UNIVERZA V LJUBLJANI

EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

ALENKA MOJSTROVIČ

UNIVERZA V LJUBLJANI

EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

POSLOVANJE IN TRŽNA STRUKTURA GRADBENIŠTVA V SLOVENIJI V OBDOBJU 2003–2008

Ljubljana, junij 2010 ALENKA MOJSTROVIČ

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal/a pod mentorstvom _____ , in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne_____ Podpis:_____.

KAZALO

Uvod ... 1
1 Predstavitev panoge gradbeništva ... 2
1.1 Gradbena panoga v Sloveniji in EU ... 2
1.2 Ekonomski pomen gradbeništva v slovenskem gospodarstvu ... 3
2 Analiza panoge s pomočjo SCP-paradigme ... 9
2.1 SCP- paradigma ... 9
2.2 Tržna struktura ... 10
2.2.1 Tržna koncentracija v gradbeništvu ... 10
2.2.2 Vstopne ovire in diferenciacija proizvodov ... 13
2.3 Rezultati ... 15
3 Porterjev model ... 17
3.1 Stopnja tekmovalnosti ... 17
3.2 Pretnja novincev ... 19
3.3 Pritisk nadomestnih izdelkov ... 20
3.4 Pogajalska moč kupcev in dobaviteljev ... 20
3.5 Povzetek Porterjevega modela ... 21
Sklep ... 22
Literatura in viri ... 24

KAZALO TABEL

***TABELA 1**: ŠTEVILO PODJETIJ V VSEH GOSPODARSKIH DEJAVNOSTIH IN ŠTEVILO PODJETIJ V PANOGI GRADBENIŠTVA OD LETA 2003 DO LETA 2008 V SLOVENIJI* 3
TABELA 2: ŠTEVILO ZAPOSLENIH V VSEH GOSPODARSKIH DEJAVNOSTIH, ŠTEVILO ZAPOSLENIH V PANOGI GRADBENIŠTVA TER ŠTEVILO ZAPOSLENIH V SREDNJE VELIKIH IN VELIKIH GRADBENIH PODJETJIH MED LETOMA 2003 IN 2008 V SLOVENIJI 5
TABELA 3: PRIHODKI V VSEH GOSPODARSKIH DEJAVNOSTIH, PRIHODKI V PANOGI GRADBENIŠTVA, PRIHODKI V SREDNJE VELIKIH IN VELIKIH GRADBENIH PODJETJIH MED LETOMA 2003 IN 2008 V SLOVENIJI 6
TABELA 4: POVPREČNA MESEČNA NETO PLAČA V GOSPODARSTVU TER V PANOGI GRADBENIŠTVA V SLOVENIJI OD LETA 2003 DO LETA 2008 7
TABELA 5: ROA IN ROE V LETU 2008 8
TABELA 6: ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE V PODJETJIH SCT, PRIMORJU, VEGRADU, ENERGOPLANU IN V PANOGI GRADBENIŠTVA TER NJIHOVI TRŽNI DELEŽI MED LETOMA 2004 IN 2008 11
TABELA 7: OCENA VSTOPNIH OVIR PRI SLOVENSKIH GRADBENIH PODJETJIH 15
TABELA 8: PRODUKTIVNOST DELA V SLOVENIJI V PANOGI GRADBENIŠTVA TER V VSEH GOSPODARSKIH PANOGAH IZ LET 2003, 2007 IN 2008 16
TABELA 9: OCENA TEKMOVALNIH SILNIC ZA SLOVENSKA PODJETJA V PANOGI GRADBENIŠTVA 21
TABELA 10: OPREDELITEV PODROČJA GRADBENIŠTVA PO STANDARDNI KLASIFIKACIJI DEJAVNOSTI 2008 2
TABELA 11: OPREDELITEV PODROČJA GRADBENIŠTVA PO SKD 2002 3
TABELA 12: ŠTEVILO SREDNJE VELIKIH IN VELIKIH GRADBENIH PODJETIJ MED LETOMA 2003 IN 2008 4
TABELA 13: PRODUKTIVNOST DELA V SLOVENIJI V PANOGI GRADBENIŠTVA TER V VSEH GOSPODARSKIH PANOGAH IZ LET 2003, 2007 IN 2008 4

KAZALO SLIK

SLIKA 1: ŠTEVILO SREDNJE VELIKIH TER VELIKIH GRADBENIH PODJETIJ V SLOVENIJI MED LETI 2003 IN 2008 4
SLIKA 2: DELEŽ ZAPOSLENIH GLEDE NA VELIKOST PODJETJA V PANOGI GRADBENIŠTVA V SLOVENIJI V LETU 2008 5
SLIKA 3: DELEŽ PRIHODKOV GRADBENIŠTVA V PRIMEJAVI Z VSEMI GOSPODARSKIMI DEJAVNOSTMI V SLOVENIJI MED LETOMA 2003 IN 2007 6
SLIKA 4: PRIKAZ TRŽNIH DELEŽEV ŠTIRIH ANALIZIRANIH SLOVENSKIH GRADBENIH PODJETIJ V LETU 2008 11
SLIKA 5: TEKMOVALNE SILNICE PRI POSLOVANJU PODJETJA 17

Uvod

V diplomskem delu prikazujem analizo panoge gradbeništva v Sloveniji v obdobju od 2003 do 2008. Pri tem si pomagam s paradigmo Struktura-Obnašanje-Rezultati in s Porterjevim modelom in njegovimi petimi silnicami konkurenčnosti. Upoštevam splošne in za panogo pomembne finančne kazalce in kazalnike. V celotnem diplomskem delu prepletam teoretični in praktični del. Teoretični del črpam iz del slovenskih in tujih avtorjev in med študijem pridobljenim znanjem. Pri praktičnem delu pa najprej opredelim in nato analiziram kazalnike, ki so pomembni za analizo panoge gradbeništva.

Analiza panoge je zelo pomembno orodje, saj nam pomaga ugotoviti, kako posluje panoga na lokalnem področju. Pomaga nam ugotoviti, kakšne so prednosti in slabosti določenega sektorja, ter nam s tem omogoči, da lažje predvidimo, kje nas čakajo priložnosti in nevarnosti na trgu. Z analizo panoge lahko spoznamo, kakšna je donosnost trga, kakšna dodana vrednost ter kdo so največja in najboljša podjetja na določenem trgu. Analiza nam lahko prikaže trende in izzive za prihodnost. Zelo težko pa najdemo literaturo, ki bi se ukvarjala izključno s samo analizo panoge.

Gradbeništvo je dejavnost, ki uporablja malo kapitala in zaposluje veliko število delavcev. Povpraševanje po gradbenih storitvah je določeno predvsem z investicijami. To pomeni, da na gradbeništvo močno vplivajo ciklična dogajanja v gospodarstvu. Obseg in struktura gradbenih del sta določena predvsem z gospodarskimi in negospodarskimi investicijami. Ta delitev namreč določa tudi tehnično strukturo, to je delitev investicij na investicije v gradbene objekte, opremo in ostalo (Mencinger, 1990, str. 84).

Cilj diplomskega dela je izdelati analizo panoge, pri čemer namenjam posebno pozornost večjim podjetjem v panogi. Hkrati pa želim prikazati in analizirati tržno strukturo panoge gradbeništva v Sloveniji v obdobju od 2003 do 2008 v primerjavi z vsemi gospodarskimi dejavnostmi. Predmet analize je torej prikaz poteka analize panoge na področju gradbeništva v Sloveniji.

Diplomsko delo je poleg uvoda sestavljeno iz treh poglavij ter sklepnega dela. V prvem poglavju predstavljam vlogo in gospodarski pomen panoge gradbeništva v Sloveniji in v Evropski uniji. Opredeljujem število podjetij, število zaposlenih, vrednost prihodkov podjetij ter povprečne mesečne neto plače zaposlenih. V drugem poglavju prikazujem analizo tržne strukture gradbeništva s pomočjo SCP-paradigme. V tretjem delu pa uporabljam Porterjev model, s pomočjo katerega prikazujem pet ključnih silnic konkurenčnosti. Moji metodi dela sta torej SCP-pristop ter Porterjev model. V sklepu povzemam ključne ugotovitve in odprta vprašanja v zvezi z analizo gradbeništva.

1 Predstavitev panoge gradbeništva

Gradbeništvo je panoga, ki v gospodarstvu zavzema pomembno mesto in veliko prispeva k sami gospodarski rasti. Vključuje načrtovanje, oblikovanje, izračun in dimenzioniranje, izvedbo, vzdrževanje ter sanacijo vseh vrst gradbenih objektov in gradbenih del. Zgrajeni objekti morajo biti varni, ustrezati morajo tehničnim in gospodarskim zahtevam ter tudi pravnim, socialnim in estetskim kriterijem (Enciklopedija Slovenije, 1989, str. 355).

