.
- Delo za European Restructuring Monitor (ERM) of the European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.

C. IZJAVE

Podpisani izjavljam/o, da:

- so vsi podatki, ki jih navajamo v poročilu, resnični in točni
- se strinjamo z obdelavo podatkov v skladu z zakonodajo o varstvu osebnih podatkov za potrebe ocenjevanja in obdelavo teh podatkov za evidence ARRS
- so vsi podatki v obrazcu v elektronski obliki identični podatkom v obrazcu v pisni obliki
- so z vsebino letnega poročila seznanjeni in se strinjajo vsi soizvajalci projekta
- bomo sofinancerjem istočasno z zaključnim poročilom predložili tudi študijo ali elaborat, skladno z zahtevami sofinancerjev

Podpisi:

*zastopnik oz. pooblaščen oseba
raziskovalne organizacije:*

in

vodja raziskovalnega projekta:

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za
družbene vede

Matija Rojec

ŽIG

Kraj in datum:

Ljubljana	9.10.2012
-----------	-----------

Oznaka prijave: ARRS-CRP-ZP-2012-05/20

¹ Zaradi spremembe klasifikacije je potrebno v poročilu opredeliti raziskovalno področje po novi klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science). Prevajalna tabela med raziskovalnimi področji po klasifikaciji ARRS ter po klasifikaciji FOS 2007 (Fields of Science) s kategorijami WOS (Web of Science) kot podpodročji je dostopna na spletni strani agencije (<http://www.arrs.gov.si/sl/gradivo/sifranti/preslik-vpp-fos-wos.asp>). [Nazaj](#)

² Podpisano izjavo sofinancerja/sofinancerjev, s katero potrjuje/jo, da delo na projektu potekalo skladno s programom, skupaj z vsebinsko obrazložitvijo o potencialnih učinkih rezultatov projekta obvezno priložite obrazcu kot priložnico (v skeniranem PDF formatu) in jo v primeru, da poročilo ni polno digitalno podpisano, pošljite po pošti na Javno agencijo za raziskovalno dejavnost RS. [Nazaj](#)

³ Napišite povzetek raziskovalnega projekta (največ 3.000 znakov v slovenskem in angleškem jeziku) [Nazaj](#)

⁴ Napišite kratko vsebinsko poročilo, kjer boste predstavili raziskovalno hipotezo in opis raziskovanja. Navedite ključne ugotovitve, znanstvena spoznanja, rezultate in učinke raziskovalnega projekta in njihovo uporabo ter sodelovanje s tujimi partnerji. Največ 12.000 znakov vključno s presledki (približno dve strani, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁵ Realizacija raziskovalne hipoteze. Največ 3.000 znakov vključno s presledki (približno pol strani, velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

⁶ V primeru bistvenih odstopanj in sprememb od predvidenega programa raziskovalnega projekta, kot je bil zapisan v predlogu raziskovalnega projekta oziroma v primeru sprememb, povečanja ali zmanjšanja sestave projektne skupine v zadnjem letu izvajanja projekta (obrazložitev). V primeru, da sprememb ni bilo, to navedite. Največ 6.000 znakov vključno s presledki (približno ena stran, velikosti pisave 11). [Nazaj](#)

⁷ Znanstveni in družbeno-ekonomski dosežki v programu in projektu so lahko enaki, saj se projektna vsebina praviloma nanaša na širšo problematiko raziskovalnega programa, zato pričakujemo, da bo večina izjemnih dosežkov raziskovalnih programov dokumentirana tudi med izjemnimi dosežki različnih raziskovalnih projektov.

Raziskovalni dosežek iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A'' ali A'. [Nazaj](#)

⁸ Znanstveni in družbeno-ekonomski dosežki v programu in projektu so lahko enaki, saj se projektna vsebina praviloma nanaša na širšo problematiko raziskovalnega programa, zato pričakujemo, da bo večina izjemnih dosežkov raziskovalnih programov dokumentirana tudi med izjemnimi dosežki različnih raziskovalnih projektov.

Družbeno-ekonomski rezultat iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) vpišete tako, da izpolnite COBISS kodo dosežka – sistem nato sam izpolni naslov objave, naziv, IF in srednjo vrednost revije, naziv FOS področja ter podatek, ali je dosežek uvrščen v A'' ali A'.

Družbenoekonomski dosežek je po svoji strukturi drugačen, kot znanstveni dosežek. Povzetek znanstvenega dosežka je praviloma povzetek bibliografske enote (članka, knjige), v kateri je dosežek objavljen.

Povzetek družbeno ekonomsko relevantnega dosežka praviloma ni povzetek bibliografske enote, ki ta dosežek dokumentira, ker je dosežek sklop več rezultatov raziskovanja, ki je lahko dokumentiran v različnih bibliografskih enotah. COBISS ID zato ni enoznačen izjemoma pa ga lahko tudi ni (npr. v preteklem letu vodja meni, da je izjemen dosežek to, da sta se dva mlajša sodelavca zaposlila v gospodarstvu na pomembnih raziskovalnih nalogah, ali ustanovila svoje podjetje, ki je rezultat prejšnjega dela ... - v obeh primerih ni COBISS ID). [Nazaj](#)

⁹ Navedite rezultate raziskovalnega projekta iz obdobja izvajanja projekta (do oddaje zaključnega poročila) v primeru, da katerega od rezultatov ni mogoče navesti v točkah 7 in 8 (npr. ker se ga v sistemu COBISS ne vodi). Največ 2.000 znakov vključno s presledki. [Nazaj](#)

Zaključno poročilo o rezultatih ciljnega raziskovalnega projekta - 2012

¹⁰ Pomen raziskovalnih rezultatov za razvoj znanosti in za razvoj Slovenije bo objavljen na spletni strani: <http://sicris.izum.si/> za posamezen projekt, ki je predmet poročanja [Nazaj](#)

¹¹ Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹² Največ 4.000 znakov vključno s presledki [Nazaj](#)

¹³ Največ 500 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

¹⁴ Največ 500 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

¹⁵ Največ 1.000 znakov vključno s presledki (velikosti pisave 11) [Nazaj](#)

Obrazec: ARRS-CRP-ZP/2012-05 v1.00c

A4-4B-04-23-64-57-A2-D7-80-96-45-C9-DA-BD-80-61-77-4D-9B-75

**DETERMINANTE NEPOSREDNIH TUJIH INVESTICIJ V IN IZ
SLOVENIJE IN IDENTIFIKACIJA EKONOMSKO-POLITIČNIH
UKREPOV ZA POSPEŠEVANJE VHODNE IN IZHODNE
INTERNACIONALIZACIJE SLOVENIJE
CRP V5-1009**

Končno vsebinsko poročilo

Vodja projekta: Matija Rojec

Raziskovalna skupina: Anže Burger, Andreja Jaklič, Aljaž Kunčič, Ana Murn, Matija Rojec,
Metka Stare, Marjan Svetličič, Boštjan Udovič

Vsebina:

Uvod	str. 2
Prvi del: Analiza obstoječe teoretične in empirične literature o determinantah vhodnih in izhodnih NTI	str. 5
Drugi del: Percepcija slovenije kot lokacije za NTI med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji in delovanje teh podjetij	str. 28
Tretji del: Podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev v tujini in njihovo delovanje	str. 78
Četrty del: Politika spodbujanja vhodnih NTI v nekaterih izbranih državah in predlogi za Slovenijo	str. 112

Center za mednarodne odnose
Fakulteta za družbene vede

Ljubljana, oktober 2012

UVOD

Teoretično in empirično je prispevek vhodnih in izhodnih neposrednih tujih investicij (NTI) k razvoju vključenih podjetij in nacionalnih gospodarstev v celoti nesporno pozitiven. Za Slovenijo je značilna relativno nizka raven vhodnih in izhodnih NTI ter ocene o nespodbudnem okolju za NTI. Primerjava pomena vhodnih in izhodnih NTI za posamezne države temelji na podatkih o deležu stanja NTI v BDP držav. Tabela 1 kaže, da je delež stanja vhodnih NTI v BDP v Sloveniji bistveno nižji kot v veliki večini držav EU, čeprav se je v obdobju 2005–2011 precej povečalo, in sicer od 20,3% na 30,6% BDP. Tudi stanje izhodnih NTI se je v istem razdobju močno povečalo in sicer od 9,2% na 14,4% BDP. Slovenija kljub temu ostaja med državami EU z najnižjim stanjem vhodnih NTI v primerjavi z BDP; nižji delež od Slovenije imajo le Grčija, Italija in Nemčija. Pri izhodnih NTI pa Slovenija po deležu stanja v BDP med novimi državami članicami EU zaostaja za Ciprom, Estonijo, Malto in Madžarsko.

TABELA 1: Stanje vhodnih in izhodnih NTI v primerjavi z BDP v državah EU v letih 2005 in 2011 v %

	Vhodne NTI		Izhodne NTI	
	2005	2011	2005	2011
Svet	25,3	28,7	27,5	30,0
EU	34,4	41,4	41,8	52,4
Avstrija	27,1	35,6	23,5	47,6
Belgija	100,2	186,7	126,8	184,0
Bolgarija	47,9	89,1	0,4	3,2
Ciper	50,2	65,8	21,2	31,5
Češka	46,6	58,2	2,8	7,2
Danska	45,2	46,2	50,2	69,9
Estonija	81,4	75,4	14,0	21,4
Finska	28,0	31,0	41,8	52,0
Francija	41,5	34,7	57,6	49,4
Grčija	12,2	9,2	5,7	14,4
Irska	80,4	112,0	51,2	149,1
Italija	13,4	15,2	13,8	23,4
Latvija	30,9	42,8	1,8	3,1
Litva	31,5	32,6	2,8	4,7
Luksemburg	115,9	195,2	86,8	220,6
Madžarska	55,4	60,4	7,1	17,0
Malta	71,9	186,7	16,6	16,7
Nemčija	17,2	20,2	33,5	40,4
Nizozemska	75,1	70,2	100,9	112,4
Poljska	29,9	38,5	2,1	9,7
Portugalska	33,1	45,7	22,0	28,5
Romunija	26,0	37,7	0,2	0,8
Slovaška	49,4	53,3	1,2	4,4
Slovenija	20,3	30,6	9,2	14,4
Španija	34,0	42,1	27,0	42,5
Švedska	46,6	63,4	55,8	67,2
Združeno Kraljestvo	36,9	49,8	52,6	71,9

Vir: UNCTAD, World Investment Report, Annex Tables 7 in 8, <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex-Tables.aspx>.

Cilji raziskovalnega projekta so naslednji:

- Spremljanje in analiziranje potreb in problemov podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in slovenskih podjetij z neposrednimi investicijami v tujini;
- Analiza dejavnikov vhodnih in izhodnih neposrednih tujih investicij v in iz Slovenije; predvsem redno spremljanje trendov v slovenskem poslovnem okolju za tuje investitorje pri nas in za naše investitorje v tujini;
- Identifikacija možnosti in usmeritev/ukrepov ekonomske politike za pospeševanje vhodnih in izhodnih neposrednih tujih investicij.

Osnovni cilj raziskovalnega projekta je torej vpeljati redno spremljanje investicijske klime v Sloveniji s periodičnim anketiranjem podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in naših investitorjev v tujini. S tem bi tekoče identificirali glavne probleme in pobude prizadetih podjetij za izboljšanje ekonomsko političnega in institucionalnega okolja za vhodno in izhodno internacionalizacijo. Dobro in ažurno poznavanje dogajanja, problemov in potreb v podjetjih je za uspešno vodenje politike vhodnih in izhodnih NTI in tekoče načrtovanje in sprejemanje ukrepov ključno za glavna nosilca te politike, to je Ministrstvo za gospodarstvo in JAPTI.

V raziskavi izhajamo iz najbolj holističnega in generičnega teoretičnega pristopa na področju internacionalizacije, to je iz eklektične paradigme, ki opredeljuje NTI s tremi skupinami determinant: (i) s podjetniško specifičnimi prednostmi investitorjev, potrebnimi za konkurenčne prednosti pri investicijah v tujini; (ii) z internalizacijskimi prednostmi, ki nam utemeljijo način vstopa na tuje trge; in (iii) z lokacijsko specifičnimi dejavniki, ki povedo, zakaj bo podjetje raje investiralo v tujini kot doma, in katere države imajo prednosti kot lokacija za NTI (oziroma za vzpostavitev dejavnosti). V tem okviru nas:

- Pri vhodnih NTI v Slovenijo nas zanimajo lokacijsko specifični dejavniki NTI. Lokacijsko specifične dejavnike lahko razdelimo na strukturne / tržne dejavnike, ki dejansko predstavljajo osnovni vzrok / motiv tujega investitorja za investiranje v posamezni državi (trg konkretne države, razpoložljivost in cena proizvodnih dejavnikov, možnost učinkovitejše proizvodnje itd.) in na dejavnike investicijske klime, kamor spada regulatorni in ekonomsko-politični okvir in podpora podjetništvu. Investicijska klima predstavlja bolj ali manj ugoden okvir za realizacijo osnovnih motivov.
- Pri izhodnih NTI pa nas zanimajo predvsem podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev in internalizacijske prednosti investiranja v tujini, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za neposredno prisotnost v tujini.

Metodološko se raziskave lotevamo predvsem z detaljnim anketiranjem podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in slovenskih investitorjev v tujini. Z anketiranjem tujih investitorjev analiziramo: osnovne značilnosti delovanja podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji, motivacijo tujega investitorja, ovire za tujega investitorja, vpetost podjetja s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, razpoložljivost in kakovost delovne sile / kadrov v Sloveniji, načrte za prihodnost, vlogo države pri privabljanju NTI. Z anketiranjem slovenskih investitorjev v tujini pa preučujemo: osnovne značilnosti investicij v tujini, motive za investiranje v tujini, dejavnike izbire lokacije, ovire pri investiranju v tujini, učinke investiranja v tujini, strukturo trgovine, načrte za prihodnost, vlogo države pri spodbujanju investiranja v tujini. Anketiranje dopolnjujemo s krajšo analizo delovanja podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in slovenskih investitorjev v tujini na osnovi podatkov iz zaključnih računov the podjetij.

Končno poročilo je poleg uvoda sestavljeno iz štirih delov. V prvem delu podajamo analizo obstoječe teoretične in empirične literature o determinantah vhodnih in izhodnih NTI ter iz tega izpeljemo naša raziskovalna vprašanja ter oblikujemo vprašalnike za anketiranje podjetij. V drugem delu analiziramo percepcijo Slovenije kot lokacije za NTI med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji in delovanje teh podjetij, v tretjem delu pa podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev v tujini in njihovo delovanje. Drugi in tretji del se zaključujeta z nekaterimi predlogi za ekonomsko politiko na področju vhodnih in izhodnih NTI v Sloveniji, kot izhajajo iz rezultatov anketiranja. V četrtem delu predstavljamo politiko spodbujanja vhodnih NTI v nekaterih nam bližnjih primerljivih državah in podajamo predloge za Slovenijo.

PRVI DEL: ANALIZA OBSTOJEČE TEORETIČNE IN EMPIRIČNE LITERATURE O DETERMINANTAH VHODNIH IN IZHODNIH NTI

1. Uvod

Namen prvega dela je, da s pomočjo pregleda obstoječe relevantne literature postavimo okvir za formuliranje relevantnih vprašanj za anketiranje tujih investitorjev v Sloveniji in slovenskih investitorjev v tujini. Prispevek je sestavljen iz uvoda, pregleda prevladujočih teorij internacionalizacije podjetij, pregleda lokacijsko specifičnih dejavnikov vhodnih NTI s formuliranjem glavnih raziskovalnih vprašanj in vprašalnika za vhodne NTI, pregleda podjetniško specifičnih prednosti tujih investitorjev in internalizacijskih prednosti investiranja v tujini s formuliranjem glavnih raziskovalnih vprašanj in vprašalnika za izhodne NTI.

Z zmanjševanjem stroškov transporta in komunikacije naraščajo možnosti za bolj globalno upravljanje z viri, za reorganizacijo in »drobljenje« proizvodnje ter lomljenje proizvodnih verig. Nenehno izboljševanje in inoviranje pa za pokrivanje razvojnih stroškov na drugi strani ustvarja potrebe po velikih ekonomijah obsega. V takih pogojih proizvodnje imajo neposredne tuje investicije (NTI) in multinacionalna podjetja (MNP) v mednarodni menjavi vse večjo vlogo in tudi delež mednarodne menjave znotraj podjetij narašča. Po ocenah OECD na MNP odpade preko 70% celotne mednarodne trgovine (OECD, 2006). Delež menjave znotraj MNP v celotni menjavi (intrapodjetniška menjava) pa presega tretjino svetovne trgovine (Bonturi in Fukasaku, 1993; Antras, 2003; WTO, 2005). Po ocenah UNCTAD-a (2008) se je od začetka devetdesetih let do 2008 število MNP povečalo od 37.000 (s prek 170.000 enotami v tujini) na preko 82.000 (z najmanj 810.000 enotami v tujini). Ta podjetja imajo vodilno vlogo v svetovnem gospodarstvu.

Empirični rezultati novejših formalnih modelov potrjujejo vse večji pomen MNP v mednarodni menjavi. Med implikacijami modelov najprej omenimo model Helpmana, Melitza in Yeapla (2003), ki v analizi na ravni podjetja načine vstopa na tuje trge poveže z znotrajpanožno heterogenostjo v produktivnosti. Različni načini vstopa na tuje trge so povezani z različnimi relativnimi stroški; izvoz vključuje nižje stroške kakor ustanovitev enot v tujini. V modelu splošnega ravnotežja samo bolj produktivna podjetja izvažajo na tuje trge (manj produktivna poslujejo le na domačem trgu) in le najbolj produktivna podjetja v tujini neposredno investirajo. Empirično preverjanje v številnih državah razlike v produktivnosti med podjetji, ki različno vstopajo na tuje trge, potrjuje. Omenjeni model opisuje znotrajpanožno heterogenost v produktivnosti podjetij kot determinanto načina vstopa na tuje trge, vendar nekateri novejši teoretični in empirični izsledki (Castelani in Zanfei, 2005; Navaretti in Venables, 2004) razkrivajo, da je heterogenost v produktivnosti tudi posledica različne vpetosti v mednarodno menjavo in mednarodno proizvodnjo. Kot vzvod rasti v produktivnosti je treba upoštevati oblike vključevanja v mednarodno menjavo, pri čemer zahtevnejše oblike vstopa in nastopa na tujih trgih po predvidevanjih dajejo večje učinke k produktivnosti. Tudi internacionalizacija sama je torej pomembna determinanta produktivnosti podjetij.

Simulacije teoretičnih modelov nadalje kažejo, da bo poslovanje prek MNP vse obsežnejše. Markusen in Venables (1998) v svoji hipotezi konvergence predvidevata, da z gospodarskim razvojem in približevanju gospodarske razvitosti med državami poslovanje prek MNP postaja vrednostno in količinsko pomembnejše, relativno glede na klasično trgovino. Ko si države v procesu integracije postajajo vse bolj podobne v dostopu do proizvodnih dejavnikov ter tehnologiji (tehnični učinkovitosti) in ko se raven dohodkov povečuje, se mednarodna

gospodarska aktivnost v vse večji meri odvija prek MNP, ki nadomeščajo klasično trgovino. Navedena posledica je za Slovenijo po vstopu v EU, kjer gre za rastočo konvergenco med članicami, še posebej pomembna. Širjenje EU za države pristopnice prinaša vse navede posledice, zato lahko pričakujemo povečan obseg menjave v okviru MNP.

Rezultate modelov in simulacij bi lahko strnili v ugotovitev, da so primerjalne prednosti posameznih držav v sodobni mednarodni menjavi pogojene z obstojem in razvojem MNP v tej državi, tako lastnih matičnih podjetij kot tudi z navzočnostjo podružnic tujih MNP (Jaklič, 2004). V menjavi imajo prednost države, kjer se (ne glede na lastništvo) razvijajo MNP, ki zagotovijo velik del mednarodne menjave in prenosov znanja. Pri proučevanju (ohranjanja nacionalnosti) lastništva pa nadalje modeli in simulacije (Grunfeld in Sanna-Randaccio, 2005) presenetljivo jasno izpostavijo, da je ključnega pomena za ohranjanje lastništva predvsem sposobnost mednarodnega poslovanja in upravljanja (menedžment internacionalizacije) ter menedžment znanja in inovacij.

MNP namreč ne vplivajo močno le na mednarodno trgovino in investicije, temveč igrajo ključno vlogo tudi pri razvijanju in razširjanju znanja in inovacij. MNP so pomemben oblikovalec znanja in v znanju intenzivnih proizvodnih dejavnikov zelo prispevajo k izkušnjam v mednarodnem poslovanju, k večji usposobljenosti zaposlenih in spodbujajo inovacije. Poleg dejstva, da MNP sooblikujejo glavnino sodobne mednarodne menjave, podatki potrjujejo, da je znotraj MNP zgoščena glavnina človeškega kapitala in inovativne sposobnosti (Narula in Zanfei, 2005: 319–326). NTI, s katerimi neposredno prenašajo premoženje med državami, so le eden od kanalov prenosa znanja. MNP s svojo navzočnostjo lahko nadalje krepijo lokacijske prednosti domačega okolja prek medsebojnih poslovnih povezav, s sodelovanjem in konkurenco. Poleg tega, da so glavni ustvarjalci in lastniki v znanju intenzivnih proizvodnih dejavnikov, so tudi najpomembnejši povpraševalci po inovacijah, usposobljenih zaposlenih in izkušnjah. Na ta način oblikujejo trg kapitala znanja (in v znanju intenzivnih proizvodnih dejavnikov), kar zagotavlja pomembno razvojno spodbudo. Konkurenčnost posamezne države v mednarodni menjavi je danes odvisna od inovacij in znanja, oboje pa je odvisno od tega, kako prijazno je njeno okolje za razvoj podjetij, pri čemer je ključno, da se podjetja lahko razvijejo v MNP in vstopijo v proces globalizacije inovacij.

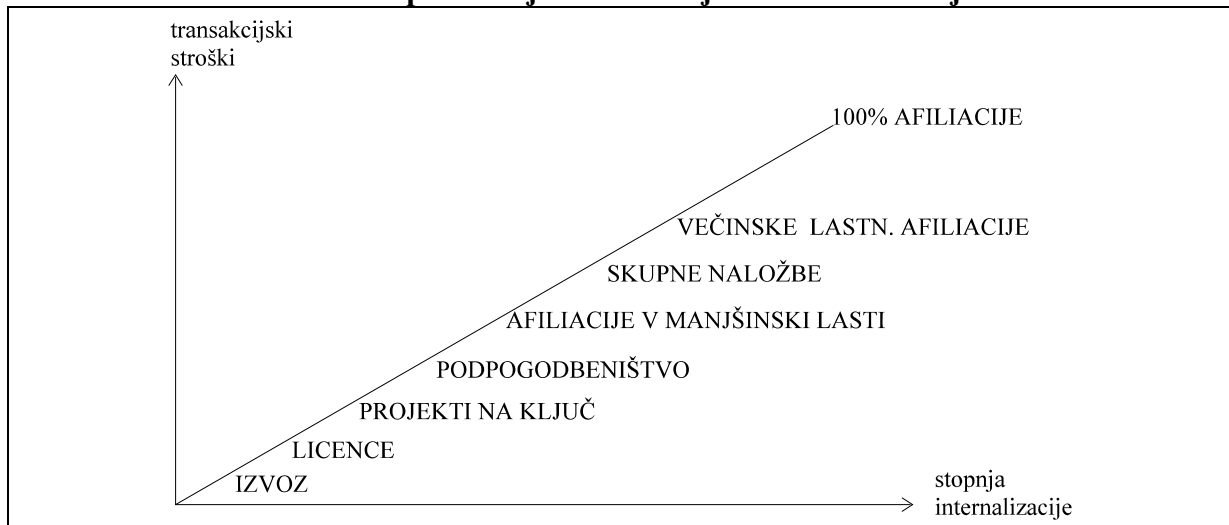
2. Prevladujoče teorije internacionalizacije podjetij

Teorije internacionalizacije odgovarjajo na vprašanja, zakaj, kdaj, kam in kako se podjetja internacionalizirajo. Teorije načeloma vedno izhajajo iz podjetja kot investitorja, le malo pa se ukvarjajo z učinki NTI na državo/podjetje, kamor se investira. Ni ene same in edino zveličavne teorije izhodne internacionalizacije ali investicij v tujini (NTI), govorimo lahko bolj o nekih skupnih zakonitostih različnih pristopov.

Prvi razlog izhodne internacionalizacije v obliki NTI je iskati v *teoriji internalizacije*, ki opredeljuje, zakaj se podjetje odloči tržne, horizontalne transakcije med enakovrednimi neodvisnimi partnerji nadomestiti z vertikalnimi, znotraj enega nacionalno ali mednarodno razvejanega podjetja. Z drugimi besedami to pomeni, da podjetje raste z ustanavljanjem lastnih podružnic v tujini in s tem tudi transakcije znotraj takšnega vse večjega in vse bolj tudi mednarodno razvejanega podjetja. Do tega pride, kadar so stroški transakcij prek trga (transakcijski stroški) previsoki, višji od stroškov poslovanja znotraj podjetja. Tako se podjetje izogne transakcijskim stroškom tržnega poslovanja in s svojo rastjo (prek meja) omogoča krepitev svojega tržnega položaja in s tem možne premije iz naslova oligopolnih

dobičkov. Na ta način mednarodno podjetje dvigne svojo učinkovitost s pomočjo zmanjšanja transakcijskih stroškov in z večjimi nagradami za svoje znanje, kot bi jih sicer doseglo s pomočjo tržnega poslovanja, na primer z izvozom.

SLIKA 1: Oblika poslovanja kot funkcija višine transakcijskih stroškov



Vir: Muchielli, 1991: 44.

Z internalizacijo podjetje transformira svoje neoprijemljivo znanje, ki bi bilo lahko v primeru tržnega transferja brezplačno odtujeno, v vredno podjetniško premoženje. Otipljivo znanje se lahko dobičkonosno prenaša prek trga, neoprijemljivo¹ pa ne, saj bi konkurenti zaradi tržnih pomanjkljivosti lahko brezplačno prišli do podjetniško specifičnih prednosti, v razvoj katerih je lastnik investiral. Ena od takih pomanjkljivosti je javni karakter znanja, ki omogoča hitro imitacijo. Lahko pride na primer do zlorab licenc, kar vse znižuje nagrado lastniku takšnih prednosti. To bi omogočalo veliko »zastonjkarstva« ali »svobodne ježe«. Čim večje so neoprijemljive prednosti, tem bolj je potrebno, če se želijo maksimirati rente iz tega naslova, neposredno internacionalizirati svojo dejavnost, imeti nadzor nad poslovanjem obratov v tujini. Izhodna internacionalizacija v obliki investiranja v tujini je tako funkcija višine transakcijskih stroškov ter obsega neoprijemljivih prednosti (glej Sliko 1). Večje ko so te prednosti in višji ko so ti stroški, več neposrednega investiranja v tujini je pričakovati.

Eklektična ali OLI² paradigma (Dunning, 1993) ugotavlja, da mora podjetje, če hoče biti uspešen investitor v tujino, najprej razpolagati s podjetniško specifičnimi prednostmi (imeti nek nov proizvod, storitev ali tehnološko rešitev), zatem mora najti za takšno svojo dejavnost boljšo lokacijo v tujini, kot pa je ta, ki jo ima na voljo doma (večji trg, boljši in cenejši proizvodni dejavniki, ugodnejši zakonski okviri, itd.), in končno mora biti netržni način vstopa na tuji trg (internalizacija), v državo takšnih boljših lokacijsko specifičnih prednosti, najboljši način maksimiranja rente iz tega naslova. Posebne podjetniške prednosti so torej le potreben, ne pa zadosten pogoj za izhodne investicije. Potrebna sta še oba druga pogoja, torej boljše razmere na neki tuji lokaciji ter internalizacija, torej ustanovitev lastne podružnice, kot najboljši način za maksimiranje rente iz naslova posebnih podjetniških prednosti.

¹ Neoprijemljivo je vse tisto znanje, ki ga ni mogoče preprosto prodati, v obliki izvoza opreme na primer, pač pa je vezano na lastnika, na menedžerje, njihove lastnosti, znanje, zveze, način poslovanja itd. Gre predvsem za vse vrste tehnologije in know-howa, menedžerskih sposobnosti, kulturo podjetja, skratka znanja, ki jih lahko prenaša le lastnik.

² O (ownership) pomeni lastniško specifične prednosti, L (location) lokacijsko specifične prednosti in I (internalization) internalizacijsko specifične prednosti.

Kronološko je prva teorija, ki obravnava NTI,³ teorija *življenjskega cikla proizvoda* (Vernon, 1966 in 1979), po kateri so izhodne NTI ex post obrambni instrument, način zadrževanja tržnega deleža, ustvarjenega s pomočjo izvoza. Ko začnejo v tujini lokalni konkurenti groziti, da bi lahko začeli svojo proizvodnjo taistega izdelka, ker so na tem, da osvojijo njegovo proizvodnjo, ker izdelek postaja standardiziran, se dotlej še monopolni lastnik takšnega izdelka (tehnologije) raje odloči, da sam investira v njegovo proizvodnjo v tujini in s tem prehitijo domače posnemovalce (konkurente). Izhodna NTI tako, vsaj delno, nadomesti poprejšnji izvoz na ta trg. Izvozni tokovi se običajno ne prekinejo, nadaljuje se izvoz polizdelkov, ki se vgrajujejo v sprva montažno proizvodnjo končnih izdelkov v tujini. Lahko se nadaljuje tudi izvoz določene vrste zahtevnejših končnih izdelkov, medtem ko manj zahtevne začnejo sprva montirati, pozneje pa vse bolj popolno proizvajati v tujini. V končni fazi, ko je izdelek že postal standardiziran in so s tem postale stroškovne prednosti (nižje plače na primer) odločilne, ko monopolni položaj inovatorskega podjetja tako erodira, da se pojavi niz konkurentov (poteče lahko tudi patentna zaščita), pa začnejo pridobivati pomen proizvodni stroški. S tem pridobijo na privlačnosti manj razvite države z nižjimi stroški dela, kamor se začne seliti takšna proizvodnja standardiziranih izdelkov. Te države postanejo pozneje neto izvoznice standardiziranih izdelkov, inovatorske dežele pa morajo razviti nove proizvode in ciklus se začne ponovno vrteti. Do izhodnih NTI tako pride v poznejši fazi življenjskega cikla proizvoda. Ta teorija je prva vzpostavila zvezo med izvozom blaga in kapitala. Pokazala je, da NTI lahko nadomeščajo ali pa dopolnjujejo izvoz. Sprva ga dopolnjujejo, torej gre za kombiniranje izvoza in NTI, pozneje, s staranjem izdelka, pa ga vse bolj nadomeščajo. Pomembno pa je opozoriti, da se to zgodi, ko je država izvoznica kapitala zgubila svoje inovacijske monopolne konkurenčne prednosti, ki jih je imela, ko je dala na trg nov izdelek. Pozneje, ko je izdelek postal standardiziran, so ga osvojili konkurenti, ki imajo na voljo cenejšo delovno silo in so zato postali konkurenčnejši od inovatorja.

Po *Balakrishnanovi razširitvi* te teorije pa v novi četrti fazi razvoja proizvoda lahko pride tudi do neposrednega investiranja med manj razvitimi državami, to je potem, ko proizvajalci v takih državah prilagodijo proizvodnjo lokalnim razmeram, majhnim trgov ali pa posebnim lokacijskim razmeram. Zato prenos tako pridobljenega znanja v sorodne države postane cenejša, kot pa če bi se tega lotila podjetja – prvotni lastniki takšnega znanja. Morda pa zaradi majhnosti trgov tuja MNP za takšne nove trge sploh niso zainteresirana. To je drugi argument, zakaj lahko prihaja do NTI med manj razvitimi državami ali med državami v prehodu. Čeprav avtor svojega modela nikoli ni razvil do konca, se zdi, da ima kar močno razlagalno moč za del izhodnih NTI današnjih tranzicijskih držav. Njihova pogosto najpomembnejša prednost je poznavanje lokalnih razmer, ki temelji na manjši kulturni razdalji. Posledično so njihova tveganja manjša in se zato lahko lotijo investicij tudi takrat, ko visoka tveganja (zaradi nepoznavanja lokalnega poslovanja) odvrčajo velika MNP, ki bi sicer imela po pravilu močnejše tehnološke oziroma podjetniško specifične prednosti.

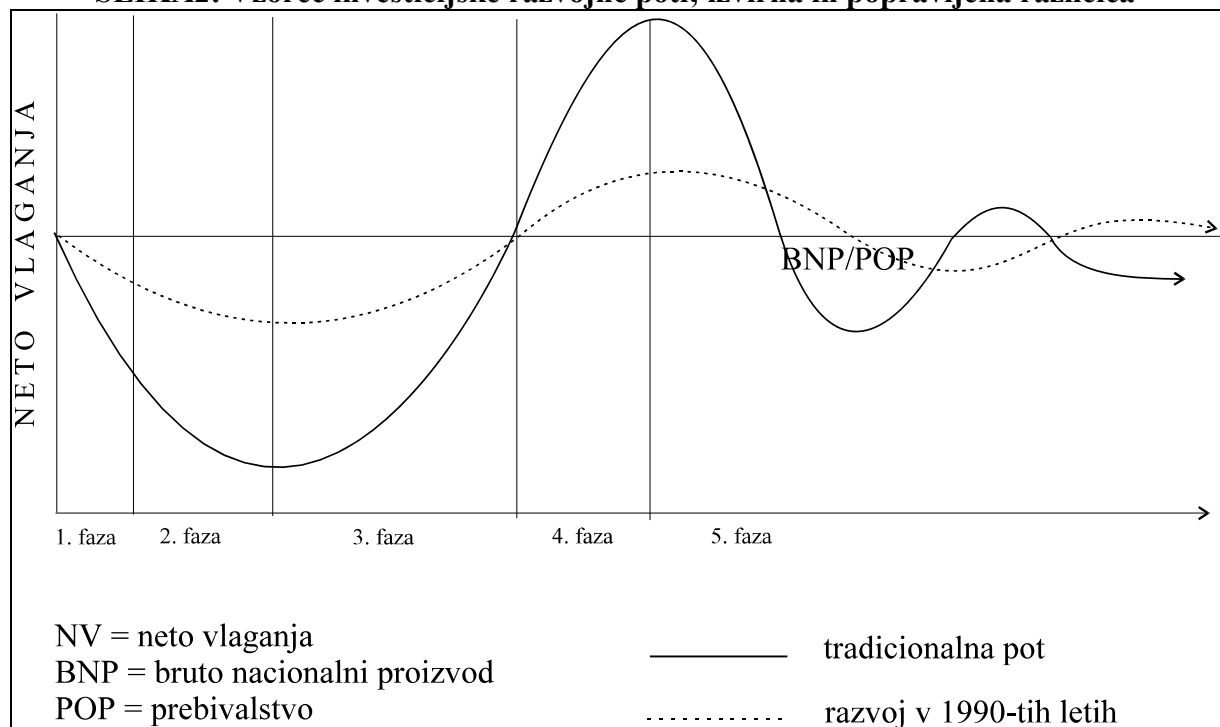
Če je Vernon prvi vzpostavil zvezo med neoklasičnimi teorijami mednarodne menjave in med v njegovem času porajajočimi se teorijami NTI, je Dunning pionir ne le sodobne paradigme NTI, pač pa tudi dinamiziranja zveze med vhodnimi in izhodnimi NTI. Njegova *investicijska razvojna pot* (IDP – Investment Development Path) (Dunning, 1981, 1988, 1993, 1996) je kronološko gledano prva dinamična paradigma internacionalizacije nasploh. Izhaja iz

³ Zgodovinsko korektnije bi seveda bilo pred to teorijo uvrstiti tudi Hymerjevo (1976) teorijo tržnih monopolnih prednosti, ki jo je razvil v svojem doktoratu iz leta 1960, vendar pa je bil objavljen mnogo pozneje (1976). Mnogi ga imajo za pionirja sodobne teorije NTI, saj je za konstitutivni element NTI prvi uvedel nadzor. Ta diferencira NTI od portfeljskih naložb.

podmene, da je vloga, ki jo lahko igrajo NTI v razvoju države, odvisna od niza dejavnikov, zlasti pa od podjetniško specifičnih prednosti, od stopnje razvoja države, v katero se investira, in stopnje razvoja države, katere podjetja investirajo v tujini, ter končno od politike držav. Bistvo tega pristopa je, da je obseg vhodnih in izhodnih NTI oziroma razmerje med njimi funkcija razvojne stopnje države, merjene z BDP na prebivalca, in funkcija spreminjajoče se konfiguracije lastniških, lokacijskih in internalizacijskih prednosti. Država ima več vhodnih NTI, če je manj razvita, in več izhodnih oziroma obojih NTI, če je bolj razvita.

Teorija investicijske razvojne poti ugotavlja, da države z vidika NTI prehajajo prek petih razvojnih stopenj (glej Sliko 2) (Dunning, 1993: 88–89). V *prvi*, predindustrijski fazi so tiste države, ki nimajo NTI, ker so njihove lokacijske prednosti, z izjemo naravnih virov, prešibke, premalo privlačne. Seveda podjetja tudi ne morejo investirati v tujini, ker so premalo razvita. V *drugi* fazi pride z dvigom dohodkov do skromnega priliva NTI v izkoriščanje domačih virov (razpoložljiva naravna bogastva) in tradicionalne delovno intenzivne dejavnosti, predvsem kot substitucija uvoza, nadalje v trgovini in distribiciji, transportu in komunikacijah, gradbeništvu in morda nekaj v turizmu. V *tretji* investicijski fazi se, vzporedno z nadaljnjo rastjo dohodka na prebivalca, zmanjša neto prilivi NTI. Do tega pride predvsem zaradi počasnejše rasti prilivov NTI, pa tudi začetka rasti izhodnih NTI. Potrošniki postanejo zahtevnejši, podjetja razvijejo svoje specifične prednosti zlasti na področju standardiziranih proizvodov, pri katerih uživajo konkurenčno prednost cenejšega dela. Ko pa se stroški dela povečujejo, pride do erozije teh stroškovnih prednosti in podjetja začnejo iskati cenejše lokacije v tujini in razmišljati o izhodnih NTI. Pozneje se začnejo krepiti tudi izhodne NTI, usmerjene v krepitev učinkovitosti in ohranjanja strateške obrambe tržnih deležev, ter v zadnji fazi še tiste, ki so sredstvo pridobivanja oziroma oplajanja tehnološkega in drugega znanja v tujini.

SLIKA2: Vzorec investicijske razvojne poti; izvirna in popravljena različica



Vir: Dunning in Narula, 1996.

Četrto investicijsko fazo zaznamujejo večje izhodne kot vhodne NTI. To je posledica krepitve lastnih tehnoloških sposobnosti, ki domačim podjetjem omogoča uspešno tekmovanje s tujimi

podjetji. Podjetniške prednosti so takšne narave, da je internalizacija najboljši način njihovega izkoriščanja v tujini ob sočasni eroziji prednosti, ki so jo uživale prej s poceni delom. Dejavnosti, ki zgublajo svojo konkurenčnost, se začnejo seliti v tujino. Konkurenčne prednosti (torej lokacijske) države se premaknejo popolnoma na področje ustvarjenih prednosti. Delo postane zelo drago, kapital pa razmeroma poceni. Vhodne NTI imajo sedaj za cilj dvigniti učinkovitost poslovanja. Tudi vloga vlade se v tej fazi spremeni.

Za *peto*, novo fazo, ki je izvirna različica investicijsko razvojne poti ni vsebovala, so značilna navzkrižna vlaganja med razvitimi državami. Naraščajo tako vhodne kot izhodne NTI. To je položaj, v katerem so najrazvitejše države, nekatere pa se temu položaju približujejo. Zato se saldo med vhodnimi in izhodnimi naložbami zmanjša, pozneje pa niha okoli ničle, vse kot posledica konvergence strukture večine industrijsko razvitih držav. Cilj ene vrste vhodnih NTI iz držav na nižji stopnji IDP je iskanje trga in znanja. Drugi tip s ciljem racionalizacije poslovanja pa prihaja iz podobno razvitih držav (4. ali 5. faze IDP). Te spremljajo izhodne NTI v manj razvite države, zlasti v naravne vire. V tej fazi konkurenčne prednosti postajajo vse bolj odvisne od sposobnosti podjetij ustvarjati prednosti in/ali jih oplajati v tujini in jih s pomočjo učinkovite organizacije tudi izkoriščati. Podjetja postanejo vse bolj globalna in njihov nacionalni izvor zamegljen (Dunning in Narula, 1996: 8). Podjetja konkurirajo z najboljšimi podjetji tudi tako, da jih posnemajo, krepijo podobno vrsto lastniških prednosti v enaki dejavnosti, vendar ne nujno v isti državi. Višina BDP v tej fazi ni več zanesljiv napovedovalec izhodnih NTI. ustrežnejši kazalec je višina lastnega BDP v primerjavi z BDP v drugih državah. Na tokove NTI vse bolj vpliva tudi konvergenca ekonomske sestave gospodarstev, makroorganizacijskih politik vlad in gibanj v globalnem gospodarstvu.

Internacionalizacija dejavnosti podjetij je le sestavni del strategije razvoja podjetja v njegovih stremeljenjih po osvajanju vse višjih stopenj v verigi dodajanja vrednosti. Tudi v tem pogledu Dunning loči *pet faz internacionalizacije podjetij* (1993: 193–205):

1. Začetek internacionalizacije. Podjetje se odloči za internacionalizacijo, ali da bi nabavilo *manjkajoče inpute po nižjih cenah*, ali da bi osvojilo nove oziroma zavarovalo obstoječe trge. Način vstopa na tuji trg je odvisen od razlogov, ki so do tega privedli. Če je izvoz s pomočjo tujih predstavnikov preveč tvegan, če je treba izdelek prilagajati lokalnim razmeram ali če zahteva servisiranje, se proizvajalec raje kot za izvoz odloči za neposredno prisotnost na tujem trgu. Lastno trgovsko mrežo ustanovi tudi, če je treba oblikovati trg za svoj izdelek. Proizvodno enoto ustanovi le, če je potrebna stalna prisotnost ali če danega izdelka ni mogoče izvažati zaradi transportnih omejitev.
2. Investicije v *trgovinsko povezane dejavnosti*. Tovrstna internacionalizacija je običajno prva na naložbah utemeljena internacionalizacija. Zahteva manj sredstev, je nizko rizična in zato dobra priprava za poznejše proizvodne NTI.
3. Investicije v tujini *naprej in nazaj po verigi dodajanja vrednosti*. Ne gre več le za olajšanje prodaje na tujem, pač pa že za investicije v proizvodnjo blaga in storitev. Cilj je dosegati ekonomije obsega, parirati obnašanju konkurentov (taktika zasledovanja ali vračanja groženj), preskakovati uvozne ovire in končno zmanjšati transportne in administrativne stroške poslovanja v tujini.
4. *Poglabljanje in razširjanje mreže* v tujini. Primeri kažejo, da so prve faze internacionalizacije osredotočene na tiste dejavnosti, pri katerih je dodana vrednost majhna (finalna faza sestavljanja ali začetna faza obdelave). To zahteva nizka vlaganja v izobraževanje delavcev ob majhnih tveganjih. V tej fazi se posamezne proizvodne faze določenega izdelka po verigi dodajanja vrednosti geografsko mednarodno razpršijo.

5. *Regionalna ali globalna integracija.* V tej fazi matično podjetje in njegove podružnice proizvajajo različne izdelke za prodajo na svetovnem ali regionalnem trgu. Trženje se običajno izvaja interno, to je znotraj sistema MNP. Vsaj del raziskav in razvoja se izvaja na mestu proizvodnje. V tej fazi je zelo malo podjetij.

Dinamične teorije NTI ne govorijo le o tem, da lahko podjetja začnejo investirati v tujini zaradi svojih posebnih sposobnosti (bistvo eklektične paradigme) ali tržnih napak (teorija internalizacije), pač pa tudi, ker so šibka, ker se je njihov konkurenčni položaj poslabšal, ker je, na primer, delovna sila doma postala predraga. Zato bi takšne izhodne NTI lahko imenovali tudi strateške oziroma *preživetvene*. So lahko sestavni del deindustrializacije, opredeljene kot prehod iz industrij prvega reda v industrije drugega reda in pozneje v storitveno ekonomijo (Iwaki, 1995: 258). Zato je pričakovati rast izhodnih NTI zlasti srednje razvitih, hitro rastočih držav, ki si z njimi želijo zagotoviti prisotnost na najbolj inovativnih in dinamičnih trgih. Takšno pričakovano povečanje izhodnih NTI, skupaj z navedenimi argumenti, povzroča občutno zmanjšanje amplitud neto investicijske pozicije držav v devetdesetih letih v primerjavi s tisto, ki je prevladovala prej. Vse se dogaja bistveno hitreje, kot se je v preteklosti, posamezne faze se ali krajšajo ali pa se preskakujejo, čeprav se vseeno zdi, da obstaja določen vrstni red, določene internacionalizacijske faze (Dunning in Narula, 1996).

Na splošno bi lahko ugotovili, da je internacionalizacija odvisna od obsega oziroma tipa neoprijemljivih prednosti, tržne strukture, niza domačih potisnih in mednarodnih ali tujih vlečnih dejavnikov. Velikost domačega trga je gotovo tudi pomembna determinanta. Podjetja iz majhnih držav, pa tudi tista, ki so majhna, lahko s pomočjo internacionalizacije nadomeščajo slabosti majhnega domačega trga in si zagotavljajo dostop do koristi ekonomij obsega in sinergičnih ekonomij ter presegajo slabosti svojega nacionalnega diamanta. To potrjujejo izkušnje finskih majhnih podjetij, saj je globalizacija njihove dejavnosti zelo pozitivno učinkovala na njihovo rast, izkoriščenost zmogljivosti, razvoj proizvodov, dobičkonosnost ali specializacijo (več v Svetličič, 1996: 290).

Tipični predstavniki stopenjske teorije internacionalizacije dejavnosti podjetij so teorije, ki jih lahko skupaj imenujemo *nordijska šola*, saj večina avtorjev izvira od tam. Stopenjske teorije poudarjajo postopnost, torej dinamičnost procesa tako glede načina kot tudi vrste držav in dejavnosti, ki se internacionalizirajo. Podjetja najprej skušajo pridobiti določene izkušnje na manj zahtevnih in njim bolj znanih trgih in šele nato se odločijo za zahtevnejše oblike mednarodnega poslovanja, za vstop na pomembnejše mednarodne trge in se s tem izpostavljati tudi vse večjim in večjim tveganjem. Pri stopenjski internacionalizaciji lahko ločimo dva pristopa. *Luostarinenov podjetniški model* ima v središču podjetje kot investitorja, medtem ko se *uppsalski model* podrobneje ukvarja s posameznimi dimenzijami internacionalizacije, posebej s trgi ciljnih držav in kako lahko podjetja vstopajo na te trge. Značilnost obeh vzorcev internacionalizacije je prav to, da nista ponudila splošne teorije internacionalizacije niti normativne razlage, kako se naj podjetja tega lotijo, ali kako internacionalizacija vedno poteka. Preskakovanje, izjeme in neregularnosti so bile od vsega začetka predvidene. Avtorji so le pokazali, kako so se internacionalizacije lotila obravnavana podjetja. Druga značilnost pa je, da pri internacionalizaciji ne gre za enkratno strateško odločitev o »optimalni alokaciji virov na različnih trgih«, pač pa za serijo postopnih odločitev, katerih vsaka vpliva na naslednje (Johanson in Vahlne, 1977: 35). S tako postopno internacionalizacijo se podjetje uči na izkušnjah in tako lažje premaguje obilo ovir na tej poti, največkrat pomanjkanje znanja in virov ter sposobnosti. Le če ima podjetje ogromno virov in sposobnosti, je lahko internacionalizacija manj postopna. Skratka, čim večje je podjetje,

manjša je lahko postopnost, in čim manjše je, bolj verjetno je pričakovati postopnost prodiranja na tuje trge. Seveda pa današnji pogoji intenzivne globalizacije donekle spreminjajo razmere, saj imamo vrsto podjetij, ki kar skočijo v vodo globalizacije (rojene globalne firme⁴), kar velja zlasti v določenih tehnološko in z znanjem intenzivnih dejavnostih.⁵ Tudi zaradi teh sprememb na globalnem trgu sta Welch in Luostarinen (1988) uvedla holistični model internacionalizacije, ki eksplicitno vključuje vhodne in kooperacijske vrste povezovanja. Internacionalizacija se začne najpogosteje prav z vhodno obliko.

Na temelju analize dejavnosti velikega števila finskih podjetij je *Luostarinen* (1970, 1979, 1989 in 1994) ugotovil, da so se podjetja lotevala procesa internacionalizacije povsem različno, pač glede na vrsto dejavnosti in svoje akumulirane sposobnosti. Najprej se je internacionalizirala predelovalna industrija s svojim izvozom; pozneje storitvene dejavnosti in še pozneje trgovina na malo in debelo. Ali drugače povedano, večina podjetij najprej internacionalizira svojo dejavnost na področju blaga, zatem storitev, sistemov in končno na področju know-howa, kakor se pač krepijo njihove konkurenčne prednosti.

Oblike internacionalizacije so prav tako različne. Izvoz je tradicionalno prva faza, zatem se praviloma ustanovljajo prodajne podružnice, še malo pozneje sklepajo podpogodbeniški aranžmaji (vključno z licencami) in povsem na koncu se podjetje loteva proizvodnje v tujini. Glede na število in vrsto podružnic v tujini *Luostarinen* ugotavlja, da so šla finska podjetja skozi štiri stopnje internacionalizacije dejavnosti: (i) začetna faza internacionalizacije (podjetja še ne ustanovijo podružnic), (ii) razvojna faza (internationalizacija neindustrijskih podjetij), (iii) faza rasti (industrijske podružnice v manj kot šestih državah), (iv) multinacionalna faza (industrijske enote v več kot šestih državah). Geografsko prevladujejo najprej najbližji trgi. Vzrok je v boljšem poznavanju teh trgov in zato bistveno nižjih transakcijskih stroškov ter ne nazadnje v manjših tveganjih zaradi tega. Pri prvi internacionalizaciji se je menedžerjem zelo težko lotiti zelo oddaljenih in s tem nujno dražjih trgov. Odpori bi bili preprosto preveliki, pričakovana tveganja previsoka. Kar 92% od analiziranih finskih podjetij je prvič internacionaliziralo svojo dejavnost na bližnjih trgih in le 2% na oddaljenih trgih.

Logiki postopnosti sledi tudi *uppsalski stopenjski internacionalizacijski model* (*Johanson in Vahlne, 1977; Johanson in Wiedersheim-Paul, 1975*), ki predvideva postopno internacionalizacijo na temelju akumulacije izkušenj, učenja ob delu in z uporabo. *Johanson in Vahlne (1977, 1990)* sta ugotovila, da gredo podjetja skozi štiri faze internacionalizacije: (i) predizvozna faza, (ii) izvoz s pomočjo neodvisnega zastopnika, (iii) ustanovitev trgovske podružnice v tujini in (iv) ustanovitev proizvodne podružnice v tujini. *Uppsalski model* predvideva dinamično interakcijo med dvema statičnima vidikoma internacionalizacije (tržno naravnostjo in tržnim znanjem) ter spremembami (trenutno poslovno aktivnostjo, odločitvami o pripadnosti). Loči med objektivnim in eksperimentalnim znanjem. Kritični del teorije je, da je objektivno znanje manj pomemben del. Pomembnejše so izkušnje, ki jih ni mogoče prenašati. Te prinašajo majhne spremembe obnašanja posameznika in jih od njega ni mogoče ločiti. Internacionalizacija je postopen proces učenja tako glede vrste nastopanja v tujini kot njihove regionalne usmeritve. Začne se najprej v državah, med katerimi vlada najmanjša fizična oddaljenost, in se postopno širi v oddaljene države. Razlogi fizične distance so jezik, kultura in industrijski razvoj. Vzporedno z internacionalizacijo se nabirajo izkušnje in znanje o mednarodnem delovanju, ki se jih nauči cela organizacija in ki se institucionalizirajo v procesu odločanja ter organizacijski kulturi. Vzporedno s krepitvijo

⁴ Glej Madsen in Servais, 1997 ter Sasi et al., 2000.

⁵ Pogosto gre za podjetja tako imenovane nove ekonomije ali tehnološko intenzivna podjetja.

procesa se zmanjšujejo tveganja in stroški v bližnjih, kulturno podobnih državah in preprostejših oblikah (izvoz, pogodbeno sodelovanje in šele na koncu kapitalsko). Začetni izvoz se tako postopoma dopolnjuje z zahtevnejšimi oblikami vstopa na tuje trge. Najprej se internacionalizira trgovinska dejavnost (ustanavljanje trgovskih podružnic v tujini), šele mnogo pozneje se začne proizvoditi v tujini. Ta model tako predvideva inkrementalno internacionalizacijo, »poglabljanje sodelovanja« ali plazeči se inkrementalizem, pač tako kot podjetja sledijo vlečnim dejavnikom (nižji stroški, trg) ter kot jih potiskajo v tujino lastne sposobnosti.

Kritiki modelov postopne internacionalizacije oz. zagovorniki *nekontinuitetne internacionalizacije* (Miller in Friesen, 1980; Maharzina in Engelhard, 1991; Hedlund in Kverneland, 1983; Turnbull, 1987) nasprotno trdijo, da ta ni nujno stopenjska in da so sklepi, grajeni le na izkušnjah malih nordijskih držav, pristranski. Trdijo, da je značilnost organizacij inherentno stremljenje po stabilnosti (organizacijska inercija), ki pa jo izzivajo spremembe v okolju, kar privede do kvantnih skokov, do strukturnih sprememb. V takšnih spremembah se ne spremeni le površinska organizacija, pač pa tudi njeni globlji vidiki, kot so vrednote in usmeritve. Ti skoki tvorijo to diskontinuiteto internacionalizacije. Podjetje se lahko na določeni stopnji tudi zaustavi. Kritiki postopne internacionalizacije tudi trdijo, da »ni nujno, da se podjetja oziroma države naučijo internacionalizacije le na temelju lastnih izkušenj, pač pa je mogoče to znanje pridobiti tudi od drugih firm, ne da bi se šlo skozi enake izkušnje« (glej Eriksson et al., 1997; Turnbull, 1987). Mogoče se je tega naučiti tudi s pomočjo opazovanja in oponašanja drugih podjetij, ki imajo visoko legitimnost (glej Björkman, 1990 in 1996). Za Turnbulla sta glavna opredeljevalna dejavnika faz internacionalizacije industrijska struktura in trženjska strategija. Internacionalizacija je nepredvidljiva in ni nujno proces življenjskega cikla, ki ima predvidljive faze v točno vnaprej določeni smeri (glej Forsgren, 2002: 264 in 267). Morda glavna kritika z današnjega zornega kota pa je, da so se razmere od časa analiz avtorjev nordijske šole na svetovnem trgu bistveno spremenile, kar je treba upoštevati pri interpretaciji sklepov te šole. Tako danes velja, da se v sodobnih razmerah začenjajo investicije v tujini precej prej kot v preteklosti. Podjetja so spoznala, da so izhodne NTI včasih celo edina pot, ne le če hočejo povečati svoje tržne deleže, pač pa tudi če hočejo zadržati tiste, ki so jih dosegle s pomočjo izvoza. Pogosto je to tudi edini način pridobivanja novih trgov. Kupci pač zahtevajo dnevno servisiranje in zadovoljevanje potreb in ne več le izdelke.

V globalizaciji, ko je tekma s stroški k dnu tako močna, je pomembna tudi *Ozawova »preobrazbena paradigma izhodnih NTI«* (1992), ki kaže, kdaj in kako začne podjetje investirati v tujini zaradi nižjih stroškov dela. V ospredju Ozawovega zanimanja je, v kolikšni meri so vhodne NTI instrument preobrazbe gospodarstva države prejemnice in kako so izhodne NTI lajšale preobrazbene napore držav investitoric. Njegova bistvena ugotovitev je, da lahko izhodne NTI pomagajo v preobrazbi nacionalnega gospodarstva države investitorice, če so sestavni del sistematične razvojne strategije navzven naravnega razvoja. S pomočjo izhodnih NTI država/podjetje ohranja prednosti tudi potem, ko zaradi dviga domačih plač in s tem erozije svojih primerjalnih prednosti ne bi bila več mednarodno konkurenčna. S prenašanjem (delov) dejavnosti, ki so postale nekonkurenčne, tja, kjer so plače še nizke, podjetje investitor pridobiva sredstva in čas za izvedbo potrebne preobrazbe v smeri osvajanja izdelkov višje stopnje predelave in tako tudi za preobrazbo nacionalnega gospodarstva države investitorice. Do NTI tako pride, ko začne podjetju groziti erozija konkurenčnosti, ko naraščajoči stroški dela začnejo ogroziti primerjalne prednosti. V tem trenutku podjetje v želji obdržati svoje konkurenčne prednosti začne uporabljati cenejše dejavnike v tujini s preseljevanjem tistih delov proizvodnje, pri katerem so stroški dela najpomembnejši dejavnik

konkurenčnosti. Ozawova teorija pomeni določeno ex ante prilagajanje. Izkoriščanje cenejših virov v tujini s pomočjo NTI omogoča podjetju ne le zadržati konkurenčnost dlje, kot bi jo sicer, pač pa tako pridobi tudi čas in sredstva za osvajanje zahtevnejših proizvodenj v verigi dodajanja vrednosti. Investiranje v tujini mu tako ne omogoči le zadrževanja konkurenčnosti dlje, kot pa bi bilo to mogoče brez takšnih investicij v tujini (le z izvažanjem izdelkov na primer), obdrži boljše plačana delovna mesta (ki prenesejo višje plače), toda zgubi slabše plačana delovna mesta, ki jih »izvozi« v tujino.