Ko poskušamo opredeliti panogo, je pogosto zelo težko potegniti črto med panogo in dejavnostjo. Z dejavnostjo pojmujemo proces, ki s smotrno uporabo in kombinacijo opreme, dela, proizvodnih tehnik, informacij in proizvodov vodi k nastanku novih proizvodov in storitev (Bregar et al., 2000, str. 32). Panogo lahko opredelimo z vidika povpraševanja in z vidika proizvodnje. Z vidika povpraševanja panogo predstavlja skupina sorodnih podjetij, ki v očeh kupcev proizvajajo istovrstne ali konkurenčne proizvode. Ponudbo tako opredeljenih podjetij sestavljajo produkti, med katerimi je zelo visoka oziroma neskončna križna elastičnost povpraševanja in jih zato opredelimo kot bližnje substitute (Debeljak & Prašnikar, 1998, str. 313). Druga definicija panoge pa temelji na proizvodnem načelu, ki je z vidika podatkov uporabnejši za mojo analizo. Z vidika proizvodnje panoga gradbeništva združuje dejavnosti, za katere so značilni proizvodi in storitve, izdelani na podoben način. Pri tej definiciji je pomembna Standardna klasifikacija dejavnosti (v nadaljevanju SKD). SKD se uporablja za razvrščanje poslovnih subjektov po dejavnosti v uradnih statističnih in administrativnih podatkovnih zbirkah. V Sloveniji smo imeli do konca leta 2007 uveljavljeno Standardno klasifikacijo dejavnosti 2002. Z začetkom leta 2008 pa se je uveljavila nova različica – SKD 2008. Gradbena dejavnost po SKD se deli na dva dela. To sta Gradbeništvo in Industrija gradbenega materiala (IGM). Za preučevanje vloge velikih podjetij v gradbeništvu se v svojem diplomskem delu osredotočam na skupino dejavnosti, ki po SKD spada v področje F-Gradbeništvo. Gradbeništvo tako predstavlja enega od področij in v celotnem gospodarstvu zavzema pomembno mesto (Standardna klasifikacija dejavnosti 2008, str. 136-139). Opredelitev gradbeništva po SKD-2008 in SKD-2002 prikazujem v prilogah 1 in 2.

1.1 Gradbena panoga v Sloveniji in EU

V Sloveniji smo v letu 2007 dosegli visoko, kar 6,8-odstotno gospodarsko rast (Bednaš et al., 2008, str. 3–6). V letu 2008 pa je tako Evropo kot Slovenijo dosegla gospodarska kriza. Posledice krize so se v Evropi pokazale kot množično odpuščanje zaposlenih, zmanjšale so se investicije, tudi uvoz in izvoz sta se omejila. Podjetja so začela počasi propadati in prišlo je do padca gospodarske rasti. V svojem diplomskem delu vpliva krize zaradi preobsežnosti ne analiziram.

Pred krizo je veljalo, da je v evropskih državah gradbeništvo ena najhitreje rastočih panog. Tudi za Slovenijo je gradbeništvo predstavljalo zelo pomembno panogo, ki se je predvsem do leta 2007 močno razvijala in pripomogla k izjemno hitri in visoki gospodarski rasti in s tem predstavljala gonilno silo gospodarstva (Poročilo o razvoju 2007, UMAR). Slovensko

gradbeništvo je po podatkih Evropske komisije pred gospodarsko krizo raslo najhitreje med vsemi državami Evropske unije. Tako je tudi Evropska komisija ugotovila, da je prav slovensko gradbeništvo med največjimi in najuspešnejšimi med vsemi državami članicami Evropske unije (Mnenje Evropskega ekonomsko socialnega odbora o razvoju, 2010). Tudi na ravni Evropske unije je bilo leto 2007 leto gospodarskega razcveta, gradbeništvo pa pomembno gibalo evropskega gospodarstva. Velik dobiček je številna podjetja spodbudil, da so vlagala predvsem v industrijsko gradnjo, trgovinske objekte in poslovne prostore. Posledica ugodnih gibanj v gospodarstvu so bili tudi višji davčni prihodki, ki so napolnili državne proračune. Zato so se povečale tudi naložbe držav v infrastrukturo. Hkrati se je povečevalo število delovnih mest v tej panogi, tako da je delavcev v gradbeništvu ponekod celo primanjkovalo (Baza podatkov SI–STAT, 2010).

1.2 Ekonomski pomen gradbeništva v slovenskem gospodarstvu

V tem poglavju predstavljam število podjetij, število zaposlenih, prihodke podjetij ter povprečne mesečne neto plače zaposlenih v slovenskem gospodarstvu in v panogi gradbeništva. Podatke predstavljam ločeno po letih. Podatki do leta 2007 so v vseh tabelah izračunani po SKD 2002-klasifikaciji, za leto 2008 pa velja SKD 2008-klasifikacija. Pri tem upoštevam samo podjetja, ki po SKD-klasifikaciji spadajo v dejavnosti od C do K[1]. Podatki za analizo so izključno javnega značaja, črpam jih iz baze podatkov SI–STAT in baze GV–IN. Svojo analizo izvajam od leta 2003 do 2008.

V Tabeli 1 predstavljam število podjetij v gospodarskih dejavnostih ter število podjetij v panogi gradbeništva. Število podjetij do leta 2007 je predstavljeno po SKD 2002-klasifikaciji, število podjetij za leto 2008 pa po SKD 2008-klasifikaciji. Poudariti moram, da splošna primerjava SKD-2002 z SKD-2008 ni mogoča, ker so bila uvedena nekatera nova poročja.

***Tabela 1**: Število podjetij v vseh gospodarskih dejavnostih in število podjetij v panogi gradbeništva od leta 2003 do leta 2008 v Sloveniji*

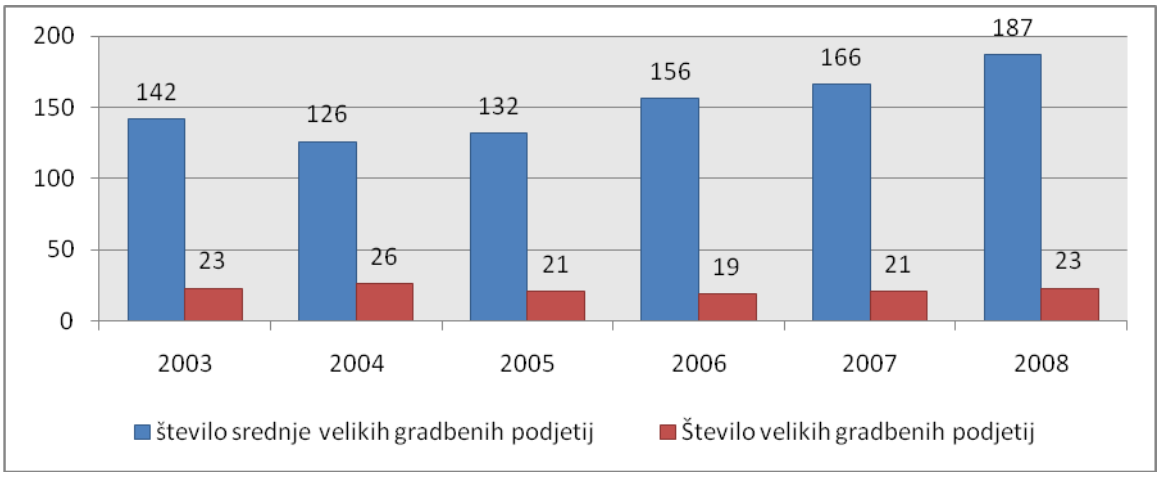
Leto	Število podjetij v gospodarskih dejavnostih (SKD C–K)	Število vseh podjetij v gradbeništvu	
		Število vseh podjetij v gradbeništvu	Delež števila podjetij v gradbeništvu glede na število vseh podjetij v gospodarskih dejavnostih (%)
2003	91.505	13.447	14,70
2004	93.697	14.114	15,06
2005	95.399	15.043	15,77
2006	100.569	16.753	16,66
2007	105.272	18.465	17,54
2008	87.059	21.056	24,18

Vir: Baza podatkov SI–STAT.

[1] C – Predelovalne dejavnosti, D – Oskrba z električno energijo, plinom in paro, E – Oskrba z vodo, ravnanje z odplakami in odpadki, saniranje okolja, F – Gradbeništvo, G – Trgovina, vzdrževanje in popravila motronih vozil, H – Promet in skladiščenje, I – Gostinstvo, J – Informacijske in komunikacijske dejavnosti, K – Finančne in zavarovalniške dejavnosti.