Pristop na *virih utemeljene teorije internacionalizacije (resource based)*, ki temelji na delu Edith Penrose (1959) in Connerja (1991) ter Wernerfelt (1984) in *evolucijske teorije internacionalizacije* (Nelson in Winter, 1982; Teece et al., 1997; Cantwell, 1989 in 1994; Lall, 1993; Kogut in Zander, 1993; Rumelt, 1984) sta blizu konceptu podjetniško specifičnih prednosti, saj trdita, da so prvi pogoj za investicije v tujini lastni viri in sposobnosti. Osnovna značilnost teh teorij je, da je potrebna akumulacija podjetniško-specifičnih prednosti na kumulativen način, vse, da bi se kreirali viri podjetja, ki mu omogočajo njihovo izkoriščanje končno tudi v tujini. Ključno pri evolucijski teoriji pa je, da vrsta znanja/tehnologije opredeljuje način njegovega izkoriščanja v tujini. Bolj ko je znanje prikrito, težje ko se ga je priučiti, verjetneje je, da ga bo lastnik v tujino prenašal s pomočjo ustanavljanja podružnic v popolni lasti, torej z internalizacijo (Kogut in Zander, 1993). Podobni so argumenti *teorije tehnološke akumulacije* (Cantwell, 1989), ki pravi, da je kreiranje tehnologije kumulativen proces serije tehnoloških sprememb, ki se dogajajo postopoma tudi z udeleževanjem novih rešitev in izboljšav, ki sledijo inovaciji, torej z učenjem ob uporabi. Tehnološke sposobnosti so tako odvisne ne le od podjetniško specifičnih znanj, pač pa tudi od aplikacije tega znanja, sposobnosti na danih trgih, kjer se takšna tehnologija začne uporabljati. To izhaja iz dvojnega karakterja tehnologije, tehnologije kot javnega znanja, ki ga je mogoče kodificirati in prodajati prek trga, ter skritega znanja, ki je vezano na organizacijo, ki je takšne tehnološke rešitve uvedla. Takšen prikrit del tehnološkega znanja je podjetniško specifičen in ga lahko uveljavlja le njen lastnik. To kot metodo mednarodne eksploatacije tehnologije v prvi plan postavlja izhodne NTI.

Aharoni in Hirsch (1993) trdita, da način osvajanja tujih trgov opredeljujejo tudi značilnosti izdelkov in storitev. Internacionalizacija dejavnosti podjetij na tujih trgih po njima izhaja iz dvojne narave proizvodov in storitev. Ločita med naslednjimi vrstami proizvodov in storitev: (i) univerzalni proizvodi (Up), katerih proizvodnja je standardizirana in jo lahko na temelju stroškovnih prednosti opravlja veliko število proizvajalcev v svetu, saj je tehnologija široko dostopna, (ii) univerzalne storitve (Us), kot so bančne, zavarovalniške in transportne, ki jih prav tako lahko ponudijo številna podjetja, (iii) specialni proizvodi (Sp), ki so rezultat posebnega, podjetniško specifičnega (monopolnega) znanja določenega podjetja (na primer: super računalniki, stroji z numeričnim krmiljenjem, skenerji v medicini) ter (iv) specialne storitve (Ss), ki jih lahko ponudi le podjetje lastnik določenih znanj in proizvodov (Sp); te storitve se nanašajo na: navodila, popravila Sp in podobno. Medtem ko lahko Up in Us nudi vsak, je trg za Sp in Ss rezerviran le za tiste, ki so jih ustvarili oziroma so sposobni ponuditi tem izdelkom spremljajoče storitve.

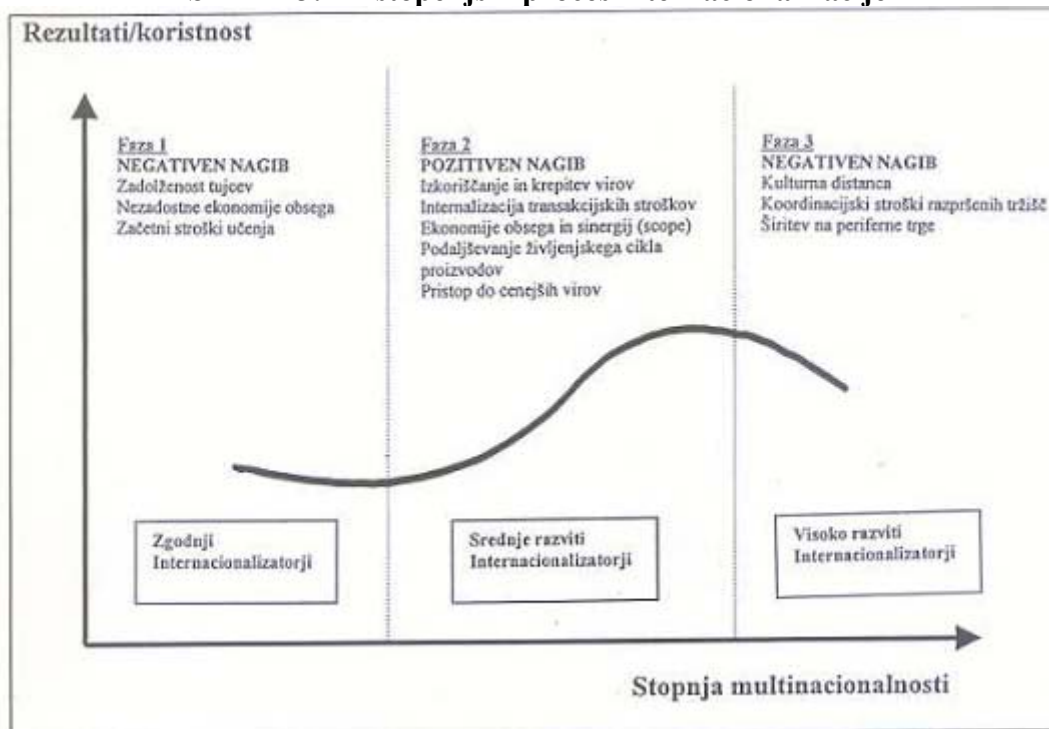
Razvojna implikacija tega pristopa je določeno sosledje internacionalizacije, ki poteka: (i) od začetne usmeritve na razvijanje Up in Us (ali s pomočjo uvoza opreme ali vhodnih NTI), (ii) zatem spodbujanja razvoja Sp in Us s pomočjo vhodnih NTI in končno (iii) v najvišji fazi spodbujanje razvoja s pomočjo vhodnih NTI v Sp in Ss. Enako sosledje velja tudi pri izhodnih NTI: (i) sprva se na temelju stroškovnih prednosti internacionalizirata Up in Us, (ii) zatem se na tem področju vlaga v tujini v trgovske podružnice in (iii) šele zatem v proizvodne. Na višji

stopnji razvoja se začnejo ustanavljati proizvodni obrati v tujini na področju Up in Ss in šele na zelo visoki ravni razvoja proizvajati v tujini tudi Sp in Ss. V regionalnem pogledu se takšna internacionalizacija prav tako pomika od bližnjih držav k vse bolj oddaljenim. Z vidika razvojne strategije je bistveno, da so temelj konkurenčnih prednosti pri Up in Us nizki stroški in da se te prednosti pomikajo vse bolj v smeri posebnih podjetniških prednosti pri proizvodnji Sp in Ss. Te proizvode in storitve lahko podjetje uspešno prodaja ali ponudi le, če je neposredno prisotno na tujem trgu. Takšno tendenco narekujejo potrošniki, ki ob vse zahtevnejših izdelkih zahtevajo tudi čim prijaznejše izdelke, ne le njihovo prodajo, pač pa reševanje celotnega problema. Na daljavo tega ni mogoče nuditi, pač pa le z neposredno prisotnostjo na trgu.

Internationalizacija dejavnosti podjetij očitno ni proces, do katerega bi prišlo čez noč, ali ki bi vedno in povsod imel enake značilnosti. Razlikuje se od podjetja do podjetja, od sektorja do sektorja, po oblikah pa tudi od države do države. Pomembna je velikost države, saj izkušnje kažejo, da podjetja iz majhnih držav hitreje internacionalizirajo svojo dejavnost. Morda še pomembneje je ugotoviti, da internacionalizacija ni enosmerna cesta, pač pa dvosmeren proces. Praviloma se začne z vhodno internacionalizacijo, nadaljuje z izhodno in končno kooperacijsko internacionalizacijo. M. Jaklič govori o *tristopenjskem modelu internacionalizacije*, ki jo sestavljajo tri stopnje: odvisna, neodvisna in soodvisna internacionalizacija. V prvi, odvisni fazi podjetje uvaža storitve, malo pozneje sklepa pogodbe na ključ, licenčne in franšizne aranžmaje, postaja podizvajalec in sklepa skupna vlaganja s tujimi partnerji. V neodvisni fazi internacionalizacije podjetje vse bolj samostojno pogloblja privrženost mednarodnim trgov in prehaja na višje oblike internacionalizacije. Najprej izvaža, zatem odpira lastna podjetja na tujem (predvsem za pospeševanje trženja) in končno postane nadrejeni partner v pogodbenih odnosih s tujimi partnerji tudi tako, da ustanavlja proizvodne obrate v tujini. Zadnji korak je soodvisna internacionalizacija, katere osnovna značilnost je, da so podjetja resnični oziroma enakovredni partnerji. To se nanaša tudi na raziskave in razvoj (R&R) ter trženje, ki se ne osredotoča v centrali dominantnega podjetja, temveč tam, kjer so za to najboljše možnosti. Vsi partnerji imajo možnost izvajanja določene strateške funkcije. Oblika takšnega sodelovanja so strateška partnerstva oziroma jo izvajajo podjetja z multinacionalno mentaliteto (Jaklič, 1999).

Ni pa nujno, da se internacionalizacija vedno le krepí. Praksa je pokazala, da se internacionalizacija lahko tudi zaustavi, lahko pride do deinternationalizacije, do ukinjanja podružnic v tujini. Takšne negativne izkušnje je predvidel že Luostarinen (1979: 118 in 201) z ugotovitvijo, »da lahko negativne izkušnje povzročijo umik podjetja s tujih trgov in tako deinternationalizacijo svojih dejavnosti, ki pa ji lahko sledi reinternationalizacija. Tega se morajo podjetja zavedati in skušati ugotoviti optimalno stopnjo internacionalizacije. To je mogoče tako, da se vseskozi spremljajo stroški in koristi od nje. V tem smislu Contractor et al. (2003) govorijo o *tristopenjskem modelu internacionalizacije* in ugotavljajo, da obstaja U oblika povezave med stopnjo internacionalizacije in njenimi rezultati. Internationalizacija podjetju najprej prinaša več stroškov kot koristi, pozneje se razmerje obrne in se na koncu spet vrne v začetno stanje.

SLIKA 3: Tristopenjski proces internacionalizacije



Vir: Contractor, 2003: 7.

Contractor et al. (2003: 8-9) pravijo, da začetna internacionalizacija povzroča visoke administrativne stroške in stroške učenja ob delu. Ko podjetje postaja mednarodno, mora preskočiti določen prag začetnih administrativnih in drugih stroškov. Potrebno je veliko znanja in vlaganja v znanje in pridobivanje informacij. Nad to ravniyo začne podjetje ustvarjati dohodke tudi od internacionalizirane dejavnosti. Toda ta faza je, kot kaže slika 3, lahko razmeroma kratka in plitva, krajša od druge faze, v kateri so rezultati internacionalizacije pozitivni. Stroški se porazdelijo na večji obseg transakcij, v večjem številu držav, alokacija virov je boljša, zato postajajo rezultati internacionalizacije pozitivni. V tretji fazi, ki se spet zdi krajša (krivulja je položnejša kot pri pozitivnih rezultatih druge faze), pride do tega, da so mejni stroški nadaljnje ekspanzije v periferne države (globalizacija na glavnih trgih je že mimo) višji od koristi takšne dodatne globalizacije. Prvi razlog je v tem, da se sedaj podjetje širi na manj donosne trge. Drugi razlog leži v tem, da stroški koordinacije in vladanja presegajo dodatne koristi. Povečajo se stroški medkulturnega komuniciranja in transakcijski stroški nasploh. Tako internacionalizacija v tej fazi povzroča negativne donose. Prevelika multinacionalnost zapleta upravljanje. Pričakovati je, da je ta tretja stopnja deinternationalizacije krajša kot druga. Zelo težko pa je ugotoviti, kdaj postane podjetje preveč internacionalizirano. Največkrat je to moč ugotoviti šele ex post. Nekatera podjetja pa se za takšno pospešeno in razvejano internacionalizacijo odločajo zaradi dolgoročnih strateških razlogov, kot je maksimirati tržne deleže ali pa pridobiti dostop do znanj, ki so na voljo v tujini. Zdi se torej, da imamo neko optimalno raven internacionalizacije.

Mreženje z drugimi podjetji je še en način internacionalizacije, ki ga obravnava tako imenovani mrežni pristop k internacionalizaciji (Mattson, 1985; Johansson in Mattson, 1986, 1993; Vissak, 2000). Medtem ko se teorije NTI osredotočajo le na investicijsko obliko prodora na tuje trge, mrežni pristop upošteva niz različnih oblik povezav med povezanimi strankami, med porabniki in odjemalci. Mreže so fleksibilnejše glede na način vstopanja na tuje trge in tudi glede odnosov med partnerji v mreži. Teorije mreženja obravnavajo različne

soodvisne povezave med podjetji, med dobavitelji in odjemalci, kot postopen proces poglobljanja mednarodnega delovanja, temelječega na izkušnjah in pridobljenih virih podjetij. Mreža razvije določeno delitev dela in je instrument dostopa do znanja drugih in ustvarjanja sinergij na cenejši način kot pa le s kapitalskimi povezavami. Najpogosteje se vzpostavljajo prek trga. Zato so dražje od internalizacije za transakcijske stroške in tudi manj stabilne, ker so podjetja vedno svobodna pri izbiri partnerjev.

Johanson in Mattson (1988) navajata tri načine mrežne internacionalizacije: (i) s pomočjo širjenja, vzpostavljanja povezav s partnerji/mrežami na novih trgih, (ii) s pomočjo prodora, s poglobljanjem in krepitvijo povezav obstoječih mrež v tujini ter (iii) s koordinacijo in izboljšavami odnosov med partnerji različnih mrež na raznih trgih (glej Kuada in Sorensen, 2000: 24). Ob tem imamo po Jakliču (1994: 155) dve temeljni obliki mrež: (i) kraljevine, v katerih veliko podjetje vertikalno povezuje številna manjša podjetja v verigo dobaviteljev pod strateškim vodstvom tega velikega domačega ali tujega velikega podjetja, ali pa (ii) republike, ki združujejo med seboj visoko specializirana podjetja v horizontalno mrežo, v kateri ne prevladuje nobeno podjetje.

Omeniti je treba tudi različne *organizacijsko menedžerske teorije internacionalizacije* (Prahalad in Doz, 1987; Barlett in Ghosal, 1989), saj se je izkazalo, da je uspešnost internacionalizacije v veliki meri odvisna prav od sposobnega menedžmenta, dovolj smelega, da se poda v tako tvegano delovanje na zgodnji stopnji razvoja podjetja in na tveganih trgih držav, ki so na podobni stopnji razvoja.

Gornji pregled podaja nekaj pogloblitnih splošnih zakonitosti internacionalizacije dejavnosti podjetij. Ta pa se na praktični, operativni ravni kaže na različne načine in v različnih oblikah. Preden se je podjetje loti, mora odgovoriti na niz zelo praktičnih vprašanj. Med njimi so vsaj naslednja: (1) zakaj sploh investirati v tujini, (2) kdaj se odločiti za takšno internacionalizacijo, (3) katero dejavnost internacionalizirati, (4) kam investirati – geografska odločitev glede na potrošniški segment, (5) kako se internacionalizirati: odločitev o obliki (izvoz, skupne naložbe, prevzem domačega podjetja ali nova naložba), tempu internacionalizacije oziroma ali poslati svoje menedžerje ali najti lokalne.

V raziskavi bomo izhajali iz najbolj holističnega in generičnega teoretičnega pristopa na področju internacionalizacije, to je iz eklektične paradigme, ki opredeljuje NTI s tremi skupinami determinant: (i) s podjetniško specifičnimi prednostmi investitorjev, potrebnimi za konkurenčne prednosti pri investicijah v tujini; (ii) z internalizacijskimi prednostmi, ki nam utemeljijo način vstopa na tuje trge; in (iii) z lokacijsko specifičnimi dejavniki, ki povedo, zakaj bo podjetje raje investiralo v tujini kot doma, in katere države imajo prednosti kot lokacija za NTI (oziroma za vzpostavitev dejavnosti). V tem okviru nas:

1. Pri vhodnih NTI v Slovenijo zanimajo lokacijsko specifični dejavniki NTI. Lokacijsko specifične dejavnike lahko razdelimo na strukturne / tržne dejavnike, ki dejansko predstavljajo osnovni vzrok / motiv tujega investitorja za investiranje v posamezni državi (trg konkretne države, razpoložljivost in cena proizvodnih dejavnikov, možnost učinkovitejše proizvodnje itd.) in na dejavnike investicijske klime, kamor spada regulatorni in ekonomsko-politični okvir in podpora podjetništvu. Investicijska klima predstavlja bolj ali manj ugoden okvir za realizacijo osnovnih motivov.
2. Pri izhodnih NTI pa nas zanimajo predvsem podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev in internalizacijske prednosti investiranja v tujini, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za neposredno prisotnost v tujini. Možne ukrepe

ekonomske politike za spodbujanje investiranja v tujino bomo iskali predvsem v ustvarjanju pogojev za uresničevanje obstoječih lastniških prednosti slovenskih podjetij ter v ustvarjanju ugodnega domačega okolja za investiranje v tujini.

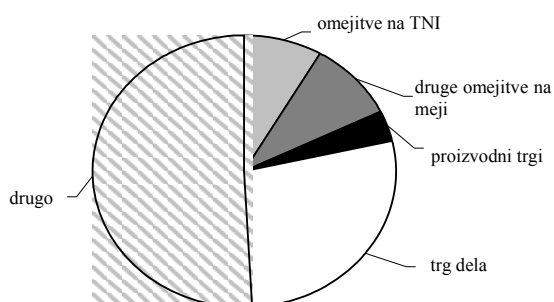
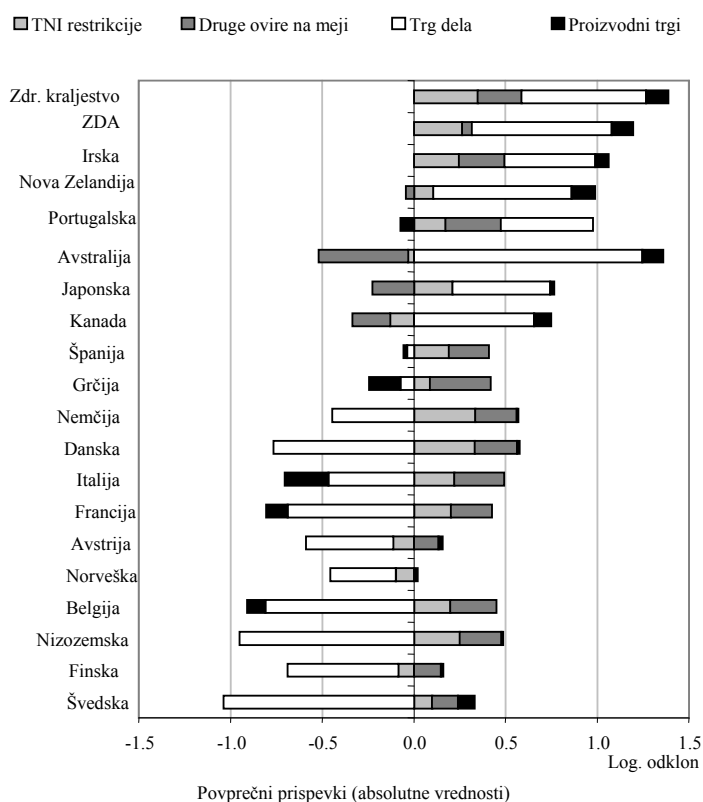
3. Lokacijsko specifični dejavniki privlačnosti države kot lokacije za NTI

Lokacijsko specifične dejavnike vhodnih NTI lahko razdelimo na strukturne / tržne dejavnike, ki dejansko predstavljajo osnovni vzrok / motiv tujega investitorja za investiranje v posamezni državi (trg konkretne države, razpoložljivost in cena proizvodnih dejavnikov, možnost učinkovitejše proizvodnje itd.) in na dejavnike investicijske klime, kamor spada regulatorni in ekonomsko-politični okvir in podpora podjetništvu. Investicijska klima predstavlja bolj ali manj ugoden okvir za realizacijo osnovnih motivov. Najrazličnejše analize motivacije tujih investitorjev in lokacijsko specifičnih dejavnikov NTI nedvoumno kažejo:

- a/ Da so primarnega pomena za privlačnost neke države kot lokacije za NTI osnovni ekonomski dejavniki, kamor sodijo velikost trga, rast prebivalstva, rast in velikost BDP, dostop do / bližina izvoznih trgov, razpoložljivost / stroški / kvaliteta proizvodnih dejavnikov.
- b/ Šele potem sledijo t. i. regulatorno-politični dejavniki in poslovno okolje v najširšem smislu, kamor sodijo politična stabilnost, makroekonomska stabilnost, regulatorni okvir nasploh, davčne stopnje in struktura, regulativa in politika trga dela in proizvodnih trgov itd.
- c/ Potem pa je tu še specifična politika do NTI, ki zajema zakonodajni okvir za NTI, trženje države kot lokacije za NTI in investicijske spodbude in ki predstavlja le en element investicijske klime. Pri tem velja, da je formalna dikcija zakonov in postopkov lahko pri njihovem izvajanju bolj ali manj liberalno interpretirana, kar se najbolj očitno kaže pri obravnavanju tujih investitorjev v različnih administrativnih postopkih. Ni torej pomemben le formalni zakonski okvir, temveč vsaj enako tudi njegovo praktično izvajanje (gl. npr. Dunning, 1993; UNCTAD, 1998; Business International, Creditanstalt, 1992; A.T. Kearney, 1998; Meyer, 1998; Rojec, Redek in Kostevc, 2007 itd.).

Čeprav so dejavniki investicijske klime v nekem smislu sekundarni – če ni primarnega tržnega ali stroškovnega motiva, ne pridejo do izraza –, pa seveda vplivajo na to, ali se bo tuji investitor odločil za realizacijo svojega primarnega motiva ali ne. Skratka, neustrezen regulatorno-politični okvir in poslovno okolje lahko odvrnejo tujega investitorja, ki bi se sicer zaradi tržnih ali stroškovnih motivov odločil za investicijo. Poglejmo natančneje, kolikšen je pomen posameznih ekonomskih politik za privlačnost države kot investicijske lokacije.

SLIKA 4: Politike in vhodne NTI pozicije – prispevki k razlagi odstopanj od povprečja OECD v obdobju 1980–2000



Opombe: 'Druge ovire na meji' predstavljajo prispevek carinskih in necarinskih ovir v okviru članstva v področju svobodne trgovine; 'trg dela' predstavlja prispevek relativnega kazalnika davčnega primeža za dohodke od dela in zakonodaje s področja varnosti zaposlitve; 'proizvodni trgi' predstavljajo prispevek relativne ravni ovir za vstop; 'drugo' predstavlja prispevek strukturnih in slamnatih spremenljivk; povprečje držav vključenih v raziskavo.

Vir: OECD (2003).

Slika 4 kaže, da lahko skoraj polovico razlik med OECD državami glede stanj vhodnih NTI razložimo z ekonomsko-političnimi dejavniki, pri čemer so daleč najpomembnejše politike

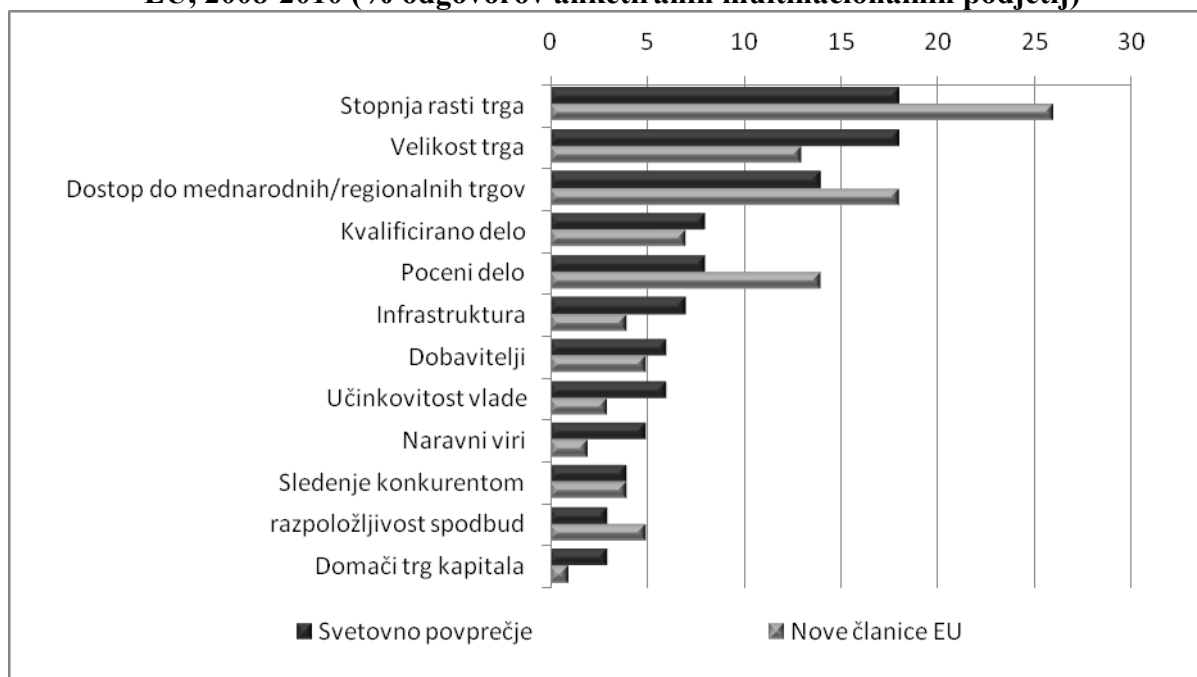
trga dela (tj. obremenitev plač z davki in prispevki, regulativa o zaščiti zaposlenosti, mehanizmi kolektivnih pogajanj). Z njimi lahko razložimo več kot 25% razlik med državami OECD v stanju vhodnih NTI. Politiki trga dela po pomenu sledijo ovire na meji (carinske in necarinske ovire), specifične omejitve za NTI in politike povezane s trgov in konkurenco. Merjeno z odstopanji stanja vhodnih NTI od povprečja OECD, za večino EU držav velja, da imajo najbolj negativen vpliv na stanje vhodnih NTI politike trga dela. Politike povezane s proizvodnimi trgi, oziroma reguliranje teh, ki omejuje konkurenco, je precej manj problematično, medtem ko je učinek ovir na meji in specifičnih omejitev za NTI v primeru večine držav EU pozitiven. OECD ocenjuje, da bi z izboljšanjem ekonomsko-političnega okvira lahko prišlo do precejšnjega povečanja prilivov NTI. Tako naj bi se stanje vhodnih NTI v državah OECD povečalo za 20%, če bi se specifične restrikcije za NTI zmanjšale na nivo Združenega kraljestva, kjer so te restrikcije najnižje. Znižanje regulacije produktivnih trgov oziroma uspešnejša politika konkurence bi lahko dvignila stanje vhodnih NTI za nadaljnjih 10%. Ocene za vpliv liberalizacije trgov dela ni, vendar je glede na njihov pomen očitno, da bi prav to imelo daleč največji učinek na povečanje prilivov NTI v države OECD, še posebej v EU (OECD, 2003).

Tudi različne mednarodne institucije, ki analizirajo privlačnost držav za vhodne NTI, bolj ali manj izhajajo iz gornje opredelitve determinant prilivov NTI.⁶ Najbolj zanimive rezultate seveda podajajo ankete med investitorji, saj dajejo podatke o dejanskih preferencah investitorjev. *World Investment Prospect Survey (WIPS) 2008-2010* (UNCTAD, 2008b), ki izhaja iz anketiranja največjih MNP, tako ugotavlja:

- Da je dostop do trga daleč najpomembnejša lokacijska determinanta (50% odgovorov, glej Sliko 5). "Velikost trga" (18%) favorizira velike države, medtem ko "stopnja rasti trga" (18%) daje prednost dinamično rastočim gospodarstvom. Kriterij "dostop do mednarodnih in regionalnih trgov" (14%) je v prid manjšim in srednje velikim državam, ki ponujajo dostop do velikega regionalnega trga. Slika 5 jasno kaže, da sta v novih članicah EU nadpovprečno pomembna hitra rast trga (26%) in dostop do EU trga (18%).
- Razpoložljivost in stroški dela so tudi pogosto omenjeni s strani anketiranih MNP (16%). Tu gre za dva aspekta. Prvi je dostop do kvalificiranega dela (8%), drugi pa poceni delovna sila (8%). Nove članice EU so nadpovprečno zanimive zaradi poceni dela (14%), vendar tudi glede pomena dostopa do kvalificiranega dela ne zaostajajo veliko za svetovnim povprečjem (7%).
- Tehnična kvaliteta poslovnega okolja se nanaša na kvaliteto infrastrukture (7% za svetovno povprečje in 4% za nove članice EU), razpoložljivost dobaviteljev (6% nasproti 5%) in dostop do domačih trgov kapitala (3% nasproti 1%). Vsi ti kriteriji favorizirajo NTI v bolj razvite države.
- Kar se tiče pravnega in administrativnega okolja, je očitno dobro znano dejstvo, da spodbude igrajo bolj ali manj marginalno vlogo (3% v svetovnem povprečju in 5% v novih članicah EU). Na splošno se zdijo tuji investitorji bolj občutljivi na učinkovitost vlade (6% v svetovnem povprečju), kjer pa so nove članice EU manj privlačne (3%).
- Dostop do naravnih virov in sledenje konkurentom se zdita manj pomembni determinanti NTI.

⁶ Najpogosteje uporabljeni so UNCTAD-ov Indeks potenciala za vhodne TNI (Inward FDI Potential Index; UNCTAD, 2004), UNCTAD-ov Investicijski kompas (Investment Compass, <http://compass.unctad.org>), World Investment Prospect Survey (WIPS) 2008-2010 (UNCTAD, 2008b), FDI Confidence Index A.T. Kearneya (2004: 4), Forbesov Capital Hospitality Index (<http://www.forbes.com/lists/>).

SLIKA 5: Lokacijski kriteriji za NTI po pomenu, svetovno povprečje in nove članice EU, 2008-2010 (% odgovorov anketiranih multinacionalnih podjetij)



Vir: UNCTAD, 2008, str. 38.

Kaj lahko v kontekstu gornje tipologije determinant privlačnosti držav kot lokacij za NTI rečemo o Sloveniji? Dejstvo je, da je obseg NTI v Sloveniji relativno glede na druge države EU precej nizek. Koliko je takšna situacija objektivno pogojena, to je s pomanjkanjem neke bazične privlačnosti Slovenije za tuje investitorje, ki jo opredeljujejo različni strukturni dejavniki, kot so velikost trga konkretne države, razpoložljivost in cena proizvodnih dejavnikov, možnost učinkovitejše proizvodnje itd., koliko pa je pogojena z dejavniki investicijske klime, kamor spada regulatorni in ekonomsko-politični okvir in podpora podjetništvu? Sodeč po UNCTAD-ovem indeksu potenciala za privabljanje NTI,⁷ Slovenija nima težav s pomanjkanjem bazične privlačnosti za NTI, saj se med 141 državami stalno uvršča blizu 30. mesta po privlačnosti za NTI. Podatki kažejo, da imamo več problemov z investicijsko klimo, saj se po indeksu uspešnosti privabljanja NTI⁸ uvrščamo bistveno nižje, v zadnjih letih na 76. do 141. oziroma zadnje mesto med 141 državami (Glej Tabela 1). Kot kaže Tabela 1 dejanska uspešnost Slovenije v privabljanju NTI, ki je odvisna tako od strukturnih dejavnikov kot od investicijske klime, vseskozi bistveno zaostaja za njenimi potenciali na tem področju, ki jih opredeljujejo strukturni dejavniki slovenskega gospodarstva. Naš problem je torej predvsem investicijska klima v najširšem smislu besede.

⁷ Indeks potenciala za privabljanje NTI je sestavljen iz 12 strukturnih spremenljivk: realna rast BDP, BDP na prebivalca, delež izvoza v BDP, število telefonskih linij na 1.000 prebivalcev, število mobilnih telefonov na 1.000 prebivalcev, poraba energije na prebivalca, delež izdatkov za raziskovanje in razvoj v BDP, delež študentov v terciarnem izobraževanju v celotnem prebivalstvu, kompozitni deželni riziko, delež v svetovnem izvozu naravnih virov, delež v svetovnem uvozu delov za elektroniko in avtomobilov, delež v svetovnem izvozu storitev, delež v svetovnem stanju vhodnih NTI (UNCTAD, 2004: 285-288).

⁸ Indeks uspešnosti privabljanja NTI se izračuna kot razmerje med deležem države v svetovnih prilivih NTI in med deležem države v svetovnem BDP (UNCTAD, 2004: 12).

TABELA 1: Rang Slovenije med 141 državami po indeksu uspešnosti in indeksu potenciala za pritegovanje NTI v razdobju 1995-2010

Leto	Indeks uspešnosti privabljanja NTI	Indeksa potenciala za privabljanje NTI	Zaostajanje ranga uspešnosti za rangom potenciala
1995	88	43	-45
2000	116	27	-89
2001	110	27	-83
2002	58	27	-31
2003	49	28	-21
2004	58	31	-27
2005	106	30	-76
2006	116	32	-84
2007	92	33	-59
2008	76	33	-43
2009	141	33	-106
2010	88	n.p.	n.p.

Vir: UNCTAD, 2004, 2006 in 2008, 2010;

<http://archive.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=5823&lang=1>.

Opomba: n.p.: ni podatka.

TABELA 2: Rang Slovenije in povprečen rang EU držav* med 183 državami vključenimi v Indeks enostavnosti poslovanja Svetovne banke 2012**

	Slovenija	Povprečje OECD	Povprečje EU	Razmerje med rangom Slovenije in OECD	Razmerje med rangom Slovenije in EU
Enostavnost poslovanja skupaj	23	16	24	144%	96%
Začetek/vzpostavitev poslovanja	10	16	26	63%	38%
Gradbena dovoljenja	25	16	33	156%	77%
Priključitev na elektriko	12	16	36	75%	33%
Registracija lastništva	23	16	26	144%	89%
Najemanje kreditov	28	14	19	201%	146%
Zaščita investitorjev	9	15	24	59%	38%
Plačilo davkov	24	16	29	150%	82%
Prekomejno trgovanje	24	16	22	150%	109%
Uveljavljanje pogodb	23	16	25	144%	92%
Reševanje nesolventnosti	23	16	26	144%	90%

Vir: World Bank Doing Business 2012 Ranking; www.doingbusiness.org.

Opombi: * Povprečen rang za EU države; Malta ni upoštevana, ker jo World Bank Doing Business baza ne pokriva; ** Podatki se nanašajo na junij 2011.

Kateri so torej tisti elementi investicijske klime, v katerih Slovenija odreže slabše kot konkurenčne lokacije za NTI, to pa so predvsem druge države članice EU? Vsaj delno nam odgovor na vprašanje daje relativna uvrstitev Slovenije med državami EU po glavnih elementih investicijske klime, kot jih prikazuje World Bank Doing Business Rankings. Tabela 2 kaže, da se Slovenija glede na povprečje EU v elementih poslovne klime najslabše uvršča glede najemanja kreditov, prekomejnega trgovanja, uveljavljanja pogodb, reševanja nesolventnosti in registracije lastništva. V primerjavi s članicami kluba razvitih držav OECD se Slovenija uvršča precej slabše, pri čemer je izrazit zaostanek opaziti na istih institucionalnih področjih, poleg tega pa še pri gradbenih dovoljenjih in plačilu davkov. To so najbrž tista področja, na katerih bi ekonomska politika v prihodnjih letih lahko naredila največ za izboljšanje investicijske klime v Sloveniji.

Izhajajoč iz gornje analize smo strukturirano anketo med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji analizirali njihovo percepcijo slovenskega poslovnega okolje. V anketi smo

poskušali odgovoriti predvsem na naslednja vprašanja: (i) kakšna je glavna motivacija tujih investitorjev za investiranje v Sloveniji, (ii) katere so glavne ovire za tuje investiranje v Sloveniji, (iii) kakšna je vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, (iv) kako pomembni in kateri so problemi razpoložljivosti delovne sile/kadrov v Sloveniji, (v) kakšni so načrti podjetij s tujim kapitalom za prihodnje, (vi) kako pomembna je vloga države pri spodbujanju tujih investicij v Sloveniji. Pri tem nas je posebej zanimal pomen različnih oblik spodbud za tuje investitorje ter pomen programov in storitev Javne agencije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI). Zanimalo nas tudi, katere ukrepe bi si od JAPTI-ja želeli v prihodnje, (vii) katere so glavne determinante rasti/uspešnosti podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji s posebnim poudarkom na pomenu ukrepov ekonomske politike.

V skladu s tem so osnovni vsebinski bloki vprašalnika naslednji:

1. Osnovni podatki o podjetju: tuji delež v kapitalu, država tujega investitorja, način vstopa tujega investitorja, glavni proizvodi podjetja s tujim kapitalom in njegova struktura prodaje itd.
2. Motivacija tujega investitorja: dolgoročno sodelovanje, slovenski trg, trgi jugovzhodne Evrope, EU trg, stroškovni motivi, strateški motivi, investicijske spodbude.
3. Ovire za tujega investitorja: majhen trg, visoki stroški dela, visoki ostali stroški, neprijazna investicijska in poslovna klima, administrativne ovire itd.
4. Vpetost podjetja s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo: (a) struktura nabave inputov; delež slovenskih dobaviteljev, (b) dejavniki pri izbiri dobaviteljev, (c) pomen podjetja s tujim kapitalom za njegovo matično podjetje, (d) pomen različnih subjektov v Sloveniji za delovanje podjetja.
5. Razpoložljivost delovne sile / kadrov v Sloveniji: (a) težave z iskanjem ustrezno usposobljene delovne sile, (b) najbolj deficitarne stopnje kvalifikacije in stroke; (c) katera znanja in veščine manjkajo slovenski delovni sili.
6. Načrti za prihodnost: (a) ali tuji investitor načrtuje širitev ali zmanjšanje dejavnosti v Sloveniji, (b) kakšen je konkurenčen položaj Slovenije kot lokacije za tuje investicije v primerjavi s sosednjimi državami.
7. Vloga države pri spodbujanju NTI v Slovenijo: (a) kako pomembne so različne oblike spodbud za tuje investitorje v Sloveniji, (b) (a) kako pomembne so različne oblike programov in storitev JAPTI-ja za tuje investitorje v Sloveniji

4. Podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev in internalizacijske prednosti investiranja v tujini

Aktualne analize procesov internacionalizacije slovenskih podjetij (glej na primer Jaklič in Svetličič, 2005) kažejo, da so potenciali slovenskega gospodarstva v tem pogledu precej neizkoriščeni, čeprav zadnji razpoložljivi podatki AJPEŠ-a kažejo, da v celotni populaciji podjetij narašča število izvoznikov, kot tudi podjetij, ki kombinirajo različne načine vstopa na tuje trge (vključno z izhodnimi NTI). Narašča tudi povprečni delež izvoza. Dinamika izhodne internacionalizacije je največja znotraj mikro, majhnih in srednje velikih podjetij. Vse velikostne skupine podjetij pa se po izsledkih dosedanjih raziskav v tem procesu soočajo z velikimi ovirami.

Po anketi med slovenskimi neposrednimi investitorji v tujini iz leta 2002 (Jaklič in Svetličič, 2003), kot tudi na osnovi niza kasnejših študij primerov sklepamo, da so za sposobnost internacionalizacije najpomembnejše determinante usposobjenost zaposlenih (ne le z strokovnim znanjem, temveč tudi s tujimi jeziki in veščinami komuniciranja v večkulturnem

okolju), inovacijska sposobnost, izvozna usmerjenost in predhodne izkušnje s poslovanjem na tujih trgih (Jaklič, 2007). Omenjene determinante v zadnjem desetletju postajajo tudi vse pomembnejše, medtem ko velikost, kapitalska intenzivnost ali panožne specifičnosti (internacionaliziranost panoge), ki so imele večjo vlogo v preteklosti, ob trendu drobljenja proizvodnih verig in rastoče internacionalizacije malih in srednje velikih podjetij postajajo manj pomembne. V obdobju gospodarske krize se kot pomembnejši dejavnik hitrosti in obsega izhodne internacionalizacije pojavlja tudi dostop do finančnih virov. Dostop do financiranja je lahko še posebej pomemben zaviralni dejavnik v pogojih, ko je internacionalizacija predelovane dejavnosti večja kakor internacionalizacija storitvenih dejavnosti (bančne, zavarovalne, logistične in druge poslovne storitve, ki so v današnjih pogojih menjave ključne za ohranjanje položaja na mednarodnih trgih tudi za podjetja predelovalne industrije). Tak vzorec je značilen za Slovenijo (Jaklič in Svetličič, 2003) in tudi za številne druge nove članice EU (Svetličič in Rojec, 2003).

Dosedanje analize kažejo, da je generiranje podjetniško specifičnih prednosti nabolj intenzivno znotraj podjetij, vendar zunanje okolje pomembno vpliva na raven prednosti podjetij. Tudi pri slovenskih neposrednih investitorjih v tujini je večina potrebnih veščin in znanja pridobljenih znotraj podjetij, vendar pa so po ocenah podjetij interni sistemi vzgajanja kadrov za internacionalizacijo nezadostni. Ker rast povpraševanja po kadrih, ki so usposobljeni za delo v mednarodnem poslovanju, presega razpoložljivo ponudbo, mora potrebo po hitrejšem in bolj kakovostem izobraževanju dopolniti tudi javni izobraževalni sistem. Potrebe po izboljšanju podpornega okolja in učinkovitosti spodbud se kažejo tudi izven izobraževanja, še posebej zato, ker kakovost institucionalne podpore izhodni internacionalizaciji (v številu storitev in kakovosti storitev, ki jih nudijo javne agencije) narašča v številnih državah, posebej pa v tako imenovanih hitro rastočih gospodarstvih. Uspeh izhodne internacionalizacije podjetij je pogojen tudi s kakovostjo poslovnega okolja in javnih podpornih programov, učinkovitost pa predvsem od medsebojne povezanosti programov in njihove hitre odzivnosti.

Izhajajoč iz gornjih ugotovitev in iz analize v poglavju 2 smo s strukturirano anketo med slovenskimi neposrednimi investitorji v tujini analizirali podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev in internacionalizacijske prednosti investiranja v tujini kot determinant izhodnih NTI, ki opredeljujejo potencial in motivacijo slovenskih investitorjev za nastop v tujini ter učinke in posledice izhodnih NTI. Uporabili smo naslednjo vsebino vprašalnika za slovenska podjetja, ki investirajo v tujini:

1. Značilnosti investicij v tujini: (a) vrsta podjetja v tujini glede na delež lastniškega kapitala slovenskega investitorja, (b) način ustanovitve podjetja; ustanovitev novega podjetja ali prevzem obstoječega, (c) pristotnost podjetja na konkretnem trgu pred investicijo, (d) oblike mednarodnega poslovanja, ki jih podjetje investitor uporablja v svojem delovanju, (e) geografska razpršenost naložb oziroma države, v kateri imate investitor podjetja, (f) glavni podatki o podjetju v tujini, (h) katere poslovne funkcije opravljajo podjetja v tujini, (i) katere od poslovnih funkcij je investitor zaradi selitve aktivnosti v tujino doma opustil, (j) na čem temeljijo konkurenčne prednosti investitorjev.
2. Motivi za investiranje v tujini: Pomen različnih motivov za investiranje v tujini: motivi širitve in/ali ohranjanja trga, stroškovni motivi, strateški motivi.
3. Dejavniki izbire države/lokacije za investicijo: pomen različnih dejavnikov za izbiro konkretne investicijske lokacije: trg, bližina, poslovno okolje, spodbude idr.
4. Ovire pri investiranju v tujini: pomen različnih ovir pri investiranju v tujini: (a) doma v Sloveniji (pomanjkanje kadrov, znanj, informacij, finančnih virov, neustrezen

- institucionalni okvir itd.) in (b) v državi prejemnici (nestabilnost, visoki stroški, poslovna klima, investicijski okvir itd.).
5. Učinki investiranja v tujini: (a) uspešnost podjetij, vzpostavljenih v tujini, (b) učinki vzpostavitve podjetja v tujini na matično podjetje, (c) učinki vzpostavitve podjetja v tujini na položaj do partnerjev, kupcev in konkurentov.
 6. Struktura prodaje in medsebojne menjave: (a) struktura izvoza in uvoza matičnega podjetja po skupinah držav, (b) pomen menjave s podjetji v tujini za celotno zunanjo trgovino matičnega podjetja, (c) struktura menjave matičnega podjetja s podjetji, ki jih ima v tujini, po skupinah proizvodov, (d) struktura prodaje podjetij v tujini po kategorijah kupcev.
 7. Načrti za prihodnost: (a) bodoči načrti podjetja glede neposrednega investiranja v tujino, (b) pričakovanja glede bodočega poslovanja obstoječih podjetij v tujini.
 8. Vloga države pri spodbujanju investiranja v tujini: (a) domače spodbude, ki bi bile najpomembnejše za pospešitev investiranja v tujini, (b) storitve slovenskih institucij, ki bi bile najpomembnejše za pospešitev investiranja v tujini.

Uporabljena literatura

- Aharoni, Y. in S. Hirsch. 1993. Developing the Competitive Potential of Technology-Intensive Industries – A Theoretical Framework and Policy Implications. *Development and International Cooperation*, 9.
- Antras, P. 2003. Firms, contracts, and trade structure. *Quarterly Journal of Economics*, November, 2003. str. 1375–1418.
- A. T. Kearney. 1998. *FDI Confidence Index: Global Business Policy Council* 1 (2). Alexandria: A. T. Kearney Inc.
- AT Kearney. 2004. *FDI Confidence Index*. Global Business Policy Council. Alexandria, USA.
- Barlett, C.A. in S. Ghosal. 1989. *Managing across borders: The transnational solution*. Boston, MA.: Harvard Business School Press.
- Bonturi, M. in K. Fukasaku. 1993. Globalisation and intra-firm trade: An empirical Note. *OECD Economic studies*, No.20. Paris.
- Business International & Creditanstalt. 1992. *1992 East European Investment Survey*. Dunaj: Business International.
- Cantwell, J. 1989. *Technological innovation and multinational corporations*. London: Basil Blackwell Ltd.
- Cantwell, J. 1994. Transnational Corporations and Innovatory Activities. United Nations Library on Transnational Corporations, 17, UNCTAD Program on Transnational Corporations. London, New York: Routledge.
- Castelani, D. in A. Zanfei. 2005. Multinational Firms and Productivity spillovers: the role of firms heterogeneity, *Paper presented at EIBA 2005*.
- Conner, K. R. 1991. A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within industrial organization economics: Do we have a new theory of the firm? *Journal of Management*, 17 (1): 121–154.
- Contractor, F. J., K.S. Kundu in C.C. Hsu. 2003. A three-stage theory of international expansion: The link between multinationality and performance in the service sector. *Journal of International Business Studies*, let. 34, št. 1, januar, str. 5–18.
- Dunning, J. H. 1981. Explaining the international direct investment position of countries towards a dynamic or developmental approach. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 119.
- Dunning, J. H. 1988. *Explaining International Production*. London: Unwin Hyman.
- Dunning, J. H. 1993. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Wokingham: Addison-Wesley.
- Dunning, J. H. 1996. The Nature of Transnational Corporations and their Activities. V: *UNCTAD, Transnational Corporations and World Development*. International Thompson Business Press.
- Dunning, J. H., in R. Narula. 1996. *Foreign direct investment and governments, catalysts for economic restructuring*. London, New York: Routledge.
- Eriksson, K., J. Johanson, A. Majkgård in D.D. Sharma. 1997. Experimental Knowledge and Cost in the Internationalization Process. *Journal of International Business Studies*, 28, str. 337–360.
- Forbes. Capital Hospitality Index. <http://www.forbes.com/lists/>
- Forsgren, M. 2002. The Concept of Learning in the Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review. *International Business Review*, 11, str. 257–278.

- Grunfeld, L. in F. Sanna-Randaccio. 2005. Who buys whom in international oligopolies with FDI and technology transfer. *Paper presented at EIBA 2005*.
- Hedlund, G. and A. Kverneland. 1983. Are Entry Strategies for Foreign Markets Changing? The Case of Swedish Investments in Japan. V: Buckley, P. in Ghauri, P. (ur.), *The Internationalization of the Firm: A Reader*. London: The Dryden Press.
- Helpman E., M. J. Melitz in S. R. Yeaple. 2004. Export versus FDI with Heterogeneous Firms. *American Economic Review*, 94 (1): 300–316.
- Hymer, S. H. 1976. *The International Operations of National Firms: A Study of Foreign Direct Investment*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Iwaki, H. 1995. Market Integration Through Multinational Companies and its Implications: An Analysis of Japanese Multinationals. *Tokyo Club Papers*, št. 8.
- Jaklič, A. 2004. *The Impact of Firms' Factor Endowments on the Creation of Multinational Enterprises*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Jaklič, A. in M. Svetličič. 2003. *Enhanced Transition Through Outward Internationalization*. Aldershot: Ashgate.
- Jaklič, A. in M. Svetličič. 2005. *Izhodna internacionalizacija in slovenske multinacionalke*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Jaklič, M. 1994. *Strateško usmerjanje gospodarstva*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Jaklič, M. 1999. *Poslovno okolje podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Johanson, J. in L.G. Mattsson. 1986. International marketing and internationalization Processes – a network approach. V: Paliwoda, S. in Turnbull, P. N. (ur.), *Research in International Marketing*. London: Croom Helm.
- Johanson, J. in L.G. Mattsson. 1988. Internationalization in industrial systems – a network approach. V: Hood, N. (ur.), *Strategies for Global Competition*. London: Croom Helm.
- Johanson J. in J.-E. Vahlne. 1977. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8 (1): 23–32.
- Johanson, J., F. Wiedesheim-Pau. 1975. The internationalisation of the firm – Four Swedish cases. *Journal of International Business Studies*, oktober, str. 305–322.
- Kogut, B. in U. Zander. 1993. Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation. *Journal of International Business Studies*, str. 625–646.
- Kuada, J. in O.J. Sorensen. 2000. *Internationalization of Companies from Developing Countries*. New York, London, Oxford: International Business Press and Haworth Press Inc.
- Lall, S. 1993. *Transnational corporations and economic development*. UN Library on Transnational Corporations. London: Routledge.
- Luostarinen, R. 1970. *Foreign Operations of the Firm*. Helsinki, Finland.
- Luostarinen, R. 1979. Internationalization of the firm. *Acta Academiae Oeconomicae*, series A: 30, Helsingiensis, Helsinki.
- Luostarinen, R. 1989. The Internationalisation of the firm (third edition). *Acta Academiae Oeconomicae Helsingiensis*, Helsinki School of Economics, Helsinki.
- Luostarinen, R. 1994. *Internationalisation of Finnish Firms and their Response to Global Challenges*. UNU World Institute for Development Economic Research (UNU/WIDER).
- Macharzina, K. in J. Engelhard. 1991. Paradigm Shift in International Business Research: From Partist to Eclectic Approaches to the GAINS Paradigm. *Management International Review*, Special Issue, 31, str. 23–43.
- Madsen, T. K. in P. Servais. 1999). The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process? *International Business Review*, 6 (6): 561–583.
- Markusen J. R. in A.J. Venables. 1998. Multinational firms and the new trade theory. *Journal of International Economics*, Vol. 46, str. 183–203.
- Mattsson, L. G. 1985. An application of a network approach to marketing: Defending and changing market positions. V: Dholakia, N. in Arndt, J. (ur.), *Alternative Paradigms for Widening Marketing Theory*. Greenwich CT: JAI Press.
- Meyer, K. 1998. *Direct Investment in Economies in Transition: Making Central European Industries Competitive*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Miller, D. in P. Friesen. 1980. Archetypes of Organizational Transition. *Administrative Science Quarterly*, 6, str. 268–291.
- Muchielli, J.L. 1991. Strategic advantages for European firms. V Muchielli, J.L. in Burgenmeier, B. (ur.). *Multinationals and Europe 1992: Strategies for the future*. London: Routledge.

- Narula R. in A. Zanfei. 2005. Globalization of Innovation; The role of Multinational Enterprises. V: Fagerberg J. in D.C. Mowery, R. Nelson (ur.) *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press, str. 118–347.
- Navaretti G.B. in A.J. Venables. 2004. Multinational Firms in the World Economy. *Princeton University Press*.
- Nelson, R. in S. Winter. 1982. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- OECD. 2003. Policies and International Integration: Influences on Trade and Foreign Direct Investment. *Economic Department Working Papers 359*. Pariz: OECD.
- OECD. 2006. *OECD Economic Globalisation Indicators*. Pariz: OECD.
- Ozawa, T. 1992. Foreign Direct Investment and Economic Development. *Transnational Corporations*, let. 1, str. 27–54.
- Penrose, E. T. 1956. *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Basil Blackwell.
- Prahalad, C. in Y. Doz. 1987. *The Multinational Mission: Balancing Local Demands and Global Vision*. New York: Free Press.
- Rojec, M., T. Redek in Č. Kostevc. 2007. Domet in možni elementi politike aktivnega spodbujanja tujih neposrednih investicij v Sloveniji. *Delovni zvezek 16 (5)*. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj.
- Rumelt, R. P. 1984. Towards a Strategic Theory of the Firm. V: Lamb, R. (ur.), *Competitive Strategic Management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Sassi, V., M. Gabrielson in M. Myllyrinne. 2000. Financing and Managing of a Born Global: Case of Mad. Onion. *EIBA 26th Annual conference*, Maastricht, 10.–12. december.
- Svetličič, M. 1996. *Svetovno Podjetje; izzivi mednarodne proizvodnje*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Svetličič, M. in M. Rojec. 2003. *Facilitating Transition by Internationalization*. Aldershot: Ashgate.
- Teece, D., G. Pisano in A. Shuen. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18, str. 509–533.
- Turnbull, P. W. 1987. A challenge to the stages theory of the internationalization process. V: Rosson, P. J. in Reed, S. D. (ur.), *Managing Export Entry and Expansion*. New York: Praeger, str. 21–40.
- UNCTAD. 1998. *World Investment Report 1998*. Geneva: United Nations Publications.
- UNCTAD. 2004. *World Investment Report 2004*. Geneva: United Nations Publications.
- UNCTAD. 2006. *World Investment Report 2006*. Geneva: United Nations Publications.
- UNCTAD. 2008. *World Investment Report 2008*. Geneva: United Nations Publications.
- UNCTAD. 2008b. World Investment Prospects Survey 2008-2010 (WIPS 2008-2010). New York and Geneva.
- UNCTAD. 2010. *World Investment Report 2010*. Geneva: United Nations Publications.
- UNCTAD. Investment Compass, <http://compass.unctad.org>.
- Vernon, R. 1966. International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80.
- Vernon, R. 1979. The product cycle hypothesis in the new international environment. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41.
- Vissak, T. 2000. A Network Approach to FDI Impact on Transition Economies Export Performance. *Paper presented at EACES Paris Workshop III*, University of Marne-La-Vallee, str. 35–44.
- Welch, L. S. in R. Luostarinen. 1988. Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14 (2): 34–64.
- Wernerfelt, B. 1984. A Resource-based View of Firm. *Strategic Management Journal*, 5, str. 171–180.
- World Bank Doing Business 2010 Ranking; www.doingbusiness.org.
- WTO. 2005. *World Trade Report 2005*. Geneva: World Trade Organization.

DRUGI DEL: PERCEPCIJA SLOVENIJE KOT LOKACIJE ZE NTI MED PODJETJI S TUJIM KAPITALOM V SLOVENIJI IN DELOVANJE TEH PODJETIJ

1. Uvod

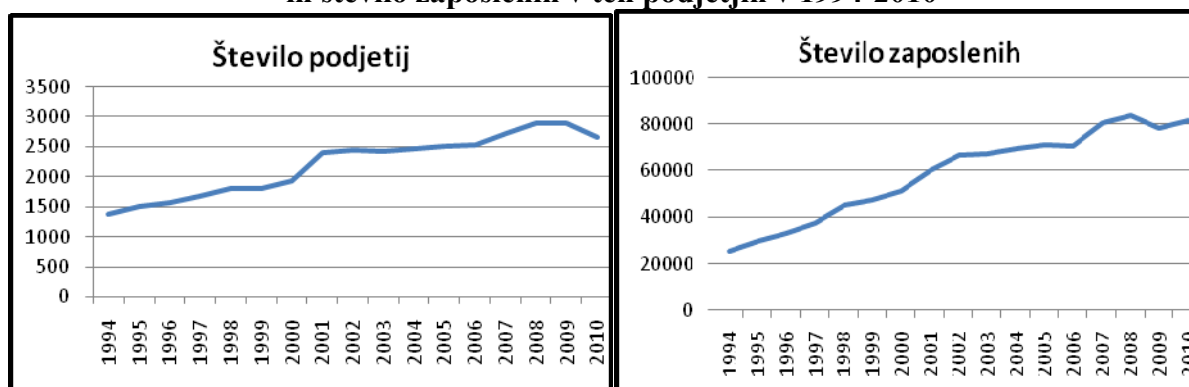
Konec leta 2011 je bilo stanje slovenskih vhodnih NTI 11.676,4 mio EUR. Še leta 2000 je bilo stanje teh NTI le 3.109,8 mio EUR, leta 2005 6.133,6 mio EUR, leta 2010 pa 10.826,7 mio EUR (Banka Slovenije, 2012). Leta 2010 je bilo v Sloveniji 2.656 podjetij s tujim kapitalom, to je podjetij, v katerih je tuji lastniški delež v kapitalu presegal 10%. Iz tabele 1 vidimo, da je to skoraj dvakrat več kot leta 1994. Še večji, več kot trikratni je bil porast števila zaposlenih v teh podjetjih, in sicer od 25.368 leta 1994 na 81.473. Slika 1 kaže stalno povečevanje števila podjetij s tujim kapitalom in zaposlenih v teh podjetjih v razdobju 1994-2008. Do padca je v pogojih krize prišlo v zadnjih dveh letih. Zanimivo pri tem je, da se je v letu 2010 kljub 8,0% zmanjšanju števila podjetij s tujim kapitalom število zaposlenih v teh podjetjih povečalo za 4,1%.