Iz Tabele 1 je razvidno, da število podjetij v dejavnosti gradbeništva strmo narašča že od analiziranega leta 2003. Tudi delež podjetij v gradbeništvu glede na skupno število podjetij v slovenskem gospodarstvu vse do leta 2007 narašča. V letu 2008 se pojavi padec števila podjetij v gospodarskih dejavnostih, kar je posledica gospodarske krize. V gradbeništvu pa je število podjetij kljub krizi naraslo za 0,14 %. Zaradi spremembe SKD klasifikacije pa ne moremo primerjati števila podjetij v gospodarskih dejavnostih iz leta 2008 s prejšnjimi leti. Podatki med seboj namreč niso primerljivi. Podatke o številu gradbenih podjetij bolj podrobno prikazujem v Prilogi 3, grafično pa so predstavljeni na Sliki 1.

Slika 1: *Število srednje velikih ter velikih gradbenih podjetij v Sloveniji med leti 2003 in 2008*



Vir: Baza podatkov SI–STAT, 2010.

Na Sliki 1 prikazujem število srednje velikih in število velikih gradbenih podjetij. Grafični prikaz pokaže, da je število srednje velikih podjetij na našem majhnem prostoru dokaj veliko ter da njihovo število vsako leto narašča. Drugače pa je z velikimi gradbenimi podjetji z več kot 250 zaposlenimi. Že leta 2004 število velikih gradbenih podjetij ostaja približno na enaki ravni oziroma se rahlo zmanjšuje. Leta 2008 jih je bilo v Sloveniji registriranih 23. Od leta 2004 naprej smo beležili trend zmanjševanja števila velikih podjetij ter naraščanja števila majhnih podjetij. Vendar je ta trend veljal le do pojava gospodarske krize, torej do leta 2008 oziroma 2009.

V Tabeli 2 primerjam število zaposlenih v panogi gradbeništva ter število zaposlenih v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih s številom zaposlenih v gospodarskih dejavnostih. Za število zaposlenih velja od leta 2003 do 2007 SKD 2002-klasifikacija, za leto 2008 pa SKD 2008-klasifikacija. Tudi v Tabeli 2 primerjam dejavnosti po SKD od C do K.

Tabela 2: *Število zaposlenih v vseh gospodarskih dejavnostih, število zaposlenih v panogi gradbeništva ter število zaposlenih v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih med letoma 2003 in 2008 v Sloveniji*

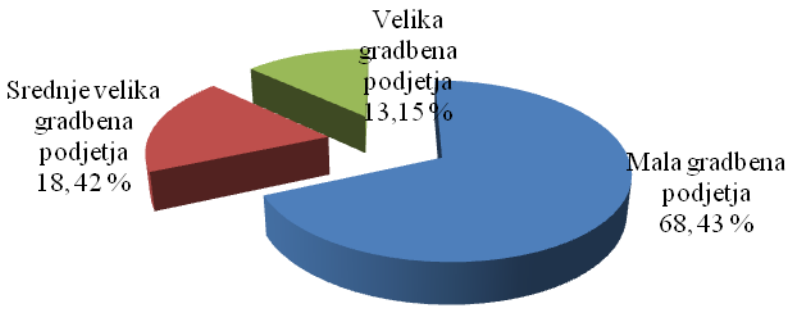
Leto	Število vseh zaposlenih v gospodarskih dejavnostih (SKD C–K)	Število zaposlenih v gradbeništvu		Število zaposlenih v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih			
		Število zaposlenih v gradbeništvu	Delež zaposlenih v gradbeništvu glede na vse gospodarske dejavnosti (%)	Število zaposlenih v srednje velikih gradbenih podjetjih (50–249)	Število zaposlenih v velikih gradbenih podjetjihh (250+)	Skupno število zaposlenih v velikih in srednje velikih gradbenih podjetjih	Delež zaposlenih v velikih in srednje velikih gradbenih podjetjih glede na vse zaposlene v gradbeništvu (%)
2003	603.819	65.511	10,85	13.148	12.520	25.668	39,18
2004	606.811	65.975	10,87	11.599	12.390	23.989	36,36
2005	609.699	68.052	11,16	12.560	10.968	23.528	34,57
2006	621.978	72.959	11,73	14.265	10.406	24.671	33,81
2007	649.744	81.319	12,52	15.500	11.423	26.923	33,11
2008	598.159	91.860	15,36	17.264	12.116	29.380	31,98

Legenda:*Število vseh zaposlenih in samozaposlenih oseb skupaj

Vir: Baza podatkov SI–STAT.

Tudi število zaposlenih od leta 2003 do 2007 v vseh gospodarskih dejavnostih in tudi v sami panogi gradbeništva narašča. Zaposlenost se najbolj poveča v letu 2007 predvsem zaradi povečane rasti števila delovno aktivnih, zlasti tujcev, ter zelo ugodnih razmer na trgu dela. Prav tako pa je tudi v letu 2008, kljub pojavu gospodarske krize, v gradbeništvu opaziti močno povečanje števila zaposlenih zaradi strukturne rasti zaposlenih, predvsem zaradi pretežno nizko kvalificirane delovne sile. Iz Tabele 2 je razvidno, da je gradbeništvo v letu 2007, ko so bile gospodarske razmere na trgu najugodnejše, zaposlovalo 12,52 % vseh aktivno zaposlenih. V letu 2008 pa je bilo v gradbeništvu zaposlenih 15,36 % delavcev. Vendar podatka med seboj ne moremo primerjati zaradi različne SKD klasifikacije. Iz tabele je razvidno, da se je število zaposlenih najbolj povečalo v malih gradbenih podjetjih, najmanj pa v velikih. Delež zaposlenih glede na velikost podjetja v letu 2008 pa kaže Slika 2.

Slika 2: *Delež zaposlenih glede na velikost podjetja v panogi gradbeništva v Sloveniji v letu 2008*



Vir: Baza podatkov SI–STAT.

Na zgornji sliki prikazujem delež zaposlenih v velikih, srednje velikih in malih gradbenih podjetjih v letu 2008. Kot je razvidno, je bilo v velikih gradbenih podjetjih v letu 2008 zaposlenih 13,15 % delavcev. Največ, kar 68,43 % delovne sile, pa so zaposlovala majhna gradbena podjetja, ker je le-teh na trgu največ. Iz tega lahko povzamemo, da znaša delež srednje velikih in velikih gradbenih podjetij skupaj v letu 2008 slab odstotek, kar je razvidno iz Priloge 3, vendar ta podjetja zaposlujejo skoraj 32 % vseh zaposlenih, kar je zelo veliko.

V Tabeli 3 prikazujem prihodke v vseh gospodarskih dejavnostih v Sloveniji, prihodke v panogi gradbeništva ter skupne prihodke srednje velikih in velikih gradbenih podjetj. Na Sliki 3 pa prikazujem delež prihodkov gradbenih podjetij v Sloveniji v primerjavi z vsemi gospodarskimi dejavnostmi med letoma 2003 in 2007. Ker SKD 2008-klasifikacija ni primerljiva z SKD 2002-klasifikacijo, so predstavljeni samo podatki do leta 2007. Prav tako v Tabeli 3 primerjam dejavnosti po SKD od C do K.

Tabela 3: *Prihodki v vseh gospodarskih dejavnostih, prihodki v panogi gradbeništva, prihodki v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih med letoma 2003 in 2008 v Sloveniji*

Leto	Prihodki v gospodarskih dejavnostih (v 1000€) (SKD C–K)	Prihodki v gradbeništvu		Prihodki v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih			
		Prihodki v gradbeništvu (v 1000 €)	Delež prihodkov v gradbeništvu glede na vse dejavnosti (%)	Prihodki v srednje velikih gradbenih podjetjih (50–249) (v 1000 €)	Prihodki v velikih gradbenih podjetjih (250+) (v 1000 €)	Vsota prihodkov v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih (v 1000 €)	Delež prihodkov v srednje velikih in velikih gradbenih podjetjih glede na prih v gradb. (%)
2003	53.058.212	3.843.122	7,24	704.899	1.430.974	2.135.873	55,58
2004	57.620.462	4.232.490	7,35	791.295	1.607.865	2.399.160	56,68
2005	62.485.003	4.624.918	7,40	924.832	1.707.953	2.632.785	56,93
2006	69.458.053	5.432.763	7,82	1.033.782	2.117.313	3.151.095	58,00
2007	79.763.668	7.127.212	8,94	1.194.304	3.180.857	4.375.161	61,39
2008	74.665.716	8.433.376	11,29	1.977.611	2.189.407	4.167.018	49,41

Vir: Baza podatkov SI–STAT.