TABELA 1: Število podjetij s tujim kapitalom (nad 10% tuji delež v kapitalu) v Sloveniji in število zaposlenih v teh podjetjih v 1994-2010

	Število podjetij	Število zaposlenih
1994	1.368	25.368
1995	1.500	29.915
1996	1.571	33.155
1997	1.677	37.467
1998	1.791	44.980
1999	1.800	47.401
2000	1.923	51.196
2001	2.400	60.246
2002	2.441	66.820
2003	2.430	67.138
2004	2.471	69.293
2005	2.514	70.801
2006	2.527	70.467
2007	2.715	80.346
2008	2.893	83.669
2009	2.886	78.301
2010	2.656	81.473

Vir: Baza podatkov CMO, na osnovi podatkov Banke Slovenije in AJPES.

SLIKA 1: Število podjetij s tujim kapitalom (nad 10% tuji delež v kapitalu) v Sloveniji in število zaposlenih v teh podjetjih v 1994-2010



Vir: Tabela 1

Tabela 2 podaja primerjavo izbranih kazalcev poslovanja podjetij s tujim kapitalom, izvoznikov brez tujega kapitala in ostalih domačih podjetij v Sloveniji. Očitno je, da podjetja s tujim kapitalom dosegajo v povprečju boljše rezultate poslovanja od domačih podjetij, kar se tiče dodane vrednosti na zaposlenega, prodaje na zaposlenega in donosnosti na kapital. Ta podjetja so tudi bolj kapitalno intenzivna (merjeno z opredmetenimi poslovnimi sredstvi na zaposlenega), bolj izvozno usmerjena (merjeno z deležem izvoza v celotnih prihodkih) in plačujejo višje plače (merjeno s stroški dela na zaposlenega). Če domača podjetja (podjetja brez tujega kapitala) razdelimo na izvoznike in ostala domača podjetja, je očitno, da zaostajajo predvsem domača podjetja neizvozniki. Izvozniki v domači lasti sicer pri vseh izbranih kazalcih razen pri opredmetenih poslovnih sredstvih na zaposlenega zaostajajo za podjetji s tujim kapitalom, vendar ne veliko; izjema je le prodaja na zaposlenega, kjer podjetja s tujim kapitalom izrazito izstopajo. Več kot očitno je, da izvažanje zahteva vse kaj drugega kot nastop na domačem trgu, kar je tudi v skladu s teoretičnimi in empiričnimi dognanji na tem področju (za Slovenijo glej, na primer, Burger, Jaklič in Rojec 2008).

TABELA 2: Primerjava povprečij izbranih kazalcev poslovanja podjetij s tujim kapitalom, izvoznikov brez tujega kapitala in ostalih domačih podjetij v Sloveniji v 2010

	Primerjava podjetij s tujim kapitalom z ostalimi podjetji (Indeks, Podjetja s tujim kapitalom = 100)			
	Podjetja s tujim kapitalom	Podjetja s tujim kapitalom	Izvozniki brez tujega kapitala	Ostala domača podjetja
Dodana vrednost na zaposlenega (EUR)	40.254	100,0%	91,3%	40,3%
Delež izvoza v celotnih prihodkih (%)	35,8	100,0%	92,9%	0,0%
Stroški dela na zaposlenega (EUR)	17.821	100,0%	97,2%	50,7%
Prodaja na zaposlenega (EUR)	273.876	100,0%	66,2%	29,3%
Opredmetena poslovna sredstva na zaposlenega (EUR)	48.761	100,0%	101,9%	51,8%
Donosnost na kapital (ROE) (%)	13,8	100,0%	96,7%	72,0%

Vir: Baza podatkov CMO, na osnovi podatkov Banke Slovenije in AJPES.

Opomba: Kazalci so izračunani kot povprečja brez 5% outlierjev na zgornjem in spodnjem koncu porazdelitve. Uporabljene so tekoče cene.

Cilj tega dela končnega poročila je natančneje analizirati percepcijo Slovenije kot lokacije za NTI med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji. To lahko pomaga k identifikaciji glavnih problemov za delovanje teh podjetij, s tem pa tudi k sprejetju ukrepov ekonomske politike, ki bi vodili v izboljšanje situacije, in posledično k boljšemu izkoriščanju slovenskih potencialov v pritegovanju NTI. V analizi poskušamo odgovoriti predvsem na naslednja vprašanja:

- kakšna je glavna motivacija tujih investorjev za investiranje v Sloveniji,
- katere so glavne ovire za tuje investiranje v Sloveniji,
- kakšna je vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo,
- kako pomembni in kateri so problemi razpoložljivosti delovne sile/kadrov v Sloveniji,
- kakšni so načrti podjetij s tujim kapitalom za prihodnje,
- kako pomembna je vloga države pri spodbujanju tujih investicij v Sloveniji. Pri tem nas posebej zanima pomen različnih oblik spodbud za tuje investitorje ter pomen programov in storitev Javne agencije za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI).

Analiza temelji na obsežnem anketiranju med podjetji s tujim kapitalom v Sloveniji, ki smo ga izvedli s podrobno strukturiranim vprašalnikom (Glej prilogo). Anketiranje je potekalo v septembru in oktobru 2011. Vzorec podjetij je bil oblikovan na podlagi baze podjetij s tujim

kapitalom JAPTI-ja. Baza je vsebovala 704 podjetja, od katerih je izpolnjene vprašalnike vrnilo 139 podjetij, kar predstavlja 19,7% odziv. Anketirani vzorec je reprezentativen tako glede na število podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji kot tudi glede na velikostno in panožno strukturo podjetij. Vzorčna podjetja so imela v letu 2010 skupaj 12.277 zaposlenih (v povprečju ima vzorčno podjetje 88,3 zaposlenih) in dosegla skupaj 1.908,1 mio EUR prihodkov od prodaje (povprečno podjetje realizira 13,7 mio EUR prihodkov od prodaje) ter 956,4 mio EUR izvoza (povprečno podjetje izvozi za 6,9 mio EUR), kar pomeni 50,1% delež izvoza v prodaji.

Drugi del končnega poročila je sestavljen iz desetih delov. Uvodu v drugem delu sledi predstavitev anketiranih podjetij in osnovnih značilnosti njihovega delovanja, v tretjem delu analiziramo motivacijo tujih investitorjev, v četrtem glavne ovire za tuje investitorje, v petem vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo, v šestem razpoložljivost delovne sile/kadrov za podjetja s tujim kapitalom, v sedmem načrte teh podjetij za prihodnost, v osmem vlogo države pri spodbujanju tujih investicij, v devetem delu pa vlogo programov in storitev JAPTI-ja. V zaključnem poglavju podajamo nekatere predloge za ekonomsko politiko na področju vhodnih NTI, kot izhajajo iz rezultatov anketiranja.

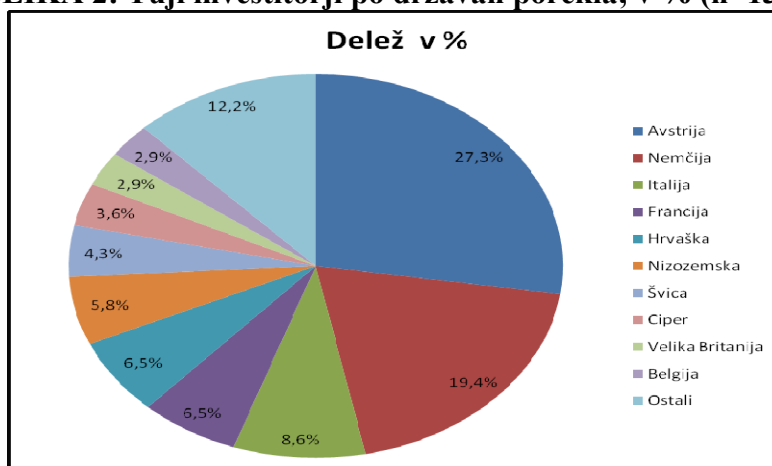
2. Anketirana podjetja s tujim kapitalom in tuja matična podjetja - predstavitev

V prvem poglavju predstavljamo anketirana podjetja s tujim kapitalom in njihova tuja matična podjetja, točneje: (i) poreklo tujih investitorjev, kdaj in kako so vstopili, (ii) osnovne značilnosti anketiranih podjetij s tujim kapitalom, kot so njihova dejavnost, velikost in prodaja, in (iii) raziskovalno razvojna (R&R) aktivnost anketiranih podjetij.

2.1 Osnovne značilnosti tujih investitorjev

Poreklo tujih investitorjev. Tuja matična podjetja anketiranih podjetij prihajajo iz 21 držav. Tuji investitorji najpogosteje prihajajo iz Avstrije (38 od 139 investitorjev), Nemčije (27 investitorjev), Italije (12 investitorjev), Francije (9 investitorjev), Hrvaške (9 investitorjev), Nizozemske (8 investitorjev), Švice (6 investitorjev), Cipra (5 investitorjev), Velike Britanije (4 investitorji) in Belgije (4 investitorji). Na investitorje iz teh desetih držav odpade 87,8% vseh anketiranih podjetij, pri čemer le na Avstrijo in Nemčijo skoraj polovica, to je kar 46,8%.

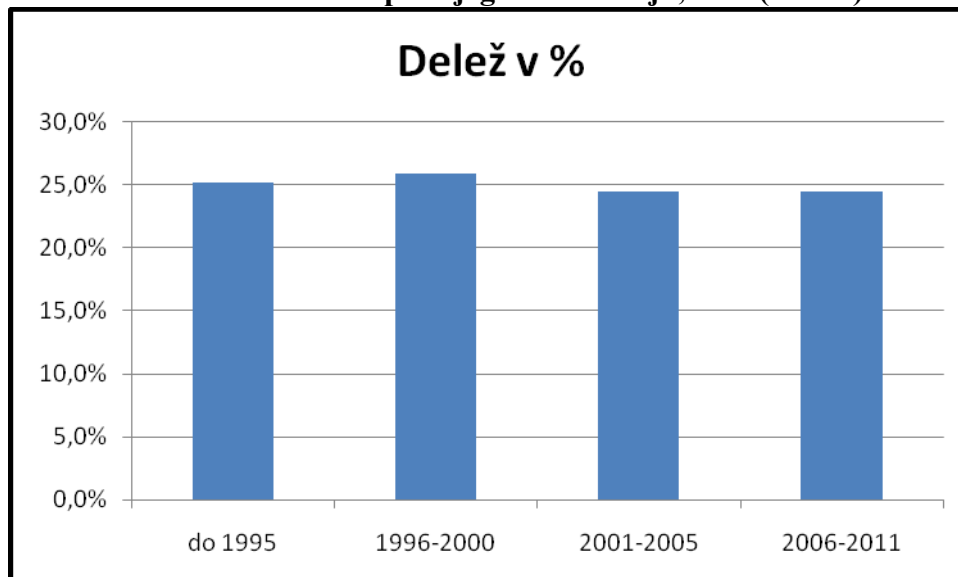
SLIKA 2: Tuji investitorji po državah porekla; v % (n=139)



Vir: Anketa 2011.

Leto vstopa tujih investorjev. Glede na leto vstopa je večina anketiranih podjetij (71 oziroma 51,1%) vstopila v Slovenijo do konca leta 2000. V razdobju 2001-2005 je v Slovenijo vstopilo 34 investorjev oziroma 24,5%, povsem enako število pa tudi v razdobju od leta 2006 naprej.

SLIKA 3: Leto vstopa tujega investitorja; v % (n=139)



Vir: Anketa 2011.

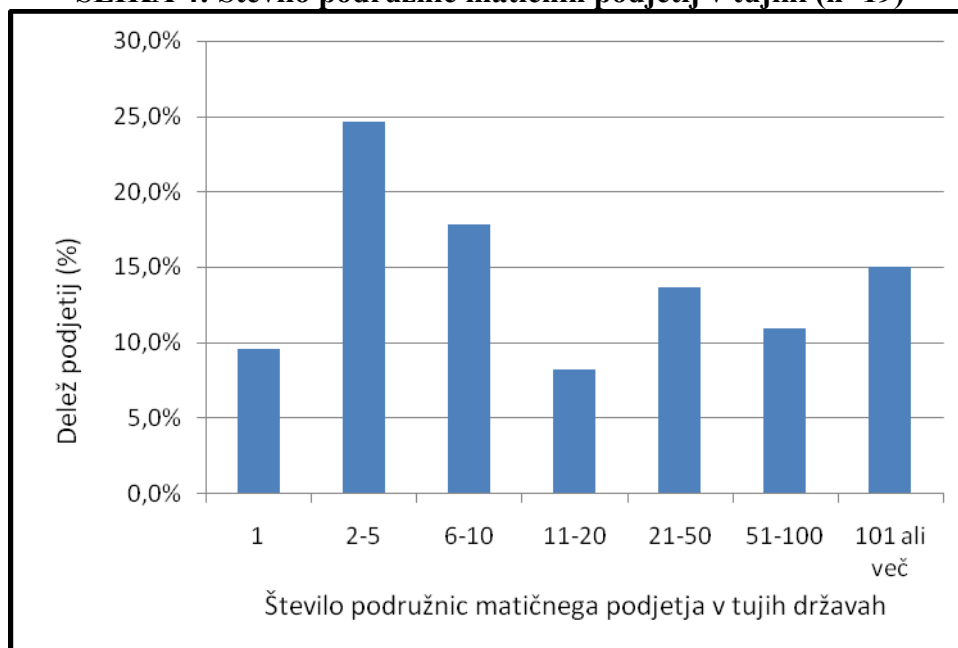
Način vstopa tujih investorjev. Tuji investitorji so najpogosteje vstopili v Slovenijo tako, da so ustanovili novo podjetje. Začetno (greenfield) investicijo smo zabeležili pri 56,9% podjetij, za nakup oziroma prevzem deleža v obstoječem podjetju pa se je odločilo 38,7% tujih investorjev.

TABELA 3: Način vstopa tujih investorjev (n=137)

	Število	Delež v %
Nakup deleža v / prevzem obstoječega podjetja	53	38,7
Ustanovitev novega podjetja (začetna investicija)	78	56,9
Drugo	6	4,4
SKUPAJ	137	100,0
Ni podatka	2	

Vir: Anketa 2011.

Stopnja internacionalizacije tujih matičnih podjetij smo merili s številom tujih podružnic, ki jih imajo v tujini. To nam daje informacijo o tem, kakšen tip podjetja je tipičen tuji investitor v Sloveniji. Zanima nas, ali gre pretežno za podjetja, ki imajo poleg Slovenije le malo tujih podružnic, ali pa so to morda široko mednarodno razvejana multinacionalna podjetja. Velika večina, kar 103 oziroma 75,7% tujih investorjev iz vzorca ima podružnice tudi v drugih državah. Le slaba četrtina (24,3%) je takih, ki imajo edino podružnico v Sloveniji. Med 73 podjetji, ki so navedla, koliko enot ima matično podjetje v tujini, prevladujejo podjetja s široko razvejano mednarodno mrežo podružnic. Kar 47,9% med njimi ima več kot 10 enot v tujini, 26,0% jih ima celo več kot 50. Zdi se torej, da so tuji investitorji v Slovenijo v veliki meri relativno razvejana multinacionalna podjetja.

SLIKA 4: Število podružnic matičnih podjetij v tujini (n=19)

Vir: Anketa 2011.

2.2 Osnovne značilnosti anketiranih podjetij s tujim kapitalom

Dejavnost podjetja. Med dejavnostmi anketiranih podjetij s tujim kapitalom prevladujejo storitvene dejavnosti, v katerih je angažirano kar 93 oziroma 66,9% anketiranih podjetij, medtem ko se jih s proizvodno dejavnostjo ukvarja 46 oziroma 33,1%. Največ proizvodnih podjetij je v proizvodnji električnih naprav (8), proizvodnji nekovinskih mineralnih izdelkov (6), proizvodnji kovinskih izdelkov, razen strojev in naprav (6), proizvodnji izdelkov iz gume in plastičnih mas (5), proizvodnji drugih strojev in naprav (5) in proizvodnja motornih vozil, prikolic in polprikolic (5). V storitvenih dejavnostih pa jih je največ v trgovini (41), prometu (14) in strokovnih, znanstvenih in tehničnih dejavnostih (12).

TABELA 4: Dejavnost anketiranih podjetij s tujim kapitalom po dvomestna SKD številki (n=139)

Dejavnost	Število	Delež v %
13 Proizvodnja tekstilij	1	0,7
14 Proizvodnja oblačil	1	0,7
16 Obdelava in predelava lesa, proizvodnja izdelkov iz lesa, plute, slame in protja, razen pohištva	2	1,4
17 Proizvodnja papirja in izdelkov iz papirja	1	0,0
20 Proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov	2	0,7
22 Proizvodnja izdelkov iz gume in plastičnih mas	5	1,4
23 Proizvodnja nekovinskih mineralnih izdelkov	6	3,6
25 Proizvodnja kovinskih izdelkov, razen strojev in naprav	6	4,3
26 Proizvodnja računalnikov, elektronskih in optičnih izdelkov	3	4,3
27 Proizvodnja električnih naprav	8	2,2
28 Proizvodnja drugih strojev in naprav	5	3,6
29 Proizvodnja motornih vozil, prikolic in polprikolic	5	3,6
32 Druge raznovrstne predelovalne dejavnosti	1	0,7
36 Zbiranje, prečiščevanje in distribucija vode	1	0,7
38 Zbiranje in odvoz odpadkov ter ravnanje z njimi, pridobivanje sekundarnih surovin	1	0,7
41 Gradnja stavb	1	0,0
42 Gradnja inženirskih objektov	2	0,7

Dejavnost	Število	Delež v %
43 Specializirana gradbena dela	3	1,4
45 Trgovina z motornimi vozili in popravila motornih vozil	3	2,2
46 Posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili	31	2,2
47 Trgovina na drobno, razen z motornimi vozili	7	22,3
49 Kopenski promet, cevovodni transport	3	5,0
50 Vodni promet	1	2,2
51 Zračni promet	1	0,7
52 Skladiščenje in spremljajoče prometne dejavnosti	6	0,7
53 Poštna in kurirska dejavnost	3	4,3
55 Gostinske nastanitvene dejavnosti	1	2,2
56 Dejavnost strežbe jedi in pijač	3	0,7
58 Založništvo	1	2,2
61 Telekomunikacijske dejavnosti	2	0,7
62 Računalniško programiranje, svetovanje in druge s tem povezane dejavnosti	4	1,4
63 Druge informacijske dejavnosti	1	2,9
64 Dejavnosti finančnih storitev, razen zavarovalništva in dejavnosti pokojninskih skladov	2	0,7
65 Dejavnosti zavarovanja, pozavarovanja in pokojninskih skladov, razen obvezne socialne varnosti	1	1,4
69 Pravne in računovodske dejavnosti	1	0,0
70 Dejavnost uprav podjetij, podjetniško in poslovno svetovanje	1	0,7
71 Arhitekturno in tehnično projektiranje, tehnično preizkušanje in analiziranje	7	0,0
72 Znanstvena raziskovalna in razvojna dejavnost	2	0,7
73 Oglaševanje in raziskovanje trga	1	0,7
77 Dajanje v najem in zakup	1	5,0
78 Zaposlovalne dejavnosti	1	1,4
96 Druge storitvene dejavnosti	1	0,7
SKUPAJ	139	100,0

Vir: Anketa 2011.

Velikost podjetij. Med anketiranimi podružnicami prevladujejo majhna podjetja, ki imajo 11 do 50 zaposlenih. Tem sledijo srednje velika podjetja, velikih podjetji je v vzorcu le 10, mikro pa 8. Anketirana podjetja so leta 2010 skupaj zaposlovala 12.277 delavcev, povprečno število zaposlenih je bilo 88,3, največje podjetje je zaposlovalo 1.592 ljudi, najmanjše pa je bilo brez redno zaposlenih.

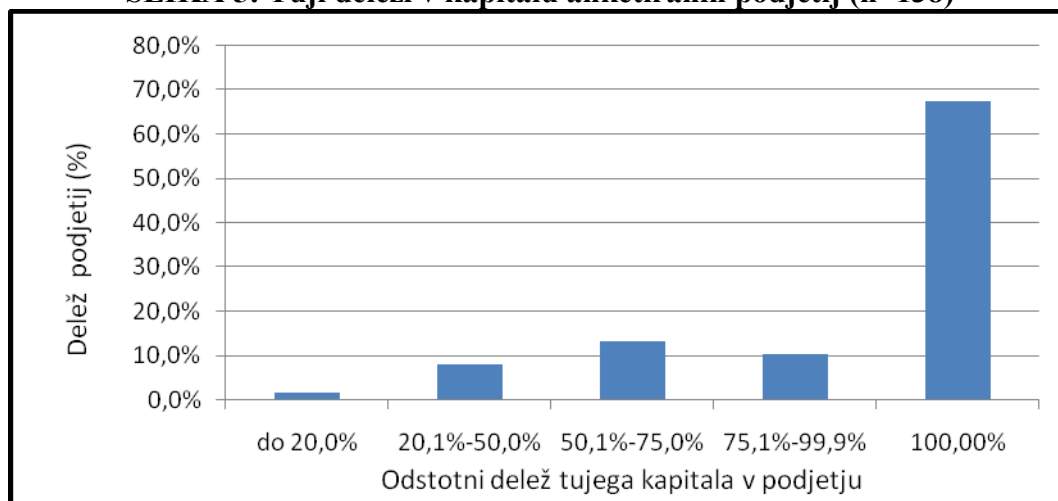
TABELA 5: Velikost podjetij v vzorcu (po podatkih 2010) (n=139)

Velikost*	Število podjetij	Delež v %
Mikro	8	5,8
Majhna	80	57,6
Srednje velika	41	29,5
Velika	10	7,2
SKUPAJ	139	100,0

Vir: Anketa 2011.

* Podjetja po velikosti delimo glede na število zaposlenih. Mikro podjetja imajo do 10 zaposlenih, majhna podjetja 11-50 zaposlenih, srednje velika podjetja 51-250 zaposlenih in velika podjetja več kot 250 zaposlenih.

Delež tujega kapitala v podjetju. Prevladujejo podjetja v 100% tujih lasti, ki jih je 67,4% vseh v vzorcu. V povprečju so imeli tuji investitorji 88,6% delež v kapitalu. Najnižji delež tujega kapitala je 17%.

SLIKA 5: Tuji deleži v kapitalu anketiranih podjetij (n=138)

Vir: Anketa 2011.

Struktura prodaje anketiranih podjetij s tujim kapitalom. Anketirana podjetja so leta 2010 na domačem trgu v povprečju prodala 55,2% svoje celotne prodaje, ostalo pa so izvozila; od tega 22,1% svojim matičnim tujim podjetjem ali njihovim podružnicam, 22,6% pa drugim tujim kupcem. V razdobju od 2007 do 2010 se je zmanjšal delež prodaje na domačem trgu (za 1,9 odstotone točke) povečal pa delež izvoza tujemu matičnemu podjetju in njegovim podružnicam (za 2,4 odstotone točke). Nekoliko se je torej povečala izvozna usmerjenost anketiranih podjetij.

TABELA 6: Povprečna (povprečje za posamezno skupino kupcev) struktura prodaje anketiranih podjetij v letih 2007 in 2009; v %

	2007 (n=124)	2010 (n=133)
Prodaja na domačem trgu	57,1	55,2
Izvoz tujemu matičnemu podjetju in njegovim podružnicam	19,7	22,1
Prodajo drugim tujim kupcem	22,3	22,6

Vir: Anketa 2011.

V nadaljevanju smo anketirana podjetja razdelili na pretežne izvoznike, ki več kot 50% prodaje realizirajo na tujih trgih, in na pretežno na domači trg usmerjena podjetja, ki več kot 50% prodaje realizirajo na domačem trgu. Med vzorčnimi podjetji je 59 oziroma 42,4% takih, ki večino svoje prodaje ustvarijo na trgih v tujini (pretežni izvozniki). Pokaže se, da je tržna usmerjenost na domači oziroma tuji trg bistveno odvisna od dejavnosti, oziroma od tega ali podjetje deluje v proizvodni (točneje predelovalni) ali v storitveni dejavnosti. Medtem ko je kar 78,3% proizvodnih podjetij pretežnih izvoznikov, je takih med podjetji iz storitvene dejavnosti le 24,7%. Kar 75,3% podjetij s tujim kapitalom iz storitvene dejavnosti je pretežno usmerjeno na domači trg (Glej Tabelo 7). Tržna usmerjenost je odvisna tudi od velikosti podjetja. Najnižji delež pretežnih izvoznikov je med mikro (12,5%) in malimi podjetja (36,3%), že med srednjimi podjetji so pretežni izvozniki v večini (53,7%), med velikimi podjetji pa dominirajo (70,0%) (Tabela 8). Pri tem se je treba seveda zavedati, da sta tudi velikost in dejavnost povezani, saj so podjetja v proizvodni dejavnosti v povprečju precej večja od tistih v storitveni dejavnosti.

TABELA 7: Izvozna intenzivnost vzorčnih podjetij (število in delež podjetij znotraj kategorij) glede na osnovno dejavnost (po podatkih 2010) (n=139)

	SKUPAJ		Storitvena podjetja		Proizvodna podjetja	
	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]
Pretežno izvoznik	59	42,4	23	24,7	36	78,3
Pretežno domači trg	80	57,6	70	75,3	10	21,7
Skupaj	139	100,0	93	100,0	46	100,0

Vir: Anketa 2011 in AJPES.

TABELA 8: Izvozna intenzivnost vzorčnih podjetij (število in delež podjetij znotraj kategorij) glede na velikost podjetja (po podatkih 2010) (n=139)

	Skupaj		Mikro		Mala		Srednja		Velika	
	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]	Število	Delež [%]
Pretežno izvoznik	59	42,4	1	12,5	29	36,3	22	53,7	7	70,0
Pretežno domači trg	80	57,6	7	87,5	51	63,8	19	46,3	3	30,0
Skupaj	139	100,0	8	100,0	80	100,0	41	100,0	10	100,0

Vir: Anketa 2011 in AJPES.

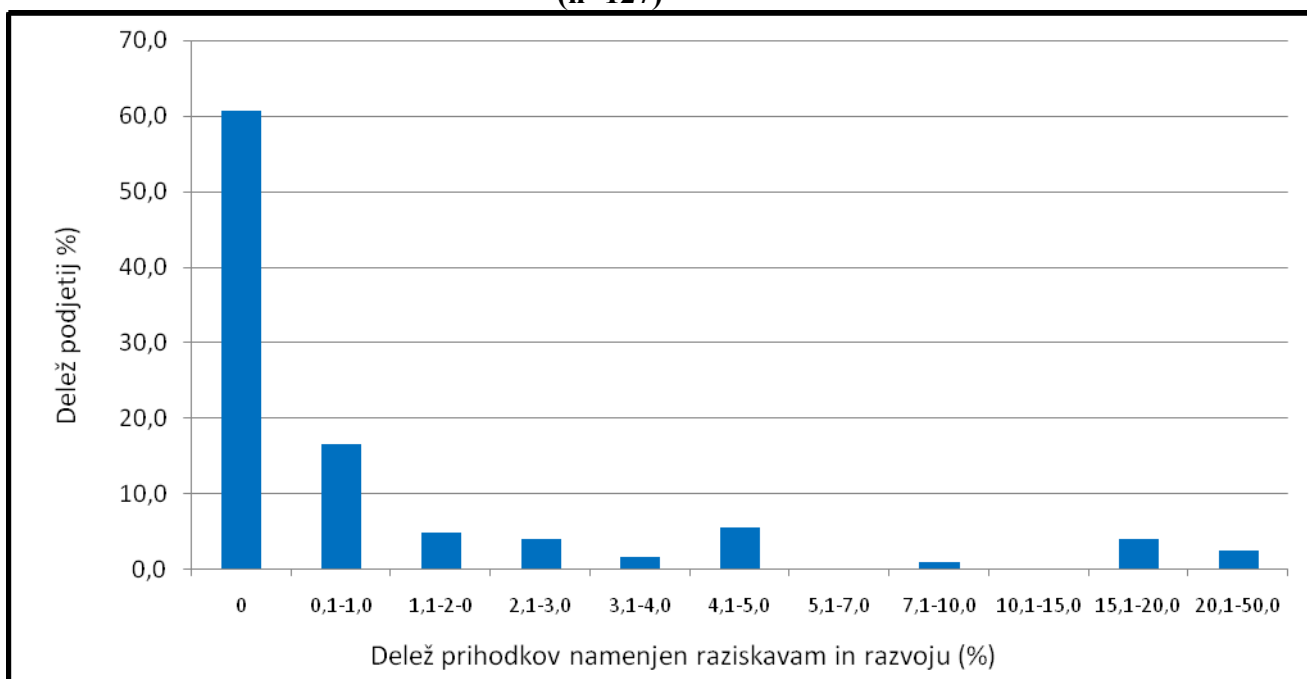
Lastne podružnice podjetij s tujim kapitalom v tujini. Velika večina (81,5%) anketiranih podjetij s tujim kapitalom ne investira dalje v tujino. Le 20 med vsemi anketiranimi podjetji ima svoje lastne podružnice v tujini⁹; 11 podjetij ima po eno podružnico v tujini, 6 podjetji po 2-5 podružnic in 2 podjetji po 6-10 podružnic. Med državami, v katerih imajo anketirana podjetja podružnice so največkrat omenjene države jugovzhodne Evrope, točneje države nekdanje Jugoslavije. Po pogostosti si sledijo Srbija (7 podružnic), Hrvaška (4), BiH (4), Črna Gora (3), Bolgarija (2) in Avstrija (2). Kljub temu bi težko rekli, da tuji investitorji uporabljajo svoje podružnice v Sloveniji kot odskočno desko za investiranje v drugih državah naslednicah nekdanje Jugoslavije. V primeru širitve na omenjeno področje očitno investirajo predvsem neposredno in ne posredno preko slovenskih hčerinskih družb.

2.3 Raziskovalno razvojna (R&R) aktivnost anketiranih podjetij s tujim kapitalom

Anketirana podjetja povprečno vlagajo 2,2% svojih prihodkov od prodaje v R&R, največji zabeleženi delež pa znaša 35%. Od 127 anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje o deležu prihodkov, ki jih namenjajo R&R, jih kar 77 za te namene ne namenja nikakršnih sredstev, nadaljnjih 21 pa do 1,0%. Le 9 anketiranih podjetij za R&R namenja več kot 5,0% svojih prihodkov. Lasten R&R oddelek ima 29 anketiranih podjetij. Povprečno število zaposlenih v R&R oddelku je 6,9. Največji zabeleženi R&R oddelek šteje 25 ljudi.

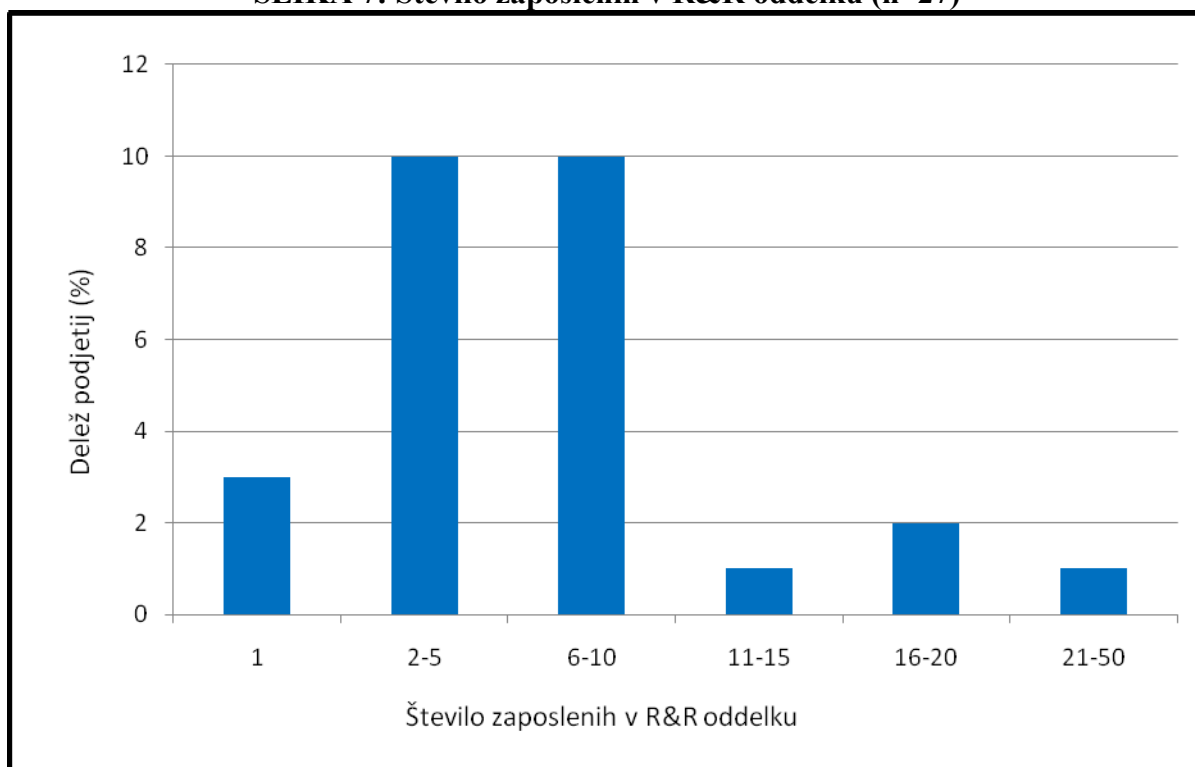
⁹ Na vprašanje, ali imajo lastne podružnice v tujini, je odgovorilo 108 podjetij.

SLIKA 6: Delež prihodkov od prodaje, ki jih anketirana podjetja namenijo za R&R (n=127)



Vir: Anketa 2011.

SLIKA 7: Število zaposlenih v R&R oddelku (n=27)

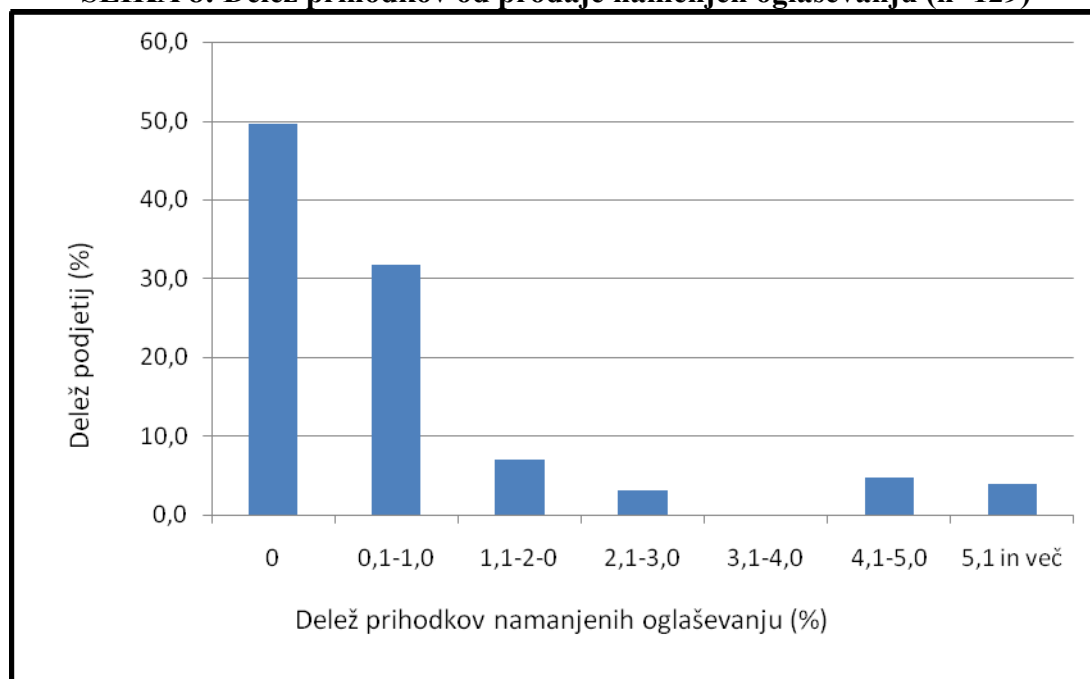


Vir: Anketa 2011.

Vzorčna podjetja oglaševanju v povprečju namenijo 1,1% prihodkov od prodaje. Kar 64 anketiranih podjetij oziroma polovica od tistih 129, ki so odgovorila na vprašanje o izdatkih za oglaševanje, za oglaševanje ne namenijo nič. Nadaljnjih 41 podjetij oglaševanju namenja do 1,0% svojih prihodkov, le 5 pa je takih, ki oglaševanju nameni več kot 5,0% svojih

prihodkov. Največji zabeležen delež prihodkov od prodaje, namenjen oglaševanju, je znašal 20%.

SLIKA 8: Delež prihodkov od prodaje namenjen oglaševanju (n=129)



Vir: Anketa 2011.

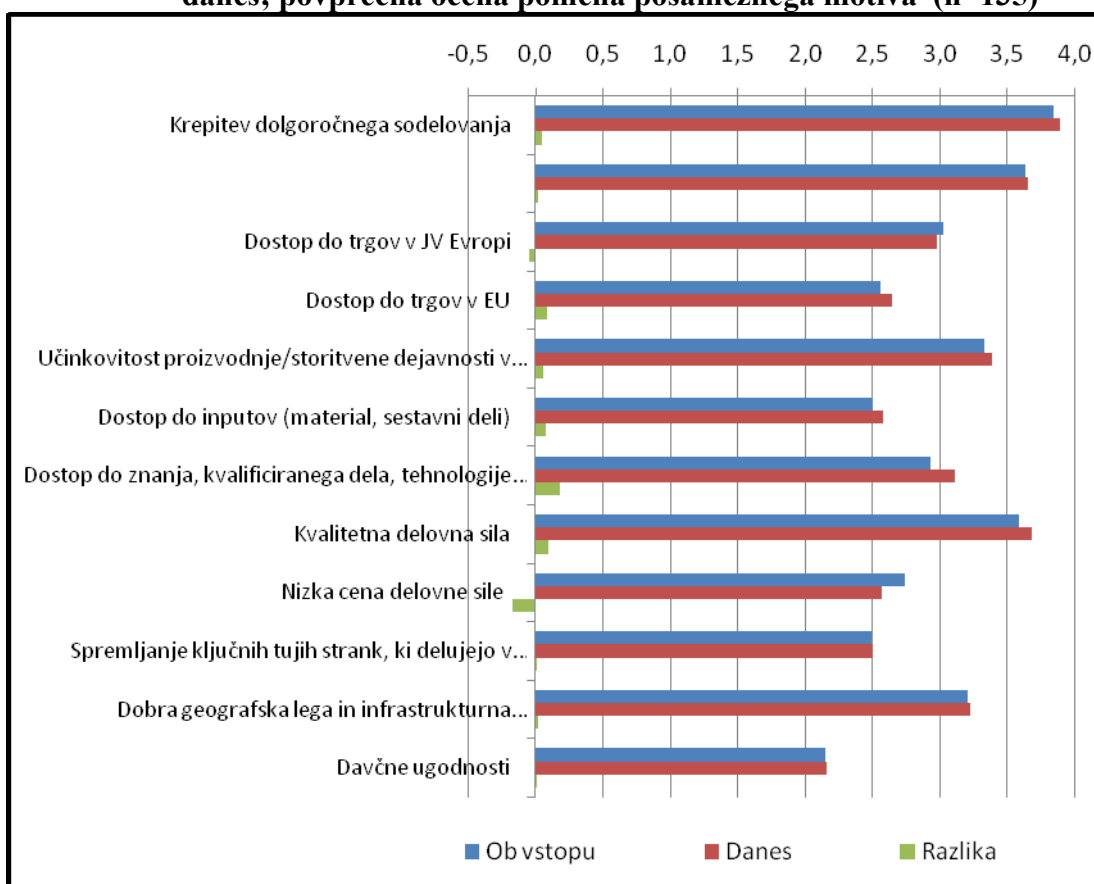
3. Motivacija tujih investitorjev v Sloveniji

Zanima nas, kateri so najpomembnejši motivi tujih investitorjev v Sloveniji in ali v motivaciji tujih investitorjev prihaja do sprememb v času. Spremembe v času bomo analizirali na dva načina: (i) najprej bomo pogledali, kako podjetja s tujim kapitalom, ki smo jih anketirali v letu 2011 ocenjujejo pomen posameznih motivov ob vstopu v Slovenijo in v času odgovarjanja na vprašalnik; (ii) potem pa bomo pogledali še, kakšne so razlike glede pomena posameznih motivov v anketah iz leta 2008, 2009, 2010 in 2011. Pri tem zadnjem moramo upoštevati, da ne gre za enake vzorce anketiranih podjetij (prekrivanje enot med različnimi letnimi vzorci pa je visoko, preko 60%). Najpomembnejši motivi za tuje investitorje so: krepitev dolgoročnega sodelovanja, kakovostna delovna sila, dostop ali povečanje obstoječega tržnega deleža v Sloveniji, učinkovitost proizvodnje/storitvene dejavnosti v Sloveniji, dobra geografska lega in infrastrukturna povezanost Slovenije, dostop do znanja, kvalificiranega dela ter tehnologije v Sloveniji, pa tudi dostop do trgov v JV Evropi. Naštete motive vzorčna podjetja v povprečju vrednotijo najmanj kot pomembne. Najmanj pomembni motivi so davčne ugodnosti, spremljanje ključnih strank, ki delujejo v Sloveniji, dostop do trgov v EU, dostop do proizvodnih inputov (material, sestavni deli) v Sloveniji, pa tudi nizka cena delovne sile.

Slika 9 kaže precej širok spekter dejavnikov, ki motivirajo tuje investitorje za prihod v Slovenijo. Iz odgovorov izhaja, da v splošnem nismo zanimivi kot odskočna deska za trge držav EU, v malo večji meri morda za trge JV Evrope. Isto velja za davčno okolje v Sloveniji, saj je slovenski trg dela obremenjen z visokimi davki in prispevki, zlasti to velja za bolj izobražene zaposlene. Tudi kar se tiče investicij, ki poskušajo izkoristiti nizko ceno proizvodnih dejavnikov, smo, po pričakovanju, precej nezanimivi; nizka cena delovne sile in dostop do inputov (material, sestavni deli) sta v povprečju manj kot pomembna motivacija

tujih investitorjev. Dostop ali povečanje obstoječega tržnega deleža v Sloveniji ostaja med pomembnejšimi motivi tujih investitorjev v Sloveniji, še posebej tistih v storitvenih dejavnostih. Drugače je s proizvodnimi podjetji, za katere so pri odločitvi o investiranju v Slovenijo pomembni predvsem kvalitativni dejavniki, kot so dostop do znanja, kvalificiranega dela, tehnologije in kvalitetna delovna sila, ter strateški dejavniki, kot so krepitev dolgoročnega sodelovanja, učinkovitost proizvodne/storitvene dejavnosti v Sloveniji ter spremljanje ključnih tujih strank, ki so se vzpostavile v Sloveniji. Primerjalna prednosti in relativno močan motiv za tuje investitorje predstavlja tudi dobra geografska lega in infrastrukturna povezanost Slovenije.

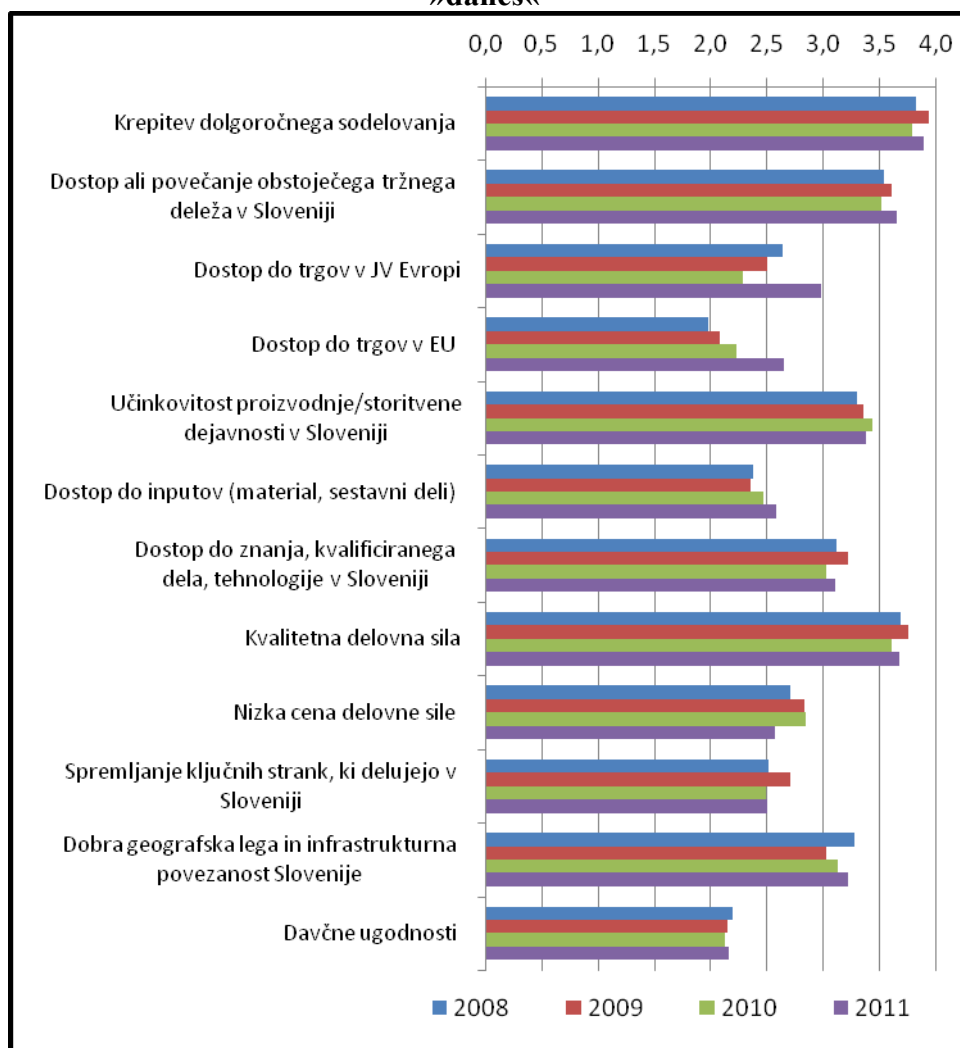
SLIKA 9: Pomembnost posameznih motivov tujih investitorjev ob vstopu v Slovenijo in danes; povprečna ocena pomena posameznega motiva* (n=135)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega motiva ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

SLIKA 10: Primerjava pomembnosti posameznih motivov tujih investitorjev iz anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011 (n=135); povprečna ocena pomena posameznega motiva za »danes«*



Vir: Ankete 2008, 2009, 2010 in 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega motiva ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Pomen posameznih motivov se je od vstopa do danes zelo malo spreminjal, rangiranje posameznih motivov ostaja podobno (Slika 9; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznih motivov ob vstopu in danes je prikazana v Tabeli P.3 v Prilogi). Enako velja za rangiranje pomena posameznih motivov v anketah iz leta 2008, 2009, 2010 in 2011. Pa vendar se zdi, da se je postopoma zmanjšuje pomen motiva nizke cene delovne sile, povečal pa pomen dostopa do trgov v JV Evropi in EU, v manjši meri pa tudi pomen motiva učinkovitosti proizvodnje/storitvene dejavnosti v Sloveniji in dostopa do inputov. Pomen motiva kvalitetne delovne sile in dostopa do znanja, kvalificiranega dela in tehnologije v Sloveniji ostaje bolj ali manj nespremenjen. To so slej ko prej pozitivni premiki, ki pa so po obsegu bolj skromni.

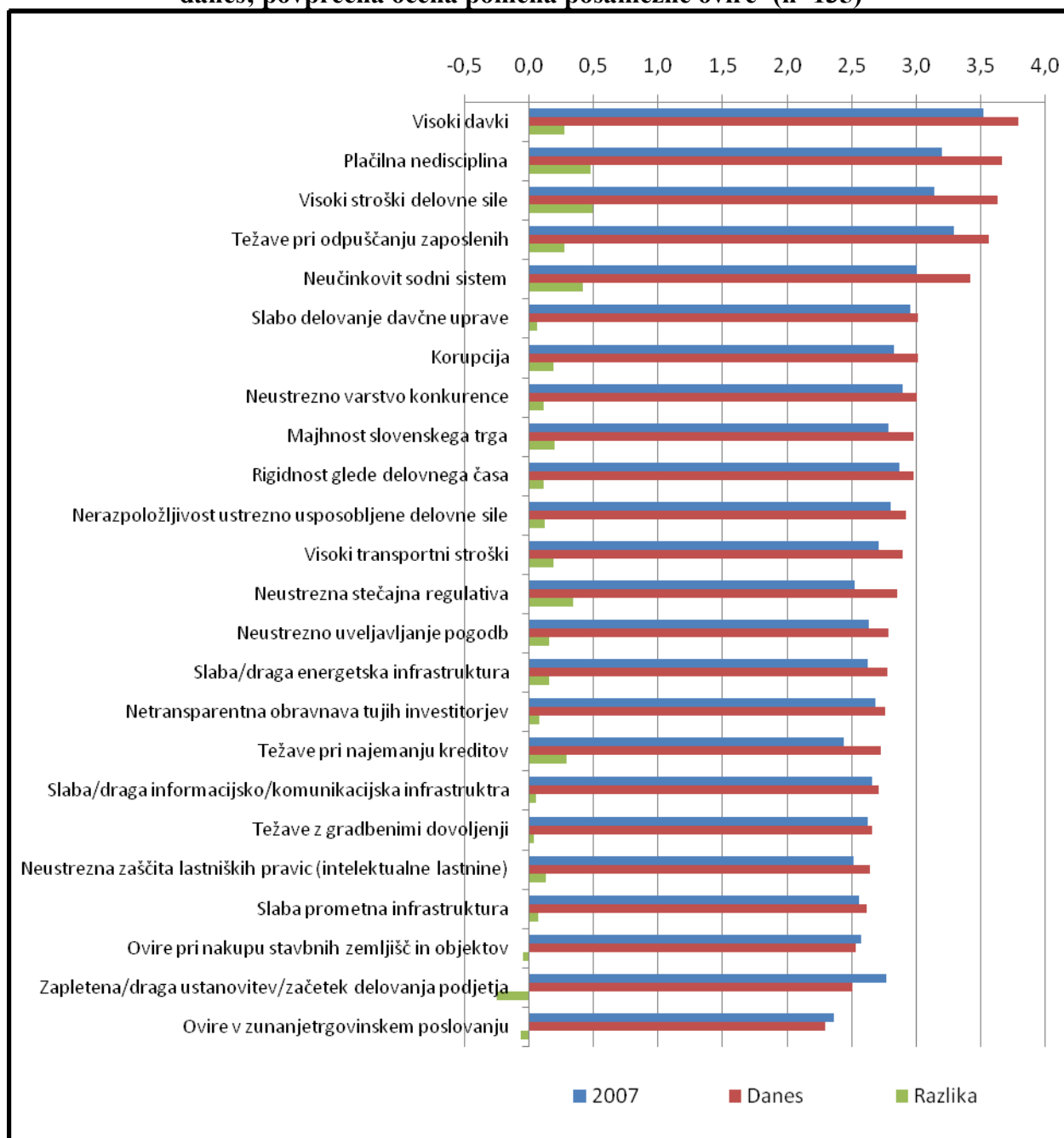
4. Glavne ovire za tuje investitorje v Sloveniji

Podjetja s tujim kapitalom smo vprašali, katere so najpomembnejše ovire za investiranje oziroma za poslovanje podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji, in sicer primerjalno v letu 2007 in danes. Najpomembnejše ovire za tuje neposredne investicije so: visoki davki, plačilna nedisciplina, visoki stroški delovne sile, težave pri odpuščanju zaposlenih, neučinkovit sodni sistem (vse te ovire v povprečju ocenjene s 3,5 ali več), slabo delovanje davčne uprave, korupcija, neustrezno varstvo konkurence, majhnost slovenskega trga, rigidnost delovnega časa (vse v povprečju ocenjene s 3,0). Med 24 ovirami, katerih pomen so ocenjevala anketirana podjetja, so v povprečju kar deset ovir ocenila z oceno 3 = pomembno ali več (Slika 11; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznih ovir leta 2007 in v času anketiranja je prikazana v Tabeli P.4 v Prilogi). To je že samo po sebi veliko in bistveno več od lanskoletne ankete, ko je bilo le šest ovir ocenjenih tako visoko. Še bistveno slabša je situacija, če primerjamo ocene pomembnosti posameznih ovir leta 2007 in danes. Pomembnost ovir se je zmanjšala le pri treh najmanj pomembnih ovirah, pri nič manj kot 21 ovirah pa se je njihova pomembnost povečala. Ovire so se zmanjšale le pri ustanovitvi/začetku delovanja podjetja, pri zunanjetrgovinskem poslovanju ter pri ovirah ob nakupu stavbnih zemljišč in objektov. V obdobju od leta 2007 do danes so se najbolj povečale naslednje ovire: visoki stroški delovne sile, plačilna nedisciplina, neučinkovit sodni sistem, visoki davki, težave pri odpuščanju zaposlenih, neustrezna stečajna regulativna, težave pri najemanju kreditov itd. Težave so se najbolj povečale prav pri tistih ovirah, ki že tako ali tako najbolj motijo neposredne tuje investitorje v Slovenijo (Slika 11). Več kot očiten je torej zaključek, da anketirani tuji investitorji menijo, da so se ovire za tuje investitorje v času njihovega delovanja v Sloveniji precej povečale.

Slika 12 prikazuje, kakšne so razlike glede ocene pomena posameznih ovir v anketah iz leta 2008, 2009, 2010 in 2011. Očitno je, da je do poslabšanja situacije, oziroma do povečanja večine ovir prišlo že v letu 2009, potem pa so te ovire v letih 2010 in 2011 v največ primerih bodisi ostale nespremenjene, ali pa so se celo nekoliko povečale. Povečanje ovir je torej prinesla gospodarska kriza, kar najbrž kaže tudi na to, da gre v določeni meri za slabšo percepcijo poslovnega okolja s strani tujih investitorjev v pogojih izrazitega poslabšanja gospodarske situacije.

Slika, ki izhaja iz ocen anketiranih podjetij o ovirah za njihovo delovanje v Sloveniji, jasno kaže, da je majhnost slovenskega trga objektivna danost, ki bo najbrž vselej ovirala večji priliv NTI v Slovenijo. Tudi visoki stroški delovne sile so v določeni meri objektivna danost, zato Slovenija nikoli ne bo zanimiva za delovno intenzivne NTI, česar si niti ne želimo. Velika večina ostalih najpomembnejših ovir pa je dejansko v domeni ekonomskega sistema in politike in načeloma ne bi smelo biti ovir za njihovo zmanjševanje. Visoki davki, plačilna nedisciplina, težave pri odpuščanju zaposlenih, neučinkovit sodni sistem, slabo delovanje davčne uprave, korupcija, neustrezno varstvo konkurence, rigidnost delovnega časa itd. so tisti problemi, ki zares ovirajo večje angažiranje tujih investitorjev v Sloveniji. Seveda pa ti dejavniki niso problem le za podjetja s tujim kapitalom, temveč tudi za domača podjetja.

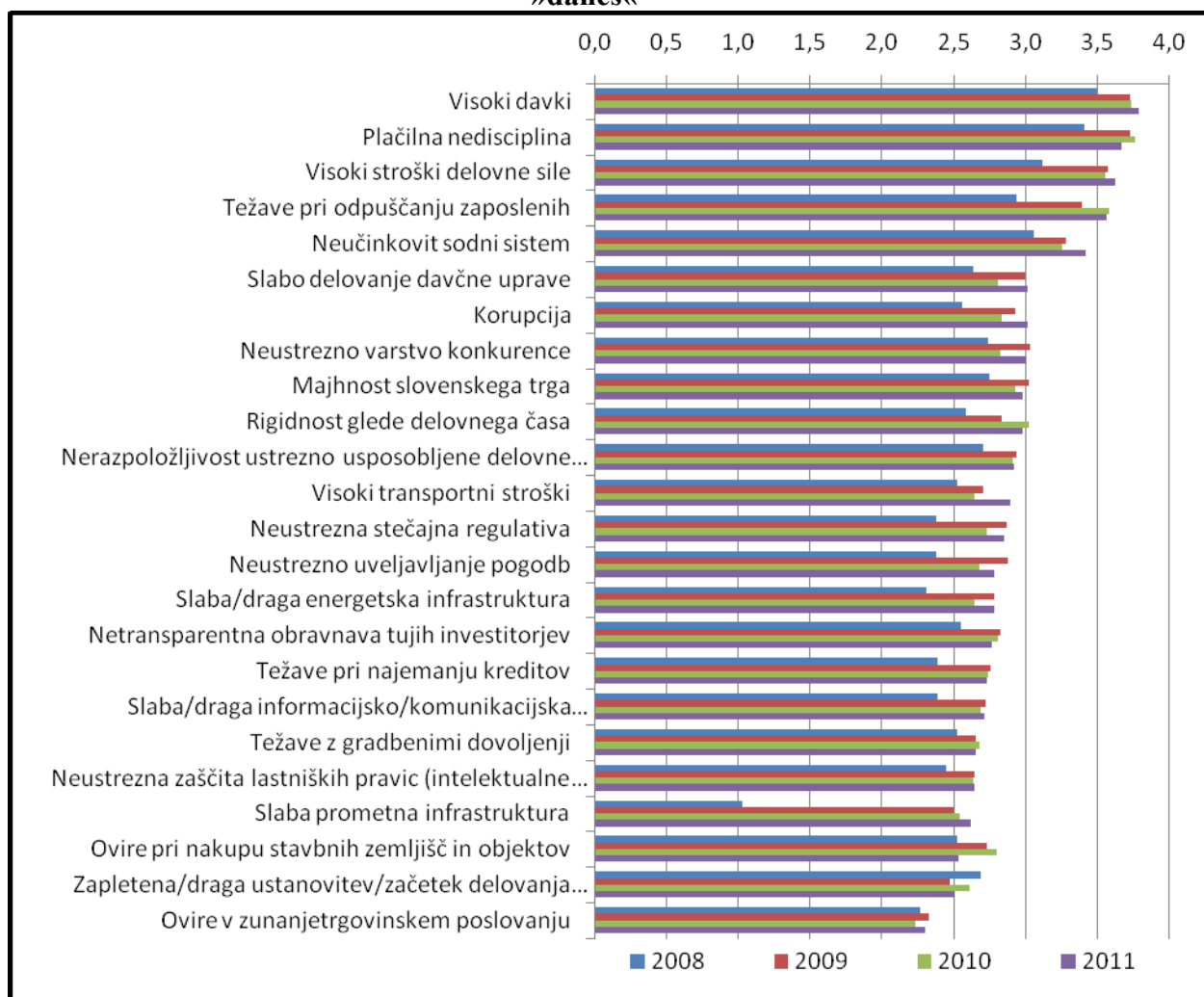
SLIKA 11: Pomembnost posameznih ovir za tuje investitorje v Sloveniji leta 2007 in danes; povprečna ocena pomena posamezne ovire* (n=135)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

SLIKA 12: Primerjava pomembnosti posameznih ovir za tuje investitorje iz anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011 (n=135); povprečna ocena pomena posameznega motiva za »danes«*



Vir: Ankete 2008, 2009, 2010 in 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

V analizi smo poskušali ugotoviti, ali in kolikšne so razlike v dojetanju ovir med različnimi kategorijami podjetij s tujim kapitalom. Pri tem razlikujemo med različno velikimi podjetji (mikro, majhna, srednje velika, velika), med proizvodnimi in storitvenimi podjetji ter med pretežnimi izvozniki in pretežno na domači trg usmerjenimi podjetji. Pričakovano največ ovir zaznavajo mikro podjetja; povprečna ocena pomembnosti 24 naštetih ovir je 3,5 pri mikro podjetjih, 2,9 pri malih in srednje velikih podjetjih in 3,0 pri velikih podjetjih. Velika podjetja v primerjavi z drugimi zaznavajo več težav pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov ter pri gradbenih dovoljenjih. Od 24 analiziranih ovir, jih mikro podjetja kar 19 ocenjujejo najvišje; bolj kot ostala podjetja se pritožujejo nad visokimi davki, plačilno nedisciplino, visokimi stroški delovne sile, težavami pri odpuščanju zaposlenih, težavami pri najemanju kreditov, ovirami v zunanjetrgovinskem poslovanju, neučinkovitim sodnim sistemom itd. Storitvena podjetja (povprečna ocena 2,9) se v povprečju srečujejo s podobno visokimi ovirami kot proizvodna podjetja (povprečna ocena 3,0). V primerjavi s proizvodnimi se storitvena podjetja precej bolj pritožujejo nad plačilno nedisciplino. Proizvodna podjetja pa v primerjavi s storitvenimi podjetji bolj poudarjajo ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov ter

težave z gradbenimi dovoljenji, ovire zaradi slabe/drage energetske infrastrukture, visoke transportne stroške in slabo delovanje davčne uprave. Med na domači trg usmerjenimi podjetji in pretežnimi izvozniki ni pomembnejših razlik glede zaznavanja ovir (povprečna ocena 2,9 pri prvih in 3,0 pri drugih). V primerjavi s podjetji, usmerjenimi na domači trg, pretežni izvozniki precej bolj izpostavljajo ovire zaradi slabe/drage energetske infrastrukture, ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov ter težave z gradbenimi dovoljenji, težave pri najemanju kreditov in visoke transportne stroške. Slika je torej podobna kot pri proizvodnih podjetjih, kar ni slučajno saj so pretežni izvozniki po pravilu proizvodna podjetja. Pretežno na domači trg usmerjena podjetja pa relativno bolj težijo plačilna nedisciplina, težave pri odpuščanju nezaposlenih, neučinkovit sodni sistem, majhnost slovenskega trga in neustrezna zaščita lastniških pravic (podrobneje v Tabelah P.5, P.6 in P.7 v Prilogi).

5. Vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo

V tem poglavju predstavljamo vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo. Pri tem nas zanimajo naslednji vidiki delovanja podjetij s tujim kapitalom: struktura nabav materiala in storitev glede na vključenost slovenskih dobaviteljev, kateri so pomembni dejavniki pri izbiri dobaviteljev, kako pomembne so slovenske podružnice za delovanje njihovih tujih matičnih podjetij in kako podjetja s tujim kapitalom ocenjujejo pomen sodelovanja z različnimi subjekti v Sloveniji.

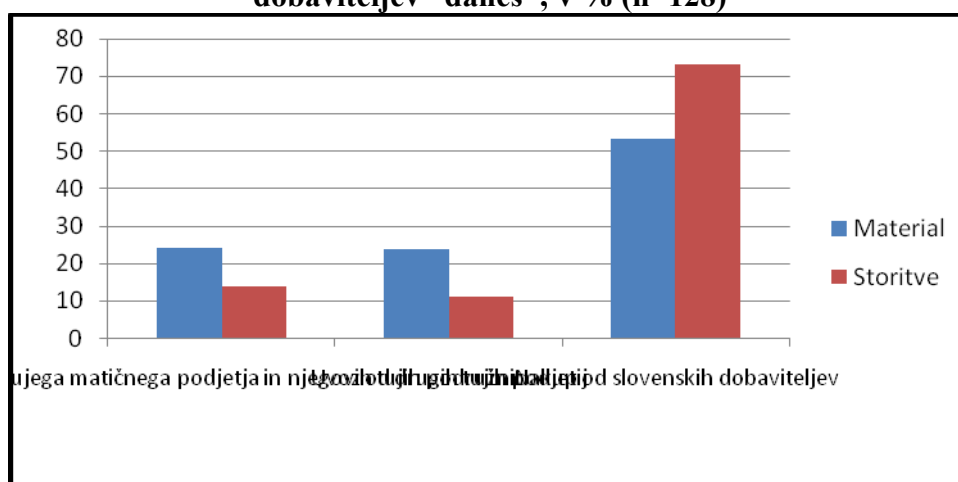
Struktura nabav materiala in storitev podjetij s tujim kapitalom. Podjetja s tujim kapitalom danes v povprečju kupujejo od slovenskih dobaviteljev 53,3% vsega materiala, 24,2% materiala uvozijo od svojega tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic, 24,1% pa od drugih tujih dobaviteljev. Po pričakovanju – nekatere storitve, kot so na primer dobava energije, vode, telekomunikacijskih storitev, itd. namreč podjetja morajo kupovati lokalno – je delež slovenskih dobaviteljev v strukturi nabav storitev podjetij s tujim kapitalom precej višji kot pri materialu, saj danes v povprečju znaša kar 73,1%. Na drugem mestu je uvoz od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic s 14,1%, na tretjem mestu pa uvoz od drugih tujih podjetij z 11,4%. Delež slovenskih dobaviteljev materiala se od vstopa pa do danes ni spremenil, pri storitvah pa se je znižal za 1,7 odstotne točke, vendar je še vedno zelo visok. V strukturi nabave materiala smo bili v razdobju od vstopa tujega investitorja do danes priča precejšnji preusmeritvi nabave materiala od matičnih podjetij na druga tuja podjetja, kar lahko kaže na racionalizacijo nabav v matičnih podjetjih (“outsourcing”). Delež uvoza materiala od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic v tujini se je v obravnavanem razdobju v povprečju zmanjšal za 6,1 odstotnih točk, uvoz od drugih tujih podjetij pa se je v povprečju povečal za 9,6 odstotnih točk.

TABELA 9: Struktura (povprečni deleži) nabav materiala in storitev po vrstah dobaviteljev ob vstopu in danes; v %

Material (n=127)	Ob vstopu	Danes
Uvoz od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic v tujini	30,3	24,2
Uvoz od drugih tujih podjetij	14,5	24,1
Nakup od slovenskih dobaviteljev	53,3	53,3
Storitve (n=129)		
Uvoz od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic v tujini	14,3	14,1
Uvoz od drugih tujih podjetij	9,6	11,4
Nakup od slovenskih dobaviteljev	74,8	73,1

Vir: Anketa 2011.

SLIKA 13: Povprečni deleži nabav materiala in storitev pri posameznih vrstah dobaviteljev "danes"; v % (n=128)



Vir: Anketa 2011.

Je delež slovenskih dobaviteljev nizek ali visok? Ocena višine deleža slovenskih dobaviteljev je seveda možna le na osnovi neke primerjalne osnove. Ena možna primerjava je primerjava s strukturo nabav domačih podjetij. Tu je dejstvo, da imajo domača podjetja bistveno večji delež domačih inputov kot podjetja s tujim kapitalom. Tako je bil leta 2009 delež uvoza v prodaji pri domačih podjetjih 17,8% (v predelovalni dejavnosti 26,7%), pri podjetjih s tujim kapitalom pa kar 39,5% (v predelovalni dejavnosti 46,4%). Seveda je treba pri tem reči, da je tudi izvozna usmerjenost podjetij s tujim kapitalom bistveno višja kot pri domačih podjetjih. Tako je bilo leta 2009 razmerje med izvozom in prodajo pri domačih podjetjih 16,9% (v predelovalni dejavnosti 50,4%), pri podjetjih s tujim kapitalom pa kar 35,0% (v predelovalni dejavnosti 76,1%) (Izračunano na osnovi podatkov Banke Slovenije, 2010). Druga možna primerjava je tista z nekaterimi drugimi novimi članicami EU na osnovi vzorca podjetij s tujim kapitalom. Ta pokaže, da smo podobni kot druge države, saj je bil v tej raziskavi delež domačih dobaviteljev v nabavah podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji 41,8%, v Madžarski 46,5%, Poljski 47,2%, Estoniji 42,0% in Slovaški 24,6% (Majcen, Rojec, Jaklič, Radošević, 2005). Kakorkoli že, sam po sebi se zdi delež domačih dobaviteljev storitev pa tudi materiala pri anketiranih podjetjih visok. Po drugi strani pa bi pričakovali, da bodo tuji investitorji postopoma povečevali delež domačih dobaviteljev, česar pa naši podatki ne potrjujejo. Povečevanje deleža domačih dobaviteljev bi brez dvoma morala biti ena od prioritet slovenskih podjetij na tem področju, saj bi si s tem zagotovili dodatne posle in prenos tehnologij s strani tujega investitorja.

Nadalje smo analizirali strukturne deleže slovenskih dobaviteljev materiala in storitev glede na velikost podjetij, njihovo dejavnost in tržno usmerjenost. Gledano po velikosti podjetja od slovenskih dobaviteljev danes najmanj materiala kupujejo velika podjetja (50,8%), ki jim sledijo mala (52,8%), mikro (53,9%) in srednje velika podjetja (54,9%). Pa vendar se deleži slovenskih dobaviteljev materiala glede na velikost podjetje ne razlikujejo prav veliko. Drugače je pri storitvah, kjer je delež domačih dobaviteljev pri velikih podjetjih (61,1%) bistveno nižji kot pri ostalih kategorijah (72,5% pri malih, 73,0% pri mikro in 76,7% pri srednje velikih podjetjih). Zanimivejše so razlike glede zastopanosti domačih dobaviteljev proizvodnim in storitvenim podjetjem ter na domači trg in izvozno usmerjenim podjetjem. Tabela 10 kaže, da imajo slovenski dobavitelji bistveno nižje strukturne deleže pri proizvodnih kot pri storitvenih podjetjih ter pri izvoznikih kot na domači trg usmerjenih podjetjih. Morda še pomembneje, strukturni deleži slovenskih dobaviteljev pri proizvodnih

podjetjih (od 40,0% na 34,7% pri materialu in od 70,8% na 64,1% pri storitvah) in izvoznikih (od 53,6% na 50,9% pri materialu in od 69,6% na 64,6% pri storitvah) padajo, pri storitvenih (od 59,6% na 62,4% pri materialu in od 76,6% na 77,2% pri storitvah) in na domači trg usmerjenih podjetjih (od 53,1% na 55,1% pri materialu in od 78,2% na 78,9% pri storitvah) pa rastejo. Zdi se torej, da slovenski dobavitelji izgubljajo svoje položaje prav tam, kjer bi si to najmanj želeli, to je pri proizvodnih v izvoz usmerjenih podjetjih. Kot rečeno, gre to na račun racionalizacije in globalizacije nabavnih verig ("outsourcing") tujih matičnih podjetij.

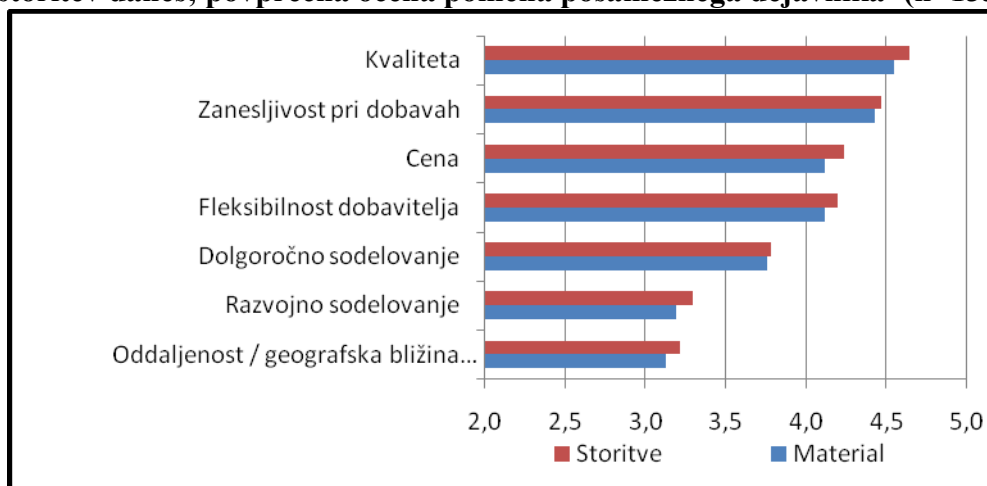
TABELA 10: Povprečen deleži slovenskih dobaviteljev materiala in storitev ob vstopu in danes glede na velikost, dejavnost in tržno usmeritev podjetja; v %

	Material (n=127)		Storitve (n=129)	
	Ob vstopu	Danes	Ob vstopu	Danes
Mikro podjetja	51,9	53,9	79,5	73,0
Mala podjetja	51,9	52,8	72,3	72,5
Srednje velika podjetja	57,4	54,9	80,1	76,7
Velika podjetja	47,9	50,8	65,1	61,1
Proizvodna podjetja	40,0	34,7	70,8	64,1
Storitvena podjetja	59,6	62,4	76,6	77,2
Pretežno za domači trg usmerjena podjetja	53,1	55,1	78,2	78,9
Pretežni izvozniki	53,6	50,9	69,6	64,6
POVPREČJE SKUPAJ	53,3	53,3	74,8	73,1

Vir: Anketa 2011.

Dejavniki pri izbiri dobaviteljev materiala in storitev. Kje so torej razlogi, da se strukturni deleži slovenskih dobaviteljev proizvodnim izvozno usmerjenim podjetjem s tujim kapitalom znižujejo? Na to vprašanje seveda ne moremo dati neposrednega odgovora, vendar rangiranje pomembnosti posameznih dejavnikov pri izbiri dobaviteljev daje slutiti možne odgovore. Slika 14 kaže, da je pomemben niz dejavnikov, med katerimi pa sta najpomembnejša kvaliteta in zanesljivost pri dobavah, sledita pa jima cena in fleksibilnost dobavitelja. Pri tem ni bistvene razlike med dobavitelji materialov in storitev.

SLIKA 14: Pomembnost posameznih dejavnikov pri izbiri dobaviteljev materiala in storitev danes; povprečna ocena pomena posameznega dejavnika* (n=133)

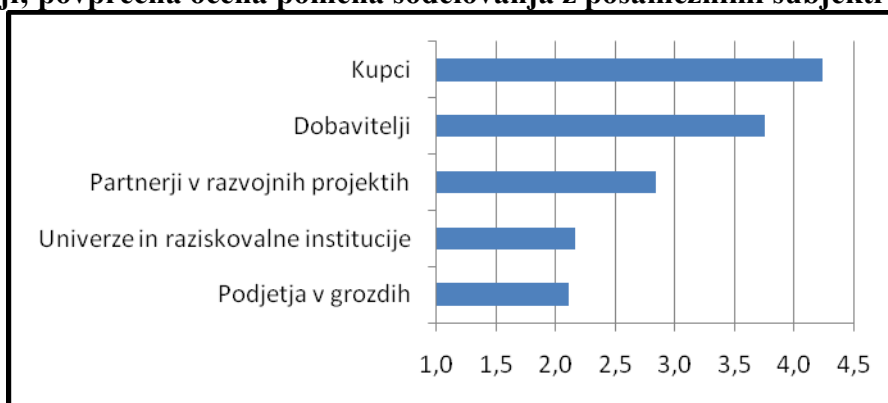


Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega dejavnika ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Pomen sodelovanja z različnimi subjekti v Sloveniji za poslovanje podjetij s tujim kapitalom. Vpetost podjetij s tujim kapitalom v slovensko gospodarstvo se odraža tudi s pomenom sodelovanja teh podjetij z različnimi subjekti v Sloveniji za njihovo poslovanje. Iz Slike 15 jasno izhaja, da so podjetjem s tujim kapitalom daleč najpomembnejši partnerji v Sloveniji njihovi kupci, ki jim sledijo dobavitelji. Manj pomembni partnerji za sodelovanje so partnerji v razvojnih projektih, univerze in raziskovalne institucije ter podjetja v grozdih. Očitno je, da podjetja s tujim kapitalom le bolj poredko iščejo sodelovanje v razvojnih projektih, sodelovanje s slovenskimi univerzami in raziskovalnimi institucijami, še manjši pomen pa pripisujejo sodelovanju v grozdih (podrobneje v Tabeli P.9).

SLIKA 15: Pomen sodelovanja podjetij s tujim kapitalom z različnimi subjekti v Sloveniji; povprečna ocena pomena sodelovanja z posameznimi subjekti* (n=134)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen sodelovanja z vsakim posameznim dejavnikom ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Analizirali smo tudi pomen sodelovanja podjetij s tujim kapitalom z različnimi subjekti v Sloveniji glede na dejavnost in tržno usmerjenost podjetij s tujim kapitalom. Storitvena in pretežno na domači trg usmerjena podjetja pripisujejo daleč največji pomen sodelovanju s slovenskimi kupci. To je pričakovano, saj so storitvena podjetja s tujim kapitalom pretežno usmerjena na domači trg. Proizvodna podjetja in pretežni izvozniki pripisujejo sodelovanju s slovenskimi dobavitelji nekoliko večji pomen kot sodelovanju s kupci. Seveda pa je tudi pri njih pomen sodelovanja s slovenskimi kupci v povprečju še vedno ocenjen v intervalu med »pomembno« in »zelo pomembno«. Glede sodelovanja z univerzami in raziskovalnimi institucijami ter s podjetji v grozdih ni večjih razlik med posameznimi kategorijami podjetij s tujim kapitalom.

TABELA 11: Pomen sodelovanja podjetij s tujim kapitalom z različnimi subjekti v Sloveniji; povprečna ocena pomena sodelovanja z posameznimi subjekti glede na dejavnost in tržno usmeritev podjetja* (n=134)

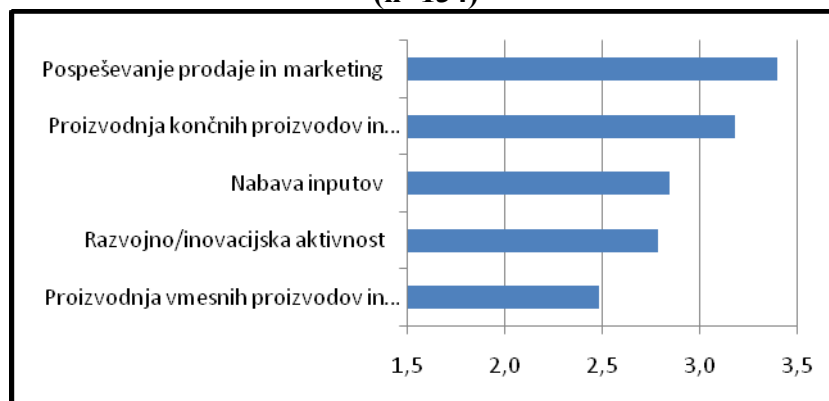
	SKUPAJ	Proizvodnj a	Storitve	Pretežno prodaja na domači trg	Pretežni izvoznik
Dobavitelji	3,8	3,9	3,7	3,7	3,9
Kupci	4,2	3,6	4,5	4,8	3,5
Partnerji v razvojnih projektih	2,8	2,8	2,9	2,7	3,0
Podjetja v grozdih	2,1	2,1	2,1	2,1	2,2
Univerze in raziskovalne institucije	2,2	2,3	2,1	2,1	2,3

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen sodelovanja z vsakim posameznim dejavnikom ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Pomen anketiranih podjetij s tujim kapitalom za njihova matična tuja podjetja. Zanimalo nas je tudi kolikšen je pomen slovenskih podružnic za različna področja delovanja njihovih tujih matičnih podjetij. Najpomembnejši področji, ki ju odvisna podjetja opravljajo za matična podjetja, sta pospeševanje prodaje in marketing ter proizvodnja končnih proizvodov in storitev. Manj pomembna so področja nabave inputov, razvojno/inovacijske aktivnosti in proizvodnja vmesnih proizvodov in storitev.

SLIKA 16: Pomen podjetij s tujim kapitalom za različna področja delovanja njihovih tujih matičnih podjetij; povprečna ocena pomena za različna področja delovanja* (n=134)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen slovenskih podjetij za posamezna področja delovanja njihovih tujih matičnih podjetij ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

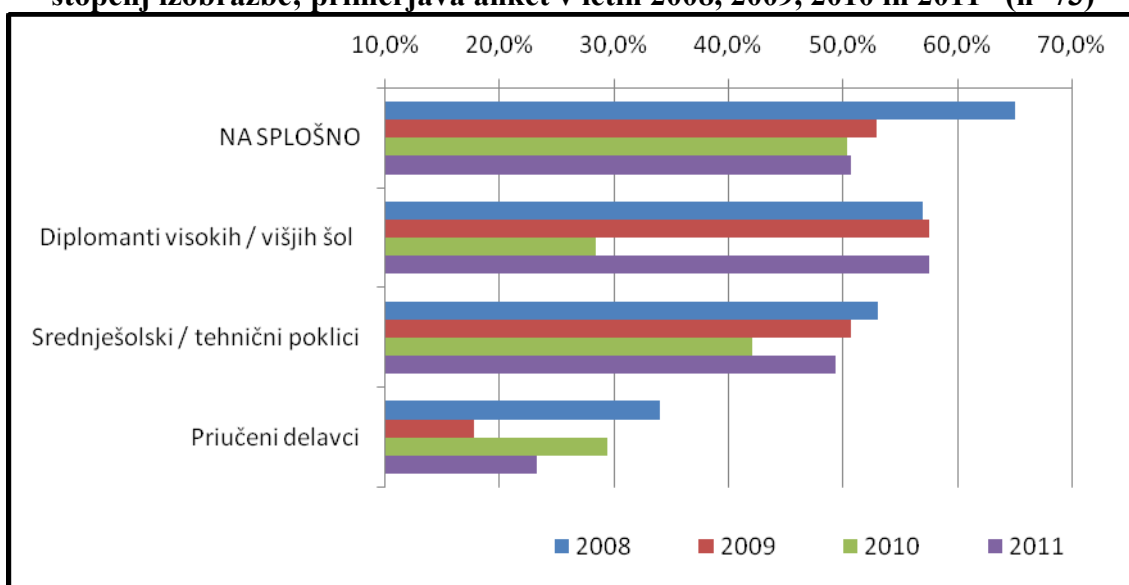
6. Razpoložljivost delovne sile/kadrov za podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji

Pri razpoložljivosti delovne sile/kadrov za podjetja s tujim kapitalom nas je najprej zanimalo, ali imajo podjetja s tujim kapitalom težave s tem, da najdejo ustrezno usposobljeno delovno silo. Naslednja pomembna vprašanja so bila, katere stopnje kvalifikacije težko najdejo, delovna sila katerih strok je najbolj deficitarna in katere vrste znanj in veščin najbolj pogrešajo na slovenskem trgu dela. Že pri analizi ovir za delovanje podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji se je pokazalo, da so z delovno silo povezane težave eden največjih problemov slovenskega poslovnega okolja. To potrjuje tudi dejstvo, da je več kot polovica, to je 50,7% anketiranih podjetij navedlo, da ima težave pri iskanju ustrezno usposobljene delovne sile. Te težave so večje pri proizvodnih (53,3%) kot pri storitvenih podjetjih (49,5%) in večje pri pretežnih izvoznikih (55,2%) kot pri pretežno na domači trg usmerjenih podjetjih (47,4%). Glede na velikost podjetij imajo največje težave z iskanjem ustrezno usposobljene delovne sile mikro podjetja (75,0%), ki jim sledijo velika (66,7%), srednje velika (56,1%) in mala podjetja (43,6%). Med podjetji, ki imajo težave z iskanjem ustrezne delovne sile, je največ takih, ki težko najdejo diplomante višjih in visokih šol (6. ali višja stopnja izobrazbe), namreč kar 57,5%. 49,3% podjetij ima težave pri iskanju ljudi s srednješolsko izobrazbo in tehničnimi poklici (5. stopnja izobrazbe), 23,3% podjetij ima težave pri iskanju priučenih delavcev (4. stopnja izobrazbe).

Primerjava rezultatov anket med podjetji s tujim kapitalom v letih 2008, 2009, 2010 in 2011 kaže, da se je delež podjetij, ki imajo težave v iskanju delovne sile, v letu 2009 močno zmanjšal potem pa le še blago padal. Na splošno se je delež anketiranih podjetij s težavami v iskanju delovne sile zmanjšal od 65,0% leta 2008 na 52,9% leta 2009 in 50,7% leta 2011.

Najbolj se je zmanjšal delež podjetij s težavami v iskanju priučenih delavcev, namreč s 34,0% na 23,3%. Precej manj se je zmanjšal delež podjetij, ki imajo težave z iskanjem ljudi s srednješolsko izobrazbo in tehničnimi poklici (s 53,0% na 49,3%), delež podjetij, ki imajo težave z iskanjem diplomantov visokih /višjih šol, pa je ostal praktično nespremenjen; če je bil leta 2008 57,5%, je bil leta 2011 57,5%. Zmanjšanje težav podjetij s tujim kapitalom z iskanjem ustrezno usposobljene delovne sile se na prvi pogled zdi pozitivno, vendar je to tudi ali predvsem posledica zmanjševanja števila zaposlenih v teh podjetjih v zadnjih letih zaradi recesije. Za leto 2011 56,1% anketiranih navaja povečanje števila zaposlenih (glej poglavje 7). Pri tem so se v letu 2011 glede na leto 2010 precej povečale težave z iskanjem kadrov z visoko, višjo in srednjo izobrazbo, zmanjšale pa so se težave z iskanjem priučenih delavcev. To nakazuje, da gre povečanje zaposlovanja v anketiranih podjetjih v smeri postopnega prestrukturiranja dejavnosti teh podjetij v smeri bolj zahtevnih aktivnosti.

SLIKA 17: Delež podjetij s tujim kapitalom, ki težko najde delovno silo posameznih stopenj izobrazbe; primerjava anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011* (n=73)

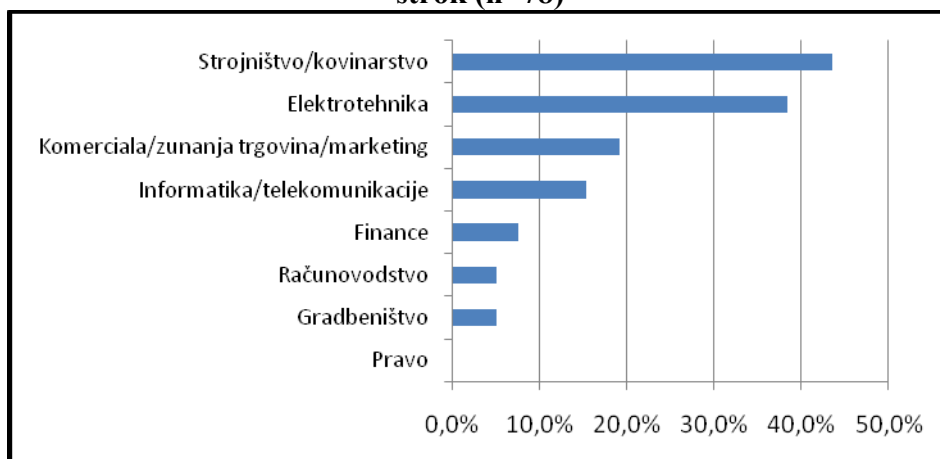


Vir: Ankete 2008, 2009, 2010 in 2011.

* »Na splošno« predstavlja delež podjetij, ki imajo težave s tem, da najdejo ustrezno usposobljeno delovno silo. Deleži pri posameznih stopnjah izobrazbe so izračunani kot deleži tistih podjetij, ki so navedla, da imajo težave z iskanjem delovne sile nasploh.

Po posameznih strokah so najbolj deficitarni delavci s področja strojništva in kovinarstva (kar 43,6% podjetij, ki so navedla, da imajo težave z iskanjem delovne sile, težko najde delovno silo teh strok), ki jim sledi elektrotehnika (38,5%), komerciala/zunanja trgovina/marketing (19,2%) ter informatika / telekomunikacije (15,4%).

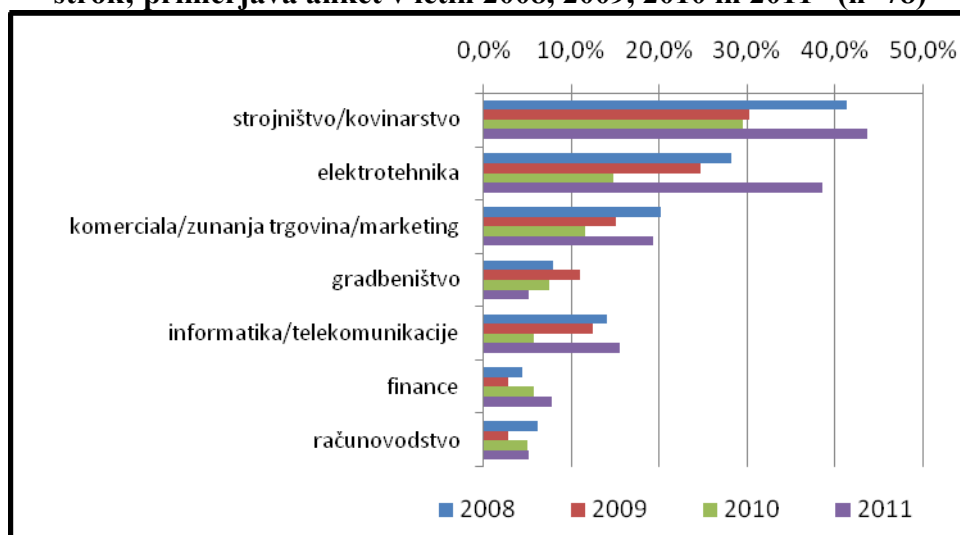
SLIKA 18: Delež podjetij s tujim kapitalom, ki težko najde delovno silo posameznih strok (n=78)



Vir: Anketa 2011.

Primerjava rezultatov anket med podjetji s tujim kapitalom v letih 2008, 2009, 2010 in 2011 pri iskanju delovne sile posameznih strok kaže, da se je delež podjetij, ki imajo težave v iskanju delovne sile v letih 2009 in 2010 močno zmanjšal, potem pa se je v letu 2011 spet močno povečal (glej sliko 19). Če je kriza prinesla krčenje dejavnosti anketiranih podjetij s tujim kapitalom v letih 2009 in 2010 in s tem tudi manjše težave z iskanjem delovne sile, je povečanje zaposlovanja anketiranih podjetij v letu 2011 (glej poglavje 7) spet prineslo večje težave z iskanjem delovne sile določenih strok, predvsem strojništva/kovinarstva, elektrotehnike, komerčiala/zunanje trgovine/marketinga in informatike.

SLIKA 19: Delež podjetij s tujim kapitalom, ki težko najde delovno silo posameznih strok; primerjava anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011* (n=78)

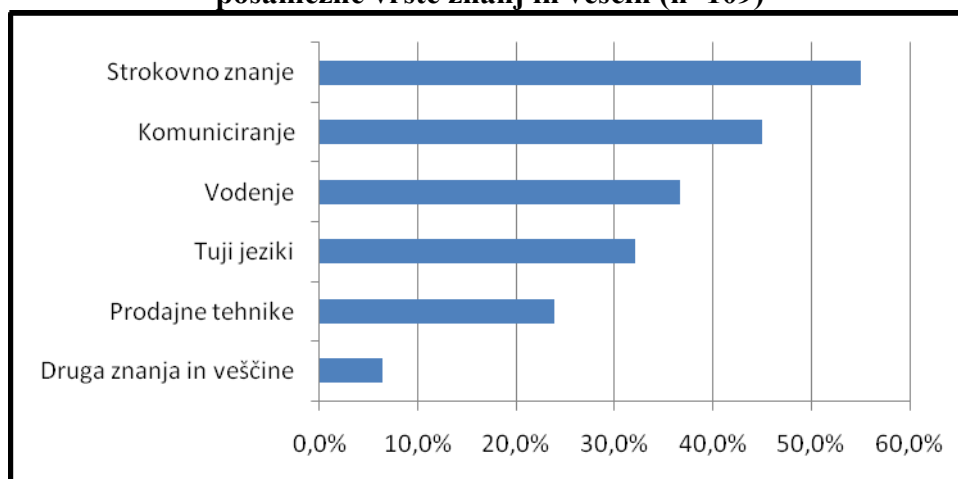


Vir: Ankete 2008, 2009, 2010 in 2011.

* Deleži pri posameznih strokah so izračunani kot deleži tistih podjetij, ki so navedla, da imajo težave z iskanjem delovne sile nasploh.

V dimenziji znanj in veščin zaposlenih, podjetja s tujim kapitalom pri slovenski delovni sili najbolj pogrešajo večje znanje znotraj svoje stroke (55,0%). Med veščinami kar 45,0% podjetij pogreša boljše usposobljenost v komuniciranju, 36,7% pogreša boljše poznavanje znanj vodenja, 32,1% znanj tujih jezikov, 23,9% pa znanj prodajnih tehnik.

SLIKA 20: Delež podjetij s tujim kapitalom, ki pri slovenski delovni sili pogreša posamezne vrste znanj in veščin (n=109)



Vir: Anketa 2011.

7. Načrti podjetij s tujim kapitalom za prihodnost

Pri načrtih podjetij s tujim kapitalom za prihodnost nas je najprej zanimalo, ali so zaradi gospodarske recesije spremenili obseg prodaje in število zaposlenih v letu 2011, kakšna so njihova pričakovanja (načrti) glede obsega prodaje in števila zaposlenih za leto 2012, kolikšen je današnji obseg njihove dejavnosti v Sloveniji glede na načrte, ki so jih imeli ob vstopu, potem pa še, če tuje matično podjetje načrtuje širitev dejavnosti v Sloveniji oziroma sosednjih državah in ali se je zaradi gospodarske recesije spremenil položaj Slovenije kot lokacije za NTI.

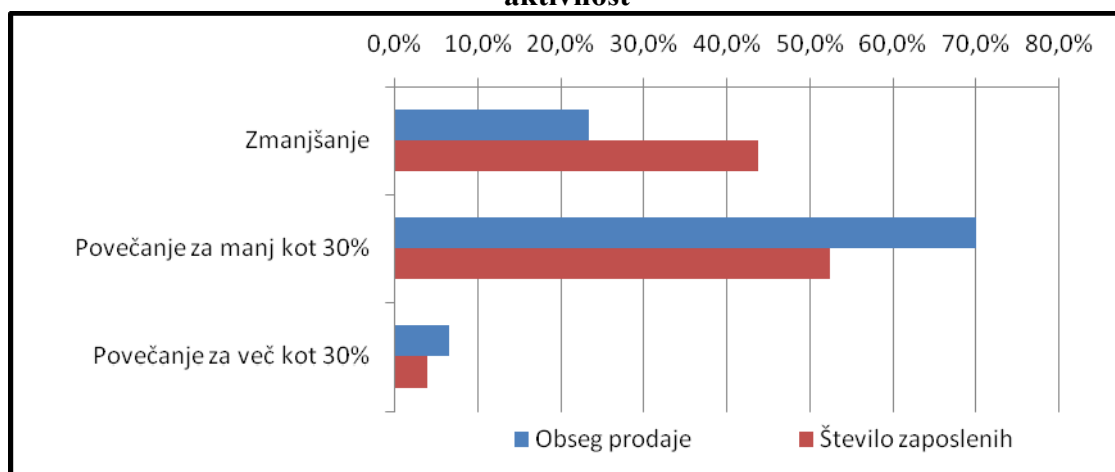
Tabela 12 in slika 21 jasno kažeta, da so anketirana podjetja v letu 2011 v glavnem že izšla iz krize, saj jih večina poroča o rasti prodaje in števila zaposlenih v letu 2011. Kar 76,7% anketiranih podjetij poroča o rasti prodaje, 56,2% pa tudi o rasti za poslenosti. Gre pretežno za povečanje do 30%.

TABELA 12: Vpliv gospodarske recesije na obseg prodaje in število zaposlenih v letu 2011: odstotna porazdelitev anketiranih podjetij glede na to ali so zmanjšali ali povečali aktivnost

	Obseg prodaje (n=124)	Število zaposlenih (n=105)
Zmanjšanje	23,4%	43,8%
Povečanje za manj kot 30 %	70,2%	52,4%
Povečanje za več kot 30 %	6,5%	3,8%

Vir: Anketa 2011.

SLIKA 21: Vpliv gospodarske recesije na obseg prodaje in število zaposlenih v letu 2011: odstotna porazdelitev anketiranih podjetij glede na to ali so zmanjšali ali povečali aktivnost



Vir: Anketa 2011.

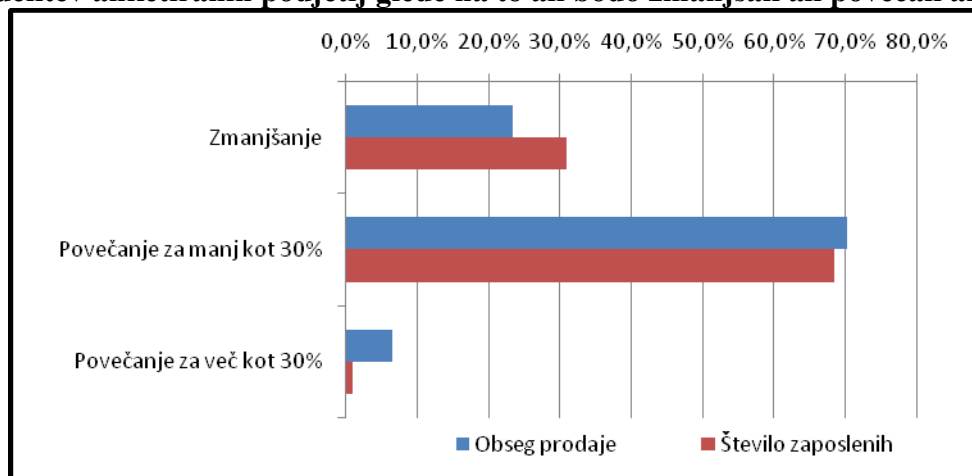
Tudi za leto 2012 večina anketiranih podjetij pričakuje nadaljnje večanje prodaje in zaposlenosti. Nič manj kot 76,7% podjetij pričakuje, da bodo povečali prodajo, 69,3% pa jih pričakuje tudi povečanje zaposlenosti (Tabela 13 in slika 22). Pričakovanja glede povečanja zaposlenosti v letu 2012 (69,3% podjetij) so torej bistveno večja kot pa je bilo povečanje v letu 2011 (56,2% podjetij).

TABELA 13: Pričakovanja glede obsega prodaje in števila zaposlenih v letu 2012: odstotna porazdelitev anketiranih podjetij glede na to ali bodo zmanjšali ali povečali aktivnost

	Obseg prodaje (n=124)	Število zaposlenih (n=117)
Zmanjšanje	23,4%	30,8%
Povečanje za manj kot 30 %	70,2%	68,4%
Povečanje za več kot 30 %	6,5%	0,9%

Vir: Anketa 2011.

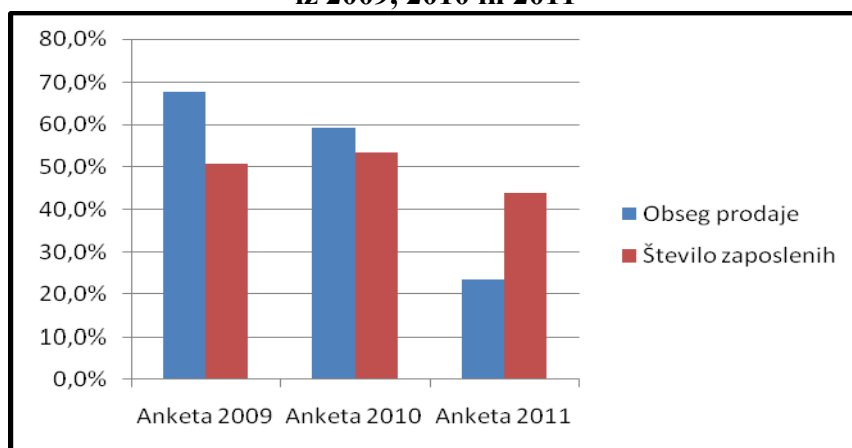
SLIKA 22: Pričakovanja glede obsega prodaje in števila zaposlenih v letu 2012: odstotna porazdelitev anketiranih podjetij glede na to ali bodo zmanjšali ali povečali aktivnost



Vir: Anketa 2011.

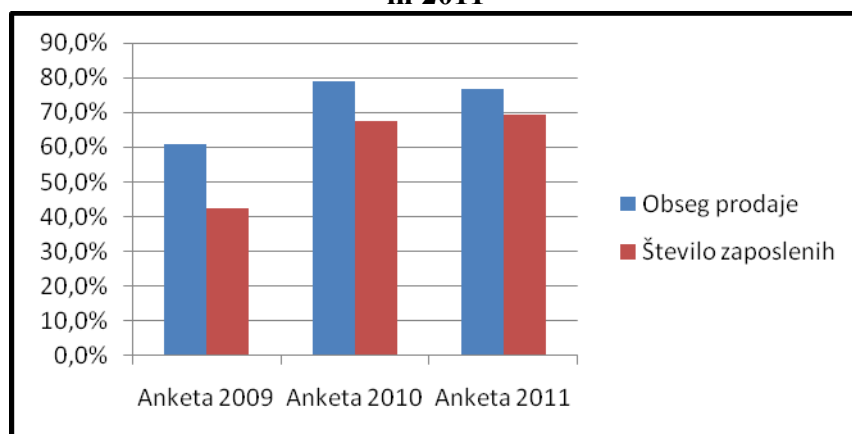
Primerjava rezultatov anket med podjetji s tujim kapitalom iz let 2009, 2010 in 2011 glede vpliva recesije na obseg njihovega poslovanja v tekočem letu in pričakovanj za prihodnje leto kaže na bistveno znižanje zmanjševanja prodaje in zaposlenosti v letu 2011 glede na leti 2009 in 2010, obenem pa so se pričakovanja glede povečanja obsega prodaje in zaposlenosti v naslednjem letu bistveno izboljšala že v letu 2010 in so se potem v letu 2011 le malo spremenila. Torej se vsakoletne napovedi o pričakovanjih za naslednje leto dosti dobro uresničijo v naslednjem letu. V anketi iz leta 2009, je kar 67,7% vprašanih napovedalo zmanjšanje prodaje v tekočem letu zaradi recesije, medtem ko je bilo takih v anketi iz leta 2010 59,2%, v tisti iz leta 2011 pa le 23,4%. Delež tistih, ki so zmanjšali število zaposlenih, se je v anketi iz leta 2010 (53,5%) glede na anketo iz leta 2009 (50,8%) povečal, vendar je v anketi iz leta 2011 bistveno padel (43,8%). Pričakovanja so se izboljšala že leto prej. V anketi iz leta 2009 je povečanje obsega prodaje v naslednjem letu napovedalo 60,8% vprašanih, v anketi iz leta 2010 kar 78,9% in v letošnji anketi 76,7%. Glede števila zaposlenih je v anketi iz leta 2009 povečanje napovedalo le 42,3% vprašanih, v anketi iz leta 2010 67,4%, v letošnji anketi pa kar 69,3% (glej sliki 23 in 24). Anketirana podjetja torej očitno ocenjujejo, da je gospodarske recesije zanje bolj ali manj konec. Pri tem se zdi, da spremembe v številu zaposlenih nekako sledijo spremembam v obsegu prodaje z enoletnim zamikom.

SLIKA 23: Odstotni delež anketiranih podjetij, ki so zaradi gospodarske recesije v tekočem letu zmanjšala obseg prodaje in število zaposlenih: primerjava rezultatov anket iz 2009, 2010 in 2011



Vir: Ankete 2009, 2010 in 2011.

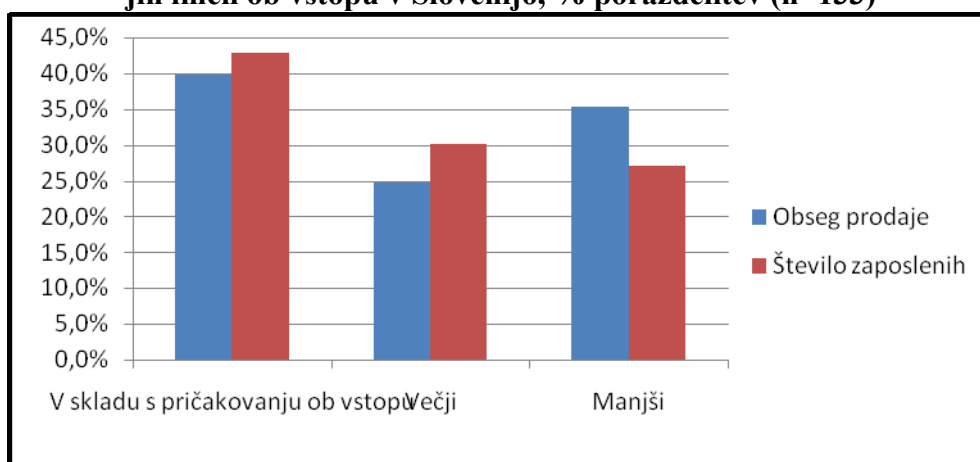
SLIKA 24: Odstotni delež anketiranih podjetij, ki za naslednje leto napovedujejo povečanje obseg prodaje in števila zaposlenih: primerjava rezultatov anket iz 2009, 2010 in 2011



Vir: Ankete 2009, 2010 in 2011.

Realizacija pričakovanj investorjev. Anketirana podjetja s tujim kapitalom smo tudi vprašali, kakšen je današnji obseg njihove dejavnosti v Sloveniji glede na načrte, ki so jih imela ob vstopu v Slovenijo. To nam kaže, v kolikšni meri so se začetna pričakovanja tujih investorjev uresničila. Pri približno dveh petinah anketiranih podjetij je obseg prodaje in število zaposlenih v skladu s pričakovanji ob vstopu (39,8% podjetij pri prodaji in 42,9% podjetij pri številu zaposlenih), ostala podjetja pa so nekako enakomerno porazdeljena med tista, ki so presegla pričakovanja in tista, ki niso dosegla pričakovanj. Pri prodaji je več takih, ki niso dosegla pričakovanja (35,3% podjetij ni doseglo pričakovanj, 24,8% pa jih je preseglo pričakovanja), pri številu zaposlenih pa več takih, ki so presegla pričakovanja (27,1% podjetij ni doseglo pričakovanja, 30,1% pa jih je preseglo pričakovanja) (glej Sliko 25).

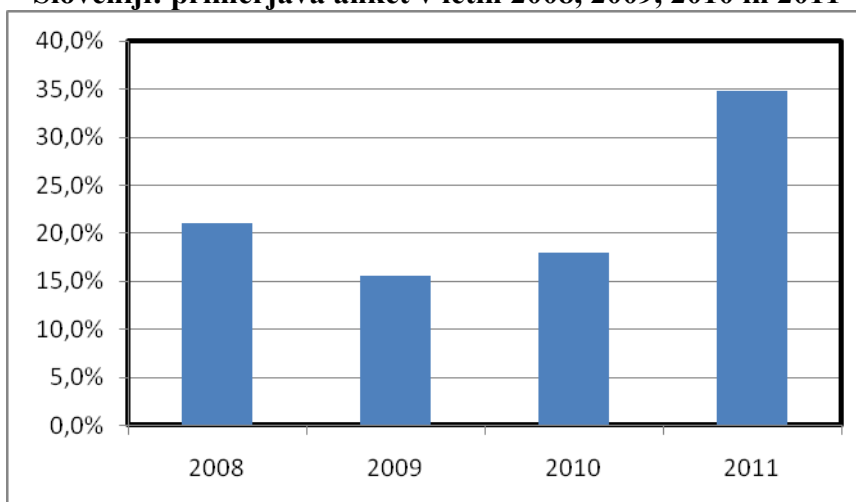
SLIKA 25: Današnji obseg dejavnosti podjetij s tujim kapitalom glede na načrte, ki so jih imeli ob vstopu v Slovenijo, % porazdelitev (n=133)



Vir: Anketa 2008, 2009 in 2011.

Načrtovanje širitve dejavnosti v Sloveniji. Med anketiranimi podjetji, jih 34,8% načrtuje širitve v Sloveniji, 38,4% ne načrtuje sprememb obsega svoje dejavnosti v Sloveniji, 10,1% jih načrtuje krčenje dejavnosti v Sloveniji, 16,7% anketiranih podjetij pa ni seznanjenih z načrti matičnega podjetja. V sliki 26 dajemo primerjavo širitvenih načrtov anketiranih podjetij v Sloveniji iz anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011. Slika kaže, da je delež podjetij, ki načrtujejo širitev padel od 21,0% v letu 2008 na 15,6% v letu 2009, v letu 2010 se je spet dvignil na 17,9%, leta 2011 pa se je skoraj podvojil na 34,8%. Ta obetaven kazalec je tudi v skladu s pričakovanji o rasti obsega prodaje in zaposlenosti anketiranih podjetij v Sloveniji in še enkrat kaže na to, da morata ekonomska politika in JAPT kot izvajalska agencija velik pomen nameniti prav obstoječim podjetjem s tujim kapitalom v Sloveniji. Tu se vsekakor skriva velik potencial za povečanje NTI v Sloveniji.

SLIKA 26: Delež podjetij s tujim kapitalom, ki načrtujejo širitve svoje dejavnosti v Sloveniji: primerjava anket v letih 2008, 2009, 2010 in 2011



Vir: Ankete 2008, 2009, 2010 in 2011.

TABELA 14: Načrti anketiranih podjetij glede širitve v Sloveniji glede na velikost, dejavnost in tržno usmeritev podjetja; v % (n=138)

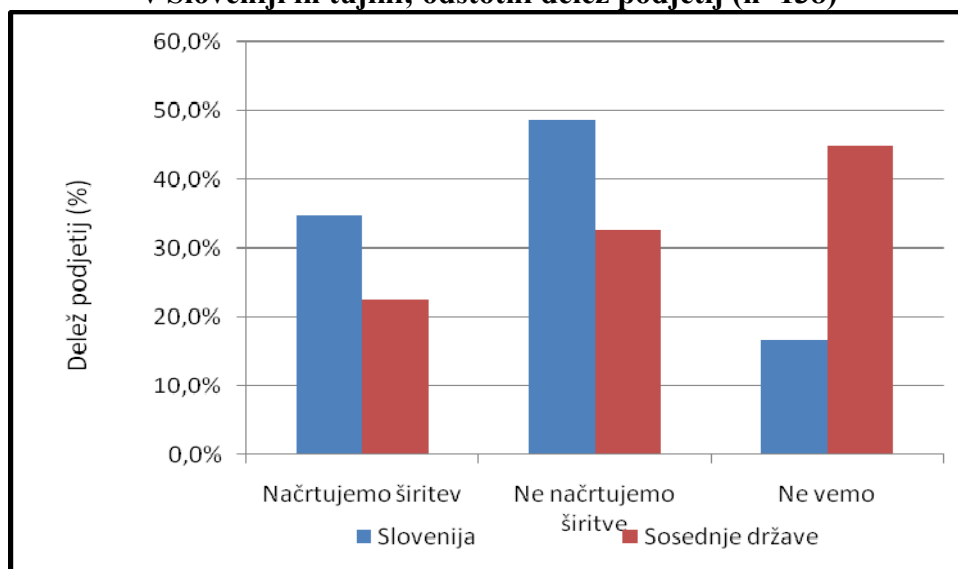
	Širitev	Krčenje	Nespremenjen obseg dejavnosti	Ne vedo	SKUPAJ
Mikro podjetja	25,0	12,5	37,5	25,0	100,0
Mala podjetja	32,9	11,4	40,5	15,2	100,0
Srednje velika podjetja	31,7	9,8	39,0	19,5	100,0
Velika podjetja	70,0	0,0	20,0	10,0	100,0
Proizvodna podjetja	37,8	4,4	33,3	24,4	100,0
Storitvena podjetja	33,3	12,9	40,9	12,9	100,0
Pretežno za domači trg usmerjena podjetja	34,2	11,4	40,5	13,9	100,0
Pretežni izvozniki	35,6	8,5	35,6	20,3	100,0
SKUPAJ	34,8	10,1	38,4	16,7	100,0

Vir: Anketa JAPTI 2011.

Pri posameznih kategorijah podjetij po deležu tistih, ki načrtujejo širitev izrazito izstopajo velika podjetja s 70%, vendar je število teh podjetij majhno (7 od skupaj 10) (glej Tabela 14).

Širitev dejavnosti v sosednjih državah načrtuje 22,5% tujih matičnih podjetij anketiranih slovenskih podružnic načrtuje širitev v sosednjih državah, 32,6% jih ne načrtuje širitve v sosednjih državah, 44,9% vprašanih pa ni seznanjena z načrti matičnih podjetij glede širitve v sosednjih državah. Primerjava s podatki za Slovenijo je problematična, saj veliko več anketiranih podjetij ne ve, kaj načrtujejo njihova tuja matična podjetja v sosednjih državah kot v Sloveniji. Razmerje med tistimi, ki načrtujejo širitev in tistimi, ki je ne načrtujejo, je zelo podobno za Slovenijo (0,72) in za sosednje države 0,69) (Slika 27). Med sosednjimi državami, v katerih matična podjetja načrtujejo širitev, so najpogostejši Hrvaška, Srbija, Romunija in Bosna in Hercegovina.

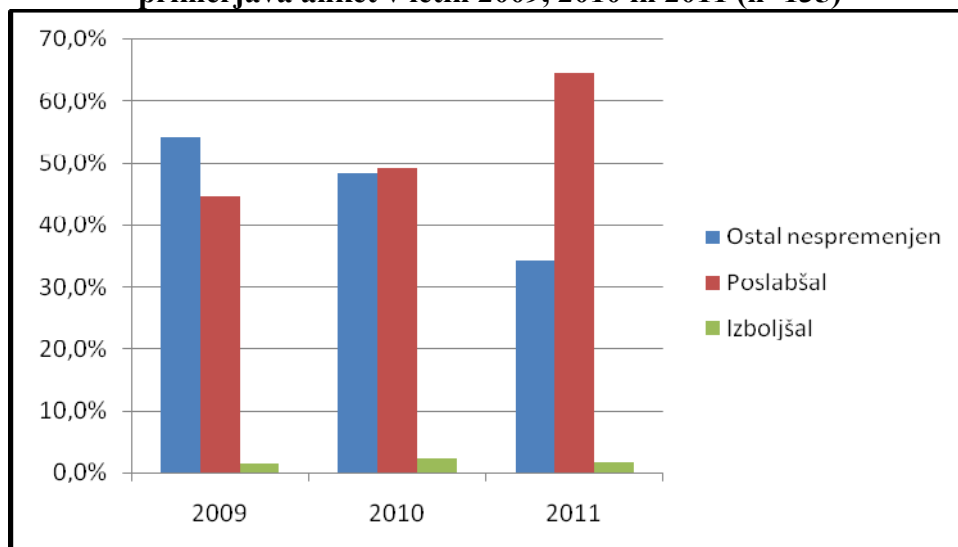
SLIKA 27: Širitveni načrti matičnih tujih podjetij slovenskih podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in tujini; odstotni delež podjetij (n=138)



Vir: Anketa 2011.

Sprememba položaja Slovenije kot lokacije za NTI zaradi gospodarske recesije. Anketirana podjetja smo vprašali, ali se je položaj Slovenije kot lokacije za NTI v primerjavi s konkurenčnimi državami zaradi gospodarske recesije poslabšal, izboljšal oziroma ostal nespremenjen. Rezultati niso prav razveseljivi in so se glede na lansko leto še nekoliko poslabšali (glej sliko 29). Največ – 64,4% - jih meni, da se je naš položaj poslabšal, 34,1% jih meni, da je ostal nespremenjen, vsega 1,5% pa jih meni, da se je izboljšal. Delež anketiranih podjetij, ki menijo, da se položaj Slovenije kot lokacije za NTI poslabšuje, je vsako leto več. Glede na širitvene načrte anketiranih podjetij v Sloveniji kot taki in v primerjavi s sosednjimi državami je taka slika vsekakor nekoliko presenetljiva. Kljub temu pa je zaključek več kot očiten, že tako ne prav dober konkurenčni položaj Slovenije kot lokacije za NTI se je z gospodarsko recesijo še poslabšal.