Slika 3: *Delež prihodkov gradbeništva v primejavi z vsemi gospodarskimi dejavnostmi v Sloveniji med letoma 2003 in 2007*



Vir: Baza podatkov SI–STAT, 2010.

Iz Tabele 3 in Slike 3 je razvidno, da deleži prihodkov gradbeništva v primerjavi z vsemi gospodarskimi dejavnostmi med letoma 2003 in 2007 rahlo naraščajo. Le-ti so se občutno povečali leta 2007, ki je bilo za vso gospodarstvo tudi najuspešnejše leto. Prihodki gradbenih podjetij so zato do leta 2007 občutno pripomogli k visoki gospodarski razvitosti. Istega leta je tako delež prihodkov znašal 8,94 %. Leta 2008 pa je nastopila gospodarska kriza. Njene posledice so se začele odražati na rezultatih poslovanja, ki niso bili več tako visoki. Gradbeništvo v letu 2008 tako ni več predstavljalo »motorja gospodarstva«, kot so ga do takrat mnogi imenovali. Iz Tabele 3 je razvidno tudi, da so prihodki v vseh gospodarskih dejavnostih in v panogi gradbeništva med letoma 2003 in 2007 naraščali. V analiziranih štirih letih so se ti v gospodarstvu povečali kar za 26,7 milijonov €, kar prestavlja 50-odstotno rast gospodarstva. Prihodkov v vseh gospodarskih dejavnostih iz leta 2008 pa ne moremo primerjati s prejšnimi leti, zaradi različne SKD-klasifikacije. V panogi gradbeništva pa so se prihodki do leta 2007 povečali za 3,3 milijonov €, kar pa predstavlja 85-odstotno rast gradbeništva. Povprečna letna rast v panogi gradbeništva je tako do leta 2007 znašala 13 %, v gospodarstvu pa 8 %.

V Tabeli 4 primerjam višino povprečnih mesečnih neto plač zaposlenih v slovenskem gospodarstvu ter v panogi gradbeništva. V analizo so vključene zaposlene osebe s pogodbami o zaposlitvi pri pravnih osebah, niso pa zajeti samostojni podjetniki posamezniki in pri njih zaposlene osebe, ki opravljajo poklicno dejavnost, in kmetje (Baza podatkov SI–STAT, 2010).

Tabela 4: *Povprečna mesečna neto plača v gospodarstvu ter v panogi gradbeništva v Sloveniji od leta 2003 do leta 2008*

Leto	Povprečna mesečna neto plača v gospodarstvu (v €)	Indeks (osnova= 2003)	Povprečna mesečna neto plača v gradbeništvu (v €)	Indeks (osnova= 2003)	$\text{Indeks}_{(\text{Gradb./Gosp.})}$
2003	663,71	/	555,79	/	83,74
2004	692,98	104,4	579,26	104,2	83,59
2005	735,63	110,8	608,79	109,5	82,76
2006	773,19	116,5	647,15	116,4	83,70
2007	834,17	125,7	698,10	125,6	83,69
2008	899,65	135,5	747,57	134,5	83,10

Vir: Baza podatkov SI–STAT.

Iz Tabele 4 je razvidno, da je tudi povprečna mesečna neto plača naraščala do leta 2008 tako v celotnem gospodarstvu kot v panogi gradbeništva s podobno dinamiko. V gospodarstvu je v prikazanih petih letih plača narasla za 235,94 €, kar predstavlja 35,5 % rast plač. V gradbeništvu pa se je ta dvignila za 191,78 €, kar pomeni, da je v prikazanih petih letih plača v gradbeništvu narasla za 34,5 %. Iz Tabele 4 je razvidno, da se višina plač v posameznih letih pri primerjavi vseh gospodarskih panog in panoge gradbeništva razlikuje. Povprečna mesečna neto plača v gospodarstvu je višja od povprečne mesečne neto plače gradbenega delavca. Ta zasluži kar okrog 16 % nižjo mesečno plačo, kot pa jo imajo v povprečju v drugih panogah. Sklepamo lahko, da je v gradbeništvu zaposlenih veliko število delavcev, ki imajo zelo nizko izobrazbo. To pa se odraža pri višini njihovih povprečnih mesečnih neto plač. Plače v gradbeništvu so torej nižje, vendar naraščajo skladno z gospodarstvom.

V nadaljevanju prikazujem primerjavo dobičkonosnosti v gradbeništvu z dobičkonosnostjo posameznih gradbenih podjetij. Kazalnik čiste dobičkonosnosti sredstev (angl. *Return on Assets*, v nadaljevanju ROA) prikazuje, koliko čistega dobička je ustvarjenega z enoto sredstev. Višji kot je kazalnik ROA, večji je dobiček podjetja in uspešnejše je njegovo poslovanje (Pučko & Rozman, 1993, str. 251). Kazalnik nam kaže, kako uspešno je poslovanje podjetja pri upravljanju sredstev oziroma koliko dobička podjetje zasluži z obstoječimi sredstvi. Izračuna se po obrazcu:

ROA *= čisti dobiček v poslovnem letu/povprečna sredstva* *(1)*

Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala (angl. *Return on Equity*, v nadaljevanju ROE) pa prikazuje, koliko čistega dobička je ustvarjenega z denarno enoto vloženega kapitala. Večja vrednost kazalnika pomeni boljšo poslovno uspešnost, vendar pa lahko boljši rezultat pomeni tudi večje tveganje na račun velikega zadolževanja (Pučko & Rozman, 1993, str. 251). Kazalnik da družbi informacijo o tem, koliko denarnih enot čistega dobička je ustvarilo podjetje na enoto kapitala. Je eden izmed najpomembnejših in najpogosteje uporabljenih kazalnikov uspešnosti podjetij, primerljv tudi med panogami. Pomemben je predvsem s stališča lastnikov. Pojasnjuje, kako uspešno poslovodstvo upravlja s premoženjem lastnikov (Hočevar, Igličar & Zaman. 2001, str. 424). Kazalnik se izračuna po obrazcu:

ROE *= čisti dobiček v poslovnem letu/lastni kapital* *(2)*

V Tabeli 5 prikazujem izračune ROA in ROE za štiri slovenska gradbena podjetja (SCT, Primorje, Vegrad, Energoplan) za panogo gradbeništva ter za vse gospodarske panoge skupaj. Prikazani podatki so za leto 2008.

Tabela 5: *ROA in ROE v letu 2008*

	SCT	**Primorje**	**Vegrad**	**Energoplan**	**Panoga gradbeništva**	**Gospodarske panoge skupaj**
Povprečna sredstva	293.965.593,5	280.186.976	233.697.796	78.790.941,5	7.181.177.923	99.382.668.254,5
Lastni kapital	28.026.867	58.090.284	25.080.971	7.758.868	443.441.389	13.574.603.736
Čisti dobiček v poslovnem letu	7.178.798	10.519.980	1.532.648	398.926	141.935.165	1.491.369.248
ROA (v %)	2,44	3,75	0,66	0,51	1,98	1,50
Indeks ROA (SLO gospodarstvo=100)	163	250	44	34	132	100
ROE (v %)	25,61	18,11	6,11	5,14	32,01	9,80
Indeks ROE (SLO gospodarstvo=100)	261	185	62	52	326	100

Legenda:* Pri izračunu vrednosti kapitala sem upoštevala vrednosti vpoklicanega, osnovnega, nevpoklicanega kapitala, ter kapitalskih rezerv

Vir: Baza podatkov GV–IN, 2010; Poslovni imenik bizi.si, 2010.