SLIKA 29: Delež anketiranih podjetij, ki ocenjuje, da se je položaj Slovenije kot lokacije za NTI zaradi gospodarske recesije poslabšal, izboljšal oziroma ostal nespremenjen: primerjava anket v letih 2009, 2010 in 2011 (n=135)

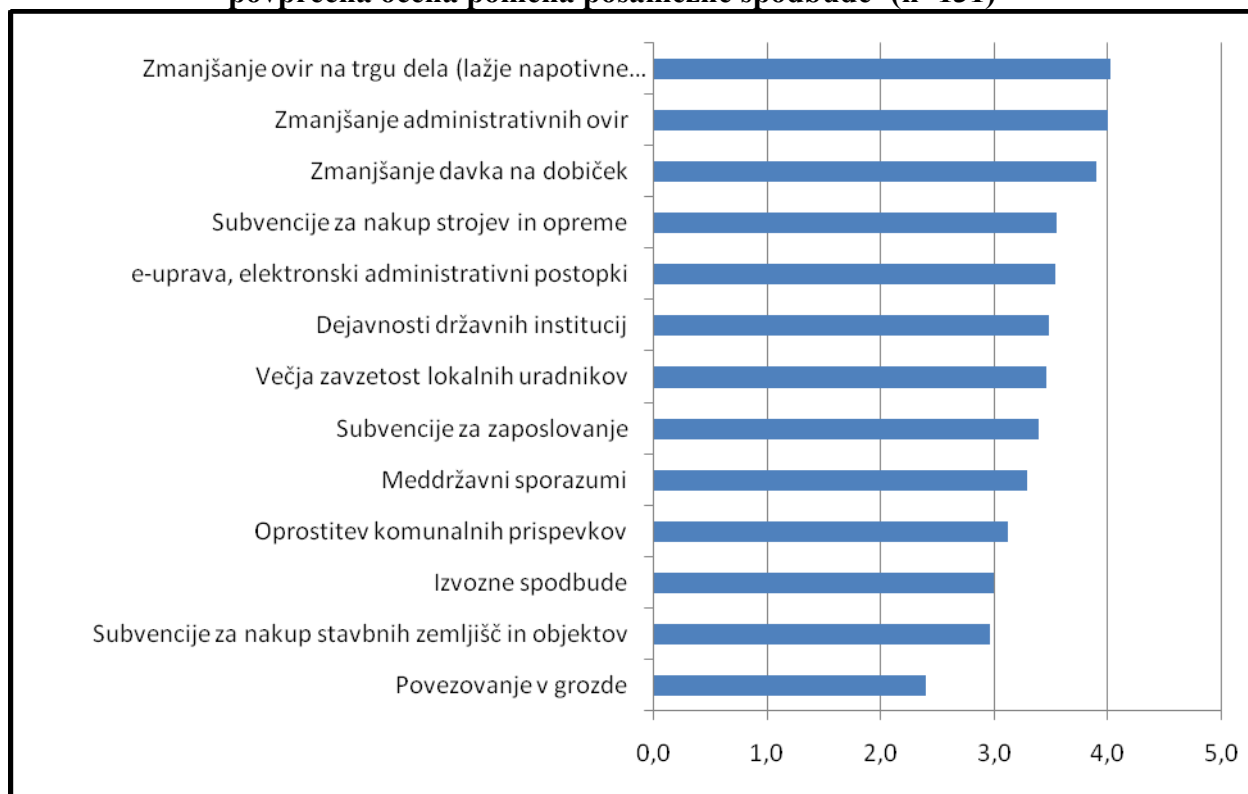


Vir: Ankete 2009, 2010 in 2011.

8. Vloga države pri spodbujanju tujih investicij v Slovenijo

V tem poglavju analiziramo, kako pomembne so različne spodbude za tuje investitorje in podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji. V povprečju anketirana podjetja kar 12 od 13 spodbud ocenjujejo z oceno 3 = pomembno ali višje. Zdi se torej, da so našete spodbude pomembne za delovanje podjetij s tujim kapitalom. Najpomembnejše spodbude so zmanjšanje ovir na trgu dela, zmanjševanje administrativnih ovir in zmanjšanje davka na dobiček, sledijo pa subvencije za nakup strojev in opreme, e-uprava, dejavnosti državnih institucij, večja zavzetost lokalnih uradnikov, subvencije za zaposlovanje itd. (Slika 30).

SLIKA 30: Pomembnost posameznih spodbud za podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji; povprečna ocena pomena posamezne spodbude* (n=131)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

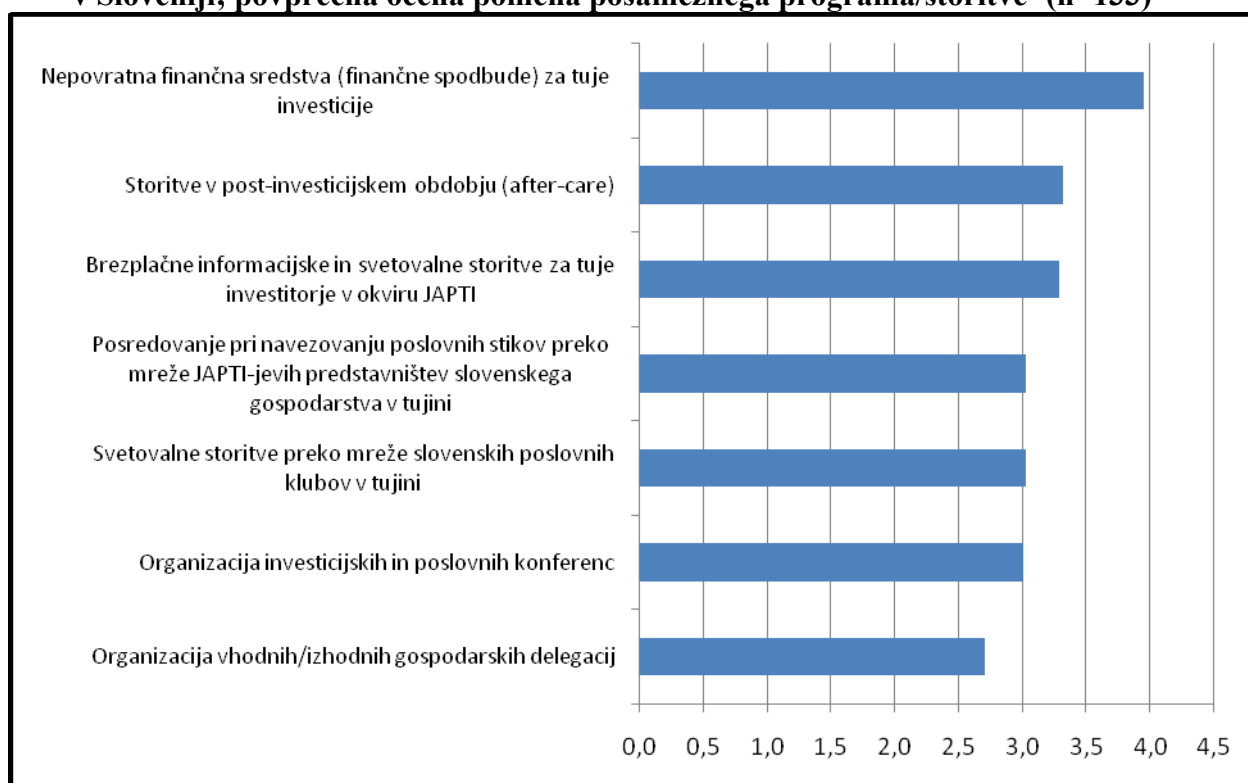
Vrednotenje pomena spodbud glede na dejavnost podjetij se praktično ne razlikuje, saj sta povprečni oceni pomena vseh spodbud za proizvodna (3,4) in storitvena (3,4) podjetja identični. Razlika je pri subvencijah za nakup stavbnih zemljišč in objektov ter pri subvencijah za nakup strojev in opreme, ki jih po pričakovanju proizvodna podjetja ocenjujejo precej višje kot storitvena. Obratno pa storitvena podjetja precej višje ocenjujejo prednosti e-uprave, dejavnosti državnih institucij in zmanjšanje davka na dobiček. Tudi kar se tržne usmerjenosti anketiranih podjetij tiče, v povprečju ni opaznih razlik med pomenom spodbud za pretežne izvoznike (3,3) in za pretežno na domači trg usmerjena podjetja (3,4). Tudi tu pretežni izvozniki nekoliko višje ocenjujejo pomen subvencij za nakup stavbnih zemljišč in objektov ter subvencij za nakup strojev in opreme. To je pričakovano, saj so pretežni izvozniki v glavnem proizvodna podjetja. Na domači trg usmerjena podjetja pa v

primerjavi s pretežnimi izvozniki nekoliko večji pomen pripisujejo zmanjšanju ovir na trgu dela, e-upravi, dejavnosti državnih institucij in večji zavzetosti lokalnih uradnikov ter zmanjšanju davka na dobiček. Kar se pomena spodbud in velikosti podjetij tiče, velja, da pomen spodbud najvišje vrednotijo mikro podjetja (3,7), ki jim sledijo srednje velika podjetja (3,5), mala (3,3) in velika podjetja (3,3). V primerjavi z drugimi mikro podjetja bistveno višji pomen pripisujejo izvoznim spodbudam, zmanjšanju davka na dobiček, subvencijam za nakup strojev in opreme in oprostitvi komunalnih prispevkov pa tudi povezovanju v grozde (podrobneje v Tabelah P.12, P.13 in P.14 v Prilogi.).

9. Programi in storitve agencije JAPTI za podjetja s tujim kapitalom

Najpomembnejše storitve in programi agencije JAPTI za podjetja s tujim kapitalom so nepovratna finančna sredstva, storitve v post-investicijskem obdobju in brezplačne informacijske in svetovalne storitve v okviru JAPTI (Slika 31).

SLIKA 31: Pomembnost programov in storitev JAPTI-ja za podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji; povprečna ocena pomena posameznega programa/storitve* (n=133)



Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega programa/storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Vrednotenje pomena programov in storitev JAPTI-ja glede na dejavnost in tržno usmerjenost anketiranih podjetij se v povprečju ne razlikuje veliko; tako proizvodna kot storitvena, tako pretežni izvozniki kot pretežno na domači trg usmerjena podjetja pripisujejo programom in storitvam JAPTI-ja povprečni pomen med 3,1 in 3,3. Seveda pa so razlike pri posameznih programih/storitvah. Tako proizvodna podjetja predvsem nekoliko više ocenjujejo pomen nepovratnih finančnih sredstev za tuje investicije (4,2), pretežni izvozniki pa brezplačne svetovalne storitve JAPTI-ja za tuje investitorje (3,4). Kar se tiče pomena programov in storitev agencije JAPTI po velikosti podjetij, velja, da pomen programov in storitev JAPTI-ja

najvišje vrednoszijo srednje velika podjetja (3,4) kot srednje velika (3,1), ki jim sledijo mikro (3,3), mala (3,1) in velika podjetja (2,9). Velika podjetja daleč največji pomen pripisujejo nepovratnim finančnim sredstvom za tuje investicije (4,2) in storitvam v post-investicijskem obdobju (3,4) (podrobneje v Tabelah P.16, P.17 in P.18 v Prilogi.).

10. Zaključek – Predlogi za ekonomsko politiko

Redno letno anketiranje tujih investitorjev v Sloveniji se kaže kot ustrezna metoda za identifikacijo problemov investicijske klime v Sloveniji, drugih problemov, s katerimi se soočajo tuji investitorji v Sloveniji, večje ali manjše koristnosti različnih spodbud in storitev za tuje investitorje, razvojne kvalitete projektov NTI ter, ne nazadnje, za identifikacijo širitvenih načrtov tujih investitorjev v Sloveniji. Vse to, še posebej pa zadnje je pomembno za delovanje slovenskih institucij, ki se ukvarjajo s pospeševanjem vhodnih NTI. Zaradi tega bi veljalo s prakso rednega letnega anketiranja tujih investitorjev nadaljevati.

Ugotovitve raziskave, ki temeljijo na menju anketiranih tujih investitorjev v Sloveniji, in ki so relevantne za ukrepanje ekonomske politike, se nanašajo predvsem na ovire za tuje investitorje, pomanjkanje ustrezno usposobljene delovne sile, spodbude za tuje investitorje ter programe in storitve JAPTII-ja. Problemi, ki jih zaznavajo tuji investitorji in večji ali manjši pomen, ki ga pripisujejo posameznim elementom poslovnega okolja, spodbudam za investiranje in storitvam JAPTII-ja, so pravi kašipot za takšne ukrepe ekonomske politike, ki bi protegnili več tujih investitorjev.

Ovire za tuje investitorje. Najpomembnejše ovire za vhodne NTI so: visoki davki, plačilna nedisciplina, visoki stroški delovne sile, težave pri odpuščanju zaposlenih, neučinkovit sodni sistem, slabo delovanje davčne uprave, korupcija, neustrezno varstvo konkurence, majhnost slovenskega trga, rigidnost delovnega časa. Med 24 ovirami, katerih pomen so ocenjevala anketirana podjetja, so v povprečju kar deset ovir ocenila kot pomembne. To je že samo po sebi veliko in bistveno več od lanskoletne ankete, ko je bilo le šest ovir ocenjenih tako visoko. Še bistveno slabša je situacija, če primerjamo ocene pomembnosti posameznih ovir leta 2007 in danes. Pomembnost ovir se je zmanjšala le pri treh najmanj pomembnih ovirah, pri nič manj kot 21 ovirah pa se je njihova pomembnost povečala. Ovire so se zmanjšale le pri ustanovitvi/začetku delovanja podjetja, pri zunanjetrgovinskem poslovanju ter pri ovirah ob nakupu stavbnih zemljišč in objektov. V obdobju od leta 2007 do danes so se najbolj povečale naslednje ovire: visoki stroški delovne sile, plačilna nedisciplina, neučinkovit sodni sistem, visoki davki, težave pri odpuščanju zaposlenih, neustrezna stečajna regulativna, težave pri najemanju kreditov itd. Težave so se najbolj povečale prav pri tistih ovirah, ki že tako ali tako najbolj motijo neposredne tuje investitorje v Slovenijo. Več kot očiten je torej zaključek, da anketirani tuji investitorji menijo, da so se ovire za tuje investitorje v času njihovega delovanja v Sloveniji precej povečale.

Slika, ki izhaja iz ocen anketiranih podjetij o ovirah za njihovo delovanje v Sloveniji, jasno kaže, da je majhnost slovenskega trga objektivna danost, ki bo najbrž vselej ovirala večji priliv NTI v Slovenijo. Tudi visoki stroški delovne sile so v določeni meri objektivna danost, zato Slovenija nikoli ne bo zanimiva za delovno intenzivne NTI, česar si niti ne želimo. Velika večina ostalih najpomembnejših ovir pa je dejansko v domeni ekonomskega sistema in politike in načeloma ne bi smelo biti ovir za njihovo zmanjševanje. Visoki davki, plačilna nedisciplina, težave pri odpuščanju zaposlenih, neučinkovit sodni sistem, slabo delovanje davčne uprave, korupcija, neustrezno varstvo konkurence, rigidnost delovnega časa itd. so

tisti problemi, ki zares ovirajo večje angažiranje tujih investitorjev v Sloveniji. Seveda pa ti dejavniki niso problem le za podjetja s tujim kapitalom, temveč tudi za domača podjetja.

Največ ovir zaznavajo mikro podjetja, ki jim sledijo mala, srednje velika in velika podjetja. Velika podjetja v primerjavi z drugimi zaznavajo več težav pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov ter pri gradbenih doboljenjih. Mikro podjetja se bolj kot ostala pritožujejo nad visokimi davki, plačilno nedisciplino, visokimi stroški delovne sile, težavami pri odpuščanju zaposlenih, težavami pri najemanju kreditov, ovirami v zunanjetrgovinskem poslovanju, neučinkovitim sodnim sistemom itd. Storitvena podjetja se v povprečju srečujejo s podobno visokimi ovirami kot proizvodna podjetja. V primerjavi s proizvodnimi se storitvena podjetja precej bolj pritožujejo nad plačilno nedisciplino. Proizvodna podjetja pa v primerjavi s storitvenimi podjetji bolj poudarjajo ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov ter težave z gradbenimi dovoljenji, ovire zaradi slabe/drage energetske infrastrukture, visoke transportne stroške in slabo delovanje davčne uprave.

Pomanjkanje ustrezno usposobljene delovne sile. Z delovno silo povezane težave so eden največjih problemov slovenskega poslovnega okolja. Več kot polovica, to je 50,7% anketiranih podjetij ima težave pri iskanju ustrezno usposobljene delovne sile. Te težave so večje pri proizvodnih kot pri storitvenih podjetjih in večje pri pretežnih izvoznikih kot pri pretežno na domači trg usmerjenih podjetjih. Glede na velikost podjetij imajo največje težave z iskanjem ustrezno usposobljene delovne sile mikro podjetja, ki jim sledijo velika, srednje velika in mala podjetja.

Po posameznih strokah so najbolj deficitarni delavci s področja strojništva in kovinarstva (kar 43,6% podjetij, ki so navedla, da imajo težave z iskanjem delovne sile, težko najde delovno silo teh strok), ki jim sledi elektrotehnika (38,5%), komerciala/zunanja trgovina/marketing (19,2%) ter informatika / telekomunikacije (15,4%). V dimenziji znanj in veščin zaposlenih, podjetja s tujim kapitalom pri slovenski delovni sili najbolj pogrešajo večje znanje znotraj svoje stroke (55,0%). Med veščinami kar 45,0% podjetij pogreša boljše usposobljenost v komuniciranju, 36,7% pogreša boljše poznavanje znanj vodenja, 32,1% znanj tujih jezikov, 23,9% pa znanj prodajnih tehnik.

Spodbude za tuje investitorje. V povprečju anketirana podjetja precej visoko ocenjujejo pomen spodbud, ki jih daje ekonomska politika. Najpomembnejše spodbude so zmanjšanje ovir na trgu dela, zmanjševanje administrativnih ovir in zmanjšanje davka na dobiček, sledijo pa subvencije za nakup strojev in opreme, e-uprava, dejavnosti državnih institucij, večja zavzetost lokalnih uradnikov, subvencije za zaposlovanje itd.

Programi in storitve JAPTI-ja. Podjetja s tujim kapitalom so za najkoristnejše storitve in programe agencije JAPTI ocenila nepovratna finančna sredstva, storitve v post-investicijskem obdobju in brezplačne informacijske in svetovalne storitve v okviru JAPTI.

Uporabljena literatura

- Banka Slovenije. 2010. Neposredne naložbe 2009. Ljubljana: Banka Slovenije.
- Banka Slovenije. 2012. Ekonomski odnosi Slovenije s tujino, junij. Ljubljana: Banka Slovenije.
- Burger, A., A. Jaklič in M. Rojec. 2008. Exporting and Company Performance in Slovenia: Self-Selection and/or Learning by Exporting? *Ekonomicky časopis*, 56 (2): 131-153.
- Majcen, B., M. Rojec, A. Jaklič in S. Radošević. 2005. Productivity growth and functional upgrading in foreign subsidiaries in the Slovenian manufacturing sector. *Journal of East-West Economics and Business*, 8 (1/2): 73-100.

PRILOGA K DRUGEMU DELU

TABELA P.1: Tuji investitorji v anketirana podjetja po državah porekla

Država	Število	Delež v %
Avstrija	38	27,3
Nemčija	27	19,4
Italija	12	8,6
Francija	9	6,5
Hrvaška	9	6,5
Nizozemska	8	5,8
Švica	6	4,3
Ciper	5	3,6
Velika Britanija	4	2,9
Belgija	4	2,9
Danska	3	2,2
Švedska	3	2,2
Luxembourg	2	1,4
ZDA	2	1,4
Španija	1	0,7
Finska	1	0,7
Poljska	1	0,7
Madžarska	1	0,7
Avstralija	1	0,7
Slovaška	1	0,7
Japonska	1	0,7
SKUPAJ	139	100,0

Vir: Anketa 2011.

TABELA P.2: Leto vstopa tujega (tujih) investitorjev v anketirana podjetja

Leto vstopa	Število podjetij	Delež v %
1995 ali prej	35	25,2
1996	6	4,3
1997	10	7,2
1998	2	1,4
1999	8	5,8
2000	10	7,2
2001	4	2,9
2002	5	3,6
2003	6	4,3
2004	8	5,8
2005	11	7,9
2006	2	1,4
2007	9	6,5
2008	10	7,2
2009	9	6,5
2010	4	2,9
SKUPAJ	139	100,0

Vir: Anketa 2011.

TABELA P.3: Pomembnost posameznih motivov tujih investitorjev ob vstopu v Slovenijo in danes; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznega motiva* (=133)

	Ob vstopu					Danes				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Krepitev dolgoročnega sodelovanja	9,8	6,8	15,8	24,8	42,9	8,3	6,1	16,7	26,5	42,4
Dostop ali povečanje obstoječega tržnega deleža v Sloveniji	14,1	7,4	19,3	20,0	39,3	9,6	12,6	19,3	20,0	38,5
Dostop do trgov v JV Evropi	24,6	13,4	20,1	18,7	23,1	23,9	15,7	18,7	22,4	19,4
Dostop do trgov v EU	34,6	19,5	16,5	14,3	15,0	34,8	17,0	14,8	15,6	17,8
Učinkovitost proizvodnje/storitvene dejavnosti v Sloveniji	12,8	9,0	26,3	36,8	15,0	11,3	6,8	30,1	36,1	15,8
Dostop do inputov (material, sestavni deli)	28,9	26,7	20,0	14,8	9,6	28,9	22,2	20,7	18,5	9,6
Dostop do znanja, kvalificiranega dela, tehnologije v Sloveniji	17,9	20,1	25,4	24,6	11,9	17,3	14,3	24,1	29,3	15,0
Kvalitetna delovna sila	4,5	11,2	25,4	39,6	19,4	5,2	9,7	20,1	41,8	23,1
Nizka cena delovne sile	20,1	24,6	26,9	17,9	10,4	24,1	28,6	19,5	21,8	6,0
Spremljanje ključnih tujih strank, ki delujejo v Sloveniji	30,6	22,4	21,6	17,9	7,5	30,8	24,1	18,8	17,3	9,0
Dobra geografska lega in infrastrukturna povezanost Slovenije	7,4	20,7	30,4	27,4	14,1	7,5	20,9	28,4	28,4	14,9
Davčne ugodnosti	35,3	27,8	26,3	7,5	3,0	39,4	25,0	21,2	9,1	5,3

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen vsakega posameznega motiva ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.4: Pomembnost posameznih ovir za tuje investitorje v Sloveniji leta 2007 in danes; odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne ovire* (n=134)

	Leta 2007					Danes				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Majhnost slovenskega trga	16,4	30,6	18,7	26,1	8,2	17,2	20,1	21,6	29,1	11,9
Visoki transportni stroški	17,2	29,9	26,9	17,2	9,0	14,9	25,4	25,4	23,9	10,4
Slaba prometna infrastruktura	21,5	24,4	34,1	17,0	3,0	23,1	24,6	23,9	23,9	4,5
Slaba/druga energetska infrastruktura	12,8	33,8	34,6	15,8	3,0	13,6	27,3	31,8	22,0	5,3
Slaba/druga informacijsko/komunikacijska infrastruktura	12,7	32,1	34,3	17,9	3,0	13,5	28,6	34,6	19,5	3,8
Zapletena/druga ustanovitev/začetek delovanja podjetja	14,9	24,6	33,6	22,4	4,5	21,8	31,6	26,3	14,3	6,0
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	27,8	25,6	17,3	19,5	9,8	28,8	27,3	18,2	13,6	12,1
Težave z gradbenimi dovoljenji	30,1	17,3	24,8	15,8	12,0	30,3	18,2	21,2	15,9	14,4
Nerazpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	15,8	18,0	39,8	22,6	3,8	15,9	18,9	30,3	26,5	8,3
Visoki stroški delovne sile	6,7	18,7	38,1	26,9	9,7	3,8	11,3	27,1	33,8	24,1
Rigidnost glede delovnega časa	14,2	17,9	41,0	20,1	6,7	15,0	18,0	30,8	25,6	10,5
Težave pri odpuščanju zaposlenih	8,1	15,6	31,9	27,4	17,0	6,7	12,7	24,6	29,1	26,9
Težave pri najemanju kreditov	27,6	24,6	27,6	16,4	3,7	26,3	18,0	24,8	18,0	12,8
Visoki davki	5,2	9,0	32,1	35,8	17,9	2,3	8,3	28,0	30,3	31,1
Slabo delovanje davčne uprave	11,3	20,3	38,3	21,8	8,3	9,8	20,3	38,3	21,8	9,8
Ovire v zunanjetrgovinskem poslovanju	26,1	26,1	34,3	11,9	1,5	27,8	29,3	29,3	12,0	1,5
Neustrezno uveljavljanje pogodb	15,2	24,2	46,2	10,6	3,8	13,7	22,9	41,2	15,3	6,9
Plačilna nedisciplina	6,7	20,7	31,9	27,4	13,3	5,2	12,7	21,6	30,6	29,9
Neustrezna zaščita lastniških pravic (intelektualne lastnine)	19,8	28,7	32,7	17,8	1,0	18,8	24,8	32,7	20,8	3,0
Netransparentna obravnava tujih investitorjev	16,4	23,1	41,0	14,2	5,2	16,5	22,6	37,6	14,3	9,0
Neučinkovit sodni sistem	11,9	19,4	32,8	27,6	8,2	9,8	13,5	25,6	27,1	24,1
Neustrezno varstvo konkurence	9,7	21,6	44,8	17,2	6,7	9,0	21,8	37,6	22,6	9,0
Korupcija	16,4	23,1	30,6	20,9	9,0	15,0	20,3	24,1	29,3	11,3
Neustrezna stečajna regulativa	23,9	26,1	29,9	14,2	6,0	20,3	21,8	24,8	18,0	15,0

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen vsake posamezne ovire ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.5: Pomembnost posameznih ovir za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na velikost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne ovire* (n=134)

	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Majhnost slovenskega trga	3,6	3,2	2,7	2,3
Visoki transportni stroški	3,1	2,9	2,9	2,7
Slaba prometna infrastruktura	3,1	2,6	2,6	2,4
Slaba/druga energetska infrastruktura	3,6	2,5	3,1	2,9
Slaba/druga informacijsko/komunikacijska infrastruktura	3,1	2,6	2,8	3,1
Zapletena/druga ustanovitev/začetek delovanja podjetja	2,6	2,5	2,5	3,0
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	2,3	2,4	2,6	3,1
Težave z gradbenimi dovoljenji	2,9	2,5	2,8	3,0
Nerazpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	3,4	2,8	3,2	2,7
Visoki stroški delovne sile	4,3	3,5	3,8	3,7
Rigidnost glede delovnega časa	3,5	2,9	3,1	2,7
Težave pri odpuščanju zaposlenih	4,3	3,6	3,4	3,2
Težave pri najemanju kreditov	3,8	2,7	2,6	2,5
Visoki davki	4,5	3,7	3,8	3,7
Slabo delovanje davčne uprave	3,5	3,0	2,9	3,4
Ovire v zunanjetrgovinskem poslovanju	3,9	2,3	2,1	2,3
Neustrezno uveljavljanje pogodb	3,4	2,8	2,6	2,5
Plačilna nedisciplina	4,4	3,8	3,3	3,7
Neustrezna zaščita lastniških pravic (intelektualne lastnine)	3,4	2,6	2,4	3,1
Netransparentna obravnava tujih investitorjev	3,3	2,6	2,8	3,4
Neučinkovit sodni sistem	3,9	3,4	3,3	3,5
Neustrezno varstvo konkurence	3,3	3,1	2,9	3,0
Korupcija	3,1	2,9	3,1	3,2
Neustrezna stečajna regulativa	3,3	2,9	2,7	2,8
SKUPAJ - POVPREČJE	3,5	2,9	2,9	3,0

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.6: Pomembnost posameznih ovir za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na dejavnost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne ovire * (n=134)

	Proizvodnja	Storitve
Majhnost slovenskega trga	2,5	3,2
Visoki transportni stroški	3,1	2,8
Slaba prometna infrastruktura	2,7	2,6
Slaba/druga energetska infrastruktura	3,0	2,7
Slaba/druga informacijsko/komunikacijska infrastruktura	2,8	2,7
Zapletena/druga ustanovitvev/začetek delovanja podjetja	2,5	2,5
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	3,1	2,2
Težave z gradbenimi dovoljenji	3,2	2,4
Nerazpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	3,0	2,9
Visoki stroški delovne sile	3,8	3,6
Rigidnost glede delovnega časa	3,1	2,9
Težave pri odpuščanju zaposlenih	3,4	3,7
Težave pri najemanju kreditov	2,9	2,7
Visoki davki	3,9	3,7
Slabo delovanje davčne uprave	3,2	2,9
Ovire v zunanjetrgovinskem poslovanju	2,2	2,3
Neustrezno uveljavljanje pogodb	2,7	2,8
Plačilna nedisciplina	3,5	3,8
Neustrezna zaščita lastniških pravic (intelektualne lastnine)	2,6	2,7
Netransparentna obravnava tujih investitorjev	3,0	2,7
Neučinkovit sodni sistem	3,4	3,5
Neustrezno varstvo konkurence	2,8	3,1
Korupcija	3,0	3,0
Neustrezna stečajna regulativa	2,8	2,9
SKUPAJ - POVPREČJE	3,0	2,9

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.7: Pomembnost posameznih ovir za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na tržno usmerjenost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne ovire* (n=134)

	Pretežno domači trg	Pretežno izvoz
Majhnost slovenskega trga	3,2	2,6
Visoki transportni stroški	2,8	3,1
Slaba prometna infrastruktura	2,4	2,9
Slaba/druga energetska infrastruktura	2,6	3,0
Slaba/druga informacijsko/komunikacijska infrastruktura	2,6	2,9
Zapletena/druga ustanovitev/začetek delovanja podjetja	2,5	2,5
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	2,2	2,9
Težave z gradbenimi dovoljenji	2,5	2,8
Nerazpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	2,9	3,0
Visoki stroški delovne sile	3,6	3,6
Rigidnost glede delovnega časa	3,0	3,0
Težave pri odpuščanju zaposlenih	3,7	3,4
Težave pri najemanju kreditov	2,6	2,9
Visoki davki	3,8	3,8
Slabo delovanje davčne uprave	3,0	3,0
Ovire v zunanjetrgovinskem poslovanju	2,3	2,4
Neustrezno uveljavljanje pogodb	2,8	2,7
Plačilna nedisciplina	4,0	3,3
Neustrezna zaščita lastniških pravic (intelektualne lastnine)	2,8	2,5
Netransparentna obravnava tujih investitorjev	2,6	2,9
Neučinkovit sodni sistem	3,6	3,2
Neustrezno varstvo konkurence	3,1	2,9
Korupcija	3,1	2,9
Neustrezna stečajna regulativa	3,0	2,6
SKUPAJ - POVPREČJE	2,9	3,0

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.8: Pomembnost posameznih dejavnikov izbire dobaviteljev material in storitev podjetjem s tujim kapitalom; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznih dejavnikov*

	Material (n=133)					Storitve (n=134)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Cena	1,5	1,5	22,2	33,3	41,5	0,0	1,5	19,9	32,4	46,3
Kvaliteta	0,0	0,7	5,9	31,1	62,2	0,0	0,0	5,1	25,7	69,1
Zanesljivost pri dobavah	0,0	1,5	6,7	39,3	52,6	0,0	1,5	6,6	36,0	55,9
Fleksibilnost dobavitelja	0,0	0,7	16,4	53,7	29,1	0,0	1,5	14,1	48,1	36,3
Oddaljenost/geografska bližina dobavitelja	6,7	14,9	43,3	29,1	6,0	7,4	14,8	36,3	31,9	9,6
Razvojno sodelovanje	8,3	16,5	33,1	32,3	9,8	8,2	14,9	32,1	29,1	15,7
Dolgoročno sodelovanje	0,7	7,5	29,1	41,0	21,6	1,5	8,1	26,7	38,5	25,2

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen vsakega posameznega dejavnika ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.9: Pomembnost sodelovanja podjetij s tujim kapitalom z različnimi subjekti v Sloveniji; odstotna porazdelitev ocen pomena sodelovanja z posameznimi subjekti* (n=132)

	1	2	3	4	5
Dobavitelji	3,7	9,0	22,4	37,3	27,6
Kupci	3,7	9,7	6,0	20,1	60,4
Partnerji v razvojnih projektih	14,2	29,1	26,9	17,9	11,9
Podjetja v grozdih	34,8	31,1	24,2	7,6	2,3
Univerze in raziskovalne institucije	30,6	37,3	21,6	6,0	4,5

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen sodelovanja z vsakim posameznim subjektom ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.10: Pomen slovenskih podjetij s tujim kapitalom za različna področja delovanja njihovih tujih matičnih podjetij; odstotna porazdelitev ocen pomena* (n=134)

	1	2	3	4	5
Nabava inputov	22,4	15,7	30,6	17,9	13,4
Pospeševanje prodaje in marketing	11,9	11,9	24,6	27,6	23,9
Proizvodnja vmesnih proizvodov in storitev	32,1	18,7	24,6	17,9	6,7
Proizvodnja končnih proizvodov in storitev	21,6	11,9	17,2	25,4	23,9
Razvojno/inovacijska aktivnost	21,6	19,4	28,4	20,1	10,4

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen podjetij s tujim kapitalom za delovanje njihovih tujih matičnih podjetij ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.11: Pomembnost posameznih spodbud za tuje investitorje v Sloveniji; odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne spodbude* (n=131)

	1	2	3	4	5
Izvozne spodbude	15,8	15,0	33,8	24,8	10,5
Subvencije za zaposlovanje	9,0	10,4	30,6	32,8	17,2
Zmanjšanje ovir na trgu dela (lažje napotivne delavcev, hitrejši postopki...)	3,8	9,0	10,5	35,3	41,4
Subvencije za nakup stavbnih zemljišč in objektov	13,4	23,1	27,6	25,4	10,4
Meddržavni sporazumi	6,8	15,8	30,8	34,6	12,0
Zmanjšanje administrativnih ovir	2,3	6,1	19,1	34,4	38,2
e-uprava, elektronski administrativni postopki	2,3	11,3	39,1	24,8	22,6
Dejavnosti državnih institucij	3,0	10,6	38,6	30,3	17,4
Zmanjšanje davka na dobiček	2,3	8,3	21,1	34,6	33,8
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	5,3	17,4	24,2	32,6	20,5
Oprostitev komunalnih prispevkov	9,1	22,0	31,1	23,5	14,4
Subvencije za nakup strojev in opreme	8,3	13,5	18,8	33,8	25,6
Povezovanje v grozde	21,2	34,8	31,1	9,1	3,8

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen vsake posamezne spodbude ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.12: Pomembnost posameznih spodbud za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na velikost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne spodbude* (n=131)

	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Izvozne spodbude	3,8	3,0	2,9	2,7
Subvencije za zaposlovanje	3,5	3,3	3,4	3,7
Zmanjšanje ovir na trgu dela (lažje napotivne delavcev, hitrejši postopki...)	4,0	4,0	4,1	4,1
Subvencije za nakup stavbnih zemljišč in objektov	3,3	2,8	3,1	3,2
Meddržavni sporazumi	3,5	3,3	3,2	3,1
Zmanjšanje administrativnih ovir	4,1	3,9	4,2	4,0
e-uprava, elektronski administrativni postopki	3,5	3,6	3,6	3,4
Dejavnosti državnih institucij	3,6	3,4	3,6	3,2
Zmanjšanje davka na dobiček	4,3	3,8	3,9	4,1
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	3,8	3,5	3,4	3,3
Oprostitev komunalnih prispevkov	3,6	3,1	3,3	2,7
Subvencije za nakup strojev in opreme	4,1	3,4	3,8	3,6
Povezovanje v grozde	3,0	2,2	2,7	2,3
SKUPAJ-POVPREČJE	3,7	3,3	3,5	3,3

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.13: Pomembnost posameznih spodbud za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na dejavnost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne spodbude* (n=131)

	Proizvodnja	Storitve
Izvozne spodbude	3,0	3,0
Subvencije za zaposlovanje	3,3	3,4
Zmanjšanje ovir na trgu dela (lažje napotivne delavcev, hitrejši postopki...)	4,0	4,0
Subvencije za nakup stavbnih zemljišč in objektov	3,2	2,8
Meddržavni sporazumi	3,3	3,3
Zmanjšanje administrativnih ovir	4,0	4,0
e-uprava, elektronski administrativni postopki	3,2	3,7
Dejavnosti državnih institucij	3,3	3,6
Zmanjšanje davka na dobiček	3,7	4,0
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	3,3	3,5
Oprostitev komunalnih prispevkov	3,3	3,0
Subvencije za nakup strojev in opreme	3,8	3,4
Povezovanje v grozde	2,4	2,4
SKUPAJ-POVPREČJE	3,4	3,4

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.14: Pomembnost posameznih spodbud za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na tržno usmerjenost podjetja; povprečna ocena pomena posamezne spodbude* (n=131)

	Pretežno domači trg	Pretežno izvoz
Izvozne spodbude	2,9	3,1
Subvencije za zaposlovanje	3,4	3,4
Zmanjšanje ovir na trgu dela (lažje napotivne delavcev, hitrejši postopki...)	4,1	3,9
Subvencije za nakup stavbnih zemljišč in objektov	2,9	3,1
Meddržavni sporazumi	3,3	3,3
Zmanjšanje administrativnih ovir	4,0	4,0
e-uprava, elektronski administrativni postopki	3,6	3,4
Dejavnosti državnih institucij	3,6	3,3
Zmanjšanje davka na dobiček	4,1	3,7
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	3,7	3,1
Oprostitev komunalnih prispevkov	3,2	3,1
Subvencije za nakup strojev in opreme	3,5	3,6
Povezovanje v grozde	2,4	2,4
SKUPAJ-POVPREČJE	3,4	3,3

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.15: Pomembnost posameznih programov/storitev JAPTI-ja za tuje investitorje v Sloveniji danes; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznega programa/storitve* (n=131)

	1	2	3	4	5
Brezplačne informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje v okviru JAPTI	8,3	12,8	33,1	33,8	12,0
Svetovalne storitve preko mreže slovenskih poslovnih klubov v tujini	8,3	18,9	40,9	25,8	6,1
Posredovanje pri navezovanju poslovnih stikov preko mreže JAPTI-jevih predstavništev slovenskega gospodarstva v tujini	9,8	20,5	34,8	27,3	7,6
Organizacija vhodnih/izhodnih gospodarskih delegacij	13,7	25,2	41,2	16,0	3,8
Organizacija investicijskih in poslovnih konferenc	9,8	16,7	41,7	26,5	5,3
Nepovratna finančna sredstva (finančne spodbude) za tuje investicije	3,8	6,0	15,0	42,1	33,1
Storitve v post-investicijskem obdobju (after-care)	4,6	15,3	34,4	35,1	10,7

Vir: Anketa 2011.

* Anketirani so pomen vsakega posameznega programa/storitve ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.16: Pomembnost posameznih programov/storitev JAPTI-ja za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na velikost podjetja; povprečna ocena pomena posameznega programa/storitve* (n=131)

	Mikro	Mala	Srednja	Velika
Brezplačne informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje v okviru JAPTI	3,3	3,2	3,5	2,7
Svetovalne storitve preko mreže slovenskih poslovnih klubov v tujini	3,1	3,0	3,2	2,6
Posredovanje pri navezovanju poslovnih stikov preko mreže JAPTI-jevih predstavništev slo. gospodarstva v tujini	3,1	3,0	3,3	2,5
Organizacija vhodnih/izhodnih gospodarskih delegacij	3,1	2,6	2,9	2,2
Organizacija investicijskih in poslovnih konferenc	3,3	3,0	3,1	2,8
Nepovratna finančna sredstva (finančne spodbude) za tuje investicije	3,8	3,9	4,1	4,2
Storitve v post-investicijskem obdobju (after-care)	3,1	3,3	3,5	3,4
SKUPAJ-POVPREČJE	3,3	3,1	3,4	2,9

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega programa/storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.17: Pomembnost posameznih programov/storitev JAPTI-ja za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na dejavnost podjetja; povprečna ocena pomena posameznega programa/storitve* (n=131)

	Proizvodnja	Storitve
Brezplačne informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje v okviru JAPTI	3,4	3,3
Svetovalne storitve preko mreže slovenskih poslovnih klubov v tujini	3,0	3,0
Posredovanje pri navezovanju poslovnih stikov preko mreže JAPTI-jevih predstavništev slo. gospodarstva v tujini	3,0	3,0
Organizacija vhodnih/izhodnih gospodarskih delegacij	2,8	2,7
Organizacija investicijskih in poslovnih konferenc	3,1	3,0
Nepovratna finančna sredstva (finančne spodbude) za tuje investicije	4,2	3,8
Storitve v post-investicijskem obdobju (after-care)	3,4	3,3
SKUPAJ-POVPREČJE	3,3	3,1

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega programa/storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.18: Pomembnost posameznih programov/storitev JAPTI-ja za tuje investitorje v Sloveniji danes glede na tržno usmerjenost podjetja; povprečna ocena pomena posameznega programa/storitve* (n=131)

	Pretežno domači trg	Pretežno izvoz
Brezplačne informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje v okviru JAPTI	3,2	3,4
Svetovalne storitve preko mreže slovenskih poslovnih klubov v tujini	3,0	3,1
Posredovanje pri navezovanju poslovnih stikov preko mreže JAPTI-jevih predstavništev slo. gospodarstva v tujini	3,0	3,1
Organizacija vhodnih/izhodnih gospodarskih delegacij	2,7	2,7
Organizacija investicijskih in poslovnih konferenc	3,0	3,0
Nepovratna finančna sredstva (finančne spodbude) za tuje investicije	3,9	4,0
Storitve v post-investicijskem obdobju (after-care)	3,3	3,4
SKUPAJ-POVPREČJE	3,1	3,2

Vir: Anketa 2011.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega programa/storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

VPRAŠALNIK ZA PODJETJA S TUJIM KAPITALOM

PROSIMO VAS, DA ODGOVORITE NA NEKAJ VPRAŠANJ O SLOVENSKEM POSLOVNEM OKOLJU V KATEREM DELUJE VAŠE PODJETJE. Vprašalnik je namenjen podjetjem z 10% ali višjim tujim deležem v kapitalu.

SPLOŠNO NAVODILO: Na vprašanja odgovarjajte tako, da označite ustrezen odgovor ali zapišete odgovore na za to predvidena mesta. Kjer ni drugače navedeno, prosimo, navajajte zadnje razpoložljive podatke.

I. NEKAJ OSNOVNIH PODATKOV O PODJETJU

1. Prosimo, navedite tuji delež v kapitalu podjetja (na dan 31.12.2010): I _ I _ I _ I %
Če je več investitorjev iz različnih držav, prosimo, navedite skupen delež tujih investitorjev.

2. Država, iz katere prihaja tuji investitor: _____
Če je več investitorjev iz različnih držav, prosimo, navedite le državo investitorja, ki ima največji delež.

3. Način vstopa tujega investitorja: *OBKROŽITE!*

- 1 - Nakup deleža v / prevzem obstoječega podjetja
- 2 - Ustanovitev novega podjetja (začetna investicija)
- 3 - Drugo, opišite: _____

4. Leto vstopa tujega investitorja: I _ I _ I _ I leta

5. Ali ima tuji investitor (tuje matično podjetje) podružnice tudi v drugih državah? 1 – Da 2 - Ne

Če »da«, koliko _____ in kje: _____

6. Katera sta dva najpomembnejša proizvoda/storitvi vašega podjetja po merilu deleža v prodaji?

a/ _____
 b/ _____

7. Prosimo, navedite približno strukturo prodaje vašega podjetja. Vsota odgovorov mora biti 100 %.

	2008	2010
Prodaja na slovenskem trgu	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Izvoz vašemu tujemu matičnemu podjetju in njegovim tujim podružnicam	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Izvoz drugim tujim kupcem	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Prodaja skupaj	1 0 0 %	1 0 0 %

8. Ali ima vaše podjetje lastne podružnice v drugih državah? 1 - Da 2 – Ne

Če »da«, koliko _____ in kje: _____

9. Kolikšen delež prihodkov namenjate raziskavam in razvoju (R&D)? ! _ ! _ ! %

10. Ali imate v podjetju lasten oddelek za raziskave in razvoj? 1 - Da 2 – Ne

Če »da«, koliko je zaposlenih v tem oddelku? _____

11. Kolikšen delež prihodkov namenjate oglaševanju? ! _ ! _ ! %

II. MOTIVACIJA TUJEGA INVESTITORJA

12. Prosimo, ocenite **POMEMBNOST** navedenih **MOTIVOV** vašega tujega matičnega podjetja (največjega tujega investitorja) za investiranje v Sloveniji **OB VSTOPU** in **DANES**. Prosimo, ocenite pomembnost za vsak motiv posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	MOTIVI	OB VSTOPU					DANES				
1	Krepitev dolgoročnega sodelovanja	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Dostop ali povečanje obstoječega tržnega deleža v Sloveniji	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Dostop do trgov v JV Evropi. Katerih?(Naštejete do 3 države) 1. _____ 2. _____ 3. _____	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Dostop do trgov v EU. Katerih? (Naštejete do 3 države) 1. _____ 2. _____ 3. _____	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Učinkovitost proizvodnje/storitvene dejavnosti v	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Dostop do inputov (material, sestavni deli)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Dostop do znanja, kvalificiranega dela, tehnologije v	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Kvalitetna delovna sila	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Nizka cena delovne sile	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Spremljanje ključnih tujih strank, ki delujejo v Sloveniji	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Dobra geografska lega in infrastrukturna povezanost	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Davčne ugodnosti	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	Drugo opišite:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

III. MOREBITNE OVIRE ZA TUJEGA INVESTITORJA

13. Prosimo, ocenite **POMEMBNOST** navedenih ovir za tuje investitorje oziroma za podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji **LETA 2007** in **DANES**. Prosimo, ocenite pomembnost za vsako oviro posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	ZAZNANE OVIRE	2007*					DANES				
1	Majhnost slovenskega trga	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Visoki transportni stroški	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Slaba prometna infrastruktura	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Slaba/draga energetska infrastruktura	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Slaba/draga informacijsko/komunikacijska infrastruktura	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Zapletena/draga ustanovitev/začetek delovanja podjetja	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Težave z gradbenimi dovoljenji	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Nerazpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Visoki stroški delovne sile	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Rigidnost glede delovnega časa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Težave pri odpuščanju zaposlenih	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	Težave pri najemanju kreditov	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Visoki davki	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Slabo delovanje davčne uprave	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16	Ovire v zunanjetrgovinskem poslovanju	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

17	Neustrezno uveljavljanje pogodb	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18	Plačilna nedisciplina	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19	Neustrezna zaščita lastniških pravic (intelektualne lastnine)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20	Netransparentna obravnava tujih investitorjev	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21	Neučinkovit sodni sistem	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
22	Neustrezno varstvo konkurence	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
23	Korupcija	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
24	Neustrezna stečajna regulativa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
25	Drugo – opišite:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

* Če je tuji investitor vstopil po letu 2007, prosimo, navedite stanje ob vstopu.

14. Katera je po vašem mnenju največja slabost slovenskega poslovnega okolja?

IV. VPETOST PODJETJA S TUJIM KAPITALOM V SLOVENSKO GOSPODARSTVO

15. Prosimo, ocenite približno strukturo NABAV PORABLJENEGA MATERIALA (izkaz poslovnega izida: AOP 131 + AOP 133) glede na dobavitelje OB VSTOPU tujega investitorja in DANES.

	DOBAVITELJI	OB VSTOPU	DANES
1	Uvoz od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic v tujini	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
2	Uvoz od drugih tujih podjetij	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
3	Nakup od slovenskih dobaviteljev	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
	Skupaj	1 0 0 %	1 0 0 %

16. Prosimo, ocenite približno strukturo NABAV STORITEV (izkaz poslovnega izida: AOP 135 + AOP 138) po skupinah držav dobaviteljic OB VSTOPU tujega investitorja in DANES.

	DOBAVITELJI	OB VSTOPU	DANES
1	Uvoz od tujega matičnega podjetja in/ali njegovih podružnic v tujini	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
2	Uvoz od drugih tujih podjetij	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
3	Nakup od slovenskih dobaviteljev	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
	Skupaj	1 0 0 %	1 0 0 %

17. Prosimo, ocenite POMEMBNOST naštetih dejavnikov pri izbiri dobaviteljev materiala in storitev? Prosimo, ocenite pomembnost za vsak dejavnik posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	DEJAVNIKI IZBIRE DOBAVITELJEV	MATERIAL	STORITVE
1	Cena	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2	Kvaliteta	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3	Zanesljivost pri dobavah	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4	Fleksibilnost dobavitelja	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5	Oddaljenost / geografska bližina dobavitelja	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6	Razvojno sodelovanje	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7	Dolgoročno sodelovanje	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8	Drugo (opredelite):	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

18. Prosimo, ocenite POMEMBNOST vašega podjetja za našeta področja delovanja vašega tujega matičnega podjetja? Prosimo, ocenite pomembnost za vsako področje posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	PODROČJE DELOVANJA	POMEMBNOST
--	--------------------	------------

1	Nabava inputov	1	2	3	4	5
2	Pospeševanje prodaje in marketing	1	2	3	4	5
3	Proizvodnja vmesnih proizvodov in storitev	1	2	3	4	5
4	Proizvodnja končnih proizvodov in storitev	1	2	3	4	5
5	Razvojno/inovacijska aktivnost	1	2	3	4	5
6	Drugo (opredelite):	1	2	3	4	5

19. Prosimo, ocenite POMEMBNOST sodelovanja z različnimi subjekti v Sloveniji za poslovanje vašega podjetja. Prosimo, ocenite pomembnost za vsako vrsto subjektov posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	VRSTA SUBJEKTA V SLOVENIJI	POMEMBNOST				
1	Dobavitelji	1	2	3	4	5
2	Kupci	1	2	3	4	5
3	Partnerji v razvojnih projektih	1	2	3	4	5
4	Podjetja v grozdih	1	2	3	4	5
5	Univerze in raziskovalne institucije	1	2	3	4	5
6	Drugo (opredelite):	1	2	3	4	5

V. RAZPOLOŽLJIVOST DELOVNE SILE/KADROV V SLOVENIJI

20. Ali imate težave s tem, da najdete ustrezno usposobljeno delovno silo? 1 - Da 2 - Ne

Če »da«, pojdite na vprašanje 21

21. Katere stopnje kvalifikacije težko najdete? (Obkrožite lahko več odgovorov!)

- 1 – diplomante visokih / višjih šol (6. stopnje ali več)
- 2 – srednješolske / tehnične poklice (5. stopnje)
- 3 – priučene delavce (4. stopnje)

22. Delovno silo katerih strok težko najdete? (Obkrožite lahko več odgovorov!)

- 1 – elektrotehnika
- 2 – strojništvo/kovinarstvo
- 3 – gradbeništvo
- 4 – informatika/telekomunikacije
- 5 – finance
- 6 – računovodstvo
- 7 – komerciala/zunanja trgovina/marketing
- 8 – pravo
- 9 – druge specializirane stroke. Katere? _____

23. Katere vrste znanj in veščin najbolj pogrešate pri slovenski delovni sili? (Obkrožite lahko več odgovorov!)

- 1 – vodenje
- 2 – komuniciranje
- 3 – strokovno znanje
- 4 – prodajne tehnike
- 5 – tuji jeziki
- 6 – druga znanja in veščine. Katera? _____

VI. VPLIV GOSPODARSKE RECESIJE IN NAČRTI ZA PRIHODNOST

24. Ali ste ZARADI GOSPODARSKE RECESIJE SPREMENILI OBSEG PRODAJE IN ŠTEVILO ZAPOSLENIH v letu 2011? Prosimo, z »X« označite ustrezno polje.

	SPREMEMBA	OBSEG PRODAJE	ŠTEVILO ZAPOSLENIH
1	Zmanjšanje		
2	Povečanje za manj kot 30%		
3	Povečanje za več kot 30%		

25. Kakšna so vaša PRIČAKOVANJA (NAČRTI) GLEDE OBSEGA PRODAJE IN ŠTEVILA ZAPOSLENIH ZA LETO 2012. Prosimo, z »X« označite ustrezno polje.

	SPREMEMBA	OBSEG PRODAJE	ŠTEVILO ZAPOSLENIH
1	Zmanjšanje		
2	Povečanje za manj kot 30%		
3	Povečanje za več kot 30%		

26. Ali vaše tuje matično podjetje načrtuje širitev dejavnosti v Sloveniji?

- 1 - Da
- 2 - Ne
- 3 - Nismo seznanjeni z načrti matičnega podjetja

27. Ali vaše tuje matično podjetje načrtuje investicije/širitev dejavnosti v sosednjih državah?

- 1 - Da
- 2 - Ne
- 3 - Nismo seznanjeni z načrti matičnega podjetja

Če »da«, v katerih državah:

28. Ali se je zaradi gospodarske recesije POLOŽAJ SLOVENIJE KOT LOKACIJE TUJE INVESTICIJE v primerjavi s konkurenčnimi državami:

- 1 - Izboljšal
- 2 - Poslabšal
- 3 – Ostal nespremenjen

29. Kolikšen del dobička, ustvarjenega v razdobju 2006-2010, ste reinvestirali v Sloveniji:

- 1 – 0%
- 2 – 0,1% do 30%
- 3 – 30,1% do 60%
- 4 – Več kot 60%

VII. VLOGA DRŽAVE PRI SPODBUJANJU TUJIH INVESTICIJ

30. Prosimo, ocenite POMEMBNOST naslednjih oblik spodbud za tuje investitorje v Sloveniji. Prosimo, ocenite pomembnost za vsako obliko posebej.

1 - nepomembno 2 – manj pomembno 3 - pomembno 4 – zelo pomembno 5 - ključno

OBLIKE SPODBUD ZA TUJE INVESTITORJE		POMEMBNOST				
1	Izvozne spodbude	1	2	3	4	5
2	Subvencije za zaposlovanje	1	2	3	4	5
3	Zmanjšanje ovir na trgu dela (lažje napotivne delavcev, hitrejši postopki...)	1	2	3	4	5
4	Subvencije za nakup stavbnih zemljišč in objektov	1	2	3	4	5
5	Meddržavni sporazumi	1	2	3	4	5
6	Zmanjšanje administrativnih ovir	1	2	3	4	5
7	e-uprava, elektronski administrativni postopki	1	2	3	4	5
8	Dejavnosti državnih institucij	1	2	3	4	5
9	Zmanjšanje davka na dobiček	1	2	3	4	5
10	Večja zavzetost lokalnih uradnikov	1	2	3	4	5
11	Oprostitev komunalnih prispevkov	1	2	3	4	5
12	Subvencije za nakup strojev in opreme	1	2	3	4	5
13	Povezovanje v grozde	1	2	3	4	5
14	Drugo, opišite:	1	2	3	4	5
15	Drugo, opišite:	1	2	3	4	5

31. Prosimo, ocenite POMEMBNOST naslednjih oblik delovanja – programi in storitve - JAPTI-ja za tuje investitorje in podjetja s tujim kapitalom v Sloveniji. Prosimo, ocenite pomembnost za vsak program/storitev posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Programi in storitve JAPTI-JA/Sektor za spodbujanje tujih neposrednih investicij	Pomembnost				
1	Brezplačne informacijske in svetovalne storitve za tuje investitorje v okviru JAPTI	1	2	3	4	5
2	Svetovalne storitve preko mreže slovenskih poslovnih klubov v tujini	1	2	3	4	5
3	Posredovanje pri navezovanju poslovnih stikov preko mreže JAPTI-jevih predstavništev slovenskega gospodarstva v tujini	1	2	3	4	5
4	Organizacija vhodnih/izhodnih gospodarskih delegacij	1	2	3	4	5
5	Organizacija investicijskih in poslovnih konferenc	1	2	3	4	5
6	Nepovratna finančna sredstva (finančne spodbude) za tuje investicije	1	2	3	4	5
7	Storitve v post-investicijskem obdobju (after-care)	1	2	3	4	5
8	Drugo, opišite:	1	2	3	4	5

32. Prosimo, navedite, kateri ukrepi/storitve slovenske vlade/JAPTI-ja bi vam najbolj olajšali poslovanje v pogojih gospodarske recesije:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

TRETJI DEL: PODJETNIŠKO SPECIFIČNE PREDNOSTI SLOVENSКИH INVESTITORJEV V TUJINI IN NJIHOVO DELOVANJE

1. Uvod

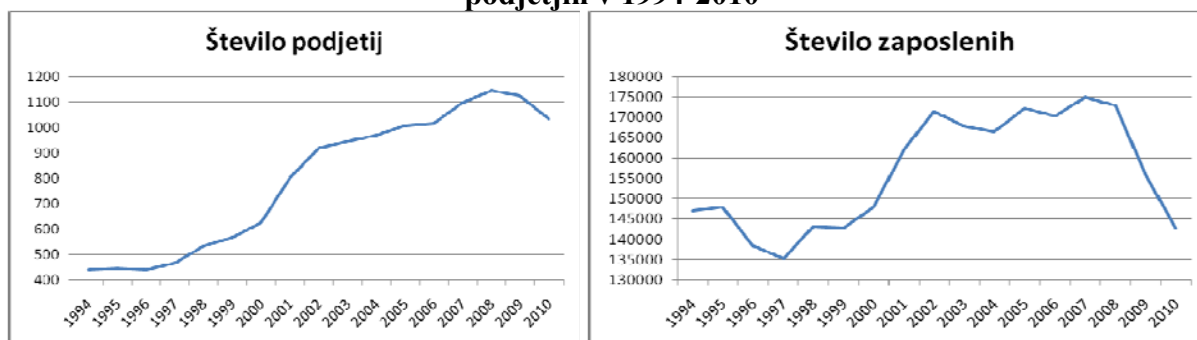
Konec leta 2011 je bilo stanje slovenskih izhodnih NTI 6.030,2 mio EUR. Še leta 1994 je bilo stanje teh NTI le 288,6 mio EUR, leta 2000 825,3 mio EUR, leta 2005 2.788,7 mio EUR, leta 2008 pa 6.352,8 mio EUR. V letih 2009, 2010 in 2011 je stanje slovenskih izhodnih NTI nekoliko padlo (Banka Slovenije, 2012). Leta 2010 je bilo v Sloveniji 1.034 podjetij s podružnicami v tujini oziroma z izhodnimi NTI v primerjavi z vsega 441 leta 1994. Slika 1 kaže stalno povečevanje števila slovenskih podjetij z izhodnimi NTI v razdobju 1994-2008. Do padca njihovega števila je v pogojih krize prišlo v zadnjih dveh letih. Število ljudi, ki jih slovenska podjetja z izhodnimi NTI zaposlujejo doma, se je od leta 1994 do leta 2010 zmanjšalo in sicer od 147.042 na 142.721. To zmanjšanje je izključno posledica dogajanj v kriznih letih 2008-2010, saj je bilo število zaposlenih še leta 2007 174.976. To pomeni, da se je število zaposlenih od leta 2007 do 2010 zmanjšalo za kar 18,4%. V istem razdobju je prodaja teh podjetij padla za 13,7%.

TABELA 1: Število slovenskih podjetij z izhodnimi NTI in število zaposlenih v teh podjetjih v 1994-2010

	Število podjetij	Število zaposlenih
1994	441	147.042
1995	446	147.989
1996	440	138.450
1997	466	135.365
1998	535	143.128
1999	567	142.772
2000	627	147.913
2001	803	162.032
2002	920	171.489
2003	945	167.730
2004	971	166.507
2005	1.008	172.180
2006	1.017	170.410
2007	1.100	174.976
2008	1.147	172.892
2009	1.126	156.088
2010	1.034	142.721

Vir: Baza podatkov CMO, na osnovi podatkov Banke Slovenije in AJPES.

SLIKA 1: Število slovenskih podjetij z izhodnimi NTI in število zaposlenih v teh podjetjih v 1994-2010



Vir: Tabela 1

Med slovenskimi podjetji z izhodnimi NTI je največ mikro podjetij, namreč kar 34,7% (po podatkih iz baze CMO za leto 2010), sledijo mala podjetja s 24,9%, srednje velika podjetja z 20,7% in velika podjetja z 12,5%. Panožna struktura teh podjetij - upoštevajoč OECD klasifikacijo dejavnosti, ki predelovalne dejavnosti deli po tehnološki intenzivnosti, storitve pa po znanju intenzivnosti znanja (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_SDDS/Annexes/hrst_st_esms_an9.pdf) - je bila leta 2010 naslednja: 30,7% podjetij je bilo v po znanju intenzivnih storitvah, 26,7% v po znanju manj intenzivnih storitvah, 10,3% v nizko tehnološko intenzivni proizvodnji, 7,8% v srednje-visoko tehnološko intenzivni proizvodnji, 7,4 v srednje-nizko tehnološko intenzivni proizvodnji, 2,5% v visoko tehnološko intenzivni proizvodnji, 6,7% v energetiki 1,3% pa v dejavnostih z intenzivno uporabo naravnih virov.

Tabela 2 podaja primerjavo izbranih kazalcev poslovanja podjetij z izhodnimi NTI, izvoznikov brez izhodnih NTI in ostalih domačih podjetij v Sloveniji. Očitno je, da podjetja z izhodnimi NTI pri večini kazalcev dosegajo v povprečju boljše rezultate od izvoznikov brez izhodnih NTI in še veliko boljše od ostalih domačih podjetij. Izjema je le delež izvoza v celotnih prihodkih, kjer so izvozniki precej boljši od podjetij z izhodnimi NTI, in donosnost na kapital, kjer so podjetja z izhodnimi NTI bistveno slabša od izvoznikov brez NTI pa tudi od ostalih domačih podjetij. Podjetja z izhodnimi NTI nimajo le višje dodane vrednosti in prodaje na zaposlenega, temveč so tudi kapitalno intenzivnejša (merjeno z opredmetenimi poslovnimi sredstvi na zaposlenega) in plačujejo višje plače (merjeno s stroški dela na zaposlenega). Če podjetja brez izhodnih NTI razdelimo na izvoznike in ostala domača podjetja, je očitno, da predvsem zadnji zaostajajo v vseh pogledih. Več kot očitno je, da investiranje v tujini in izvažanje zahtevata vse kaj drugega kot nastop na domačem trgu, kar je tudi v skladu s teoretičnimi in empiričnimi dognanji na tem področju (za Slovenijo glej, na primer, Burger, Jaklič in Rojec 2008).

TABELA 2: Primerjava povprečij izbranih kazalcev poslovanja podjetij z izhodnimi NTI, izvoznikov brez izhodnih NTI in ostalih domačih podjetij v Sloveniji v 2010

	Primerjava podjetij z izhodnimi NTI z ostalimi podjetji (Indeks, Podjetja z izhodnimi NTI = 100)			
	Podjetja z izhodnimi NTI	Podjetja z izhodnimi NTI	Izvozniki brez izhodnih NTI	Ostala domača podjetja
Dodana vrednost na zaposlenega (EUR)	53.988	100,0%	68,9%	29,8%
Delež izvoza v celotnih prihodkih (%)	25,2	100,0%	139,3%	0,0%
Stroški dela na zaposlenega (EUR)	24.407	100,0%	71,8%	36,7%
Prodaja na zaposlenega (EUR)	236.142	100,0%	80,1%	34,2%
Opredmetena poslovna sredstva na zaposlenega (EUR)	103.577	100,0%	45,1%	24,5%
Donosnost na kapital (ROE) (%)	5,1	100,0%	276,6%	195,8%

Vir: Baza podatkov CMO, na osnovi podatkov Banke Slovenije in AJPES.

Opomba: Kazalci so izračunani kot povprečja brez 5% outlierjev na zgornjem in spodnjem koncu porazdelitve. Uporabljene so tekoče cene.

Cilj tega dela končnega poročila je natančneje analizirati podjetniško specifične prednosti slovenskih investitorjev v tujini in druge vidike njihovega delovanja povezanega s podružnicami v tujini. To lahko pomaga k identifikaciji glavnih problemov za delovanje teh podjetij, s tem pa tudi k sprejetju ukrepov ekonomske politike, ki bi vodili v izboljšanje situacije, in posledično k pospeševanju internacionalizacije slovenskih podjetij. V analizi poskušamo odgovoriti predvsem na naslednja vprašanja:

- katere so osnovne značilnosti investiranja slovenskih podjetij v tujini in delovanja njihovih tujih podružnic,
- kateri so motivi za investiranje v tujini,
- kateri so dejavniki izbire države/lokacije za investicijo,
- katere so glavne ovire pri investiranju v tujini,
- kakšni in kolikšni so učinki investiranja v tujini na sama podjetja v tujini kot tudi na podjetja investitorje,
- kakšna je intenzivnost in struktura prodaje in medsebojne menjave med matičnim podjetjem in njegovimi podružnicami v tujini,
- kakšni so načrti slovenskih investitorjev v tujini za prihodnost,
- kakšna je vloga države pri spodbujanju investiranja v tujini.

Analiza temelji na anketiranju med slovenskimi podjetji z izhodnimi NTI, ki smo ga izvedli s podrobno strukturiranim vprašalnikom (Glej prilogo). Anketiranje je potekalo v maju, juniju in septembru 2012. Baza podjetij za anketiranje je bila oblikovana tako, da smo kombinirali interno bazo slovenskih podjetij z izhodnimi NTI Centra za mednarodne odnose Fakultete za družbene vede, spisek najpomembnejših slovenskih izvoznikov in spisek hitro rastočih podjetij. Baza je vsebovala 739 podjetij, od katerih je izpolnjene vprašalnike vrnilo 40 podjetij z izhodnimi NTI, ki so imela v tujini skupaj 356 podružnic. Po podatkih Banke Slovenije (2011) je bilo konec leta 2010 v Sloveniji 963 podjetij z izhodnimi NTI, ki so imela skupaj 2.568 podružnic.

Tretji del končnega poročila je sestavljen iz desetih delov. Uvodu v drugem delu sledi predstavitev anketiranih podjetij z izhodnimi NTI in njihovih podružnic v tujini z osnovnimi značilnostmi njihovega delovanja, v tretjem delu analiziramo motivacijo slovenskih podjetij za investiranje v tujini, v četrtem dejavnike izbire lokacije tuje podružnice, v petem glavne ovire za slovenske investitorje v tujini, v sedmem menjava matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini, v osmem načrte za prihodnost in pričakovanja za leto 2012, v devetem vlogo države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij. V zaključnem poglavju podajamo nekatere predloge za ekonomsko politiko na področju izhodnih NTI, kot izhajajo iz rezultatov anketiranja.

2. Anketirana podjetja z izhodnimi NTI (matična podjetja) in njihove podružnice v tujini - predstavitev

V drugem poglavju predstavljamo anketirana podjetja z izhodnimi NTI (matična podjetja) in glavne značilnosti ter delovanje njihovih podjetij v tujini.

2.1 Osnovne značilnosti podjetij z izhodnimi NTI (matičnih podjetij)

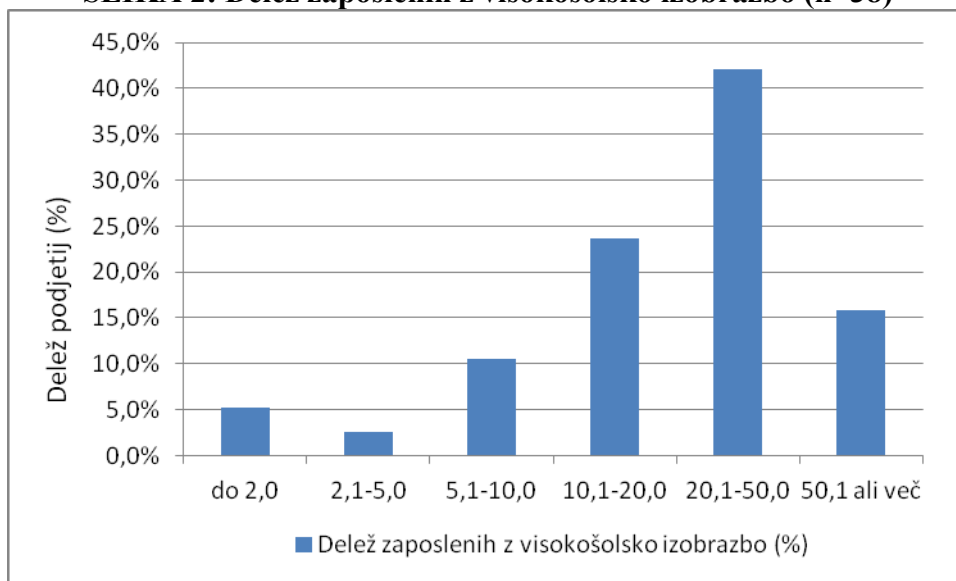
V predstavitvi osnovnih značilnosti slovenskih podjetij z izhodnimi NTI (matičnih podjetij) obravnavamo, kdaj so bila ta podjetja ustanovljena, kolikšen imajo delež zaposlenih z visokošolsko izobrazbo, kolikšen delež prihodkov namenjajo raziskavam in razvoju (R&R) in ali imajo lasten oddelek za R&R, kolikšen delež prihodkov namenjajo oglaševanju, katere so konkurenčne prednosti slovenskih investitorjev pri poslovanju v tujini in kakšna je bila predhodna prisotnost slovenskih investitorjev v državi, v katero investirajo.

Leto ustanovitve matičnih podjetij. Od 38 podjetij z izhodnimi NTI, ki so navedla podatek o letu svoje ustanovitve, jih je bilo kar 32 ustanovljeno leta 1995 ali prej, 2 v letu 2003, po 1 pa

v letih 1998, 2001, 2008 in 2009. Med anketiranimi slovenskimi investitorji v tujini torej prevladujejo podjetja, ki imajo že raltivno dolg staž svojega delovanja.

Delež zaposlenih z visokošolsko izobrazbo. V anketiranih podjetjih z izhodnimi NTI ima v povprečju 30,4% zaposlenih visokošolsko izobrazbo. Največ podjetij, kar 42,1% (16 podjetij) ima med 20,1% in 50,0% zaposlenih z visokošolsko izobrazbo, tem s 23,7% (9 podjetij) sledijo podjetja z 10,1%-20,0% zaposlenih z visokošolsko izobrazbo, 15,8% (6 podjetij) pa je je takih, ki imajo preko 50% zaposlenih z visokošolsko izobrazbo. Največji zabeleženi delež zaposlenih z visokošolsko izobrazbo je bil 88,2%.

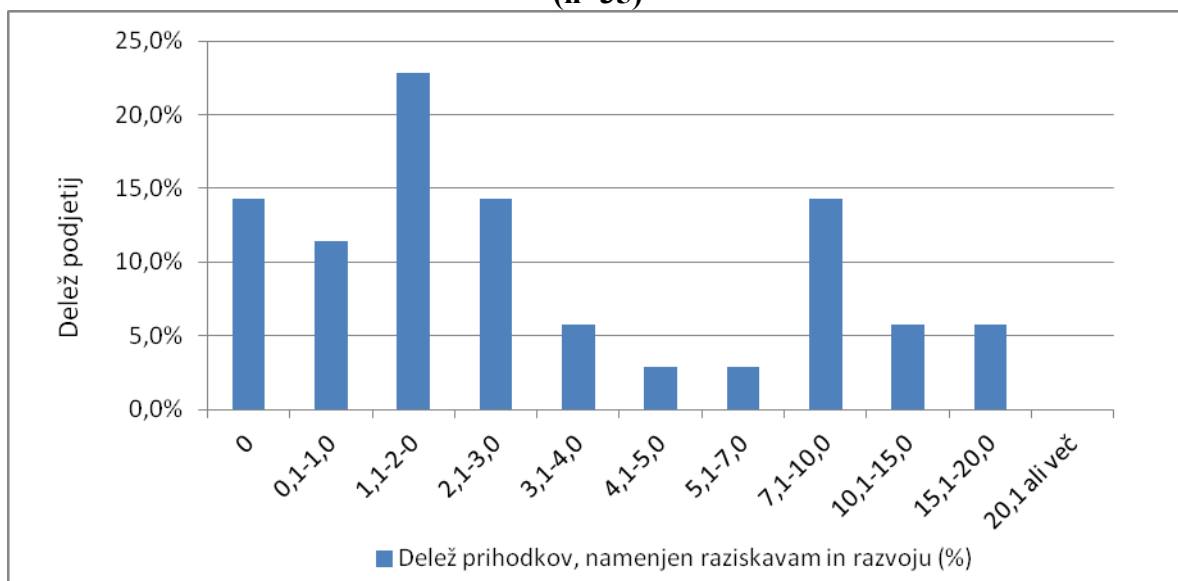
SLIKA 2: Delež zaposlenih z visokošolsko izobrazbo (n=38)



Vir: Anketa 2012.

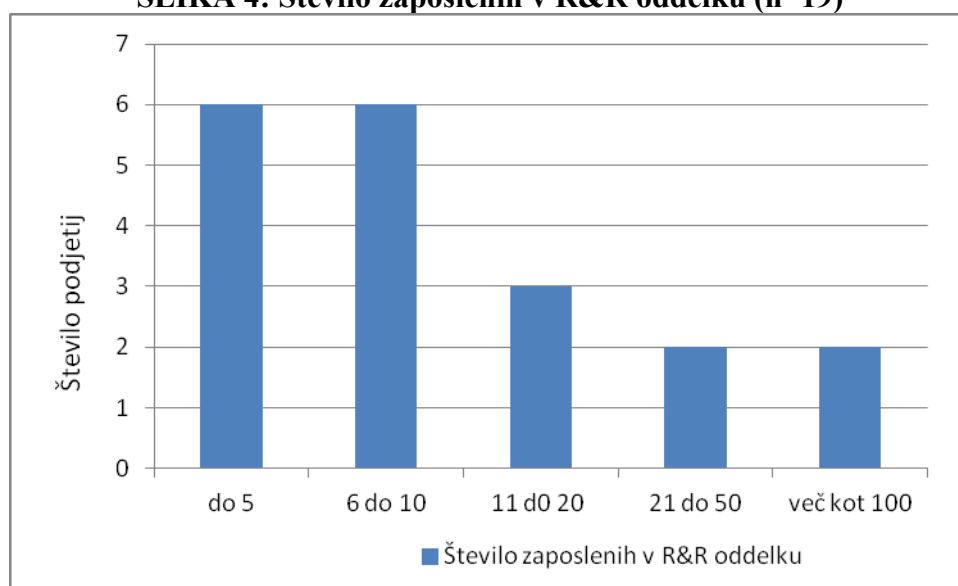
Raziskovalno razvojna (R&R) aktivnost anketiranih podjetij z izhodnimi NTI. Anketirana podjetja povprečno vlagajo 4,8% svojih prihodkov od prodaje v R&R, največji zabeleženi delež pa znaša 20%. Od 35 anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje o deležu prihodkov, ki jih namenjajo R&R, jih 14,3% (5 podjetij) za te namene ne namenja nikakršnih sredstev, nadaljnjih 34,2% (12 podjetij) pa do 2,0%. Po drugi strani pa kar 25,7% oziroma 9 podjetij za R&R namenja več kot 7% svojih prihodkov. Največji zabeleženi delež prihodkov namenjen za R&R je 20%. Lasten R&R oddelek ima 22 anketiranih podjetij, oziroma 62,9% tistih, ki so odgovorila na to vprašanje. Dva med temi oddelki sta zelo velika, saj zaposlujeta 508 in 106 ljudi, ostali pa v povprečju 11,8 ljudi.

SLIKA 3: Delež prihodkov od prodaje, ki jih anketirana podjetja namenijo za R&R (n=35)



Vir: Anketa 2012.

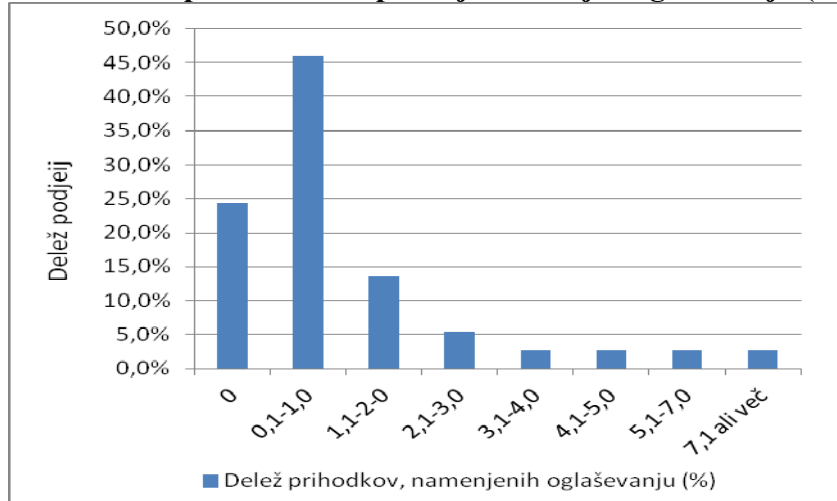
SLIKA 4: Število zaposlenih v R&R oddelku (n=19)



Vir: Anketa 2012.

Izdatki za oglaševanje. Vzorčna podjetja oglaševanju v povprečju namenijo 1,7% prihodkov od prodaje. Kar 9 od 37 oziroma 24,3% od tistih 129, ki so odgovorila na vprašanje o izdatkih za oglaševanje, za oglaševanje ne namenijo nič. Nadaljnjih 17 (45,9%) podjetij oglaševanju namenja do 1,0% svojih prihodkov, le 2 (5,4) pa sta taki, ki oglaševanju namenjata več kot 5,0% svojih prihodkov. Največji zabeleženi delež prihodkov od prodaje, namenjen oglaševanju, je znašal 20%.

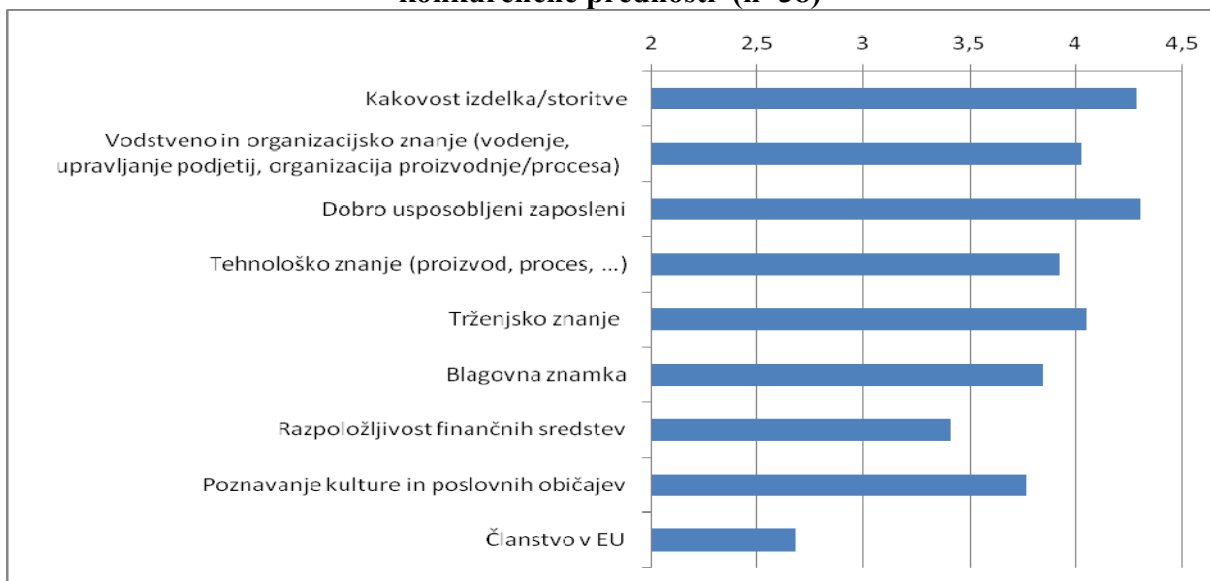
SLIKA 5: Delež prihodkov od prodaje namenjen oglaševanju (n=37)



Vir: Anketa 2012.

Konkurenčne prednosti slovenskih investitorjev pri poslovanju v tujini. Katere so konkurenčne prednosti anketiranih slovenskih podjetij z izhodnimi NTI pri poslovanju v tujini nasploh in pri neposrednem investiranju v tujini še posebej? V povprečju anketirana podjetja kar 8 od 9 konkurenčnih prednosti ocenjujejo z oceno 3 = pomembno ali višje. Manj pomembna prednost je le članstvo v EU. Najpomembnejše konkurenčne prednosti so dobro usposobljeni zaposleni, ki so kar za 89,7% anketiranih podjetij zelo pomembne ali celo ključnega pomena (povprečna ocena 4,3 na lestvici od 1 = nepomembno do 5 = ključno), ki jim sledijo kakovost izdelka/storitve (81,6%, povprečna ocena 4,3), trženjsko znanje (74,4%, povprečna ocena 4,1), vodstveno in organizacijsko znanje (71,8%, povprečna ocena 4,0), tehnološko znanje (71,2%, povprečna ocena 3,9) itd. (Glej tudi Tabelo P.1 v Prilogi) Očitno je, da sposobnost neposrednega investiranja v tujini temelji na kombinaciji različnih konkurenčnih prednosti podjetja investitorja.

SLIKA 6: Pomembnost posameznih konkurenčnih prednosti (napram tekmecem) podjetij z izhodnimi NTI pri poslovanju v tujini; povprečna ocena pomena posamezne konkurenčne prednosti* (n=38)



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne konkurenčne prednosti ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Predhodna prisotnost slovenskih investitorjev v državi, v katero investirajo. Zanimalo nas je, če so bila anketirana podjetja z izhodnimi NTI že pred vzpostavitvijo tuje podružnice prisotna na konkretnem trgu, in če so bila prisotna, kakšna je bila oblika te prisotnosti. Od 39 podjetij, ki so odgovorila na to vprašanje, jih pred vzpostavitvijo podružnice 12 oziroma 30,8% na konkretnem tujem trgu ni bilo prisotno; preskočila so torej druge oblike sodelovanja in šla nja konkreten trg neposredno z NTI. Večina anketiranih podjetij (69,2%) pa je bila že pred vzpostavitvijo podružnice prisotna na konkretnem trgu in to običajno s kombinacijo različnih oblik prisotnosti. Najpogostejša oblika predhodne prisotnosti je izvoz na konkreten trg (92,6% podjetij s predhodno prisotnostjo), ki mu sledi uvoz s tega trga (85,2%) in druge pogodbene oblike sodelovanja (70,4%).

TABELA 3: Predhodna prisotnost anketiranih podjetij z izhodnimi NTI na trgih, na katerih so vzpostavili tujo podružnico (n=27)

	Število	Delež v %
Izvoz	25	92,6%
Pogodbene oblike sodelovanja (npr. outsourcing, licenčne pogodbe, itd.)	19	70,4%
Uvoz	23	85,2%
Druge oblike sodelovanja z lokalnimi podjetji	3	11,1%
SKUPAJ	27	100,0%

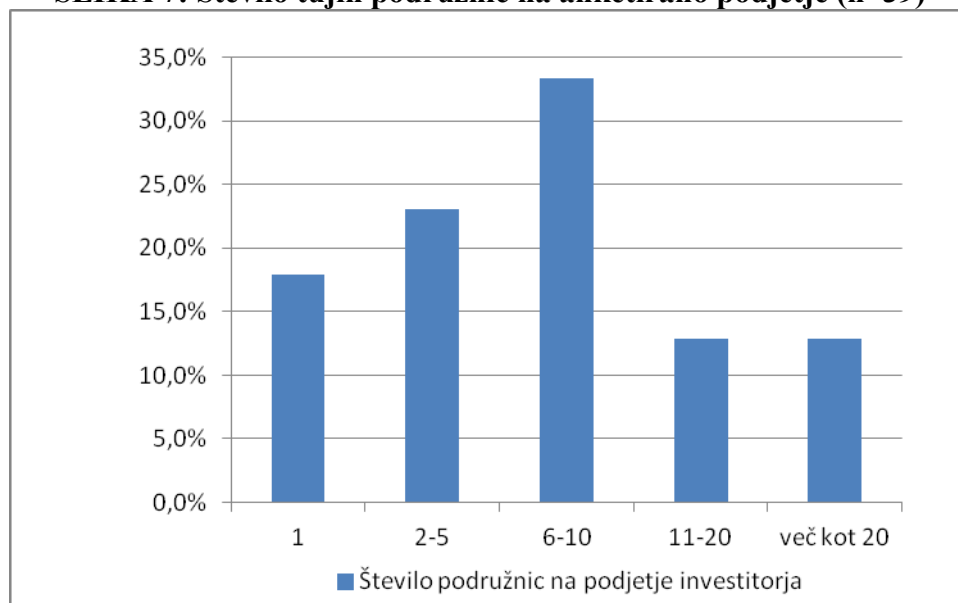
Vir: Anketa 2012.

2.2 Osnovne značilnosti podjetij v tujini oziroma tujih podružnic

V predstavitvi osnovnih značilnosti podjetij v tujini oziroma tujih podružnic obravnavamo države prejemnice investicije in število podjetij v tujini, tip podjetja v tujini glede na lastniški delež slovenskega matičnega podjetja, način vstopa slovenskih investitorjev, osnovne podatke o obsegu in dinamiki poslovanja podjetij v tujini, usmeritev prodaje podjetij v tujini, poslovne funkcije podjetij v tujini in njihov vpliv na taiste funkcije v matičnem podjetju, in državljanstvo članov uprav v podjetjih v tujini.

Države prejemnice investicije in število podružnic v tujini. Na vprašanje, koliko podružnic imajo v tujini je odgovorilo 39 anketiranih podjetij, ki imajo v tujini skupaj 356 podružnic. Velika večina anketiranih podjetij (82,1%) ima v tujini več kot eno podružnico; 23,1% ima v tujini 2-5 podružnic, 33,3% 6-10 podružnic, 12,8% 11-20 podružnic in 12,8% več kot 20 podružnic. Podjetje z največ podružnicami v tujini jih ima kar 69.

SLIKA 7: Število tujih podružnic na anketirano podjetje (n=39)



Vir: Anketa 2012.

Anketirana podjetja so za 100 svojih podružnic navedla državo, v kateri se podružnica nahaja; 10 podružnic je v Bosni in Hercegovini, 8 v Rusiji, 7 v Makedoniji, po 6 v Avstriji in Poljski, po 4 v Bolgariji, Češki, Srbiji, Španiji in ZDA, po 3 v Franciji, na Kosovu in v Veliki Britaniji, po 2 v Črni Gori, Italiji, Kitajski, Slovaški, Švedski in Švici, po 1 pa še v Belgiji, na Cipru, v Ekvadorju, Grčiji, Hrvaški, Irski, Južni Koreji, Kolumbiji, Latviji, Liechtensteinu, Litvi, Madžarski, Maleziji, Nemčiji, Portugalski, Turčiji in Ukrajini.¹⁰

Lastniški delež slovenskega matičnega podjetja. Na vprašanje o vrsti tuje podružnice glede na delež lastniškega kapitala slovenskega investitorja je odgovorilo 39 anketiranih podjetij, ki so navedli podatek o lastniškem deležu za 356 svojih tujih podružnic. Daleč največ je podružnic v popolni lasti slovenskih investitorjev (69,7%), sledijo podružnice v večinski lasti slovenskih investitorjev (23,6%), le za vzorec (6,7%) pa je tistih podružnic, v katerih imajo slovenski investitorji manjšinski delež.

TABELA 4: Vrsta tuje podružnice glede na delež lastniškega kapitala slovenskega investitorja * (n=39)

	Število	Delež v %
Podružnica v popolni lasti slovenskega investitorja (100 % lastniški delež)	248	69,7%
Podružnica v večinski lasti slovenskega investitorja (50,1%-99,9% delež)	84	23,6%
Podjetje v 50% ali manjšinski lasti (manj kot 50%) slovenskega investitorja	24	6,7%
SKUPAJ	356	100,0%

Način vstopa slovenskih investitorjev. Na vprašanje o načinu lastniškega vstopa anketiranih slovenskih podjetij z NTI je odgovorilo 38 anketiranih podjetij, ki so navedli podatek o načinu ustanovitve za 251 svojih tujih podružnic. Slovenski investitorji v tujini najpogosteje investirajo z ustanovitvijo lastnega novega podjetja (50,2% vseh podružnic). Nakup

¹⁰ Za primerjavo, po podatkih Banke Slovenije (2011: 76) so imela slovenska podjetja konec leta 2010 2.568 podružnic v tujini, od tega 841 (32,7%) v Hrvaški, 495 (19,3%) v Srbiji, 343 (13,4%) v Bosni in Hercegovini, 140 (5,5%) v Makedoniji, 69 (2,7%) v Rusiji, 55 (2,1%) v Črni Gori, 62 (2,4%) v Nemčiji, 51 v Avstriji itd.

lastniškega deleža v obstoječem podjetju smo zabeležili pri 34,3% podružnic, do ustanovitve novega podjetja v ovliki skupne naložbe s partnerjem pa je prišlo pri 15,5% tujih podružnic.

TABELA 5: Način vstopa slovenskih investitorjev (n=38)

	Število	Delež v %
Nakup lastniškega deleža v obstoječem podjetju	86	34,3%
Ustanovitev lastnega novega podjetja	126	50,2%
Ustanovitev novega podjetja v obliki skupne naložbe s partnerjem	39	15,5%
SKUPAJ	251	100,0%

Vir: Anketa 2012.

Osnovni podatki o obsegu in dinamiki poslovanja podružnic v tujini. Anketirana podjetja smo vprašali, koliko zaposlenih, prodaje in sredstev so imela vse njihove tuje podružnice v letih 2000, 2005 in 2010. Leta 2010 so tuje podružnice anketiranih podjetij zaposlovale 19.749 zaposlenih, imele 1.646,5 mio EUR sredstev, 2.672,5 mio EUR prodaje. Povprečno število zaposlenih, vrednosti prodaje in sredstev tujih podružnic na matično podjetje se je v razdobju 2000-2010 bistveno povečala (glej Tabela 7).

TABELA 6: Skupna vrednost izbranih indikatorjev poslovanja tujih podružnic v 2010

	Število/vrednost
Število zaposlenih (n=38)	19.749
Prodaja v mio EUR (n=38)	2.672,5
Sredstva v mio EUR (n=34)	1.646,5
Izvoz v mio EUR (n=25)	57,8
Uvoz v mio EUR (n=23)	4,9

Vir: Anketa 2012.

TABELA 7: Povprečno število zaposlenih, vrednosti prodaje in sredstev tujih podružnic na matično podjetje v letih 2000, 2005 in 2010

	2000 (n=24)	2005 (n=25)	2010 (n=38)
Število zaposlenih	39,8	142,4	519,7
Prodaja v 1.000 EUR	546,8	202,3	703,3
Sredstva v 1.000 EUR	157,3	856,8	484,3

Vir: Anketa 2012.

Usmeritev prodaje podjetij v tujini. Anketirana slovenska podjetja z izhodnimi NTI smo vprašali, kakšna je osnovna usmeritev prodaje njihovih tujih podružnic. Na vprašanje je odgovorilo 27 investitorjev, ki ima 167 podružnic v tujini. Daleč največ tujih podružnic je v osnovi usmerjeno v prodajo na lokalni trg (76,0%), sledi izvoz v EU in druge države (18,9%), le 5,4% podružnic pa največji del svoje prodaje usmerja v izvoz v Slovenijo. Struktura prodaje tujih podružnic slovenskih podjetij torej očitno kaže, da pri njih prevladuje takoimenovani 'market-seeking' motiv, medtem ko je vzpostavitev tujih podružnic zaradi učinkovite proizvodnje (takoimenovane 'efficiency-seeking' NTI) značilna le za slabo eno četrtino podružnic.

TABELA 8: Osnovna usmeritev prodaje tujih podružnic (n=27)

	Število	Delež v %
Lokalni trg	127	76,0%
Izvoz v Slovenijo	9	5,4%
Izvoz v države EU	16	9,9%
Izvoz v druge države	15	9,0%
SKUPAJ	167	100,0%

Vir: Anketa 2012.

Poslovne funkcije podjetij v tujini in njihov vpliv na te iste funkcije v matičnem podjetju. Anketirana podjetja smo vprašali, katere poslovne funkcije opravljajo njihove podružnice v tujini. Pri 28 podjetjih, ki je odgovorilo na vprašanje, tuje podružnice največkrat opravljajo funkcijo prodaje in trženja in sicer kar v 89,3% primerov; sledi izvajanje storitev kot osnovna dejavnost s 75,0%, računovodstvo in finance s 67,9%, proizvodnja (sestavljanje, proizvodjanje) s 57,1%, nabava in logistika s 57,1% ter raziskave in razvoj s 35,7%.

TABELA 9: Število in delež anketiranih podjetij, katerih tuje podružnice opravljajo posamezne poslovne funkcije (n=28)

	Število	Delež v %
Proizvodnja (sestavljanje, proizvodjanje)	16	57,1%
Izvajanje storitev (osnovna dejavnost)	21	75,0%
Prodaja in trženje	25	89,3%
Raziskave in razvoj	10	35,7%
Nabava in logistika	16	57,1%
Računovodstvo, finance	19	67,9%
Kadrovska funkcija	14	50,0%

Vir: Anketa 2012.

Tabela 9 podaja število poslovnih funkcij, ki jih opravljajo vse tuje podružnice 28 slovenskih matičnih podjetij, ki so odgovorila na to vprašanje. Po pričakovanju je slika enaka kot zgoraj. Največ podružnic izvaja funkcijo prodaje in trženja, ki ji sledi sledi izvajanje storitev, računovodstvo in finance itd.

TABELA 9: Število tujih podružnic, ki opravljajo posamezne poslovne funkcije (n=28)

	Število	Delež v %
Proizvodnja (sestavljanje, proizvodjanje)	38	7,9%
Izvajanje storitev (osnovna dejavnost)	84	17,5%
Prodaja in trženje	141	29,4%
Raziskave in razvoj	37	7,7%
Nabava in logistika	59	12,3%
Računovodstvo, finance	63	13,2%
Kadrovska funkcija	51	10,6%
Derugo	6	1,3%
SKUPAJ	479	100,0%

Vir: Anketa 2012.

Zanimalo nas je tudi, ali je zaradi dejstva, da tuje podružnice opravljajo določene poslovne funkcije, prišlo do opuščanja teh funkcij v matičnem podjetju. Tabela 9 kaže, da zaradi dejstva, da tuje podružnice opravljajo določene poslovne funkcije, v glavnem ne prihaja do opuščanja teh funkcij doma. Do največ opuščanja prihaja pri proizvodnji, kjer je 28,6% matičnih podjetij, katerih tuje podružnice opravljajo proizvodno funkcijo, delno opustilo proizvodnjo doma. Pri prodaji in trženju je takih 20%, kar je glede na pretežno na lokalni trg usmerjeno dejavnost tujih podružnic, pričakovano, pri nabavi in logistiki 14,3%, pri računovodstvu in financah 12,5%, ter pri izvajanju storitev 11,1%. Pri raziskavah in razvoju ter pri kadrovske funkciji nobeno matično podjetje ni opustilo te dejavnosti doma.

TABELA 9: Ali so matična podjetja, katerih tuje podružnice opravljajo določeno poslovno funkcijo, doma opustila izvajanje teh funkcij; v %*

	Niso opustila	Delno so opustila	Popolnoma so opustila
Proizvodnja (sestavljanje, proizvodnje)	71,4%	28,6%	0,0%
Izvajanje storitev (osnovna dejavnost)	88,9%	11,1%	0,0%
Prodaja in trženje	80,0%	10,0%	10,0%
Raziskave in razvoj	100,0%	0,0%	0,0%
Nabava in logistika	85,7%	14,3%	0,0%
Računovodstvo, finance	87,5%	12,5%	0,0%
Kadrovska funkcija	100,0%	0,0%	0,0%

Vir: Anketa 2012.

* 100% je število matičnih podjetij, katerih tuje podružnice opravljajo določeno poslovno funkcijo.

Državljanstvo članov uprav v podjetjih v tujini. Na vprašanje o državljanstvu članov uprave v slovenskih matičnih podjetjih in njihovih tujih podružnicah je odgovorilo 38 anketiranih podjetij. Po pričakovanju v matičnih podjetjih s 96,0% prevladujejo člani s slovenskim državljanstvom, medtem ko ima v tujih podružnicah približno polovica članov uprave slovensko državljanstvo (51,8%), druga polovica (48,2%) pa tuje državljanstvo.

TABELA 10: Člani uprave s slovenskim ali tujim državljanstvom v slovenskih matičnih podjetjih in njihovih tujih podružnicah (n=38)

	<i>S slovenskim državljanstvom</i>		<i>S tujim državljanstvom</i>		<i>Skupaj</i>	
	Število	Delež	Število	Delež	Število	Delež
V upravi v matičnem podjetju	97	96,0%	4	4,0%	101	100,0%
V podjetjih v tujini – člani menedžmenta, odgovorni neposredno upravi	143	51,8%	133	48,2%	276	100,0%

Vir: Anketa 2012.

3. Motivi za investiranje v tujini

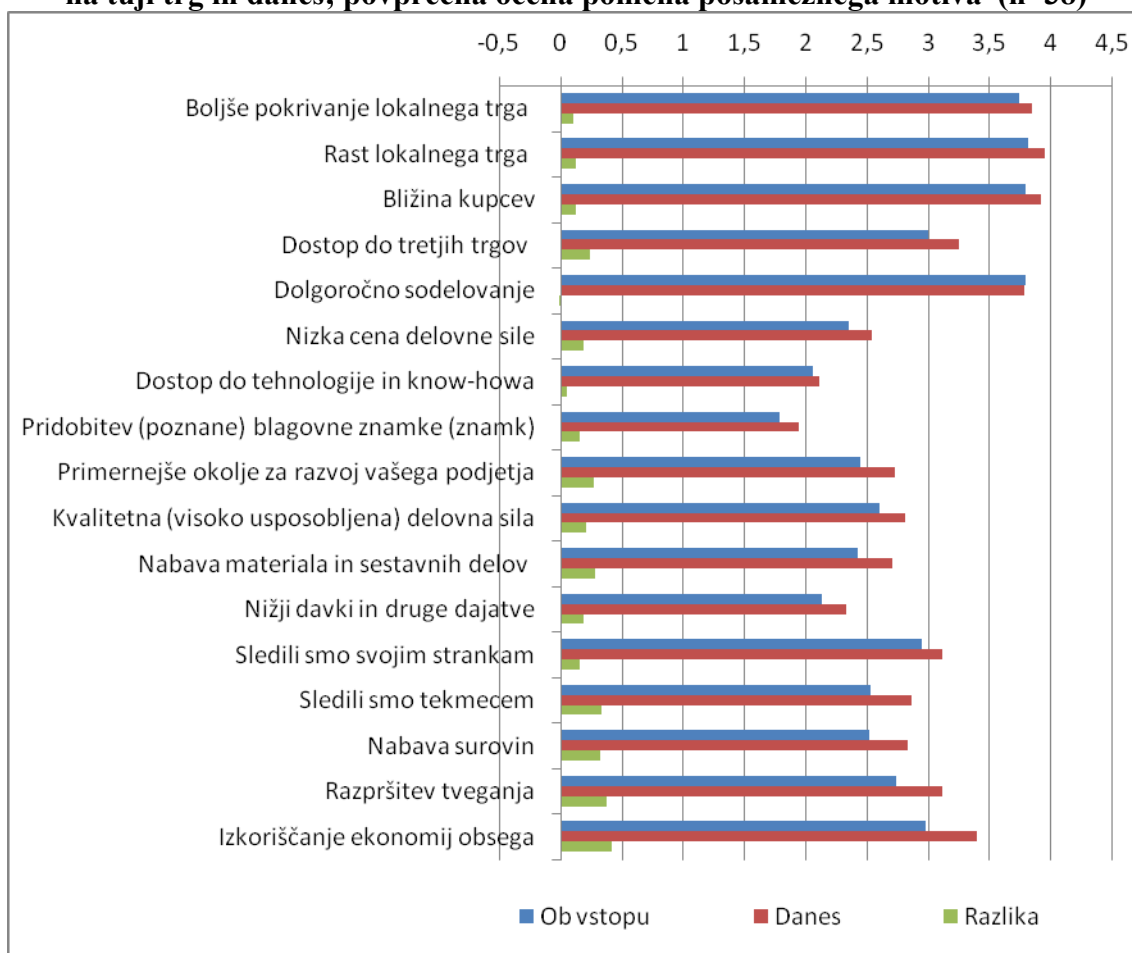
Zanima nas, kateri so najpomembnejši motivi slovenskih investitorjev v tujini. Najpomembnejši motivi anketiranih slovenskih investitorjev so: boljše pokrivanje lokalnega trga, ki je kar za 68,4% anketiranih podjetij zelo pomembni ali celo ključnega pomena (povprečna ocena ob vstopu 3,7 na lestvici od 1 = nepomembno do 5 = ključno), ki jim sledijo bližina kupcev (65,8%, povprečna ocena 3,8), dolgoročno sodelovanje (65,8%, povprečna ocena 3,8), rast lokalnega trga (63,2%, povprečna ocena 3,8), izkoriščanje ekonomij obsega (34,2%, povprečna ocena 3,0), sledenje strankam (31,6%, povprečna ocena 2,9), dostop do tretjih trgov (26,3%, povprečna ocena 3,0) in razpršitev tveganja (26,3%, povprečna ocena 2,7). Ostali motivi so zelo pomembni ali ključni za manj kot 20% anketiranih podjetij (Podrobneje glej Tabelo P.2 v Prilogi). Očitna je dominacija motivov, povezanih s povečanjem prodaje na lokalnem trgu (takoimenovani 'market-seeking' motivi) motivov; delna izjema so le dolgoročno sodelovanje, izkoriščanje ekonomij obsega in razpršitev tveganja. To se ujema z dejstvom, da je za kar 76,0% tujih podružnic lokalni trg njihov osnovni trg. Motivi, ki so tipični za takoimenovane 'efficiency-seeking' NTI, ki v tujini iščejo priložnosti za učinkovito proizvodnjo, kot sta nizka cena delovne sile, kvalitetna delovna sila, so precej manj pomembni. Relativno majhen pomen imajo tudi bolj strateško usmerjene NTI z motivi, kot so dostop do tehnologije in know-howa, pridobitev blagovnih znamk, primernejše okolje za razvoj podjetja, in NTI, ki bi jih pritegnilo privlačno poslovno okolje, kot so na primer nižji davki in druge dajatve.

TABELA 11: Delež odgovorov, ki so posamezen motiv ob vstopu ocenili za zelo pomemben oziroma ključen, v %* (n=38)

Motiv	Motiv je zelo pomemben oziroma ključen
Boljše pokrivanje lokalnega trga	68,4
Rast lokalnega trga	63,2
Bližina kupcev	65,8
Dostop do tretjih trgov	26,3
Dolgoročno sodelovanje	65,8
Nizka cena delovne sile	13,5
Dostop do tehnologije in know-howa	5,4
Pridobitev (poznane) blagovne znamke (znamk)	5,3
Primernejše okolje za razvoj vašega podjetja	10,5
Kvalitetna (visoko usposobljena) delovna sila	10,5
Nabava materiala in sestavnih delov	15,8
Nižji davki in druge dajatve	10,5
Sledili smo svojim strankam	31,6
Sledili smo tekmecem	15,8
Nabava surovin	18,9
Razpršitev tveganja	26,3
Izkoriščanje ekonomij obsega	34,2

Vir: Anketa 2012.

SLIKA 8: Pomembnost posameznih motivov slovenskih investitorjev v tujini ob vstopu na tuji trg in danes; povprečna ocena pomena posameznega motiva* (n=38)



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega motiva ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Slika 8 kaže, da se od vstopa anketiranih investitorjev pa do danes njihova motivacija ni bistveno spremenila. Tako kot ob vstopu tudi danes dominirajo motivi povečanja prodaje na lokalnem trgu. Kljub temu pa se je v tem razdobju najbolj povečal pomen prav nekaterim drugim motivom, prevsem izkoriščanju ekonomij obsega, razpršitvi rizikov, nabavi surovin, sledenju tekmecev, nabavi materiala in sestavnih delov, primernejšemu okolju za razvoj podjetja in dostopu do tretjih trgov. Kljub temu pa je povečanje pomena teh motivov premajhno, da bi lahko govorili o spremembah osnovnega motivacijskega vzorca slovenskih investitorjev v tujini.

4. Dejavniki izbire lokacije tuje podružnice

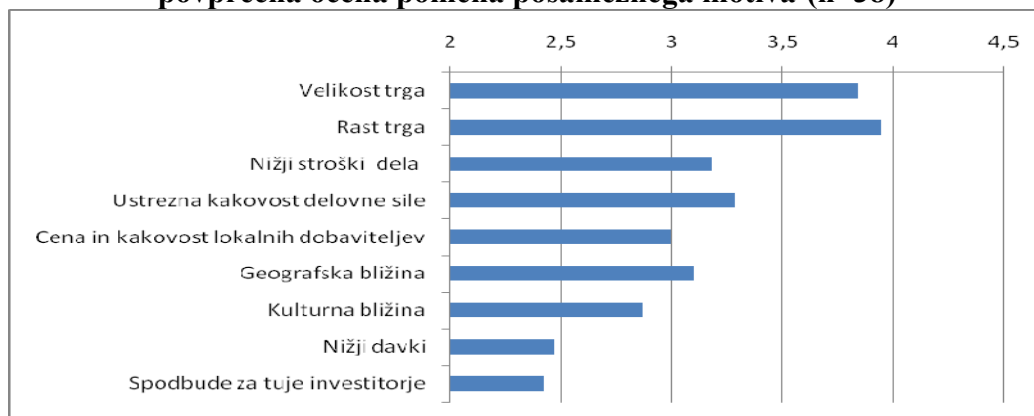
Dejavniki izbire lokacije tuje podružnice dopolnjujejo sliko o motivaciji slovenskih investitorjev v tujino. To potrjujeta tudi Tabela 12 in Slika 9. Najpomembnejši dejavniki anketiranih slovenskih investitorjev pri izbiri lokacije (države) tuje podružnice so: rast trga, ki je kar za 76,3% anketiranih podjetij zelo pomembna ali celo ključnega pomena (povprečna ocena 3,9 na lestvici od 1 = nepomembno do 5 = ključno), ki mu sledijo velikost trga (71,1%, povprečna ocena 3,8), ustrezna kakovost delovne sile (42,1%, povprečna ocena 3,3) in nižji stroški dela (39,5%, povprečna ocena 3,2), tem pa cena in kakovost lokalnih dobaviteljev, geografska in kulturna bližina (Podrobneje glej Tabelo P.3 v Prilogi). Daleč najmanj pomembna dejavnika so spodbude za tuje investitorje in nižji davki. Po pričakovanju je glavni dejavnik izbire slovenskih tujih investitorjev pri izbiri lokacije (države) za investiranje trg, oziroma njegova rast in velikost, temu šele daleč zadaj sledi cena in kvaliteta delovne sile.

TABELA 12: Delež odgovorov, ki so posamezen dejavnik izbire lokacije tuje podružnice ocenili za zelo pomemben oziroma ključen, v %* (n=38)

Dejavnik izbire lokacije	Dejavnik je zelo pomemben oziroma ključen
Velikost trga	71,1
Rast trga	76,3
Nižji stroški dela	39,5
Ustrezna kakovost delovne sile	42,1
Cena in kakovost lokalnih dobaviteljev	34,2
Geografska bližina	31,6
Kulturna bližina	28,9
Nižji davki	5,3
Spodbude za tuje investitorje	15,8

Vir: Anketa 2012.

SLIKA 9: Pomembnost posameznih dejavnikov izbire lokacije tuje podružnice; povprečna ocena pomena posameznega motiva* (n=38)



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posameznega dejavnika ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

5. Ovire pri investiranju v tujino

Podjetja z izhodnimi NTI smo vprašali, katere so najpomembnejše ovire za investiranje v tujini, s katerimi se soočajo doma v Sloveniji in v državi prejemnici investicije, in sicer primerjalno ob vstopu na tuji trg in danes. Tabela 13 in Slika 10 kažeta širok spekter ovir, s katerimi se soočajo slovenski investitorji v tujini. Presentljivo pa je, da anketirana podjetja ovire, s katerimi se soočajo ob vstopu v povprečju ocenjujejo z oceno, ki je nižja od 3 = pomembno. Izjema sta bili le dve oviri, pomanjkanje finančnih virov v Sloveniji (povprečna ocena 3,1) in plačilna nedisciplina v državi prejemnici investicije (povprečna ocena 3,1). To seveda še zdaleč ne pomeni, da so ovire za podjetja, ki investirajo v tujini nepomembne. Kar se ovir v Sloveniji tiče, 43,6% anketiranih podjetij pravi, da je pomanjkanje finančnih virov ob vstopu na tuji trg zelo pomembna oziroma ključna ovira; tej sledi problem pomanjkanja lastnih kadrov in zagotovitev zavarovanj s po 30,8%, premajhne kapacitete matičnega podjetja z 20,5%, pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju s 17,9%, pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini s 15,8% itd. Kar se ovir v državi prejemnici investicije tiče, 35,1% anketiranih podjetij pravi, da je plačilna nedisciplina ob vstopu na tuji trg zelo pomembna oziroma ključna ovira; tej sledi problem zapletenih administrativnih postopkov z 29,7%, koruptivno okolje z 28,9%, ekonomska nestabilnost s 27,0%, neučinkovit sodni sistem s 26,3%, neurejena zakonodaja, razpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile in nerazvita infrastruktura s po 23,7% itd. (Podrobneje glej Tabelo P.4 v Prilogi).

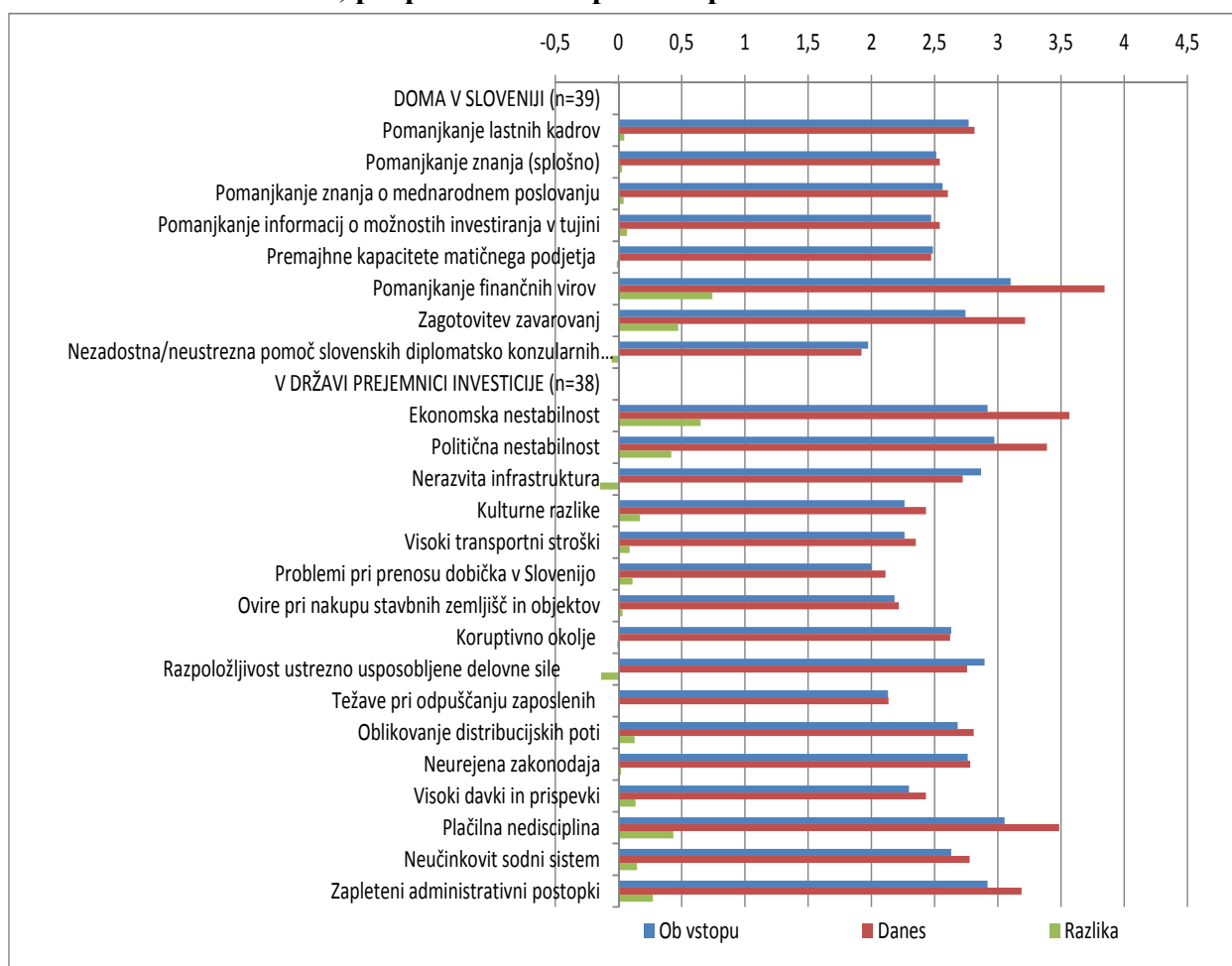
TABELA 13: Delež odgovorov, ki so posamezno oviro ob vstopu ocenili za zelo pomembno oziroma ključno, v % *

Ovira	Ovira je zelo pomembna oziroma ključna
DOMA V SLOVENIJI (n=39)	
Pomanjkanje lastnih kadrov	30,8
Pomanjkanje znanja (splošno)	12,8
Pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju	17,9
Pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini	15,8
Premajhne kapacitete matičnega podjetja	20,5
Pomanjkanje finančnih virov	43,6
Zagotovitev zavarovanj	30,8
Nezadostna/neustrezna pomoč slovenskih diplomatsko konzularnih predstavništev	7,7
V DRŽAVI PREJEMNICI INVESTICIJE (n=38)	
Ekonomska nestabilnost	27,0
Politična nestabilnost	21,6
Nerazvita infrastruktura	23,7
Kulturne razlike	7,9
Visoki transportni stroški	10,5
Problemi pri prenosu dobička v Slovenijo	2,7
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	13,2
Koruptivno okolje	28,9
Razpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	23,7
Težave pri odpuščanju zaposlenih	2,6
Oblikovanje distribucijskih poti	15,8
Neurejena zakonodaja	23,7
Visoki davki in prispevki	8,1
Plačilna nedisciplina	35,1
Neučinkovit sodni sistem	26,3
Zapleteni administrativni postopki	29,7

Vir: Anketa 2012.

Slika 10 kaže, da se je pomen nekaterih ovir od vstopa anketiranih investitorjev pa do danes precej povečal in to pomen prav tistik ovir, ki so bile že ob vstopu najbolj pereče. Tako sta se med ovirami v Sloveniji izrazito povečala pomen pomanjkanja finančnih virov (To je sedaj zelo pomembna oziroma ključna ovira že kar za 66,6% anketiranih podjetij z izhodnimi NTI) in zagotovitve zavarovanj (48,6%), v državah prejemnicah investicije pa se je povečal problem ekonomske (54,0%) in politične nestabilnosti (47,7%), plačilne nediscipline (51,3%) ter zapletenih administrativnih postopkov (40,5%).

SLIKA 10: Pomembnost posameznih ovir pri investiranju v tujini vstopu na tuji trg in danes; povprečna ocena pomena posamezne ovire*



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsakega posamezne ovire ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

6. Učinki investiranja v tujini

V šestem poglavju analiziramo učinke investiranja v tujini za matično podjetje, predvsem kako je vzpostavitev tuje podružnice vplivala na različne vidike poslovanja matičnega podjetja in skupine kot celote.

Izpolnitev pričakovanj investitorja glede uspešnosti tuje podružnice. Od 36 anketiranih podjetij, ki so ocenila stopnjo izpolnitve pričakovanj glede uspešnosti njihovih tujih podružnic, jih je velika večina, to je 69,4% ocenilo, da je uspešnost na ravni pričakovanj, 16,7% da je pod pričakovanji in 13,9%, da je nad pričakovanji. Nekaj več je torej investitorjev, pri katerih je uspešnost pod pričakovanji kot tistih, pri katerih je uspešnost nad pričakovanji.

TABELA 14: Izpolnitev pričakovanj slovenskih podjetij z NTI glede uspešnosti njihovih tujih podružnic (n=36)

	Število	Delež v %
Uspešnost je presegla pričakovanja	5	13,9
Uspešnost je na ravni pričakovanj	25	69,4
Uspešnost je pod pričakovanji	6	16,7
SKUPAJ	167	100,0%

Vir: Anketa 2012.