Iz rezultatov je razvidno, da je kazalnik čiste dobičkonosnosti sredstev v letu 2008 najvišji v podjetju Primorje in znaša 3,75 %. V podjetju SCT pa ROA za leto 2008 znaša 2,44 %. Izračunana vrednost ROA je v panogi gradbeništva višja kot povprečni ROA v gospodarskih panogah v Sloveniji skupaj. Ta znaša v panogi gradbeništva 1,98 %, kar pomeni, da je gradbeništvo s poslovanjem na 100 € vloženih sredstev ustvarilo 1,98 € čistega dobička. Vse gospodarske panoge skupaj pa so s poslovanjem na 100 € vloženih sredstev ustvarile 1,50 € čistega dobička. ROA torej kaže nadpovprečno poslovanje panoge gradbeništva v primerjavi z ostalim gospodarstvom. Tudi indeks pokaže, da je panoga gradbeništva nadpovprečna gospodarska panoga, saj ROA za 32 % presega gospodarstvo. Gradbeno podjetje SCT presega gospodarstvo za 63 %, Primorje pa kar za 150 %. Pri čisti dobičkonosnosti kapitala pa me zanima predvsem, kakšen je ROE gradbeništva glede na povprečje v gospodarstvu. Torej, kakšna je privlačnost panoge ter kakšne so razlike med podjetji znotraj gradbeništva. Pri analizi podjetij znotraj gradbeništva ima v letu 2008 najvišji ROE podjetje SCT. Ta znaša 25,61 %. To pomeni, da so lastniki podjetja na vsakih 100 € vloženega kapitala v SCT v letu 2008 zaslužili 25,61 € čistega dobička. Če pa pogledamo, kakšen je izračunani kazalnik ROE gradbeništva glede na povprečje v gospodarstvu, pa opazimo, da je kazalnik ROE višji pri analizi vseh gradbenih podjetij skupaj. Za panogo gradbeništva kazalnik ROE v letu 2008 znaša 32,01 %, v gospodarstvu pa 9,80 %. Na podlagi podatkov lahko trdimo, da so v povprečju gradbena podjetja bolj zadolžena, ker je razlika pri ROE večja kot pri ROA.

Iz Tabel 4 in 5 lahko sklenem, da panoga gradbeništva dosega nadpovprečne rezultate z vidika dobičkonosnosti poslovanja. Kljub zavidljivim gospodarskim rezultatom slovenskih gradbenih podjetij pa so plače zaposlenih zelo nizke, kar je predvsem posledica neugodne izobrazbene strukture gradbenih delavcev.

2 Analiza panoge s pomočjo SCP-paradigme

2.1 SCP-paradigma

Paradigma struktura-obnašanje-rezultati (angl. *Structure-conduct-performance,* v nadaljevanju SCP) je model, ki omogoča analizo obnašanja panoge v odvisnosti od tržne strukture. Namen modela je preveriti odnos med strukturo trga in značilnostmi panoge ter razvojem podjetij znotraj panoge (Clements, 2005).

Ko govorimo o strukturi trga, opazujemo predvsem koncentracijo ponudnikov, stroške, vstopne ovire, stopnjo diferenciacije izdelkov ter vertikalno integracijo podjetij. Vse te značilnosti trga vplivajo na obnašanje podjetja, to je določanje cen, proizvodnjo in trženjsko strategijo, investicije v raziskave in razvoj ter pravne postopke (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 12). Tržna struktura torej določa obnašanje podjetij na trgu, to pa vpliva na uspešnost podjetja. Pri uspešnosti nas zanimajo predvsem učinkovitost, donosnost in tehnološki napredek.

Struktura $\Longleftrightarrow$ obnašanje $\Longleftrightarrow$ rezultati

Predpostavka SCP-paradigme je, da omejena konkurenca omogoča podjetjem pridobivanje večje tržne moči, ta pa se odraža v boljših rezultatih poslovanja. Z družbenega vidika pa je tržna moč nezaželena, ker negativno vpliva na družbeno blaginjo, torej na potrošnikov in ponudnikov presežek, ter povzroča alokacijsko neučinkovitost (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 10).

2.2 Tržna struktura

Glede na število kupcev in prodajalcev, ki nastopajo v panogi, je možno razlikovati različne oblike tržnih struktur, kot so popolna konkurenca, monopol, oligopol (Prašnikar, 1999, str. 40). Za večino današnjih panog v praksi je značilna neka oblika oligopola, to velja tudi za gradbeništvo.

V razmerah oligopola na trgu nastopa le nekaj podjetij v vlogi ponudnikov. Ovire pri vstopanju novih podjetij so tako velike, da podjetja, ki so na trgu, tudi dolgoročno dosegajo visoke dobičke. Pred vstopanjem novih podjetij se zavarujejo s sprejemanjem strateških odločitev. Strateške odločitve vsebujejo tudi predvidevanja, kako se bodo nanje odzvala podjetja na trgu (Prašnikar, 1999, str. 229).

Oligopolna podjetja so si med seboj lahko enaka po moči, lahko pa se zgodi, da je eno podjetje močnejše od drugih in ima tudi precej večji tržni delež. V takih primerih gre po navadi za cenovna vodstva – močnejše podjetje določi ceno, ostala podjetja pa se prilagajajo oziroma mu sledijo. Ko omenjamo spreminjanje cen, je treba poudariti, da cene pri oligopolu niso fleksibilne, spreminjajo se le redko in so relativno stabilne (Dobson, 1995, str. 232).

Tržno strukturo določajo v osnovi trije elementi: število podjetij in njihova relativna velikost, vstopne ovire in stopnja diferenciacije proizvodov.

2.2.1 Tržna koncentracija v gradbeništvu

Na tržno strukturo bistveno vplivata število podjetij in njihova relativna velikost. Na tej osnovi lahko izračunamo stopnjo koncentracije v panogi. Osnovni podatek za izračun mer koncentracije je tržni delež.

Tržni delež nekega podjetja na prodajnem trgu je njegova udeležba v celotni količini določenih izdelkov, ki jih to podjetje in njegovi neposredni konkurenti prodajo istim ciljnim skupinam oziroma odjemalcem v določenem časovnem obdobju (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 49). Tržna moč se pojavi v večini panog že pri 15-odstotnem tržnem deležu. O veliki tržni moči pa govorimo pri tržnih deležih nad 40 % (Shepherd, 1990, str. 62). Enačba 3 ponazarja zapis tržnega deleža z vidika prodaje (Hrovatin, 1996, str. 126).

$$\textbf{\textit{Tržni delež}} = \textit{celotni prihodek podjetja/celotni prihodek panoge} \qquad (3)$$

V Tabeli 6 prikazujem čiste prihodke od prodaje največjih štirih podjetij v panogi gradbeništva, pri čemer velikost merim z vrednostjo prodaje, ter tržne deleže štirih slovenskih gradbenih podjetij. Podatke črpam iz baze GV–IN ter iz poslovnega imenika bizi.si. Analiziram jih od leta 2004 pa do 2008.

***Tabela 6**: Čisti prihodki od prodaje v podjetjih SCT, Primorju, Vegradu, Energoplanu in v panogi gradbeništva ter njihovi tržni deleži med letoma 2004 in 2008*

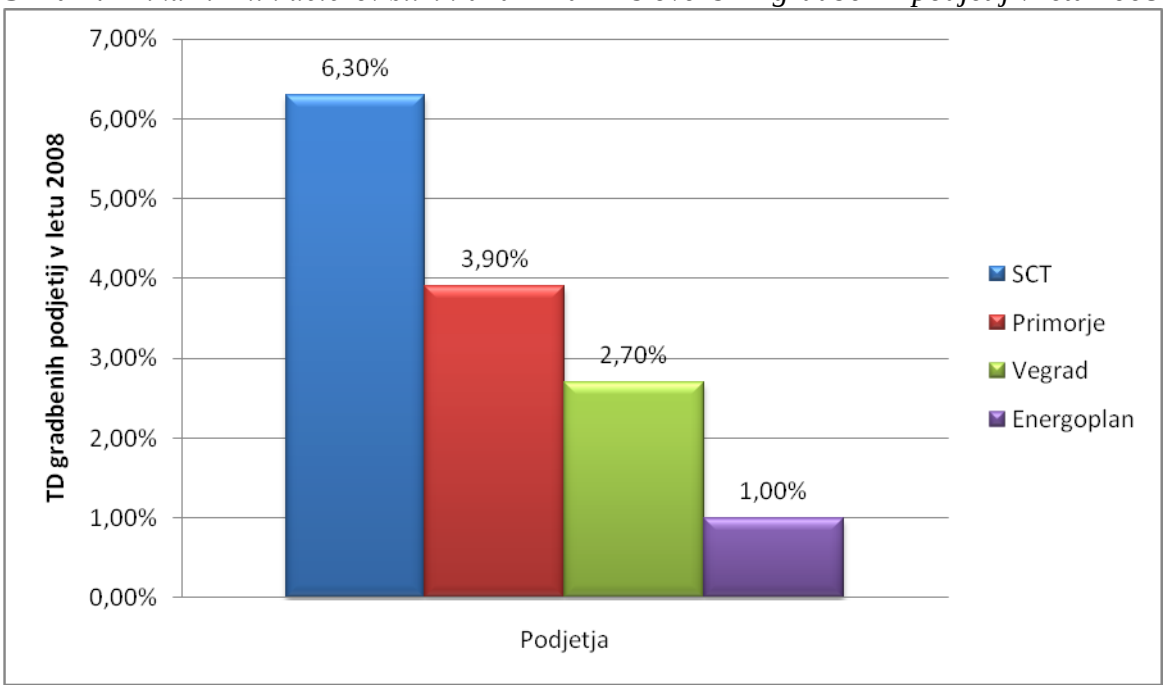
Leto	**Čisti prihodki od prodaje (v €)**								
Podjetje	SCT	**TD**	Primorje	**TD**	Vegrad	**TD**	Energoplan	**TD**	Panoga gradbeništva
2004	314.871.958	0,075	176.795.147	0,042	85.237.110	0,020	88.332.574	0,021	4.188.192.000
2005	266.645.973	0,059	168.565.728	0,038	108.117.217	0,024	69.436.680	0,016	4.472.960.679
2006	301.309.948	0,056	217.335.904	0,041	143.166.433	0,027	62.467.248	0,012	5.364.090.014
2007	433.134.856	0,061	310.874.574	0,043	198.582.687	0,028	109.509.128	0,015	7.147.870.532
2008	519.761.827	0,063	317.092.065	0,039	220.426.783	0,027	78.846.572	0,010	8.231.615.229

Vir: Baza podatkov GV IN, 2010; Poslovni imenik bizi.si, 2010.