Učinki vzpostavitve tuje podružnice na različne vidike poslovanja matičnega podjetja. Na vprašanje o učinkih vzpostavitve tuje podružnice na različne vidike poslovanja matičnega podjetja je odgovorilo 38 anketiranih podjetij. Učinke na različne vidike poslovanja so podjetja ocenjevala z ocenami močno zmanjšanje, zmanjšanje, ni sprememb, povečanje, močno povečanje. Iz tabele 15 vidimo, da pri prav nobenem od analiziranih vidikov poslovanja ni prišlo do močnega zmanjšanje v matičnem podjetju. Še najpogosteje do zmanjšanja pride pri obsegu prodaje matičnega podjetja (15,8% anketiranih podjetij), številu zaposlenih v matičnem podjetju (10,5%), nabavah od slovenskih dobaviteljev (10,5%) in obsegu proizvodnje matičnega podjetja (8,1%). Slej ko prej pa je delež tistih matičnih podjetij, v katerih je zaradi vzpostavitve podružnice v tujini prišlo do zmanjšanja obsega poslovanja doma, precej nizek, še posebej če ga primerjamo z deležem podjetij, ki se jim je zaradi vzpostavitve podružnice v tujini obseg poslovanja doma povečal. Delež podjetij, ki se jim je obseg poslovanja doma zaradi vzpostavitve podružnice v tujini povečal je prav pri vseh vidikih poslovanja višji od deleža podjetij, ki se jim je obseg poslovanja doma zmanjšal. Najpogosteje je do povečanja ali močnega povečanja prišlo pri izvozu matičnega podjetja, namreč kar pri 73,7% anketiranih podjetij, ki mu sledi obseg prodaje matičnega podjetja s 60,5%, konkurenčnost matičnega podjetja s 60,5%, število zaposlenih v matičnem podjetju s 39,5%, obseg proizvodnje matičnega podjetja s 35,1%, produktivnost v matičnem podjetju s 34,2%, uvoz matičnega podjetja s 32,4% itd. Do sprememb najpogosteje ni prišlo pri nabavah od slovenskih dobaviteljev (78,9% anketiranih podjetij), profitabilnosti matičnega podjetja (65,8%), uvozu matičnega podjetja (64,9%), produktivnost v matičnem podjetju (63,2%), raziskave in razvoj v matičnem podjetju (60,5%) itd.

TABELA 15: Učinki vzpostavitve tuje podružnice na različne vidike poslovanja matičnega podjetja, odstotna porazdelitev ocen učinka* (n=38)

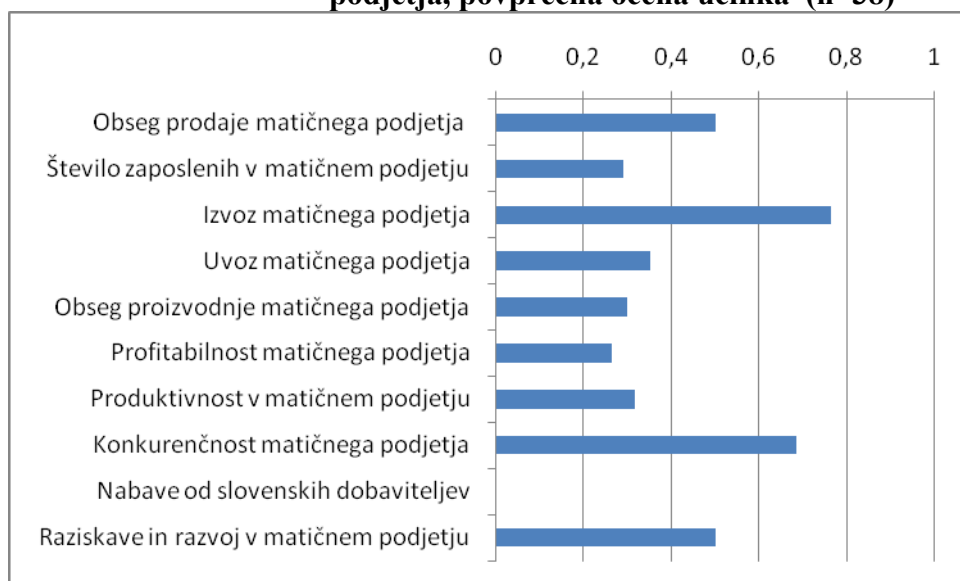
	Močno zmanjšanje	Zmanjšanje	Ni sprememb	Povečanje	Močno povečanje
Obseg prodaje matičnega podjetja	0,0	15,8	23,7	55,3	5,3
Število zaposlenih v matičnem podjetju	0,0	10,5	50,0	39,5	0,0
Izvoz matičnega podjetja	0,0	2,6	23,7	68,4	5,3
Uvoz matičnega podjetja	0,0	2,7	64,9	27,0	5,4
Obseg proizvodnje matičnega podjetja	0,0	8,1	56,8	32,4	2,7
Profitabilnost matičnega podjetja	0,0	5,3	65,8	26,3	2,6
Produktivnost v matičnem podjetju	0,0	2,6	63,2	34,2	0,0
Konkurenčnost matičnega podjetja	0,0	2,6	36,8	50,0	10,5
Nabave od slovenskih dobaviteljev	0,0	10,5	78,9	10,5	0,0
Raziskave in razvoj v matičnem podjetju	0,0	0,0	60,5	28,9	10,5

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so učinke na pšosamezen vidik poslovanja ocenjevali po naslednji lestvici: močno zmanjšanje, zmanjšanje, ni sprememb, povečanje, močno povečanje.

Slika 11 podaja povprečno oceno učinkov vzpostavitve tuje podružnice na različne vidike poslovanja matičnega podjetja, tako da močnemu zmanjšanju pripišemo vrednost -2, zmanjšanju vrednost -1, ni sprememb vrednost 0, povečanju vrednost +1 in močnemu povečanju vrednost +2. Povprečne vrednosti nižje od 0 pomenijo, da prevladujejo podjetja z zmanjšanjem in obratno za vrednosti višje od 0, vrednost nič pa pomeni, da v povprečju ni prišlo do sprememb. Slika kaže, da prav pri vseh vidikih poslovanja prevladujejo pozitivni učinki v smislu povečanja, izjema je le nabava od slovenskih dobaviteljev, kjer je učinek nevtralen.

SLIKA 11: Učinki vzpostavitve tuje podružnice na različne vidike poslovanja matičnega podjetja, povprečna ocena učinka* (n=38)



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so velikost učinkov ocenjevala po naslednji lestvici: -2 = močno zmanjšanje, -1 = zmanjšanje, 0 = ni sprememb, +1 = povečanje, +2 = močno povečanje.

Učinki vzpostavitve tuje podružnice na izbrane vidike delovanja celotne skupine. Anketirana podjetja smo vprašali tudi, ali podružnice vpliva tudi na izbrane vidike delovanja celotne skupine matičnega podjetja. Od 38 anketiranih podjetij, ki so dogovorila na vprašanje, je velika večina ocenila, da vzpostavitev podružnice v tujini pozitivno vpliva na delovanje celotne skupine. Vzpostavitev podružnice v tujini najpogosteje vpliva na povečanje prodaje v tujini (pri 89,5% anketiranih podjetij), ki ji sledi povečanje tržnega deleža v tujini (73,7%), izboljšanje procesov poslovanja (73,7%), povečanje stabilnosti kapitala (71,1%), uvedba novih/izboljšanih proizvodov/storitev (68,8%) in izboljšanje dostopa do (cenejših) virov (63,2%).

TABELA 16: Učinki vzpostavitve tuje podružnice na izbrane vidike delovanja celotne skupine matičnega podjetja, število in odstotni delež anketiranih podjetij, ki so potrdila obstoj pozitivnega učinka (n=38)

	Število	Delež v %
Izboljšanje dostopa do (cenejših) virov	24	63,2
Povečanje prodaje v tujini	34	89,5
Povečanje tržnega deleža v tujini	28	73,7
Uvedba novih/izboljšanih proizvodov/storitev	26	68,4

Izboljšanje procesov poslovanja	28	73,7
Povečanje stabilnosti kapitala	27	71,1

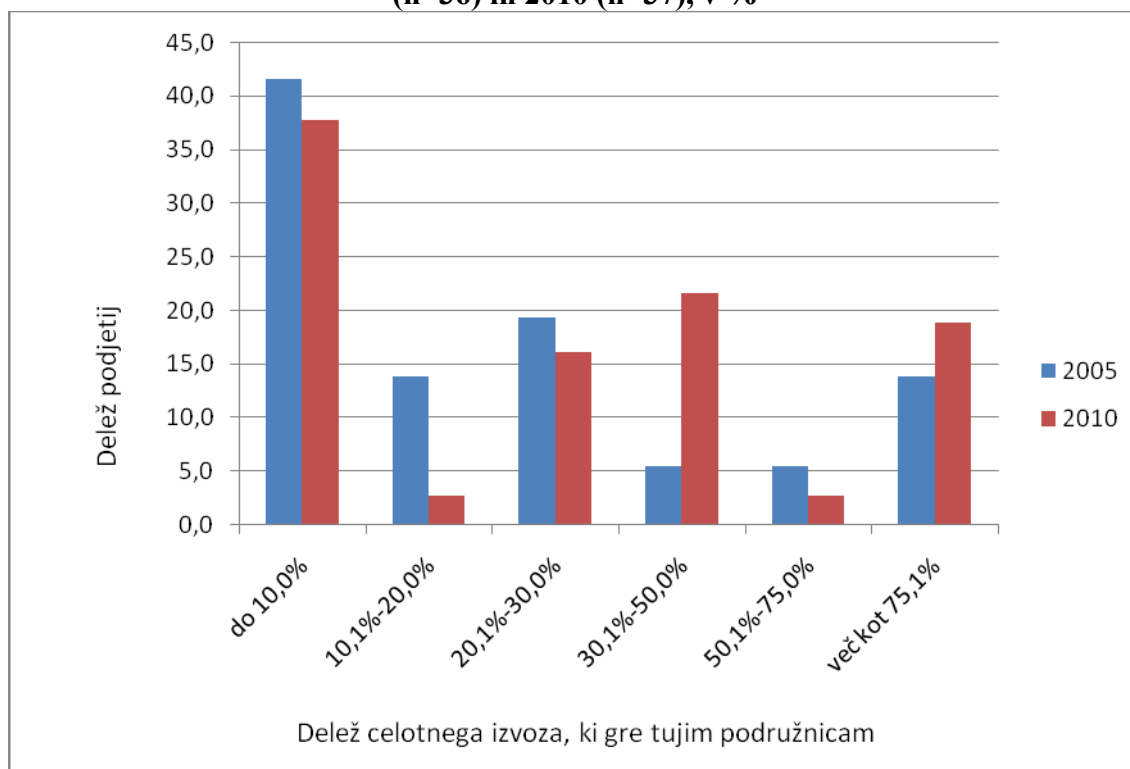
Vir: Anketa 2012.

7. Menjava matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini

Pri menjavi matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini analiziramo, deleže celotnega izvoza in uvoza matičnega podjetja, ki ga le-to opravi s svojimi podružnicami v tujini, in strukturo tega izvoza in uvoza. Osnovna ugotovitev je, da so deleži zunanjetrgovinske menjave matičnih podjetij, ki odpadejo na tuje podružnice precej večji na izvozni kot pa na uvozni strani. Tuje podružnice so torej v prevej večji meri prodajni kot pa nabavni kanal. Z vidika slovenskega gospodarstva je to vsekakor pozitivno.

Anketirana podjetja so v razdobju 2005-2010 precej povečala deleže celotnega izvoza, ki ga usmerjajo svojim tujim podružnicam. Tako so leta 2005 svojim podružnicam v povprečju izvozila 25,8% svojega celotnega izvoza, leta 2010 pa že 32,4%%. Povečanje deleža izvoza matičnih podjetij, ki gre tujim podružnicam, se kaže tudi v dejstvu, da so se v letu 2010 v primerjavi z letom 2005 precej povečali strukturni deleži tistih matičnih podjetij, ki večji del svojega izvoza usmerjajo svojim tujim podružnicam (glej Sliko 12). Od leta 2005 do leta 2010 se je tako povečal delež podjetij, ki tujim podružnicam izvozijo 30,1%-50,0% svojega izvoza z vsega 5,6% na kar 21,6%, delež podjetij ki tujim podružnicam izvozijo več kot 75,1% svojega izvoza pa s 13,9% na 18,9%. Istočasno se je precej zmanjšal delež podjetij, ki tujim podružnicam izvozijo manj kot 20,1% svojega izvoza s 55,6% na vsega 40,5%.

SLIKA 12: Delež celotnega izvoza matičnega podjetja, ki gre tujim podružnicam v 2005 (n=36) in 2010 (n=37), v %

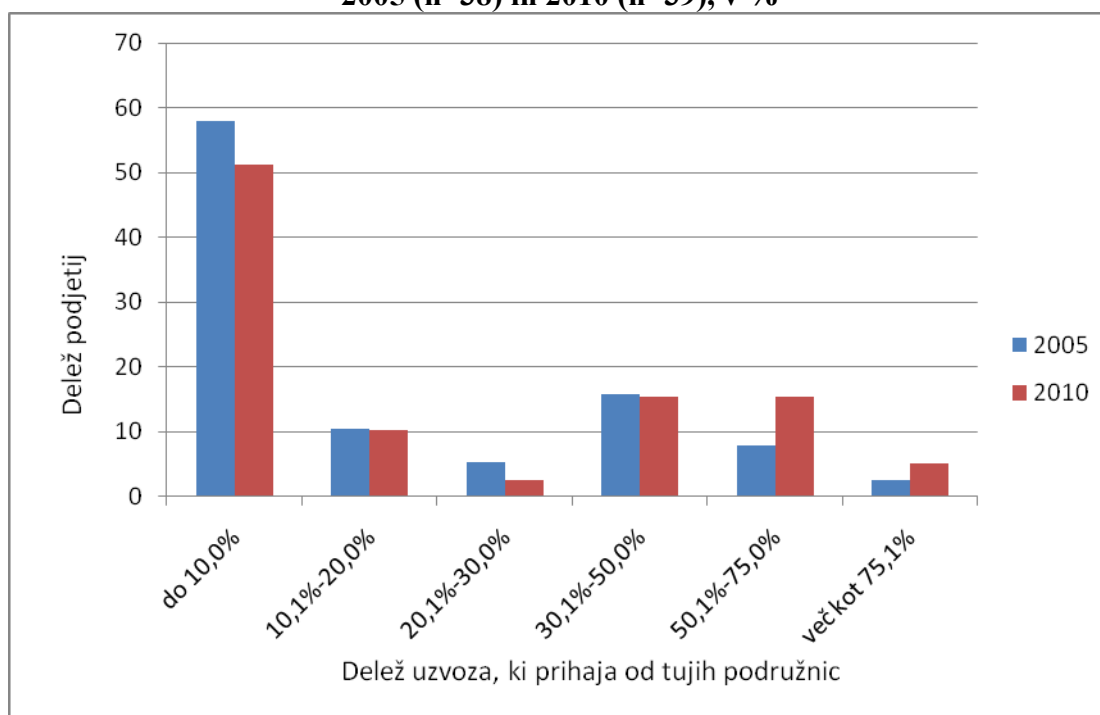


Vir: Anketa 2012.

Podobnemu, čeprav nekoliko manj izrazitemu povečanju smo priča tudi pri izvozu, ki ga matična podjetja dobavljajo iz svojih tujih podružnic. Tako so anketirana podjetja v razdobju

2005-2010 povečala povprečni delež celotnega uvoza, ki prihaja od njihovih tujih podružnic od 17,6% leta 2005 na 23,8% leta 2010. Povečanje deleža uvoza matičnih podjetij, ki prihaja od tujih podružnic, se kaže tudi v dejstvu, da so se v letu 2010 v primerjavi z letom 2005 precej povečali strukturni deleži tistih matičnih podjetij, ki večji del svojega uvoza dobivajo od svojih tujih podružnic (glej Sliko 13). Od leta 2005 do leta 2010 se je tako povečal delež podjetij, ki od tujih podružnic uvozijo 50,1%-75,0% s 7,9% na 15,4%, delež podjetij ki od tujih podružnic uvozijo več kot 75,1% svojega uvoza pa s 2,6% na 5,1%. Istočasno se je zmanjšal delež podjetij, ki od tujih podružnic uvozijo manj kot 30,1% svojega uvoza s 73,7% na 64,2%.

SLIKA 13: Delež celotnega uvoza matičnega podjetja, ki prihaja od tujih podružnic v 2005 (n=38) in 2010 (n=39), v %



Vir: Anketa 2012.

Največji del izvoza matičnih podjetij njihovim tujim podružnicam predstavljajo končni proizvodi (35,8%), ki jim sledijo polizdelki, vmesni izdelki in sestavni deli (26,5%), oprema (21,3%) in storitve (17,7%). Pri uvozu matičnega podjetja od njegovih tujih podružnic pa so daleč najpomembnejše storitve (47,1%), ki jim sledijo končni izdelki (27,2%) ter polizdelki, vmesni izdelki in sestavni deli (25,0%)

TABELA 17: Struktura izvoza in uvoza v menjavi matičnega podjetja z njegovimi podružnicami v tujini, v %

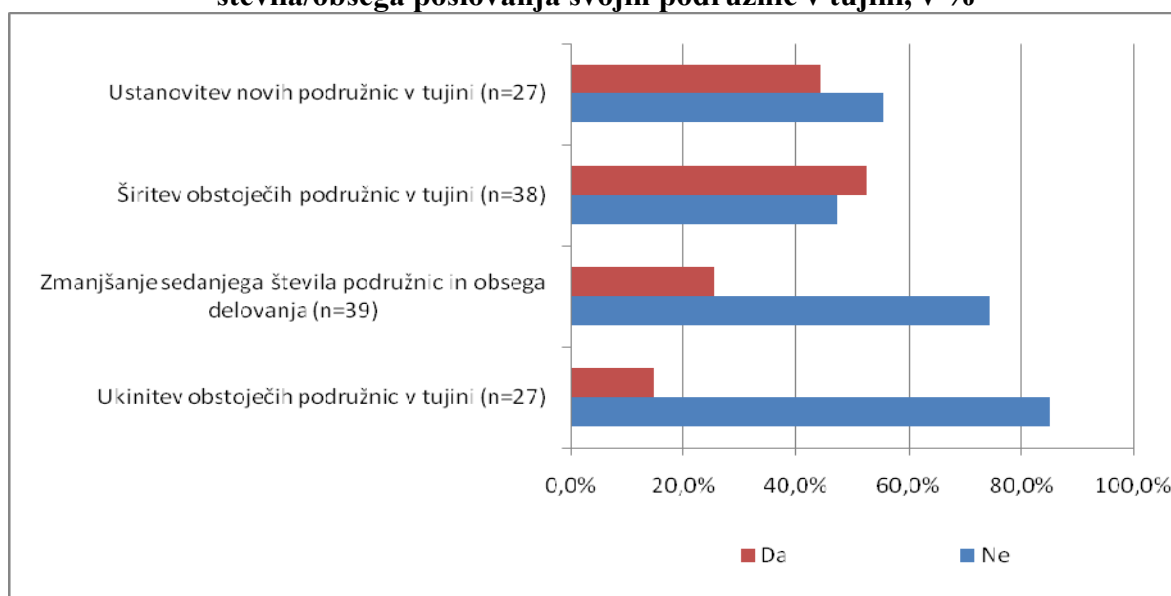
	Izvoz podjetjem v tujini (n=21)	Uvoz od podjetij v tujini (n=10)
Surovine, polizdelki, vmesni izdelki, sestavni deli	26,5	25,0
Končni izdelki	35,8	27,2
Oprema	21,3	0,6
Storitve	17,7	47,1
SKUPAJ	100,0	100,0

Vir: Anketa 2012.

8. Načrti za prihodnost in pričakovanja za leto 2012

Zanimalo nas je, kakšni so načrti anketiranih podjetij z izhodnimi NTI v prihodnje in kakšna so njihova pričakovanja glede poslovanja njihovih tujih podružnic v letu 2012. Podjetja z izhodnimi NTI smo najprej vprašali ali nameravajo, ali ne nameravajo ukinjati obstoječe tuje podružnice, zmanjševati njihovo število in/ali obseg poslovanja, širiti obstoječe podružnice, ali pa ustanovljati nove. Načrti podjetij gredo izrazito v prid nadaljne ekspanzije njihovih izhodnih NTI. Tako le 14,8% anketiranih podjetij planira ukinitvev obstoječih podružnic v tujini, 25,6% pa zmanjšanje njihovega števila in/ali obsega poslovanja. Po drugi strani pa kar 52,6% anketiranih podjetij planira širitev obstoječih podružnic v tujini, 44,4% pa ustanovitev novih (Glej Sliko 14). Spiski držav, v katerih anketirana podjetja načrtujejo povečanje ali zmanjšanje števila/obsega poslovanja svojih podružnic, ne kažejo nikakršnega sistematičnega vzorca glede tega, v katerih državah načrtujejo širitev, v katerih pa zmanjšanje (Glej Tabelo 18).

SLIKA 14: Deleži anketiranih podjetij, ki načrtujejo povečanje ali zmanjšanje števila/obsega poslovanja svojih podružnic v tujini, v %



Vir: Anketa 2012.

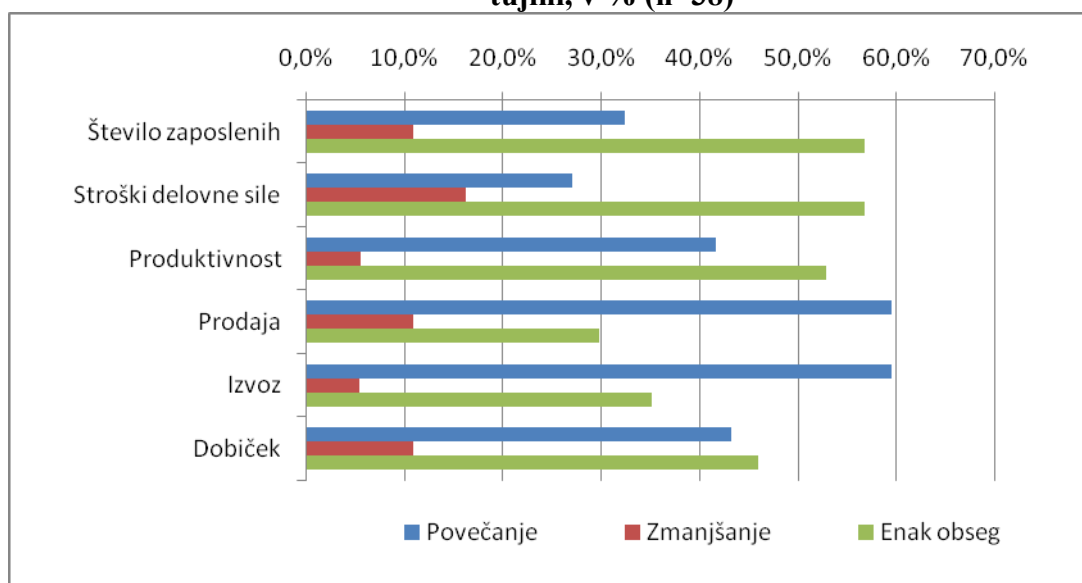
TABELA 18: Države, v katerih anketirana podjetja načrtujejo povečanje ali zmanjšanje števila/obsega poslovanja svojih podružnic v tujini

Ukinitvev obstoječih podružnic v tujini	Zmanjšanje sedanjega števila podružnic in obsega delovanja	Širitev obstoječih podružnic v tujini	Ustanovitev novih podružnic v tujini
Kjer ni profitabilnosti	Kjer ni profitabilnosti	Povsod, kjer že imamo podružnico	Kjer bodo priložnosti
Hrvaška Portugalska Romunija Rusija	Hrvaška Srbija	Italija Južna Amerika Rusija Hrvaška, Turčija Italija Srbija Kitajska BiH	Češka Bulgarija EU Turčija Srbija Črna gora Evropa Amerika Hrvaška BIH Slovaška

Vir: Anketa 2012.

Slika 15 podaja precej optimističen pogled anketiranih podjetij glede poslovanja njihovih tujih podružnic v letu 2012, saj je ob siceršnji prevladi tistik, ki načrtujejo enak obseg poslovanja kot prej, delež tistih, ki načrtujejo povečanje konsistentno bistveno večji od tistih, ki načrtujejo zmanjšanje. V letu 2012 kar 59,5% anketiranih podjetij načrtuje povečanje prodaje in izvoza svojih tujih podružnic. Temu sledijo pričakovanja glede povečanja dobička /43,2% anketiranih podjetij), produktivnosti (41,7%), števila zaposlenih (32,4%) in stroškov delovne sile (27,0%). Anketirana podjetja zmanjšanje največkrat pričakujejo pri stroških delovne sile (16,2%) ter pri številu zaposlenih, prodaji in dobičku (po 10,8%).

SLIKA 15: Deleži anketiranih podjetij, ki za leto 2012 napovedujejo povečanje, zmanjšanje oziroma enak obseg posameznih vidikov poslovanja svojih podružnic v tujini, v % (n=38)



Vir: Anketa 2012.

9. Vloga države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij

Pri vlogi države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij nas je zanimalo, kako anketirana podjetja ocenjujejo spodbude in storitve za tuje investitorje v državah prejemnicah njihovih NTI in kako pomembne so za investiranje v tujini storitve in spodbude JAPTI-ja, Gospodarske zbornice Slovenije in slovenskih diplomatsko konzularnih predstavništvih v tujini.

Spodbude in storitve za tuje investitorje v državah prejemnicah NTI. Tabela 19 in Slika 16 kažeta, da so za anketirana podjetja najpomembnejše spodbude oziroma storitve, ki jih tujim investitorjem nudijo države, v katerih imajo svoje podružnice, naslednje: hitri administrativni postopki, ki so kar za 71,8% anketiranih podjetij zelo pomembne ali celo ključnega pomena (povprečna ocena 3,7 na lestvici od 1 = nepomembno do 5 = ključno), ki jim sledijo zagotavljanje garancij in zavarovanj (48,7%, povprečna ocena 3,5), večja zavzetost lokalnih uradnikov (48,7%, povprečna ocena 3,2), oprostitev komunalnih prispevkov (38,5%, povprečna ocena 3,1), spodbude za nakup stavbnih zemljišč in objektov (38,5%, povprečna ocena 2,8) in zmanjšanje davka na dobiček (35,9%, povprečna ocena 3,1). Vse te spodbude oziroma storitve so anketirana podjetja v povprečju ocenila za več kot pomembne. Še najmanj pomembne se tujim investitorjem zdijo izvozne spodbude in spodbude za nakup strojev in opreme. Presenetljivo pa samo 30,8% anketiranih podjetij smatra spodbude za zaposlovanje

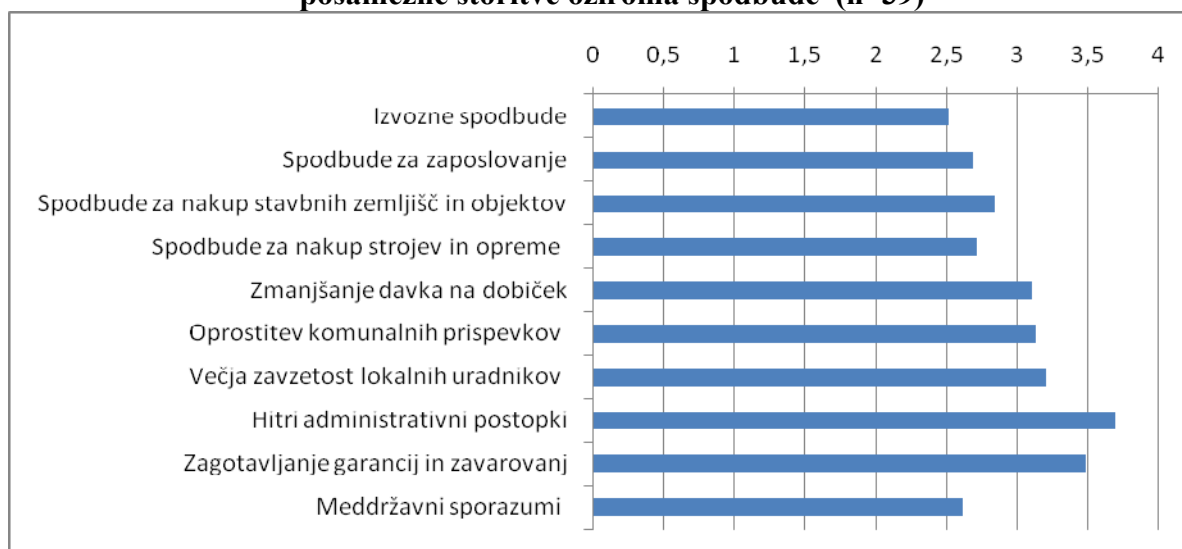
za zelo pomembne ali celo ključne (povprečna ocena 2,7) (Podrobneje glej Tabelo P.5 v Prilogi).

TABELA 19: Delež anketiranih podjetij, ki so posamezno spodbudo oziroma storitev za tuje investitorje v državah, v katerih imajo podružnice, ocenili za zelo pomembno oziroma ključno, v % (n=39)

Spodbuda/storitev	Spodbuda oziroma storitev je zelo pomembna oziroma ključna
Izvozne spodbude	20,5
Spodbude za zaposlovanje	30,8
Spodbude za nakup stavbnih zemljišč in objektov	38,5
Spodbude za nakup strojev in opreme	23,1
Zmanjšanje davka na dobiček	35,9
Oprostitev komunalnih prispevkov	38,5
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	48,7
Hitri administrativni postopki	71,8
Zagotavljanje garancij in zavarovanj	48,7
Meddržavni sporazumi	30,8

Vir: Anketa 2012.

SLIKA 16: Pomembnost posameznih spodbud oziroma storitev za tuje investitorje v državah, v katerih imajo anketirana podjetja podružnice; povprečna ocena pomena posamezne storitve oziroma spodbude* (n=39)



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude oziroma storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Storitve in spodbude za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji. Anketirana podjetja smo vprašali, kako pomembne so spodbude za investiranje v tujini, ki jih nudijo JAPT, Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) in slovenska diplomatsko konzularna predstavništva (DPK) v tujini. Nekako po pričakovanjih so te storitve in spodbude za anketirana podjetja manj pomembne od storitev in spodbud, ki jih nudijo države prejemnice NTI. Tabela 20 in Slika 17 kažeta, da so za anketirana podjetja najpomembnejše spodbude oziroma storitve za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji, naslednje: finančne spodbude, ki so zelo pomembne ali ključne za 35,8% anketiranih podjetij (povprečna ocena 2,7 na lestvici od 1 = nepomembno do 5 = ključno), ki jim sledijo posredovanje informacij (23,5%, povprečna ocena 2,6) in organiziranje poslovnih stikov (19,2%, povprečna ocena 2,3). Ostale storitve in

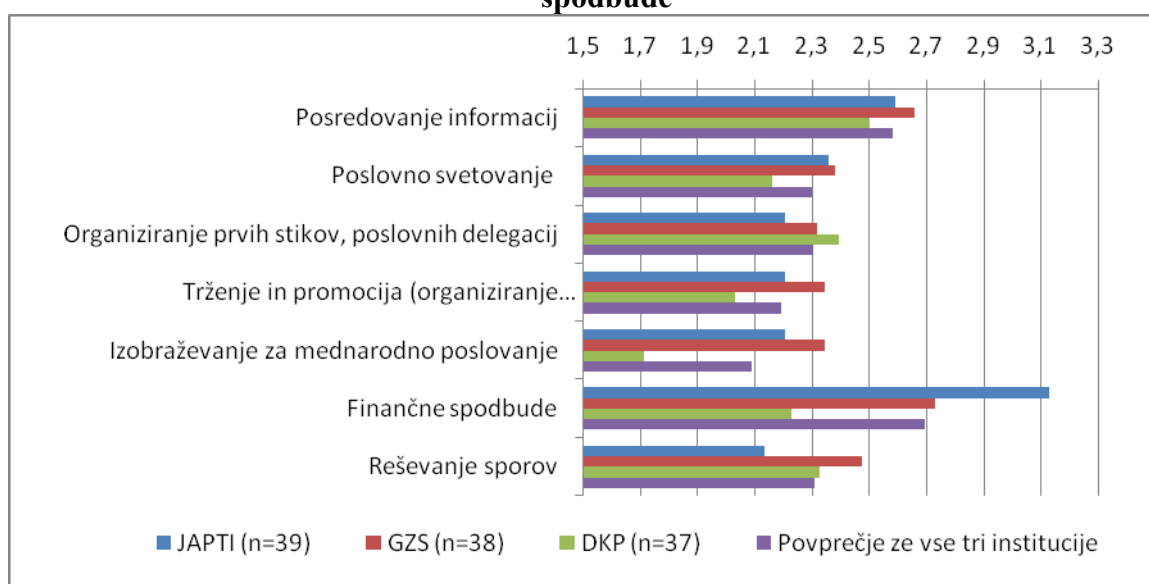
spodbude, ki so na voljo v Sloveniji – reševanje sporov, trženje in promocija, izobraževanje za mednarodno poslovanje in poslovno svetovanje - so zelo pomembne ali ključne za vsega 15% ali manj anketiranih podjetij. Nasploh pa nobena izmed analiziranih storitev in spodbud v povprečju ne dosega ocene 3 = pomembno. Če pogledamo storitve in spodbude ločeno po treh institucijah, pa so edina spodbuda, ki presežejo povprečno oceno 3, finančne spodbude JAPTI-ja, ki imajo povprečno oceno 3,1 in ki so zelo pomembne ali ključne za 43,6% anketiranih podjetij (Podrobneje glej Tabela P.6 v Prilogi).

TABELA 20: Delež anketiranih podjetij, ki so posamezno spodbudo oziroma storitev za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji, ocenili za zelo pomembno oziroma ključno, v %

Spodbuda/storitev	JAPTI (n=39)	GZS (n=38)	DPK (n=37)	Povprečje za vse tri institucije
Posredovanje informacij	17,9	28,9	23,7	23,5
Poslovno svetovanje	12,8	13,5	13,2	13,2
Organiziranje prvih stikov, poslovnih delegacij	10,3	18,4	28,9	19,2
Trženje in promocija (organiziranje sejmskih predstavitev, seminarjev, konferenc, idr.)	10,3	21,1	13,9	15,1
Izobraževanje za mednarodno poslovanje	17,9	15,8	7,9	13,9
Finančne spodbude	43,6	35,1	28,6	35,8
Reševanje sporov	15,8	18,4	13,5	15,9

Vir: Anketa 2012.

SLIKA 17: Pomembnost posameznih spodbud oziroma storitev za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji; povprečna ocena pomena posamezne storitve oziroma spodbude*



Vir: Anketa 2012.

* Povprečna ocena je izračunana iz ocen anketiranih podjetij, ki so pomen vsake posamezne spodbude oziroma storitve ocenjevala po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

Tri institucije, ki smo jih vključili v anketo, JAPTI, GZS in DPK imajo glede na naravo svoje dejavnosti seveda objektivno različen pomen pri posameznih spodbudah in storitvah. Kljub temu smo z izračunom povprečnih vrednosti pomena vseh spodbud in storitev, ki jih nudijo JAPTI, GZS in DPK, poskušali oceniti, katera od treh institucij je pomembnejša za slovenske investitorje v tujini. Številke v Tabeli 21 kažejo, da so v tem pogledu razlike med tremi institucijami zelo majhne. Kot rečeno, izstopa samo JAPTI pri nudenju finančnih spodbud.

TABELA 21: Sumarna ocena pomena JAPTI, GZS in DPK pri nudenju spodbud oziroma storitev za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji, ocenili za zelo pomembno oziroma ključno, v %

Spodbuda/storitev	JAPTI (n=39)	GZS (n=38)	DPK (n=37)
Delež ocen 'zelo pomembno' in 'ključno' v skupnem številu vseh ocen (v%)	18,4	21,6	18,5
Povprečna ocena pomena vseh spodbud in storitev*	2,4	2,5	2,2

Vir: Anketa 2012.

* Za izračun povprečne ocene glej opombo k Sliki 17.

10. Zaključek – Predlogi za ekonomsko politiko

Ugotovitve raziskave, ki temeljijo na menju anketiranih slovenskih podjetij z izhodnimi NTI, in ki so relevantne za ukrepanje ekonomske politike, se nanašajo predvsem na ovire za slovenske investitorje v tujini ter na vlogo države pri spodbujanju izhodne internacionalizacije slovenskih podjetij. Problemi, ki jih zaznavajo slovenski investitorji v tujini in večji ali manjši pomen, ki ga pripisujejo posameznim dejavnikom ter spodbudam in storitvam različnih institucij v Sloveniji, so pravi kažipot za takšne ukrepe ekonomske politike, ki bi protegnili več tujih investitorjev.

Ovire za slovenske investitorje v tujini. Najpomembnejša ovira za investiranje v tujini, s katerimi se naša podjetja, ki investirajo v tujini, soočajo doma v Sloveniji, je pomanjkanje finančnih virov. Tej sledi problem pomanjkanja lastnih kadrov in zagotovitev zavarovanj, premajhne kapacitete matičnega podjetja, pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju in pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini. Najpomembnejša ovira v državi prejemnici investicije pa je plačilna nedisciplina, kar je nedvomno posledica tega, da naša podjetja v veliki meri vzpostavljajo podružnice v državah jugovzhodne Evrope. Tej oviri sledi problem zapletenih administrativnih postopkov, koruptivno, ekonomska nestabilnost, neučinkovit sodni sistem itd.

Pomen nekaterih ovir se je od vstopa anketiranih investitorjev pa do danes precej povečal in to pomen prav tistik ovir, ki so bile že ob vstopu najbolj pereče. Tako sta se med ovirami v Sloveniji izrazito povečala pomen pomanjkanja finančnih virov in zagotovitve zavarovanj, v državah prejemnicah investicije pa se je povečal problem ekonomske in politične nestabilnosti, plačilne nediscipline ter zapletenih administrativnih postopkov.

Storitve in spodbude za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji. Za anketirana podjetja so najpomembnejše naslednje spodbude oziroma storitve za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji: finančne spodbude, posredovanje informacij in organiziranje poslovnih stikov. Ostale storitve in spodbude, ki so na voljo v Sloveniji – reševanje sporov, trženje in promocija, izobraževanje za mednarodno poslovanje in poslovno svetovanje - so se izkazale kot zelo pomembne le za majhen del anketiranih podjetij.

Uporabljena literatura

Banka Slovenije. 2011. *Neposredne naložbe 2010*. Ljubljana: Banka Slovenije.

Banka Slovenije. 2012. *Ekonomski odnosi Slovenije s tujino*, junij. Ljubljana: Banka Slovenije.

Burger, A., A. Jaklič in M. Rojec. 2008. *Exporting and Company Performance in Slovenia: Self-Selection and/or Learning by Exporting?* *Ekonomicky časopis*, 56 (2): 131-153.

PRILOGA K TRETJEMU DELU

TABELA P.1: Pomembnost posameznih konkurenčnih prednosti (napram tekmečem) podjetij z izhodnimi NTI pri poslovanju v tujini, odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne konkurenčne prednosti* (n=38)

	1	2	3	4	5
Kakovost izdelka/storitve	2,6	5,3	10,5	23,7	57,9
Vodstveno in organizacijsko znanje (vodenje, upravljanje podjetij, organizacija proizvodnje/procesa)	2,6	2,6	23,1	33,3	38,5
Dobro usposobljeni zaposleni	2,6	2,6	5,1	41,0	48,7
Tehnološko znanje (proizvod, proces, ...)	5,1	7,7	15,4	33,3	38,5
Trženjsko znanje	2,6	2,6	20,5	35,9	38,5
Blagovna znamka	2,6	12,8	17,9	30,8	35,9
Razpoložljivost finančnih sredstev	2,6	17,9	30,8	33,3	15,4
Poznavanje kulture in poslovnih običajev	0,0	10,3	25,6	41,0	23,1
Članstvo v EU	26,3	13,2	31,6	23,7	5,3

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsake posamezne konkurenčne prednosti ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.2: Pomembnost posameznih motivov slovenskih investitorjev v tujini ob vstopu na tuji trg in danes; odstotna porazdelitev ocen pomena posameznega motiva* (n=38)

	Ob vstopu					Danes				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Boljše pokrivanje lokalnega trga	10,5	7,9	13,2	34,2	34,2	8,1	5,4	21,6	24,3%	40,5
Rast lokalnega trga	7,9	7,9	21,1	21,1	42,1	8,1	0,0	27,0	18,9%	45,9
Bližina kupcev	7,9	10,5	15,8	26,3	39,5	8,1	8,1	16,2	18,9%	48,6
Dostop do tretjih trgov	13,2	18,4	42,1	7,9	18,4	8,1	16,2	35,1	24,3%	16,2
Dolgoročno sodelovanje	2,6	7,9	23,7	39,5	26,3	2,8	8,3	22,2	41,7%	25,0
Nizka cena delovne sile	32,4	18,9	35,1	8,1	5,4	32,4	10,8	29,7	24,3%	2,7
Dostop do tehnologije in know-howa	37,8	24,3	32,4	5,4	0,0	40,5	16,2	35,1	8,1%	0,0
Pridobitev (poznane) blagovne znamke (znamk)	55,3	15,8	23,7	5,3	0,0	56,8	16,2	10,8	8,1%	8,1
Primernejše okolje za razvoj vašega podjetja	31,6	7,9	50,0	5,3	5,3	30,6	8,3	33,3	13,9%	13,9
Kvalitetna (visoko usposobljena) delovna sila	10,5	31,6	47,4	7,9	2,6	10,8	27,0	35,1	24,3%	2,7
Nabava materiala in sestavnih delov	23,7	26,3	34,2	15,8	0,0	24,3	16,2	27,0	29,7%	2,7
Nižji davki in druge dajatve	28,9	42,1	18,4	7,9	2,6	27,0	32,4	27,0	8,1%	5,4
Sledili smo svojim strankam	15,8	21,1	31,6	15,8	15,8	16,2	16,2	27,0	21,6%	18,9
Sledili smo tekmečem	23,7	15,8	44,7	15,8	0,0	21,6	13,5	21,6	43,2%	0,0
Nabava surovin	27,0	16,2	37,8	16,2	2,7	27,8	11,1	25,0	22,2%	13,9
Razpršitev tveganja	21,1	15,8	36,8	21,1	5,3	25,0	2,8	27,8	25,0%	19,4
Izkoriščanje ekonomij obsega	13,2	21,1	31,6	23,7	10,5	11,1	5,6	33,3	33,3%	16,7

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsakega posameznega motiva ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.3: Pomembnost posameznih dejavnikov pri izbiri države lokacije tuje podružnice, odstotna porazdelitev ocen pomena posameznega dejavnika* (n=38)

	1	2	3	4	5
Velikost trga	5,3	5,3	18,4	42,1	28,9
Rast trga	5,3	2,6	15,8	44,7	31,6
Nižji stroški dela	5,3	18,4	36,8	31,6	7,9
Ustrezna kakovost delovne sile	5,3	7,9	44,7	36,8	5,3
Cena in kakovost lokalnih dobaviteljev	13,2	15,8	36,8	26,3	7,9
Geografska bližina	5,3	18,4	44,7	23,7	7,9
Kulturna bližina	5,3	36,8	28,9	23,7	5,3
Nižji davki	15,8	28,9	50,0	2,6	2,6
Spodbude za tuje investitorje	26,3	26,3	31,6	10,5	5,3

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsakega posameznega dejavnika ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.4: Pomembnost posameznih ovir pri investiranju v tujini ob vstopu na tuji trg in danes; odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne ovire*

	Ob vstopu					Danes				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
DOMA V SLOVENIJI (n=39)										
Pomanjkanje lastnih kadrov	15,4	28,2	25,6	25,6	5,1	18,4	21,1	28,9	23,7	7,9
Pomanjkanje znanja (splošno)	15,4	33,3	38,5	10,3	2,6	16,2	35,1	29,7	16,2	2,7
Pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju	17,9	28,2	35,9	15,4	2,6	18,4	28,9	31,6	15,8	5,3
Pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini	18,4	39,5	26,3	7,9	7,9	18,9	35,1	27,0	10,8	8,1
Premajhne kapacitete matičnega podjetja	23,1	33,3	23,1	12,8	7,7	28,9	28,9	15,8	18,4	7,9
Pomanjkanje finančnih virov	15,4	23,1	17,9	23,1	20,5	10,3	10,3	12,8	17,9	48,7
Zagotovitev zavarovanj	20,5	23,1	25,6	23,1	7,7	16,2	13,5	21,6	29,7	18,9
Nezadostna/neustrezna pomoč slovenskih diplomatsko konzularnih predstavništev	41,0	30,8	20,5	5,1	2,6	36,8	36,8	23,7	2,6	0,0
V DRŽAVI PREJEMNICI INVESTICIJE (n=38)										
Ekonomska nestabilnost	5,4	29,7	37,8	21,6	5,4	5,4	10,8	29,7	29,7	24,3
Politična nestabilnost	5,4	18,9	54,1	16,2	5,4	5,6	19,4	27,8	25,0	22,2
Nerazvita infrastruktura	5,3	34,2	36,8	15,8	7,9	8,3	38,9	27,8	22,2	2,8
Kulturne razlike	34,2	15,8	42,1	5,3	2,6	32,4	16,2	35,1	8,1	8,1
Visoki transportni stroški	26,3	34,2	28,9	7,9	2,6	21,6	40,5	21,6	13,5	2,7
Problemi pri prenosu dobička v Slovenijo	37,8	29,7	29,7	0,0	2,7	38,9	25,0	27,8	2,8	5,6
Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	31,6	31,6	23,7	13,2	0,0	29,7	29,7	35,1	0,0	5,4
Koruptivno okolje	15,8	39,5	15,8	23,7	5,3	13,5	45,9	13,5	18,9	8,1
Razpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	5,3	26,3	44,7	21,1	2,6	8,1	24,3	54,1	10,8	2,7
Težave pri odpuščanju zaposlenih	26,3	36,8	34,2	2,6	0,0	29,7	29,7	37,8	2,7	0,0
Oblikovanje distribucijskih poti	15,8	18,4	50,0	13,2	2,6	16,2	13,5	43,2	27,0	0,0
Neurejena zakonodaja	13,2	23,7	39,5	21,1	2,6	16,2	16,2	45,9	16,2	5,4
Visoki davki in prispevki	16,2	45,9	29,7	8,1	0,0	18,9	29,7	40,5	10,8	0,0
Plačilna nedisciplina	5,4	32,4	27,0	21,6	13,5	8,1	13,5	27,0	24,3	27,0
Neučinkovit sodni sistem	15,8	39,5	18,4	18,4	7,9	11,1	36,1	25,0	19,4	8,3
Zapleteni administrativni postopki	8,1	29,7	32,4	21,6	8,1	8,1	16,2	35,1	29,7	10,8

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsakega posamezne ovire ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.5: Pomembnost posameznih spodbud in storitev za tuje investitorje v državah, v katerih imajo anketirana podjetja podružnice, odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne spodbude oziroma storitve* (n=39)

	1	2	3	4	5
Izvozne spodbude	28,2	20,5	30,8	12,8	7,7
Spodbude za zaposlovanje	23,1	23,1	23,1	23,1	7,7
Spodbude za nakup stavbnih zemljišč in objektov	25,6	15,4	20,5	25,6	12,8
Spodbude za nakup strojev in opreme	20,5	17,9	38,5	15,4	7,7
Zmanjšanje davka na dobiček	12,8	10,3	41,0	25,6	10,3
Oprostitev komunalnih prispevkov	15,4	10,3	35,9	23,1	15,4
Večja zavzetost lokalnih uradnikov	12,8	12,8	25,6	38,5	10,3
Hitri administrativni postopki	10,3	5,1	12,8	48,7	23,1
Zagotavljanje garancij in zavarovanj	10,3	0,0	41,0	28,2	20,5
Meddržavni sporazumi	33,3	12,8	23,1	20,5	10,3

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsake posamezne spodbude oziroma storitve ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

TABELA P.6: Pomembnost posameznih spodbud oziroma storitev za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji; odstotna porazdelitev ocen pomena posamezne spodbude oziroma storitve*

	1	2	3	4	5
JAPTI (N=39)					
Posredovanje informacij	23,1	17,9	41,0	12,8	5,1
Poslovno svetovanje	28,2	25,6	33,3	7,7	5,1
Organiziranje prvih stikov, poslovnih delegacij	28,2	33,3	28,2	10,3	0,0
Trženje in promocija (organiziranje sejmskih predstavitev, seminarjev, konferenc, idr.)	30,8	30,8	28,2	7,7	2,6
Izobraževanje za mednarodno poslovanje	35,9	25,6	20,5	17,9	0,0
Finančne spodbude	15,4	17,9	23,1	25,6	17,9
Reševanje sporov	42,1	21,1	21,1	13,2	2,6
GZS (N=38)					
Posredovanje informacij	28,9	10,5	31,6	23,7	5,3
Poslovno svetovanje	27,0	27,0	32,4	8,1	5,4
Organiziranje prvih stikov, poslovnih delegacij	28,9	28,9	23,7	18,4	0,0
Trženje in promocija (organiziranje sejmskih predstavitev, seminarjev, konferenc, idr.)	31,6	26,3	21,1	18,4	2,6
Izobraževanje za mednarodno poslovanje	26,3	28,9	28,9	15,8	0,0
Finančne spodbude	29,7	21,6	13,5	16,2	18,9
Reševanje sporov	26,3	18,4	36,8	18,4	0,0
DPK (N=37)					
Posredovanje informacij	31,6	13,2	31,6	21,1	2,6
Poslovno svetovanje	36,8	26,3	23,7	10,5	2,6
Organiziranje prvih stikov, poslovnih delegacij	42,1	10,5	18,4	23,7	5,3
Trženje in promocija (organiziranje sejmskih predstavitev, seminarjev, konferenc, idr.)	50,0	11,1	25,0	13,9	0,0
Izobraževanje za mednarodno poslovanje	57,9	21,1	13,2	7,9	0,0
Finančne spodbude	54,3	11,4	5,7	14,3	14,3
Reševanje sporov	35,1	16,2	35,1	8,1	5,4

Vir: Anketa 2012.

* Anketirani so pomen vsake posamezne spodbude oziroma storitve ocenjevali po naslednji lestvici: 1 = nepomembno, 2 = manj pomembno, 3 = pomembno, 4 = zelo pomembno, 5 = ključno.

VPRAŠALNIK O INTERNACIONALIZACIJI S PODJETJI V TUJINI

PROSIMO VAS, DA ODGOVORITE NA NEKAJ VPRAŠANJ O VAŠEM POSLOVANJU V TUJINI.

SPLOŠNO NAVODILO: Na vprašanja odgovarjajte tako, da označite ustrezen odgovor ali zapišete odgovore na za to predvidena mesta. Kjer ni drugače navedeno, prosimo, navajajte zadnje razpoložljive podatke. Če se katero od vprašanj ne nanaša na vaše podjetje, ga izpustite in prosimo napišite, zakaj ste ga izpustili.

I. NEKAJ OSNOVNIH PODATKOV O PODJETJU

1. Kdaj je bilo vaše podjetje ustanovljeno? Leta !__!__!__!
2. Kolikšen je delež zaposlenih z visokošolsko izobrazbo? !__!__! %
3. Kolikšen delež prihodkov namenjate raziskavam in razvoju (R&D)? !__!__! %
4. Ali imate v podjetju lasten oddelek za raziskave in razvoj? 1 - Da 2 - Ne
Če »da«, koliko je zaposlenih v tem oddelku? _____
5. Kolikšen delež prihodkov namenjate oglaševanju? !__!__! %

II. ZNAČILNOSTI INVESTICIJ V TUJINI

6. Prosimo, označite vrsto podjetja v tujini glede na delež vašega lastniškega kapitala. Če imate več podjetij v tujini navedite število posameznih vrst podjetij.

OBKROŽITE!

1	podjetje v vaši popolni lasti (100 % lastniški delež)	⇒ število enot:
2	podjetje, v katerem imate večinski lastniški delež (več kot 50 % in manj kot 100% delež)	⇒ število enot:
3	podjetje, v katerem imate 50% ali manjši lastniški delež	⇒ število enot:

7. Ali ste se odločili za investicijo z...

OBKROŽITE IN NAVEDITE ŠTEVILO ENOT V TUJINI! (MOŽNIH JE VEČ ODGOVOROV)!

1	nakupom lastniškega deleža v obstoječem podjetju (vključno z dokapitalizacijo)	⇒ število enot:
2	ustanovitvijo lastnega novega podjetja (začetna investicija)	⇒ število enot:
3	ustanovitvijo novega podjetja v obliki skupne naložbe s partnerjem	⇒ število enot:

8. Kakšna je bila vaša prisotnost na izbranih tujih trgih, preden ste na njih vzpostavili podjetje?

OBKROŽITE (MOŽNIH JE VEČ ODGOVOROV)!

1	Pred vzpostavitvijo podjetja na konkretnem tujem trgu nismo bili prisotni
2	Pred vzpostavitvijo podjetja smo na ta trg(e) izvažali
3	Pred vzpostavitvijo podjetja smo bili na tem trgu(ih) prisotni s pogodbenimi oblikami sodelovanja (npr. outsourcing, licenčne pogodbe, itd.)
4	Pred vzpostavitvijo podjetja smo na tem trgu(ih) imeli druge oblike sodelovanja z lokalnimi podjetji Navedite katere:

9. Prosimo, navedite državo (države), v kateri imate podjetja, število podjetij v posamezni državi in leto vstopa in morebitnega izstopa.

	Država (-e)	Število podjetij	Leto vstopa	Leto izstopa
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

10. Prosimo, navedite število vaših podjetij v tujini glede na osnovno usmeritev njihove prodaje v zadnjem letu.

Prodaja je usmerjena pretežno na	Število
Lokalni trg	
Izvoz v Slovenijo	
Izvoz v države EU	
Izvoz v druge države	

11. Katere poslovne funkcije opravljajo podjetja v tujini (možnih več odgovorov) in katere ste zaradi selitve aktivnosti v tujino doma opustili?

OZNAČITE Z X!

Poslovna funkcija podjetja v tujini	Število podjetij, ki opravlja to funkcijo	V matičnem podjetju funkcije:		
		Nismo opustili	Delno smo opustili	Popolnoma opustili
Proizvodnja (sestavljanje, proizvajanje)				
Izvajanje storitev				
Prodaja in trženje				
Raziskave in razvoj				
Nabava in logistika				
Računovodstvo, finance				
Kadrovska funkcija				
Drugo: (navedite) _____				

12. Prosimo, navedite naslednje podatke (v EUR) za vsa vaša podjetja v tujini SKUPAJ.

	2000	2005	2010
Število zaposlenih			
Prodaja			
Sredstva			
Izvoz			
Uvoz			

13. Državljanstvo članov uprave in odgovornih neposredno upravi oz. predsedniku uprave

		Število s slovenskim državljanstvom	Število s tujim državljanstvom
1	V upravi v matičnem podjetju		
2	V skupini – člani menedžmenta, odgovorni neposredno upravi		

14. Na čem temeljijo vaše konkurenčne prednosti (napram tekmeccem) pri poslovanju v tujini?

Prosimo, ocenite POMEMBNOST za vsako naštetu področje konkurenčnih prednosti z ocenami:
1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Konkurenčne prednosti	Pomembnost				
1	Kakovost izdelka/storitve	1	2	3	4	5
2	Vodstveno in organizacijsko znanje (vodenje, upravljanje podjetij, organizacija proizvodnje/ procesa)	1	2	3	4	5
3	Dobro usposobljeni zaposleni	1	2	3	4	5
4	Tehnološko znanje (proizvod, proces, ...)	1	2	3	4	5
5	Trženjsko znanje	1	2	3	4	5
6	Razpoložljivost finančnih sredstev	1	2	3	4	5
7	Članstvo v EU	1	2	3	4	5
8	Drugo (navedite):					

III. MOTIVI ZA INVESTIRANJE V TUJINI

15. Prosimo, ocenite POMEMBNOST navedenih MOTIVOV za vaše investiranje v tujini OB VSTOPU in DANES. Prosimo, ocenite pomembnost za vsak motiv posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Motivi	Ob vstopu					Danes				
1	Boljše pokrivanje lokalnega trga	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Rast lokalnega trga	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Bližina kupcev	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4	Dostop do tretjih trgov	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Dolgoročno sodelovanje	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Nizka cena delovne sile	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Dostop do tehnologije in know-howa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Pridobitev (poznane) blagovne znamke (znamk)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Primernejše okolje za razvoj vašega podjetja	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Kvalitetna (visoko usposobljena) delovna sila	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Nabava materiala in sestavnih delov	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Nižji davki in druge dajatve	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13	Sledili smo svojim strankam	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Sledili smo tekmeccem	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Nabava surovin	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16	Razpršitev tveganja	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17	Izkoriščanje ekonomij obsega	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18	Drugo (navedite): _____	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

IV. OVIRE PRI INVESTIRANJU V TUJINI

16. Prosimo, ocenite POMEMBNOST navedenih OVIR pri investiranju v tujini, V ČASU VZPOSTAVLJANJA PODJETJA in DANES. Prosimo, ocenite pomembnost za vsako oviro posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Ovire	V času vzpostavitve podjetja	Danes
	DOMA V SLOVENIJI		
1	Pomanjkanje lastnih kadrov	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2	Pomanjkanje znanja (splošno)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3	Pomanjkanje znanja o mednarodnem poslovanju	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4	Pomanjkanje informacij o možnostih investiranja v tujini	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5	Premajhne domače kapacitete	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6	Pomanjkanje finančnih virov	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7	Zagotovitev zavarovanj	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8	Nezadostna/neustrezna pomoč slovenskih diplomatsko konzularnih predstavništev	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9	Drugo: (navedite) _____		
	V DRŽAVI PREJEMNICI INVESTICIJE		
1	Ekonomska nestabilnost	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2	Politična nestabilnost	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3	Nerazvita infrastruktura	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4	Kulturne razlike	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5	Visoki transportni stroški	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6	Problemi pri prenosu dobička v Slovenijo	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7	Ovire pri nakupu stavbnih zemljišč in objektov	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8	Koruptivno okolje	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9	Razpoložljivost ustrezno usposobljene delovne sile	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10	Težave pri odpuščanju zaposlenih	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
11	Oblikovanje distribucijskih poti	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
12	Neurejena zakonodaja	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
13	Visoki davki in prispevki	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
14	Plačilna nedisciplina	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
15	Neučinkovit sodni sistem	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
16	Zapleteni administrativni postopki	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
17	Drugo (navedite): _____	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

V. DEJAVNIKI IZBIRE LOKACIJE

17. Prosimo, ocenite POMEMBNOST navedenih DEJAVNIKOV PRI IZBIRI DRŽAVE, v kateri ste vzpostavili podjetje. Prosimo, ocenite pomembnost za vsak dejavnik posebej.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Dejavniki lokacije	Pomembnost				
		1	2	3	4	5
1	Velikost trga	1	2	3	4	5
2	Rast trga	1	2	3	4	5
3	Nižji stroški dela	1	2	3	4	5
4	Ustrezna kakovost delovne sile	1	2	3	4	5
5	Cena in kakovost lokalnih dobaviteljev	1	2	3	4	5
6	Geografska bližina	1	2	3	4	5
7	Kulturna bližina	1	2	3	4	5
8	Nižji davki	1	2	3	4	5
9	Spodbude za tuje investitorje	1	2	3	4	5
10	Drugi pomembni dejavniki (navedite): _____	1	2	3	4	5

VI. UČINKI INVESTICIRANJA V TUJINI

18. Uspeh podjetij, ki ste jih vzpostavili v tujini je:

PROSIMO, OBKROŽITE

- 1 - Presegel vaša pričakovanja
- 2 - Na ravni vaših pričakovanj
- 3 - Pod vašimi pričakovanji

19. Prosimo, ocenite kakšni so učinki vzpostavitve podjetja v tujini NA MATIČNO PODJETJE?

OCENITE (OZNAČITE Z X) SMER IN POMEN NAŠTETIH UČINKOV!