Iz Tabele 6 je razvidno, da so čisti prihodki od prodaje vse od leta 2004 pa do 2008 strmo naraščali pri vseh navedenih slovenskih gradbenih podjetjih, prav tako pa tudi v panogi gradbeništva. Največji porast čistih prihodkov od prodaje je doseglo podjetje SCT. V obdobju 2004–2008 je vrednost čistih prihodkov od prodaje v podjetju SCT narasla za približno 204 milijonov € oziroma za 65 %. Kot je razvidno iz Tabele 6, je SCT z vidika prodaje največje podjetje s kar 6,30-odstotnim tržnim deležem v letu 2008; enako velja za vsa ostala leta analize. Sledi mu Primorje, katerega tržni delež znaša 3,90 %.

Tržne deleže za vsa štiri podjetja iz leta 2008 prikazujem tudi na Sliki 4, kjer opazimo, kakšne so razlike med njimi.

***Slika 4:** Prikaz tržnih deležev štirih analiziranih slovenskih gradbenih podjetij v letu 2008*



Koncentracija podjetij v panogi je pomemben indikator, ki meri stopnjo tržne dominance oziroma stopnjo oligopola. Nanjo vplivata dva dejavnika, to sta število podjetij na trgu ter njihova relativna velikost (Petrin et al., 2001a, str. 19).

Koncentracija je pridobitev nadzora nad podjetjem (nadzor pomeni lastništvo nad celotnim kapitalom ali kapitalskim deležem, lastništvo nad celotnim premoženjem ali delom premoženja, pravico). Koncentracija je prepovedana, če le-ta povečuje vpliv enega ali več podjetij in je s tem ogrožena konkurenca na določenem trgu. Koncentracija je indikator neučinkovitosti konkurence na trgu gradbeništva. Konkurenca je manj učinkovita, kadar je trg bolj koncentriran in obratno. Ključni elementi koncentracije so:

- udeleženi morata biti vsaj dve samostojni podjetji,
- prisotnost na določenem trgu,
- pridobitev nadzora,
- doseganje ekonomskega praga, ki je opredeljen z določeno vrednostjo prometa na trgu (Tekavc & Pučnik, 2002, str. 89–95).

Mere koncentracije lahko izračunamo z različnimi kazalniki. Pri tem lahko uporabimo mere: koeficient koncentracije **n** največjih podjetij in Hirschman-Herfindahlov indeks (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 48).

S koeficientom koncentracije izmerimo skupni tržni delež **n** največjih podjetij na trgu. Za **n** najbolj pogosto vzamemo 3, 4, 5 ali 8 največjih podjetij. Koeficient koncentracije je izražen v odstotkih in zavzema vrednosti med 0 in 100. Čim bliže 100 je vrednost, tem večja je koncentracija ponudnikov na trgu. Prednosti koeficienta so enostaven izračun ter dostopnost podatkov. Slabost pa je, da ne pojasnjuje v celoti distribucije tržne moči in ne upošteva vseh podjetij na trgu. Večja vrednost koeficienta koncentracije (v nadaljevanju K_n) je znak nižje konkurence v panogi (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 47).

$$K_n = \sum_{i=1}^{n} TDi \qquad (4)$$

Spodaj izračunavam koeficiente koncentracije za štiri največja podjetja v slovenskem gradbeništvu za leti 2007 in 2008. To so podjetja SCT, Primorje, Vegrad in Energoplan. Podatke o njihovih tržnih deležih črpam iz Tabele 6.

$K_{4\,(2007)}$= 6,10 + 4,30 + 2,80 + 1,50 = 14,70
$K_{4\,(2008)}$= 6, 30 + 3, 90 + 2, 70 + 1, 00 = 13, 90

Oligopolna struktura nastopi na trgu takrat, ko je prisotnih malo proizvajalcev, ko je težko dostopen trg in ko je majhna diferenciacija proizvodov. Če je vrednost koeficienta koncentracije štirih največjih podjetij nad 60, govorimo o tesnem oligopolu, in če je vrednost tega koeficienta pod 40, potem pravimo, da je to ohlapni oligopol (Antončič et al., 1993, str. 21). Vrednost K_n pokaže, kolikšen delež celotnega prihodka dejavnosti ustvarjajo štiri največja podjetja v tej panogi. Čim manjši delež ustvarjajo, tem nižja je stopnja koncentracije

posamezne dejavnosti (Tajnikar et al., 1989, str. 4–7). Na podlagi tega lahko trdim, da je leta 2007 koeficient koncentracije dokaj nizek, znaša 14,70 %. V letu 2008 pa je koeficient koncentracije še nižji in znaša 13,90 %. Znižanje koeficienta koncentracije je znak manjše koncentracije na trgu in močnejše konkurence.

V praksi se uporabljata še dva kazalca tržne koncentracije, to sta Hirschman-Herfindahlov indeks in krivulja koncentracije. Oba kazalca predstavljam teoretično, a ju ne izračunavam zaradi pomanjkanja podatkov oziroma preobsežnosti analize. Krivulja koncentracije kaže komulativne tržne deleže vseh podjetij na trgu. Omogoča nam grafični prikaz koeficienta koncentracije. Na ordinatni osi so predstavljeni kumulativni deleži proučevanega dohodkovnega vira, na abscisni osi pa razvrstitev posameznikov po naraščajočem dohodku (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 47). Pogosto pa izračunavamo natančnejšo mero koncentracije s pomočjo Hirschman-Herfindahlovega indeksa, ki upošteva vsa podjetja v panogi in njihovo relativno velikost. Indeks je rezultat seštevka kvadratov tržnih deležev vseh tržnih udeležencev. Prikaže nam porazdelitev tržnih deležev največjih podjetij ter sestavo trga ob upoštevanju preostalih podjetij. Indeks daje večji pomen tržnim deležem večjih podjetij, kar je skladno z njihovim večjim vplivom na konkurenco (Pepall, Richards & Norman, 2005, str. 47).

$$\textit{Hirschman-Herfindahlov indeks} = \sum_{i=1}^{n} TDi^2 \qquad (5)$$

Če je vrednost Herfindahl-Hirschmanovega indeksa manjša od 1000, je tržna koncentracija nizka. Če zavzema vrednosti med 1000 in 1800, je koncentracija srednje visoka. Če pa je indeks višji od 1800, pa je koncentracija visoka. Prav tako pa velja, da lahko govorimo o ohlapnem oligopolu, ko je vrednost tega indeksa nižja od 1000 (Antončič et al., 1993, str. 21).

2.2.2 Vstopne ovire in diferenciacija proizvodov

Vstopne ovire so tisti ekonomski faktorji, ki dajo obstoječim podjetjem na trgu prednost pred konkurenti, ki bi v panogo radi vstopili (Burgess & Giles, 1989, str. 88). Obstoječa podjetja običajno stremijo k temu, da se oblikujejo določene vstopne ovire, ki bi zmanjšale število podjetij v panogi, to pa bi obstoječim podjetjem omogočalo ustvarjati višje tržne deleže na trgu. Večje kot so vstopne ovire, manjše je število konkurentov v panogi. Obstoječe podjetje pa lahko novemu konkurentu postavi tako nizko prodajno ceno, da zanj vstop v panogo ni več privlačen, ker ne more ustvarjati profita. Najpogostejše vstopne ovire so ekonomije obsega, diferenciacija proizvodov, zahteve po investicijah oziroma kapitalu, stroški zamenjave, dostop do prodajnih poti, stroškovne prednosti, ki so neodvisne od obsega in zakonodaja (Hočevar, Jaklič & Zagoršek, 2003, str. 25-26).

Ekonomije obsega pomenijo stroškovne prednosti, ki so povezane z velikostjo podjetij in pogosto vezane na množično proizvodnjo. Za določene panoge je potrebno doseči določene ekonomije obsega, ki jih novovstopajoča podjetja zelo težko dosežejo, in zato vstop v panogo

zanje ni smiseln. Povedati moramo, da dodatne kapitalske investicije pripomorejo k zmanjšanju stroškov (Moore, 2004, str. 2).

Diferenciacija proizvodov prav tako predstavlja vstopno oviro. Če imajo podjetja v panogi dobro razvito in prepoznavno blagovno znamko, na podlagi katere lahko gradijo svojo strategijo uspešnosti, bo novim podjetjem v panogi zaradi lojalnosti zelo težko privabiti kupce (Porter, 1980, str. 7–13).

Zahteve po investicijah oziroma kapitalu predstavljajo naslednjo vstopno oviro, ki je povezana z ekonomijami obsega. Potrebna začetna sredstva so pomemben dejavnik, ki vplivajo na privlačnost panoge in s tem na vstop novih podjetij. Določene panoge zahtevajo velike in tvegane začetne investicije. To so lahko npr. investicije v raziskave, razvoj, oglaševanje (Porter, 1980, str. 7–13).

Stroški zamenjave se pojavijo, če so za proizvodnjo potrebna specializirana sredstva, materiali ali znanje, ki jih je težko dobiti na trgu ali kasneje prodati, če podjetje propade. Stroški zamenjave pa lahko nastanejo tudi v zvezi z zamenjavo dobaviteljev. S tem, ko vstopi podjetje v panogo, se mora povezati z novimi dobavitelji. Če so ti stroški visoki, mora imeti potencialni konkurent pomembne stroškovne prednosti, da lahko prevzame kupce obstoječemu podjetju. Primeri stroškov zamenjave so npr. stroški ponovnega izobraževanja zaposlenih (Porter, 1980, str. 7–13).

Naslednjo vstopno oviro predstavlja dostop do prodajnih poti. Te poti najpogosteje zavzamejo velika podjetja. Podjetja v panogi imajo lahko že vzpostavljeno dolgoročno sodelovanje s proizvajalci, te je potrebno prepričati, da zamenjajo poslovnega partnerja (Porter, 1980, str. 7–13).

Tudi intelektualna lastnina je pomembna za podjetja. Podjetja lahko svojo prednost pred drugimi povečajo z razvojem ali odkupom patentov. Ti omogočajo zaščito izuma na določenem področju, kar predstavlja vstopno oviro (Porter, 1980, str. 7–13).

Zakonodajo postavlja država zaradi lastnih interesov, ker se na trgu pogosto oblikujejo monopoli in se s tem pojavijo velike vstopne ovire za nova podjetja. To je predvsem značilno za telefonijo, železnice in banke. Za gradbeno panogo pa zakonodaja ne predstavlja vstopne ovire, vendar jo morajo podjetja zelo resno upoštevati, delovati skladno z njo ter slediti vsem spremembam. Vsa podjetja pa morajo upoštevati še zelo strog Zakon o varnosti in zdravju pri delu ter varstvu pred drugimi nesrečami na gradbiščih. V nasprotnem primeru lahko pride do resne nesreče. Gradbeništvo je namreč zelo nevarna panoga, predvsem zaradi zelo nevarnih delovnih situacij, kot sta delo na višini in delo z mehanizacijo. Zato zelo hitro pride do delovne nesreče, ki se lahko konča s smrtjo delavca. Nadzor nad upoštevanjem teh zakonov imajo državne in lokalne inšpekcije, ki lahko predpišejo visoke kazni in sankcije (Peček, 2003, str. 7).

V Tabeli 7 prikazujem oceno vstopnih ovir, ki so prisotne pri slovenskih gradbenih podjetjih. Vstopne ovire, predstavljene v tabeli, so ekonomije obsega, diferenciacija proizvodov, zahteve po investicijah oziroma kapitalu, stroški zamenjave, dostop do prodajnih poti, intelektualna lastnina in zakonodaja.

***Tabela 7**: Ocena vstopnih ovir pri slovenskih gradbenih podjetjih*

Vstopne ovire	Gradbena podjetja
Ekonomije obsega	DA
Diferenciacija proizvodov	DA
Zahteve po investicijah oz. kapitalu	DA
Stroški zamenjave	DA
Dostop do prodajnih poti	DA
Intelektualna lastnina	NE
Zakonodaja	NE

Na podlagi svoje analize panoge ocenjujem, da so pri slovenskih gradbenih podjetjih prisotne ekonomije obega. Te nam v nabavi, proizvodnji, marketingu in transportu prinesejo pomembno konkurenčno prednost v panogi gradbeništva. Diferenciacija proizvodov prav tako predstavlja vstopno oviro v gradbeni panogi. Največja slovenska podjetja imajo močne blagovne znamke, zaradi lojalnosti kupcev tem znamkam, je novim konkurentom zelo težko privabiti kupce. Tudi zahteve po investicijah in kapitalu predstavljajo vstopno oviro v gradbeništvu. Ta panoga zahteva velike in tvegane začetne investicije predvsem v razvoj in raziskave. Stroški zamenjave oziroma sredstva, potrebna za vstop v panogo, so prav tako vstopna ovira v gradbeništvu. Za proizvodnjo so potrebna specializirana sredstva ter materiali, ki jih je težko dobiti na trgu. Še zadnjo vstopno oviro pa predstavlja dostop do prodajnih poti. V gradbeništvu morajo podjetja vzpostaviti dolgoročno sodelovanje z distributerji. Intelektualna lastnina ter zakonodaja pa v gradbeništvu ne predstavljata vstopne ovire.

2.3 Rezultati

Kot sem že omenila, pri SCP-paradigmi struktura trga vpliva na vedenje podjetij in na njihovo delovanje oziroma doseganje rezultatov na trgu. V diplomskem delu merim rezultate poslovanja panoge gradbeništva s pomočjo produktivnosti dela ter koeficientov ROE in ROA.

V Tabeli 8 prikazujem produktivnost dela v Sloveniji za leta 2003, 2007 in 2008. Produktivnost dela za panogo gradbeništva ter za vse gospodarske panoge je izračunana kot razmerje med skupnimi prihodki in povprečnim številom zaposlenih.

***Tabela 8**: Produktivnost dela v Sloveniji v panogi gradbeništva ter v vseh gospodarskih panogah iz let 2003, 2007 in 2008*

	Leto 2003	**Leto 2007**	**Leto 2008**	**Indeks 07/03**	**Indeks 08/07**
Prihodki v panogi gradbeništva (v 1000 €)	3.843.122	7.127.212	8.433.376	185,45	118,33
Število zaposlenih v panogi gradbeništva	65.511	81.319	91.860	124,13	112,96
Prihodki v vseh gospodarskih panogah (v 1000 €	53.058.212	79.763.668	74.665.716	150,33	/
Število zaposlenih v vseh gospodarskih panogah	603.819	649.744	598.159	107,61	/
Produktivnost dela v panogi gradbeništva	58.663,77	87.645,10	91.806,84	149,40	104,75
Produktivnost dela v vseh gospodarskih panogah	87.871,05	122.761,68	124.825,87	139,71	/

Vir: Baza podatkov SI–STAT, 2010.

Iz Tabele 8 je razvidno, da se je produktivnost dela v panogi gradbeništva med leti 2003 in 2008 povečala za 56,5 %. Produktivnost dela v vseh gospodarskih panogah pa lahko primerjamo samo od leta 2003 pa do 2007, saj je v letu 2008 že začela veljati SKD 2008-klasifikacija. Primerjava rezultatov dveh različnih SKD-klasifikacij (SKD-2002, SKD-2008) pa je neprimerljiva. Produktivnost dela v vseh gospodarskih panogah se je tako leta 2007 povečala za 39,71 % glede na leto 2003. Če pa primerjamo produktivnost dela v panogi gradbeništva, pa vidimo, da je bila ta leta 2008 višja za 4,75 % glede na leto prej. Dokaj nizka produktivnost dela v panogi gradbeništva med letoma 2007 in 2008 je posledica znižanja prihodkov v gospodarstvu na eni strani in minimalnega povečanja števila zaposlenih na drugi strani. Lahko sklenem, da je bilo poslovanje slovenskih gradbenih podjetij do leta 2007 zelo uspešno.