	UČINEK NA ...	MOČNO ZMANJŠANJE	ZMANJŠANJE	NI SPREMENB	POVEČANJE	MOČNO POVEČANJE
1	Obseg prodaje matičnega podjetja					
2	Število zaposlenih v matičnem podjetju					
3	Izvoz matičnega podjetja					
4	Uvoz matičnega podjetja					
5	Obseg proizvodnje matičnega podjetja					
6	Profitabilnost matičnega podjetja					
7	Produktivnosti v matičnem podjetju					
8	Konkurenčnost matičnega podjetja					
9	Nabave od slovenskih dobaviteljev					
10	Raziskave in razvoj v matičnem podjetju					

20. Prosimo, ocenite, ali je zaradi vzpostavitve podjetij v tujini:

OZNAČITE Z X!

		DA	NE
1	Izboljšan vaš dostop do (cenejših) inputov		
2	Povečana vaša prodaja v tujini		
3	Povečan tržni delež v tujini		
4	Uveden nov/izboljšan proizvod/storitev		
5	Izboljšani procesi poslovanja		

VII. POSLOVANJE MATIČNEGA PODJETJA Z NJEGOVIMI PODJETJI V TUJINI

21. Prosimo, opredelite, kolikšen delež celotnega izvoza matičnega podjetja v letih 2005 in 2010 je predstavljal izvoz vašim podjetjem v tujini; v %:

2005: I _ I _ I _ I %

2010: I _ I _ I _ I %

22. Prosimo, opredelite, kolikšen delež celotnega uvoza matičnega podjetja v letih 2005 in 2010 predstavlja uvoz od vaših podjetij v tujini; v %:

2005: I _ I _ I _ I %

2010: I _ I _ I _ I %

23. Prosimo, ocenite strukturo izvoza in uvoza v menjavi matičnega podjetja s podjetji, ki jih ima v tujini v letu 2010 (ali v zadnjem razpoložljivem letu); v %.

Vsota odgovorov mora biti 100 %.

Leto: _____	Uvoz iz vaših podjetij v tujini	Izvoz vašim podjetjem v tujini
Surovine, polizdelki, vmesni izdelki, sestavni deli	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Končni izdelki	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Oprema	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
Storitve	I _ I _ I _ I %	I _ I _ I _ I %
SKUPAJ	1 0 0 %	1 0 0 %

VIII. NAČRTI ZA PRIHODNOST

24. Kakšni so vaši načrti za neposredno investiranje v tujino?

OZNAČITE Z X (MOŽNIH JE VEČ ODGOVOROV!)

Načrti	Ne	Da, država
Zadržanje sedanjega števila podjetij in obsega njihovega delovanja	Ne	Da, Kje _____
Zmanjšanje sedanjega števila podjetij in obsega delovanja	Ne	Da, Kje _____
Širitev obstoječih podjetij v tujini	Ne	Da, Kje _____
Ustanovitev novih podjetij v tujini	Ne	Da, Kje _____
Ukinitev obstoječih podjetij v tujini	Ne	Da, Kje _____

25. Kakšna so vaša PRIČAKOVANJA (NAČRTI) ZA LETO 2012? Ali se bodo spodaj navedeni kazalci delovanja vaših podjetij v tujini povečali, zmanjšali oziroma ostali enaki?

OZNAČITE Z X.

	Povečanje	Zmanjšanje	Enak obseg
Število zaposlenih			
Stroški delovne sile			
Produktivnost			
Prodaja			
Izvoz			
Dobiček			

IX. VLOGA DRŽAVE PRI SPODBUJANJU TUJIH INVESTICIJ

26. Prosimo, ocenite, kako pomembne so za vaše podjetje naslednje SPODBUDE/STORITVE ZA TUJE INVESTITORJE V TUJIH DRŽAVAH PREJEMNICAH INVESTICIJ.

1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

1	Spodbude za tuje investitorje	Pomembnost				
		1	2	3	4	5
2	Izvozne spodbude	1	2	3	4	5
3	Spodbude za zaposlovanje	1	2	3	4	5
4	Spodbude za nakup stavbnih zemljišč in objektov	1	2	3	4	5
5	Spodbude za nakup strojev in opreme	1	2	3	4	5
6	Zmanjšanje davka na dobiček	1	2	3	4	5
7	Oprostitev komunalnih prispevkov	1	2	3	4	5
8	Večja zavzetost lokalnih uradnikov	1	2	3	4	5
9	Meddržavni sporazumi	1	2	3	4	5
10	Drugo, opišite: _____	1	2	3	4	5

27. Prosimo, ocenite, kako pomembne so naslednje STORITVE IN SPODBUDE za investiranje v tujini, ki so na voljo v Sloveniji.

0 – NE POZNAMEO 1 - nepomembno 2 - manj pomembno 3 - pomembno 4 - zelo pomembno 5 - ključno

	Storitve in spodbude	Ministrstva (za gospodarstvo, za zunanje zadeve)	JAPTI	Gospodarska zbornica Slovenije	Slovenska izvozna družba
1	Posredovanje informacij	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2	Poslovno svetovanje	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3	Organiziranje prvih stikov, poslovnih delegacij	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4	Trženje in promocija (organiziranje sejmskih predstaviteljev, konferenc, idr.)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5	Izobraževanje za mednarodno poslovanje	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6	Finančne spodbude	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7	Garancije	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8	Zavarovanja	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9	Reševanje sporov	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10	Drugo (navedite):	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

ČETRTI DEL: POLITIKA SPODBUJANJA VHODNIH NTI V NEKATERIH IZBRANIH DRŽAVAH IN PREDLOGI ZA SLOVENIJO

Tuji investitorji obravnavajo spodbude kot sekundarni dejavnik. Pomembnejše so takrat, ko so drugi, primarni dejavniki odločanja med dvema lokacijama bolj ali manj izenačeni. Spodbude torej postanejo relevantne, ko se tuji investitor po sprejemu odločitve za investicijo odloča o lokaciji za izvedbo projekta in ima na seznamu dve ali več držav s približno enakimi primarnimi dejavniki. Učinkovitost investicijskih spodbud je odvisna od: (1) vrste/strukture in velikosti vzpodbud; (2) tega, ali je proizvodnja podjetja s tujim kapitalom usmerjena pretežno na trg države prejemnice, v izvoz na svetovni trg, ali pa na nek skupni trg (na primer, notranji trg EU); (3) značilnosti konkretne dejavnosti projekta NTI; (4) načina dodeljevanja spodbud in sposobnosti investicijskih agencij v oblikovanju in vodenju politike. Čim bolj mobilna je neka proizvodnja, tem bolj lahko spodbude vplivajo na izbor lokacije. Učinkovitost je potrebno ocenjevati tudi glede na cilje politike: velikost in struktura prilivov, kvaliteto NTI, širše razvojne učinke itd. Študije o teh dajejo mešane rezultate. Glede na vrsto spodbud študije kažejo pozitiven vpliv zniževanja davčnih bremen na priliv NTI, glede drugih finančnih spodbud so rezultati mešani, prav tako tudi glede učinkov prelivanja.

Investicijske spodbude so ukrep, ki je usmerjen v to, da bi spodbudil domače in tuje investitorje, da se odločijo za investicijo, oziroma še pogosteje, da ima investicija določene kvalitativne značilnosti (npr. visoka dodana vrednost, kvalitetna delovna mesta, izvozna usmerjenost, transfer tehnologije itd.). Učinkovite so tiste politike, ki upoštevajo naslednja načela: (1) spodbude naj temeljijo na instrumentih, ki so enako dosegljivi vsem investitorjem ne glede na industrijo ali nacionalnost investitorja, kot pa politike, ki temeljijo na diskrecijskih odločitvah; (2) spodbude naj načeloma ne bi bile ex ante tipa, ki se podeljujejo pred investiranjem; (3) poleg investicijskih spodbud mora vlada v okviru svoje politike promoviranja investicij definirati tudi aktivnosti na področju modernizacije infrastrukture, dvigniti raven izobraževanja in usposobljenosti delavcev ter izboljšati celotno poslovno okolje. Vlada države prejemnice mora v zvezi s spodbudami razčistiti predvsem vprašanja: (1) vrste/tipa spodbud, (2) višine spodbud, (3) eksplicitne ali implicitne spodbujevalne politike, (4) kriterijev za spodbujanje NTI, (5) diverzificiranosti investicijskih spodbud, (6) načina dajanja spodbud. Pri spodbujevalni politiki v zadnjih letih zasledimo naslednje trende: (1) prehajanje od avtomatičnega na selektivno/kriterialno dodeljevanje spodbud; (2) manj splošnih spodbud in več spodbud za točno določene namene, kot so uvajanje sodobne tehnologije, pospeševanje izvoza, R&R delo, zaposlovanje, še posebej visokokvalificirane delovne sile, ekološko prijazni projekti in podobno; (3) pri faktorskih (finančnih) spodbudah manj subvencij ter več vračljivih oblik finansiranja; (4) strožje, pogosto celo projektno spremljanje učinkovitosti dajanja spodbud in ustrezne sankcije v primeru neustreznih rezultatov projekta, za katerega so bile dane spodbude.

Poglejmo na kratko osnovne značilnosti spodbujevalnih politik v nekaterih bližnjih državah, ki so naš potencialni konkurent pri privabljanju NTI.

Madžarska. S privabljanjem NTI želi Madžarska pospešiti ustvarjanje novih delovnih mest in z izvozom doseči nove trge. Pri tem je poudarek na dejavnostih z visoko dodano vrednostjo, kot so skupni storitveni centri, raziskovanje in razvoj ter proizvodnja z visoko dodano vrednostjo. Hungarian Investment and Trade Agency (HITA) podpira NTI, ki ustvarjajo nove zmogljivosti z one-stop-shop storitvami. V tem okviru HITA izvaja kompleten management za projekte, ki prejmejo neposredne gotovinske subvencije na osnovi diskrecijske odločitve vlade, podeljuje V.I.P. tretma in informira tuje investitorje o drugih subvencijah, ki so na

voljo za investicijske projekte visoke dodane vrednosti. Incentives Division v okviru HITA zagotavlja naslednje promotivne storitve:

- Značilnostim individualnega projekta prilagojene informacije o razpoložljivih subvencijah, osebna pogajanja in usmerjanje ter svetovanje velikim investitorjem.
- V.I.P. storitve za investitorje v velike investicijske projekte, katerih vrednost znaša vsaj 10 mio EUR in za katere je vlada sprejela diskrecijsko odločitev o njihovem subvencioniranju.
- Informiranje o pogojih za dodelitev »executive permitting investment status« za velike investicijske projekte ter pomoč v postopku prošnje za dodelitev tega statusa.
- Dodelitev posebnega svetovalca za spodbude vsakemu velikemu investitorju.

Poleg tega HITA zagotavlja koordinacijo z vsemi drugimi madžarskimi institucijami, ki podeljujejo spodbude, v kreiranju individualnim projektom NTI prilagojenih paketov spodbud. Pogajanja in procedure z vsemi temi institucijami koordinira HITA.

Kot članica EU madžarska ponuja širok spekter subvencij. Odvisno od lokacije, je investicija velikega podjetja lahko deležna državnih subvencij v višini do 50% upravičenih stroškov investicije. Pravna osnova za vse investicijske spodbude je skupni operativni okvir EU, najvišji odstotek subvencioniranja pa je odvisen od regije, v kateri se investira, in se giblje od 10% do 50%. Za investicije, ki ne presegajo 50 mio EUR, se najvišji možni znesek spodbud poveča za 10 odstotnih točk pri srednje velikih podjetjih in za 20 odstotnih točk pri malih podjetjih. Najvišje možno subvencioniranje velikih investicijskih projektov je s pravili regionalne pomoči dodatno opredeljeno tako, da se pri subvencioniranju upravičeni stroški investicije v vrednosti do 50 mio EUR upoštevajo 100%, v delu vrednosti med 50-100 mio EUR 50% in v delu ki presega 100 mio EUR 34%.

Madžarska ponuja naslednje investicijske spodbude:

- 1/ *S strani EU sofinancirani tenderji*. Spodbuda v višini 35% upravičenih stroškov investicije je v obliki nepovratne subvencije za projekte v vrednosti najmanj 1 mio EUR, ki ustvarjajo nova delovna mesta izven osrednje madžarske regije.
- 2/ *Subvencioniranje na osnovi individualne odločitve madžarske vlade*. Spodbuda je v obliki nepovratne subvencije, o kateri na individualni osnovi odloči madžarska vlada, za projekte nad 25 mio EUR, ki ustvarijo najmanj 50 novih delovnih mest.
- 3/ *Znižanje davčne osnove*. 80% znižanje davčne osnove v razdobju 10 let po investiranju, če je vrednost investicije najmanj 11,3 mio EUR in je ustvarila vsaj 150 novih delovnih mest. V manj razvitih regijah je meja 3,7 mio EUR in 75 novih delovnih mest.
- 4/ *Subvencija za usposabljanje*. Spodbuda je v obliki nepovratne subvencije in sicer v višini 25-90% upravičenih stroškov usposabljanja, največ v višini 1 mio EUR v primeru 50-500 novih delovnih mest in 2 mio EUR v primeru več kot 500 novih delovnih mest. Odločitev na individualni osnovi sprejme vlada, pogoj pa je najmanj 50 novih delovnih mest.
- 5/ *Subvencije za ustvarjanje novih delovnih mest*. Tu ima Madžarska dve vrsti spodbud: (i) Spodbuda je v obliki nepovratne subvencije v višini 1,26 mio EUR za projekt v manj razvitih regijah, ki ustvari najmanj 500 delovnih mest. Odločitev na individualni osnovi sprejme vlada. (ii) Spodbuda za mala in srednje velika podjetja je v obliki nepovratne subvencije v višini 4.400-8.150 EUR na novo delovno mesto.

(<http://www.hita.hu/Content.aspx?ContentID=1ffac861-6d88-4135-b5ee-7c5f3c9e8b5d>)

Slovaška. Zakon o investicijski pomoči razlikuje med štirimi kategorijami projektov, ki so lahko deležni investicijskih spodbud: industrijska proizvodnja, tehnološki centri, skupni

storitveni centri (»shared service centres«) in turizem. Za vsako kategorijo obstajajo točno določeni pogoji, ki jih mora projekt zaodovoljiti, da lahko kandidira za investicijske spodbude. Poglejmo točneje:

- 1/ *Industrijska proizvodnja*. Minimalni znesek investicije v industrijsko proizvodnjo, ki ga mora doseči projekt, da bi se kvalificiral za spodbude, je odvisen od stopnje nezaposlenosti v regiji, v kateri se investira: (i) minimalni zahtevani znesek investicije znaša 14 mio EUR v regiji s podpovprečno stopnjo nezaposlenosti, 7 mio EUR v regiji z nadpovprečno stopnjo nezaposlenosti in 3,5 mio EUR v regiji, v kateri je stopnja nezaposlenosti za najmanj 50% višja od slovaškega povprečja. Investitor mora vsaj polovico zahtevanega minimalnega zneska investicije financirati z lastnimi sredstvi. (ii) spet odvisno od stopnje nezaposlenosti v regiji, mora investitor najmanj 60%/50%/40% uspravičenih stroškov investicije uporabiti za nakup novih strojev in opreme. (iii) spodbude se dajajo tako za povsem novo industrijsko zmogljivost (tovarno) kot tudi za razširitev obstoječe.
- 2/ *Tehnološki centri in skupni storitveni centri*. Minimalni znesek investicije v tehnološke centre in skupne storitvene centre, ki ga mora doseči projekt, da bi se kvalificiral za spodbude, ni odvisen od stopnje nezaposlenosti v regiji, v kateri se investira. Za tehnološke centre se zahteva, da investicija v stalna sredstva znaša najmanj 500.000 EUR, da investitor vsaj 250.000 EUR pokrije z lastnimi sredstvi in da mora imeti vsaj 60% zaposlenih univerzitetno izobrazbo. Za skupne storitvene centre se zahteva, da investicija v stalna sredstva znaša najmanj 400.000 EUR, da investitor vsaj 200.000 EUR pokrije z lastnimi sredstvi in da mora imeti vsaj 30% zaposlenih univerzitetno izobrazbo.
- 3/ *Turizem*. Minimalni znesek investicije v turizem, ki ga mora doseči projekt, da bi se kvalificiral za spodbude, je odvisen od stopnje nezaposlenosti v regiji, v kateri se investira: (i) minimalni zahtevani znesek investicije znaša 10 mio EUR v regiji s podpovprečno stopnjo nezaposlenosti, 5 mio EUR v regiji z nadpovprečno stopnjo nezaposlenosti in 3 mio EUR v regiji, v kateri je stopnja nezaposlenosti za najmanj 50% višja od slovaškega povprečja. Investitor mora vsaj polovico zahtevanega minimalnega zneska investicije financirati z lastnimi sredstvi. (ii) spet odvisno od stopnje nezaposlenosti v regiji, mora investitor najmanj 40%/20% uspravičenih stroškov investicije uporabiti za nakup novih strojev in opreme. (iii) spodbude se dajajo tako za povsem novo zmogljivost kot tudi za razširitev obstoječe.

Slovaška nudi štiri vrste investicijskih spodbud: (i) gotovinske subvencije, (ii) davčne olajšave, (iii) prispevek k ustvarjanju novih delovnih mest (določen odstotek dveletne plače za vsakega novega zaposlenega), (iii) prenos državne/lokalne lastnine po diskontirani ceni na investitorje. Njihova višina je odvisna od tega, v kateri regiji je investicijski projekt; izraženo v odstotkih upravičenih stroškov investicije (stroški nakupa zemljišča, stroški nakupa stavbe, stroški nakupa strojev in opreme, neposrednetena stalna sredstva) se najvišji odstotek skupne investicijske pomoči giblje od 20-25% v najbolj razviti regiji do 40-50% v najmanj razviti regiji. Za gotovinske subvencije je razpon od 10-37%, za davčne olajšave od 20-50% in za prispevke k ustvarjanju novih delovnih mest od najmanj 4.000 EUR do največ 10.000 EUR.

(<http://www.sario.sk/userfiles/file/sario/pzi/statna/Investment%20incentives.pdf>)

Avstrija. Investicijske spodbude v Avstriji se osredotočajo na regionalno pomoč, mala in srednja podjetja, tehnološko pospeševanje in zaščita okolja. Avstrija tujim investitorjem nudi obsežen paket investicijskih spodbud, vključno z gotovinskimi spodbudami, posojili po ugodnejših obrestnih merah, subvencijami za raziskovalno razvojne in okoljsko prijazne projekte, izvozne garancije in raziskovalne rezerve. Zvezne in regionalne oblasti te spodbude dodeljujejo na določenih razvojnih območjih v gotovini, kot posojila z nizkimi obrestnimi

merami, ali kot kreditne garancije. Nekateri programi, to je tisti za raziskave in razvoj, za okoljske projekte in za mala in srednja podjetja, so na razpolago v celotni državi. Oblasti nudijo tudi dotacije za usposabljanje in subvencionirane izobraževalne programe za delavce ter pomagajo investitorjem s podporami za razvoj infrastrukture. Poleg tega je Avstrija razvila enega najkonkurenčnejših sistemov izvoznega financiranja in izvoznih garancij.

Investicijske spodbude so na splošno na razpolago za naslednje sektorje: (i) investicije velikih podjetij v določena razvojna območja, (ii) investicije malih in srednjih podjetij v vseh območjih, (iii) investicije v podporo ukrepov za zaščito okolja v vseh območjih, (iv) investicije v raziskave in razvoj v vseh območjih. Delež spodbud v vrednosti investicijskega projekta je odvisen od regije, v kateri je investicija, od velikosti podjetja in od tipa investicijskega projekta. Zneski investicijskih spodbud, izraženi kot delež upravičenih investicijskih stroškov, so naslednji:

- 1/ Investicije v določena območja oziroma spodbude za regionalni razvoj: med 15-20% za različne regije plus dodatek za mala in srednja podjetja, tako da skupni delež lahko znese do 40%. Cilji sopovečati konkurenčnost, nova delovna mesta, krepiti razvojni in zaposlovalni potencial manj razvitih regij, zmanjševati regionalne razlike.
- 2/ Investicije v mala in srednja podjetja izven določenih območij: 20% za mala podjetja in 10% za srednja podjetja. Cilji so izboljšanje kvalitete in uvajanje inovativnih tehnologij.
- 3/ Investicije za okoljsko zaščito v celi Avstriji: 15-30%. Za posebne tipe »nadstandardnih« okoljskih investicij lahko delež spodbud znese tudi 60%, za mala in srednja podjetja pa celo do 80% upravičenih stroškov. Cilji so različni vidiki izboljšanja okolja.
- 4/ Spodbujanje tehnološkega razvoja oziroma raziskovalno razvojnih projektov v celi Avstriji med 25-50%, odvisno od raziskovalne intenzivnosti. Najvišje so subvencije projekte temeljnih raziskave (do 100%), ki jim sledijo industrijske raziskave (50%) in na koncu eksperimentalni razvoj/pred-tržne raziskave (do 25%). Odstotek se lahko še dvigne za mala in srednja podjetja ter za raziskovalno sodelovanje z njimi. Cilj je uvajanje tržno zanimivih tehnoloških inovacij z riziki v implementaciji.

http://investinaustria.at/uploads/Overview_Investment_incentives_10903_EN_10903_EN.pdf

http://investinaustria.at/uploads/ABA_Investment_Incentives_Austria_2011_10711_EN.pdf

Italija. Italija domačim in tujim investitorjem nudi različne spodbude od davčnih olajšav do subvencij in posojil za raziskave in razvoj. Italija pri spodbujanju investicij uporablja tako spodbujevalne programe EU, kot tudi tiste na nacionalni in lokalni ravni. Nacionalne investicijske spodbude vključujejo različne ukrepe, katerih namen je: (i) ustvarjanje novih proizvodnih enot in širitev obstoječih ter ustvarjanje novih delovnih mest, (ii) investicije v revitalizacijo industrijskih področij, (iii) in investiranje v tehnologijo, raziskave in inoviranje. Programi v okviru kohezijske politike EU se osredotočajo na regionalni vidik, pri čemer prioriteta področja vključujejo znanje in inovacije, transport, zaščito okoljam, človeški kapital, podjetništvo in ekonomsko modernizacijo. V skladu s pravili EU, Italija spoštuje vsa evropska pravila glede dovoljene višine pomoči po različnih regijah in velikostnih razredih podjetij.

Glavne oblike subvencij, ki jih nudi Italija so:

- nepovratne kapitalske subvencije, pri katerih gre finančna pomoč neposredno podjetju na osnovi predložitve dokumentacije o stroških investicije;
- operativne subvencije ta kritje operativnih izdatkov, povezanih z investicijo;

- subvencioniranje obrestne mere v obliki obrestnih mer, ki so nižje od tržnih,
- davčne olajšave v obliki znižanja davčne osnove za nove investicije v osnovna sredstva;
- participacija v lastniškem kapitalu pri projektih kreiranja novih zmogljivosti ali širitvi oziroma modernizaciji obstoječih v določenih geografskih področjih;
- garancije za srednje in dolgoročna posojila.

Investicijske spodbude se dodeljujejo na osnovi treh različnih postopkov:

- Prvi je avtomatični, ki velja za tiste ukrepe, ki ne zahtevajo vnaprejšnje projektne ocene (na primer, davčne olajšave).
- Drugi postopek je dodeljevanje spodbud na osnovi vnaprejšnje ocene. Gre za širše in bolj kompleksne investicijske programe, ki zahtevajo tehnično, ekonomsko in finančno evalvacijo, da bi lahko dobili spodbude. Te spodbude se lahko dodeljujejo na osnovi tenderskega postopka, ali na osnovi »first come first served« mehanizma.
- Tretji postopke so pogajanja v primeru projektov, ki zajemajo teritorialne in sektorske razvojne programe. Tu se v kompleksnih multilateralnih pogajanjih opredeli celotna investicija in detajli finančne podpore v okviru kompleksnih. Primer so takoimenovane Razvojne pogodbe (Development Contracts).

Najvažnejši italijanski programi investicijskih spodbud so naslednji:

- 1/ Razvojne pogodbe (Development Contracts). Namen tega programa je izvajanje razvojnih programov v vseh relevantnih gospodarskih sektorjih. V okviru programa agencija Invitalia sprejema vloge domačih in tujih investorjev za pridobitev subvencij, je zadolžena za njihovo oceno in dodelitev subvencij. Subvencije so na voljo vsem podjetjem, ki investirajo v nove proizvodne enote, razširitev obstoječih, diverzifikacijo proizvodnje z novimi proizvodi, ali v modificiranje obstoječih proizvodnih procesov. Spodbude so v obliki kapitalskih subvencij, subvencij za operativno stroške, subvencioniranih posojil in obrestnih mer ter v njihovi kombinaciji.
 - 2/ Mehanizem podpore za reindustrializacijo in revitalizacijo industrijskih področij, ki so točno navedena v zakonu. Gre za projekte graditve novih zmogljivosti, ali za širitve, modernizacije, relokacije, restrukturiranja obstoječih zmogljivosti, pri čemer pa mora priti do ustvarjanja novih delovnih mest. Da bi lahko zaprosil za subvencijo, mora investitor investirati vsaj 30% svojih lastnih sredstev. Subvencije krijejo od 25-40% upravičenih stroškov, različno glede na posamezno področje.
 - 3/ Spodbude za tehnološki razvoj in raziskave vključujejo cel niz različnih programov kot so podpora industrijskim inovacijskim projektom, spodbujanje mreženja podjetij, Sklad za podjetniško financiranje, Sklad za spodbujanje raziskav itd.
 - 4/ Spodbude za usposabljanje zaposlenih.
- (<http://www.invitalia.it/site/eng/home/business-environment/incentives.html>).

Hrvaška. Hrvaška investitorjem ponuja niz spodbud domačim in tujim investitorjem. Do spodbud so upravičeni investitorji, ki investirajo vsaj 300.000 EUR v stalna sredstva ob ustanovitvi novega podjetja, razširitvi obstoječega podjetja, bistveni spremembi obstoječega proizvodnega programa ali procesa v podjetju. Dejavnosti, ki so upravičene do investicijskih spodbud so: proizvodnja, raziskave in razvoj, podporne poslovne dejavnosti, aktivnosti višje dodane vrednosti (dizajn, arhitektura, publiciranje itd.) in turizem. Hrvaška pozna naslednje oblike investicijskih spodbud:

- 1/ Davčne spodbude. V odvisnosti od vrednosti investicije in števila novih delovnih mest, se davčna osnova se lahko zniža za 50-100% za razdobje 10 let. Hrvaška nudi tudi dodatne davčne olajšave za investitorje, ki investirajo v področjih, za katera velja posebna skrb države, in v svobodnih trgovinskih conah.
- 2/ Izvzem od plačila carinskih dajatec za uvoz opreme povezane z investicijo. Ta olajšava bo z vstopom v EU ukinjena.
- 3/ Podpora novemu zaposlovanju. Nepovratna sredstva v višini 10-20% upravičenih stroškov, povezanih z odprtjem novega delovnega mesta, največ pa 1.500-3.000 EUR na novo delovno mesto. Znesek je odvisen od stopnje nezaposlenosti v regiji, v kateri se izvaja investicija.
- 4/ Podpora usposabljanju zaposlenih z nepovratnimi sredstvi v višini 35-80% s tem povezanih stroškov. Višina je odvisna od tega ali gre za splošno ali specializirano usposabljanje, in ali gre za malo, srednje ali veliko podjetje.
- 5/ Spodbude za ustanavljanje raziskovalno razvojnih centrov v obliki nepovratnih sredstev za nakup stalnih sredstev v obliki visoko tehnološke opreme in sicer v višini do 5% upravičenih stroškov z zgornjo mejo 500.000 EUR. Investitor lahko poleg tega dobi še nepovratna sredstva za vsako novo delovno mesto v takem centru in sicer v višini 15-30% upravičenih stroškov z zgornjo mejo med 2.250-4.500 EUR.
- 6/ Spodbude za strateške aktivnosti poslovne podpore v obliki nepovratnih sredstev za vsako novoustvarjeno delovno mesto v višini 12,5-25% upravičenih stroškov z zgornjo mejo med 1.875-3.750 EUR.
- 7/ Spodbude za investicije znatnega ekonomskega interesa. Projekti v vrednosti najmanj 15 mio EUR in najmanj 100 novimi delovnimi mesti se smatrajo za projekte znatnega ekonomskega interesa. Takih projektov so lahko izgradnja nove tovarne, začetek nove poslovne aktivnosti, razvoj novih tehnologij in podobno. Za take projekte lahko investitor dobi sredstva v višini do 5% upravičenih stroškov z zgornjo mejo 500.000 EUR. Če je projekt v področju, kjer stopnje nezaposlenosti presega 20%, je zgornja meja lahko 1 mio EUR.

(<http://tmagazine.ey.com/news/ibfd/croatia-new-investment-incentives-regime-proposed/>,
<http://www.invest-croatia-ls-county.com/en/about-croatia/investment-incentives>)

Irska. Irski paket spodbud je znan kot eden velikodušnejših v EU. Glavna vzvoda politike spodbujanja NTI so ugodni krediti in kapitalska udeležba (bolj kot subvencije za stalna sredstva). Poleg le 12,5% davka na dobiček imajo industrijska podjetja tudi dostop do mnogih nedavčnih spodbud, večino katerih daje Industrial Development Agency (IDA) Ireland. Spodbujevalni paketi vključujejo kapitalske subvencije, subvencioniranje obresti in garantiranje posojil, subvencije za znižanje najemnin, zaposlovanje, izobraževanje, raziskave in razvoj, nakup tehnologije. Dostopnost in višina spodbud je odvisna od geografske lokacije, pomena investicije za gospodarstvo in vpliva na zaposlovanje. Načeloma lahko subvencije dobijo vse predelovalne dejavnosti in določene mednarodno pomembne storitve. V praksi imajo prednost izvozne industrije, projekti z visoko tehnologijo, projekti z izrazito poudarjenimi ključnimi poslovnimi funkcijami, kot so raziskave in razvoj ter trženje. Kakšne konkretno in kolikšne investicijske spodbude torej ponuja Irska?

Davčne spodbude. 12,5% enotna stopnja davka na dobiček je glede na druge države EU izredno nizka. Tej nizki stopnji davka na dobiček so dodane še nekatere dodatne davčne olajšave in sicer za projekte povezane z nakupom ali razvojem intelektualne lastnine (znižanje davčne osnove za stroške raziskav, pospešena amortizacija in odpis patentov, odpis stroškov industrijskega know-howa v letu, ko so nastali, pospešena amortizacija programske opreme, znižanje davčne osnove za stroške licenc v poslovne namene), za stroške povezane z

ustanovitvijo podjetja, ki so nastali pred ustanovitvijo, od davčne osnove pa se lahko odbijejo tudi nekateri stroški ustanovitve podjetja, nastali pred ustanovitvijo podjetja.

Finančne spodbude. IDA subvencionira stroške stalnih sredstev pri novih industrijskih projektih in storitvenih podjetjih, pri čemer je pomembnejši kriterij ustvarjanja delovnih mest kot pa vrednosti investicije. Načeloma so do tega subvencioniranja upravičene vse predelovalne dejavnosti in določene mednarodno pomembne storitve, vendar dajejo prednost nekaterim sektorjem. Pri subvencijah za stalna sredstva, le-ta pomenijo zemljišče in njegovo komunalno opremljenost, zgradbe ter nove stroje in opremo. Višina subvencije je odvisna od lokacije in v skladu s pravili EU. Dosega 40% vrednosti priznanih stroškov v manj razvitih regijah in 17,5% v Dublinu. V praksi so subvencije nižje, razen če gre za zelo kvaliteten projekt. Teh subvencij ni treba vračati, če projekt izpolni predpisane pogoje¹¹.

Subvencije vezane na zaposlovanje so najbolj pogoste spodbude za tuja podjetja. So praviloma v obliki nepovratnih sredstev. Višina spodbud je odvisna od lokacije in višine investicije, dejavnosti in stopnje kvalificiranosti novozaposlene delovne sile in znaša med 1.250 EUR in 12.500 EUR na delovno mesto. V primerih, ko se zaposli veliko število delavcev za skrajšan delovni čas, je mogoče polovične spodbude uveljavljati tudi zanje. IDA daje tudi subvencije za usposabljanje delovne sile. Razvojno-raziskovalni projekti lahko dobijo gotovinske subvencije v višini 50% vrednosti projekta. Podjetje iz predelovalne dejavnosti lahko dobi tudi subvencijo, s katero pokrije 50% stroškov za konzultacije, materialnih stroškov in stroškov dela. Podjetja, ki kupijo raziskave in razvoj od drugih podjetij, pa tudi lahko dobijo povrnjenih 50% sredstev potrebnih za nakup.

Ko IDA zagotovi kapitalsko subvencijo v višini, na primer, 35% sredstev, investitor iz svojih sredstev običajno zagotovi naslednjih 35%, preostalih potrebnih 30% sredstev pa pride iz irskih ali tujih posojil po najboljših dosegljivih tržnih pogojih. V primeru posojil domačih bank IDA igra vlogo posrednika v smislu zagotavljanja ugodnih obrestnih mer. Pri kapitalno intenzivnih projektih je IDA lahko tudi porok za vračilo kreditov, pod pogojem da je porok tudi tuja matična firma, vendar ta praksa ni pogosta. Kot zastopnica Evropske investicijske banke (EIB) IDA lahko zagotavlja tudi devizna posojila po fiksni obrestni meri in pod ugodnimi pogoji. S tem posojilom lahko investitor krije do 50% svojih izdatkov za stalna sredstva, odplačilna doba je 12 let z dveletnim odlogom plačila.

Na individualni osnovi IDA daje tudi posebne spodbujevalne pakete za večje in kapitalno intenzivnejše projekte. Višina subvencije je običajno odvisna od števila novozaposlenih. Investitorjem so na razpolago tudi subvencije za kritje plač v času šolanja na Irskem ter za kritje plač, potnih stroškov in dnevnic v primeru šolanja v tujini (vendar ne v tujem matičnem podjetju). Na razpolago je tudi veliko število industrijskih parkov s prostorsko in stroškovno ugodnimi pogoji (Več glej v Economist Intelligence Unit 2001, <http://www.idaireland.ie/>).

Portugalska. Portugalski sistem investicijskih spodbud se financira v glavnem s strukturnimi skladi in s Kohezijskim skladom EU. Pri dajanju spodbud ni diskriminacije glede nacionalnosti ali stalnega naslova koristnika. Tujim investitorjem je na razpolago cela paleta spodbud in največji investicijski projekti so ponavadi tuji. Poleg shem gotovinskega subvencioniranja so za različne tipe investicij na razpolago tudi davčne spodbude. Podjetja si lahko znižajo davek na dobiček z rezervacijami sredstev za prihodnje proizvodne investicije in z znižanjem davčne osnove za investicije v osnovna sredstva in v raziskave in razvoj v

¹¹ Ti pogoji so, da mora podjetje biti sposobno prodreti na mednarodne trge, mora pomembno prispevati k regionalnemu in nacionalnemu razvoju, mora generirati pomemben letni prihodek in se ne more locirati na Irskem brez paketa spodbud.

prihodnjih letih. Davčna olajšava je tudi pospešena amortizacija v nekaterih sektorjih (kmetijstvo, ribištvo, rudarstvo, industrija, gradbeništvo, energetika in komunikacije). Stopnje dovoljene pospešene amortizacije so različne za različne vrste osnovnih sredstev.

Na Portugalskem je le malo spodbud na splošni ravni, ki bi bile na razpolago vsem sektorjem in geografskim področjem. Industrijsko in regionalno specifične spodbude so ključni integralni element portugalskih shem investicijskih spodbud. Portugalska ima dva režima spodbud, splošnega in pogodbenega:

- Splošni režim (PRIME), ki vključuje niz programov za uresničevanje različnih ciljev: (i) splošni programi, namenjeni spodbujanju razvoja malih in srednjih podjetij (SIPIE), spodbujanju raziskovalno razvojne dejavnosti (SIME), spodbujanju inovativnosti, kreativnosti, kreiranja intelektualne lastnine (SIUPI), spodbujanju zaposlovanja; (ii) programi za posamezne sektorje (turizem, energetiko, trgovino, kmetijstvo, ribištvo, zdravstvo, industrijo, storitve), (iii) programi za spodbujanje razvoja posameznih regij.
- Pogodbeni režim, ki je namenjen velikim investicijskim projektom; je fleksibilen, spodbude se dajejo od primera do primera, na osnovi pogajanj, ki jih koordinira Portugalska agencija za tuje investicije - API.

Program SIPIE je namenjen spodbujanju ustanavljanja in razvoja mikro in malih podjetij ter spodbujanju tehnoloških izboljšav, strukturne modernizacije, inovacij in zaposlovanja v teh podjetjih. Spodbude so v obliki posojil v višini 30% priznanih stroškov in do največ 100.000 EUR. Ta odstotek se lahko poveča za spodbujanje mladih podjetnikov in če se projekt nahaja v manj razviti coni. Posojilo se lahko kasneje ob določenih pogojih konvertira v nevračljivo subvencijo. Pogoji za pridobitev posojila se nanašajo na čas izvedbe projekta, najmanjša vrednost naložbe in minimalno udeležbo investitorja.

Program SIME je namenjen malim in srednjim (z manj ugodnosti pa tudi velikim) podjetjem, ki vlagajo v raziskave in razvoj, internacionalizacijo, učinkovito rabo energije, sisteme kvalitete, varnost in okolje, izobraževanje zaposlenih. Spodbude so v obliki posojil v vrednosti 30% priznanih stroškov. Odstotek se lahko poveča, če gre za podjetje v lasti mladih podjetnikov in/ali če je projekt lociran v manj razviti coni in/ali če vključuje usposabljanje delavcev. Posojilo se lahko kasneje ob določenih pogojih konvertira v nevračljivo subvencijo. Pogoji za pridobitev posojila se nanašajo na čas izvedbe projekta, najmanjša vrednost naložbe in minimalno udeležbo investitorja.

Program SIUPI je namenjen pravnim in fizičnim osebam, ki vlagajo v industrijsko lastnino, spodbuja izume, inovacije in kreativnost podjetij, podjetnikov in samostojnih raziskovalcev. Oblika spodbude so nepovratna sredstva v višini določenega deleža priznanih stroškov (50% podjetjem, 70% samostojnim raziskovalcem, 75% raziskovalnim ustanovam). Večinoma je program namenjen registraciji novih ali razširitvi obstoječih patentov, modelov in industrijskih oblik. Subvencije lahko znašajo največ 100.000 EUR v triletnem obdobju. Pogoj za pridobitev subvencije je, da je najmanjša vrednost priznanih stroškov naložbe 250.000 EUR, projekt mora biti ekonomsko in razvojno upravičen, vlagatelj mora biti lastnik intelektualne lastnine in mora izkazovati pozitivno poslovanje v letu, preden je zaprosil za subvencijo.

Spodbude programa za spodbujanje ustvarjanja novih delovnih mest lahko koristijo podjetja, ki odpirajo nova delovna mesta, še zlasti če zaposlujejo težje zaposljive skupine delavcev (prve iskalce dela, dalj časa nezaposlene, starejše in invalide), za stalno zaposlujejo zaposlene

s pogodbami za določen čas in prejemnike pomoči za nezaposlene. Oblika spodbud so nepovratna finančna sredstva v višini 18 kratnika minimalne plače za posamezno delovno mesto ter dodatne 20% spodbude za zaposlovanje težje zaposljivih skupin (25% za invalide).

V okviru sektorskih spodbud Portugalci poseben pomen dajejo razvoju turizma in sicer preko programa, v okviru katerega dajejo gotovinske spodbude v vrednosti 15%-50% vrednosti celotne investicije. Večina teh subvencij zahteva odplačilo v 10 letih s triletnim odlogom plačila. Veliki ali strukturni projekti, za katere ocenijo, da so velikega pomena za portugalsko gospodarstvo, lahko pridejo v tako imenovani "pogodbeni režim", s čemer se lahko izognejo standardnim postopkom in dobijo subvencije in druge spodbude na individualni osnovi. Portugalska vlada upa, da bo ta poenostavljeni postopek pritegnil velike tuje investicije.

Portugalska ima tudi poseben sistem regionalnih spodbud. Namen tega sistema gotovinskih subvencij je prispevati k razvoju manj razvitih regij, okrepiti konkurenčnost teh regij, ustvariti nova delovna mesta in diverzificirati proizvodnjo v regijah. Večina sredstev tega sistema prihaja iz European Regional Development Fund. Tudi spodbude v obliki davčnih olajšav so namenjene spodbujanju razvoja slabo naseljenih regij. Do konca leta 2004 so podjetja iz teh regij za določeno razdobje opravičena plačila prispevkov za socialno varstvo zaposlenih, imajo nižjo stopnjo davka na dobiček, dodatno lahko znižajo davčno osnovo. Pogoji je, da je 75% zaposlenih in sedež družbe lociran v manj razviti regiji (Več glej v API 2004, Economist Intelligence Unit 2003c, <http://www.investinportugal.pt/>).

Češka. Spodbud na Češkem so deležni tako novi kot obstoječi domači in tuji investitorji. Najzanimivejše spodbujevalne sheme na Češkem so: (i) spodbujanje industrijskih investicij, (ii) spodbujanje razvoja tehnoloških centrov in podpornih poslovnih storitev, (iii) spodbujanje ustvarjanja novih delovnih mest. Razen tega nudi Češka še spodbude malim podjetjem, davčne spodbude, spodbude iz skladov EU in regionalno pomoč. Tudi Češka ima precejšnje število industrijskih parkov.

Program spodbujanja ustvarjanja industrijskih zmogljivosti se nanaša tako na domače kot tuje investitorje, ki vlagajo v nove proizvodne zmogljivosti ali širijo obstoječe. Program spodbuja investiranje z davčnimi spodbudami in s finančnimi spodbudami za zaposlovanje. Davčne spodbude so polna oprostitve davka na dobiček za 10 let (novo ustanovljena podjetja) in delna oprostitve davka na dobiček za 10 let (obstoječa podjetja). Spodbude za zaposlovanje in usposabljanje pa so 200.000 CZK na zaposlenega v regijah z najvišjo nezaposlenostjo in 35% stroškov usposabljanja v regijah z nadpovprečno stopnjo nezaposlenosti. Celotna vrednost spodbud (z izjemo spodbud za usposabljanje) ne sme presegati 50% (oz. 65% če gre za malo ali srednje podjetje) vrednosti investicije v dolgoročno osnovna sredstva. Pogoji za pridobitev subvencije se razlikujejo glede na to, v kateri regiji, ki so razvrščene po stopnji nezaposlenosti (od regije A z najvišjo, do regije D z najnižjo stopnjo nezaposlenosti), se nahaja projekt. Čim večja je stopnja nezaposlenosti, tem nižji so kriteriji za pridobitev subvencije (minimalni zahtevani znesek investicije, minimalna zahtevana lastna udeležba).

Tehnološki centri, namenjeni razvoju inovacij v proizvodnji, centri za razvoj programske opreme, high-tech servisni centri, klicni centri za pomoč uporabnikom, regionalne centrale idr. ter s tem povezane storitve z visoko dodano vrednostjo so deležni spodbud v obliki do 50% pokritja stroškov projekta, ki je lahko naložba v osnovna sredstva ali dvoletna plača delavcev, spodbude za usposabljanje v vrednosti do 35% posebnih in do 60% splošnih stroškov usposabljanja. Pogoji za pridobitev teh subvencij so vezani na minimalno vrednost

investicije, na minimalno število novoustvarjenih delovnih mest in na minimalno vrednost lastne udeležbe v investiciji.

Spodbude za zaposlovanje in usposabljanje v regijah z najvišjo nezaposlenostjo so:

- Do 200.000 CZK na zaposlenega, vendar ne več kot 50% (oz. 65% če gre za malo ali srednje podjetje) dvoletne plače zaposlenega;
- 35% stroškov usposabljanja oziroma do 30.000 CZK na zaposlenega. Pogoji za pridobitev teh subvencij so vezani na minimalno vrednost investicije, na minimalno število novoustvarjenih delovnih mest in na minimalno vrednost lastne udeležbe v investiciji (Več glej v Economist Intelligence Unit 2003a, <http://www.czechinvest.cz/>).

Slovenija. Za primerjavo pogledjmo še, kakšne investicijske spodbude ponuja Slovenija. Po navedbah na spletni strani JAPTI-ja Slovenija od NTI pričakuje prispevek h kreiranju novih delovnih mest, transfer novih tehnologij in know-howa ter pozitivne spilloverje na domača podjetja. Investicijske spodbude, ki jih ponuja Slovenija so naslednje:

- 1/ Davčne olajšave. Davčno osnovo za davek na dobiček je možno znižati za 40% zneska investicije v osnovna sredstva ali za 100% zneska investiranega v raziskave in razvoj.
- 2/ JAPTI-jev program dodeljevanja nepovratnih sredstev za začetne tuje investicije. V razdobju 2000-2010 je v okviru tega programa JAPTI subvencioniral 85 projektov NTI s 36,9 mio EUR subvencij. Namen programa je privabljanje NTI, ki bodo (kvalitetna) zagotavljale nova delovna mesta, prenos znanja in tehnologij, spillover učinke za domača podjetja in prispevale k skladnejšemu regionalnemu razvoju. Za dodelitev spodbud lahko kandidirajo upravičenci z investicijskimi projekti v predelovalno dejavnost (najmanj 25 novih delovnih mest, najnižja vrednost investicije pa znaša 1 milijon EUR), storitvene dejavnosti, katerih storitve se mednarodno tržijo (10 novih delovnih mest, najnižja vrednost investicije 0,5 milijona EUR), in razvojno-raziskovalno dejavnost (5 novih delovnih mest, najnižja vrednost investicije 0,5 milijona EUR). Prejemnik spodbud mora iz lastnih virov ali z zunanjim financiranjem in v obliki, ki ni povezana z javnimi sredstvi, zagotoviti sredstva v višini najmanj 25% upravičenih stroškov.
- 3/ Finančne spodbude za zaposlovanje in (pre)kvalificiranje zaposlenih.
- 4/ Spodbude za zaposlovanje.
- 5/ Različne spodbude na lokalni ravni, razvojna pomoč Pomurju in Beli Krajini.
(<http://www.investslovenia.org/business-environment/incentives/>)

Primerjava investicijskih spodbud v izbranih državah in Sloveniji pokaže naslednje:

- Glede izbora instrumentov spodbujanja investicij, ki jih imajo na razpolago druge države, se zdi, da Slovenija ne zaostaja.
- Sredstva, namenjena za spodbujanje NTI, so v Sloveniji neprimerno nižja kot v konkurenčnih državah.
- Način dodeljevanja spodbud v Sloveniji, ki so na razpolago v prvi vrsti že obstoječim podjetjem in ki se dodeljujejo z občasnimi razpisi, dejansko onemogoča JAPTI-ju, da bi se kompetentno pogajal s tujimi investitorji. Če niso neke spodbude stalno na razpolago za tiste, ki pač izpolnjujejo določene kriterije, je to za vodenje politike problem. JAPTI bi moral imeti dostop do vseh spodbud, ki se dodeljujejo v Sloveniji, in možnost, da jih v dogovarjanju s potencialnimi tujimi investitorji kobinira v privlačne spodbujevalne pakete.
- Slovenija ne pozna posebnega pogodbenega režima za velike investicijske projekte, oziroma možnosti oblikovanja posebnih spodbujevalnih paketov za take projekte. To močno zmanjšuje možnosti in fleksibilnost JAPTI-ja v njegovem delovanju.

- Še ena velika slabost slovenske spodbujevalne politike je, da ne nudi omembe vrednih spodbud za infrastrukturo/zemljišča/poslovne prostore in istočasno nima omembe vrednih industrijskih parkov. Analizirane države na tem področju ponujajo veliko več.

Iz gornje analize sledi, nekaj predlogov za možne ukrepe na področju spodbujanja NTI v Slovenijo:

Transparentni postopki privatizacije. Slovenija si je sloves zaprtosti za vhodne NTI prislužila predvsem z netransparentnim in politično kontaminiranim vodenjem postopkov privatizacije državnega premoženja, v katere so bili vključeni zainteresirani tuji investitorji. Za začetni preboj na področju vhodnih NTI bi bilo izredno pomembno izvesti nekaj odmevnih, korektno in transparentno vodenih tujih privatizacij. Sedanja situacija v državi nudi obilo priložnosti na tem področju.

Vzpostavitev večjih novih poslovnih con/industrijskih parkov. Tuji in domači investitorji v Sloveniji se soočajo z velikim problemom v zvezi s pridobivanjem zemljišč in prostorov za poslovno in še zlasti industrijsko aktivnost po konkurenčnih cenah. Obstoječa industrijska zemljišča in objekti, ki ne služijo svojemu namenu, imajo pogosto neustrezno infrastrukturo, nerazrešeno ekološko problematiko in lastniški status ter nedefinirane možnosti za širitev območja. Administrativni in drugi postopki, ki so potrebni za vzpostavitev novega stavbnega zemljišča za industrijo (industrijske cone), so dolgotrajni. Nerazpoložljivost stavbnih zemljišč za industrijo je tako med najbolj perečimi problemi za tuje (in domače) investitorje. Slovenija zaostaja tudi z ustanavljanjem industrijskih parkov oziroma prostih con s sprejemljivo ceno zemljišč/stavb, še huje pa je, da za industrijske namene skorajda ni na voljo prostih stavbnih zemljišč niti v okviru običajnih industrijskih con. Obstoječe cone so načeloma občinski projekti, ki jih občine razumejo kot nepremičninske posle, ne pa kot razvojne projekte. To ima za posledico nerazumno visoke cene zemljišč v obstoječih conah (bistveno višje kot v tujini), ki odganjajo domače in tuje investitorje.

Poseben pogodbeni režim za velike (tuje) projekte. Pritegnitev večjih razvojno pomembnejših projektov NTI bi moral biti eden od ciljev slovenske politike na področju vhodnih NTI. Pravilen izbor oziroma pravilna strateška usmeritev ter uspešna pritegnitev nekaj ustreznih (velikih) podjetij bi lahko izrazito pomagalo gospodarstvu. Ker je Slovenija majhna in odprta država, bi nekaj takšnih investicij pomenilo velik korak tako v finančnem smislu kot tudi z vidika razvojnih priložnosti (zaposlovanje, tehnologija itd.). Slovenija je s finančnimi spodbudami za zniževanje vstopnih stroškov za večje "greenfield" tuje investicije naredila nujen korak v pravi smeri za dvig svoje konkurenčnosti v pridobivanju konkretnih projektov NTI. To spodbudo bi bilo treba dopolniti še z naslednjim:

- Možnost davčnih olajšav za velike projekte NTI. Prednost davčnih olajšav z vidika države je, da namesto proračunskega odliva (subvencija) pomeni le odrekanje potencialnemu proračunskemu prilivu (tuji investitor lahko izkoristi davčno olajšavo le in šele, ko je realiziral dobiček).
- Vzpostavitev posebnega pogodbenega režima za velike (tuje) projekte, ki bi omogočil kreiranje atraktivnega paketa za te projekte ("individually tailored packages"). Paket bi v dogovoru z investitorjem pomagal kreirati in realizirati JAPTI in bi (poleg finančnih spodbud za zniževanje vstopnih stroškov in eventualnih davčnih olajšav za velike projekte) lahko vseboval tudi spodbude iz drugih programov slovenske industrijske politike.

Investitor bi paket spodbud lahko uporabil na osnovi posebne pogodbe z JAPTI. Dobra osnova za dodeljevanje paketa spodbud je »Ocenjevalni model za javni razpis za spodbujanje neposrednih tujih investicij«. Model bi verjetno kazalo dopolniti z vidika ciljanja industrij ali specifičnih projektov. Kot uspešnejše se namreč kažejo države, ki ciljajo investicijske spodbude na določene industrije ali specifične tipe projektov. Irska, na primer, specifično cilja s človeškim kapitalom intenzivne industrije. Pogodba z investitorjem bi tudi sankcionirala eventualno neizpolnjevanje obljub investitorja, na osnovi katerih je dobil spodbude. Prav nespremljanje rezultatov spodbud, ko se te enkrat dodelijo, je eden od problemov izvajanja sedanje sheme finančnih spodbud za zniževanje vstopnih stroškov za večje tuje "greenfield" investicije.

Pomembno je tudi *spodbujanje povezovanja podjetij s tujim kapitalom z domačimi podjetji* (učinki prelivanja) z (a) dvigovanjem absorpcijske sposobnosti domačih podjetij in (b) stimuliranjem podjetij s tujim kapitalom za povezovanje z domačimi podjetji. Primera uspešnih držav na področju spodbujanja povezovanja podjetij s tujim kapitalom in domačih podjetij sta Irska in Singapur. Na osnovi njunih izkušenj bi rešitve v Sloveniji lahko šle v naslednji smeri:

- Oblikovanje povezav med tujim proizvajalcem in domačim dobaviteljem oziroma oblikovanje proizvodnih verig.
- Oblikovanje grozdov znanja, ki bi vključevali domača podjetja in podjetja s tujim kapitalom. Pri tem bi domača in tuja podjetja vstopala v poslovne povezave, kar bi omogočilo prenos in difuzijo tehnoloških znanj in poslovnih praks na domača podjetja.
- Povezovanje podjetij s tujim kapitalom z domačimi raziskovalnimi institucijami in univerzami, kar bi omogočilo dejavno sodelovanje domačih raziskovalcev pri ustvarjanju aplikativnih raziskav. Poleg očitnih prednosti, ki bi jih na ta način imele domače raziskovalne ustanove in vključena podjetja, pa bi se povečevala tudi raziskovalna kapaciteta domačih institucij znanstvenega dela in omogočal njihov nadaljnji razvoj.

Subvencioniranje usposabljanja zaposlenih za uvajanje novih/zahtevnejših tehnologij. V okviru spodbujanja NTI je treba še posebno spodbujati NTI v visoko/srednje visoko tehnološke aktivnosti in TNI, ki ustvarjajo »dobra« delovna mesta (high skilled jobs). To je mogoče s (so)financiranjem plač delavcev, ki se usposabljaajo v podjetjih za uvajanje novih tehnologij/proizvodnih programov. Subvencioniranje je treba striktno vezati na čas usposabljanja in na nove tehnologije/proizvodne programe.

Vzpostavljane regionalnih central v Sloveniji; Slovenija kot odskočna točka za vstopanje podjetij izven EU na področje EU in/ali podjetij iz EU na področje nekdanje Jugoslavije. To pa seveda zahteva izboljšanje razvoja transportne, (tele)komunikacijske in finančne infrastrukture za sodelovanje s "preferencialnimi državami prejemnicami NTI", pa tudi morda neposredno spodbujanje tovrstnih TNI s fiskalnimi in finančnimi spodbudami.

Spodbujanje širitve že obstoječih tujih podjetij v Sloveniji. Analize kažejo, da je precej lažje spodbujati k širitvi že prisotne tuje investitorje v državi kot pa iskati/pritegniti nove. Pri že obstoječih investitorjih z enako spodbudo lahko dosežemo večji učinek kot pri pritegovanju novih tujih investitorjev. Z vidika investicijskih spodbud je treba širitev obstoječih tujih podjetij povsem izenačiti z novimi NTI, JAPTI pa bi moral stalno spremljati dejavnost obstoječih podjetij s tujim kapitalom v Sloveniji in jih stimulirati k širitvi/razvoju obstoječe dejavnosti.

Vsi ti ukrepi bi se morali odvijati ob naslednjih splošnih usmeritvah: (i) tuji investitorji načeloma tudi pri spodbudah ne smejo biti niti v boljšem niti v slabšem položaju kot domači ekonomski subjekti (nacionalni tretma). Vendar to ne izključuje možnosti, da projekt NTI (če ponuja nekaj izrednega/enkratnega) ne more dobiti tudi izrednega tretmaja glede spodbujevalnih ukrepov. Ta možnost mora seveda obstajati tudi za izredne domače projekte; (ii) JAPTI mora imeti dostop do vseh spodbud, ki se dodeljujejo v Sloveniji, in v primeru tujih investitorjev igrati vlogo svetovalca in povezovalca teh spodbud; (iii) spodbujanju začetnih investicij je treba nameniti resna sredstva, dostop do njih omogočiti tako domačim kot tujim investitorjem, njihovo dajanje pa vezati tako na nove investicije kot na širitev že obstoječih.