Na podlagi izračunov iz Tabele 5 na strani 8, kjer izračunavam dobičkonosnost sredstev za panogo gradbeništva in jo primerjam z vrednostjo tega kazalnika za vse slovenske gospodarske dejavnosti, ugotavljam, da je panoga gradbeništva nadpovprečna gospodarska panoga, saj z vidika izračunov ROA za kar 32 % presega povprečje v gospodarstvu. Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala (ROE) pa prikazuje, da je kazalnik ROE višji pri analizi vseh gradbenih podjetij v primerjavi s celotnim gospodarstvom. To pomeni, da so lastniki gradbenih podjetij zaslužili več € čistega dobička kot pa v povprečju lastniki podjetij celotnega gospodarstva.

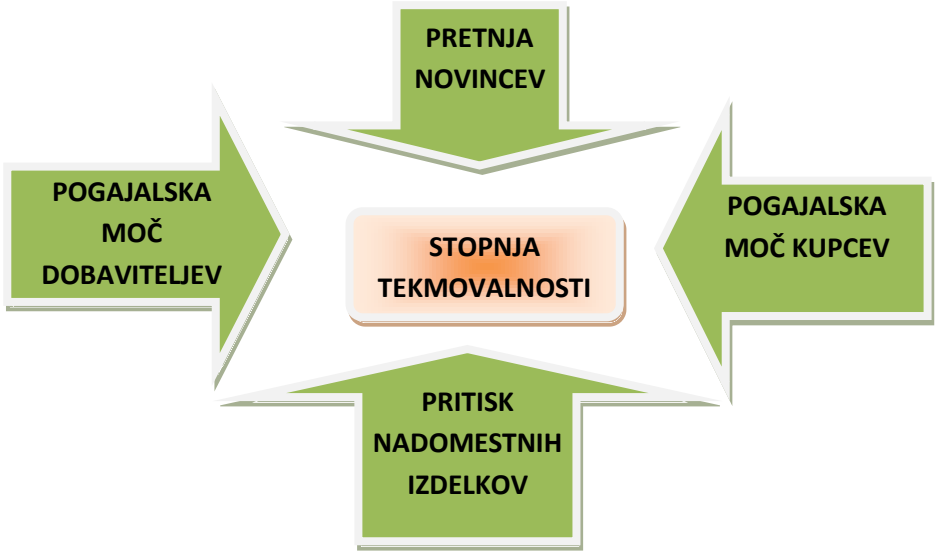
3 Porterjev model

Porterjev model je ena izmed metod, ki so najučinkovitejše pri analizi panoge. Michael Porter ga je že v osemdesetih letih predlagal za analizo konkurenčne sposobnosti podjetja in oblikovanje strategij za povečanje le-te. Na poslovanje podjetja oziroma na njegov položaj v panogi in posledično na privlačnost panoge vpliva pet tekmovalnih silnic, in sicer (Gradišar, Jaklič & Turk, 2006, str. 16):

- pretnja novincev,
- pogajalska moč kupcev,
- pogajalska moč dobaviteljev,
- stopnja tekmovalnosti,
- pritisk nadomestnih izdelkov.

Med najpomembnejše značilnosti panoge, ki opredeljujejo privlačnost, uvrščamo velikost trga, analizo povpraševanja, rast trga in prodaje, življenjski cikel panoge in zaposlenost (Cardoletti, 2004, str. 46). Porter je ugotovil, da je podjetje oziroma njegovo poslovanje opredeljeno z značilnostmi panoge in s položajem podjetja v panogi. Na poslovanje podjetja najbolj vplivajo: okolje, v katerem podjetje deluje, mesto, ki ga zavzema na trgu, struktura panoge, število konkurentov v panogi in tržni deleži konkurentov (Sfiligoj, 1993, str. 98). Porterjeve tekmovalne silnice so predstavljene na spodnji sliki.

Slika 5: *Tekmovalne silnice pri poslovanju podjetja*



Vir: M. E. Porter, How Competitive Forces Shape Strategy, 1979, str. 141.

3.1 Stopnja tekmovalnosti

Stopnja tekmovalnosti s cenovno strategijo ali z višanjem stroškov, na primer stroškov oglaševanja ali raziskav in razvoja, zmanjšuje dobiček podjetij in panoge kot celote (Gradišar, Jaklič & Turk, 2006, str. 17). Stopnja tekmovalnosti med obstoječimi podjetji v panogi je najbolje opredeljena s koeficientom čiste dobičkonosnosti kapitala (ROE), ki ga prikazujem v

Tabeli 5 na strani 8. Dobičkonosnost je nizka, kar lahko pomeni, da je v panogi gradbeništva prisotna močna konkurenca med podjetji.

Na povečanje stopnje konkurence med obstoječimi podjetji v panogi vpliva veliko dejavnikov. Ti so število konkurentov, višina fiksnih stroškov, stopnja rasti in presežne zmogljivosti, podobnost proizvodov, nizki stroški zamenjave dobavitelja za kupce, visoke izstopne ovire (Porter, 1980, str. 17–20).

Če analiziramo panogo gradbeništva in podjetja, ki tu delujejo, pridemo do naslednjih ugotovitev. Konkurentov v tej panogi je zelo veliko in so si med seboj zelo podobni. V letu 2008 je bilo na trgu panoge gradbeništva prisotnih kar 21.056 podjetij (Tabela 1). Rivalstvo je najbolj čutiti med majhnimi gradbenimi podjetji, ki jih je na trgu največ, manj pa je prisotno pri velikih podjetjih. Vsako podjetje se bori za čim večji tržni delež in s tem za čim večjo tržno moč. Kot je razvidno iz Tabele 6, ima v letu 2008 v slovenskem gradbeništvu daleč največji tržni delež, ki znaša 6,30 %, s tem pa največjo tržno moč podjetje SCT.

Večja stopnja konkurence se bo pojavila pri visokih fiksnih stroških (Porter, 1980, str. 17–20). Ti nastajajo predvsem zato, ker je potrebno veliko gradbenih strojev in mehanizacije, ki jih uporabljajo gradbena podjetja. Večje kot je podjetje, boljše in dražje stroje uporablja. Velika podjetja imajo delovne stroje po navadi v svoji lasti, tako da so potrebna neprestana vzdrževanja le-teh. Poleg fiksnih stroškov ob nakupu pa morajo podjetja pokrivati tudi stroške popravil, nakup rezervnih delov, količino porabljenega goriva ter stroške plač zaposlenih. Zato je prišlo v prakso, da so ta strošek znižali tako, da so dali možnost za zaposlitev najprej tujcem, ki imajo veliko nižjo urno postavko, kot jo ima slovenski delavec. Podjetja se trudijo, da bi bila čim uspešnejša ter da povečujejo fiksne stroške, ki so potrebni za proizvodnjo. S tem bi še povečali svojo tekmovalnost v primerjavi z ostalimi podjetji.

Gradbeništvo je bilo v obdobju 2003–2007 v Sloveniji ena izmed najhitreje rastočih panog (Poročilo o razvoju 2008, UMAR). Visoka stopnja rasti je bila v tem obdobju posledica predvsem velikih gradbenih projektov, ki pa so zaupani samo največjim gradbincem. K tolikšni rasti je prispevala predvsem gradnja velikega avtocestnega križa pri nas. Rast pa se je v letih 2008 in 2009 močno zaustavila zaradi finančne krize, ki je nastopila povsod po svetu. Napovedi o tej panogi so žal čedalje bolj črne za Evropo in za Slovenijo. Vendar so slovenska gradbena podjetja v letu 2010 že začela z novimi investicijami v gradnjo in posodabljanje železniške infrastrukture. Avtocestni program se sicer približuje koncu, a se že pripravljajo programi za nove gradnje po letu 2010. Nadaljevala se bodo tudi vlaganja v energetiko in varstvo okolja, povečala naj bi se stanovanjska gradnja, planirajo se nove investicije v proizvodne in poslovne objekte ter naložbe v turizem (Poslovanje gradbeništva in IGM v letu 2008). Zato za gradbince v Sloveniji še kar nekaj let naj ne bi zmanjkalo dela. Stopnja tekmovalnosti je tako med velikimi gradbenimi podjetji precej velika. Ker pa smo v neugodnem obdobju glede rasti panoge, lahko podjetja tako situacijo izkoristijo sebi v prid ter izboljšajo svoje poslovanje le na račun drugih konkurentov.

Zaradi povečanih kapacitet v gradbenih podjetjih prihaja v panogi gradbeništva do presežnih zmogljivosti ter tudi do sezonskih nihanj cen. Za gradbeništvo je namreč značilna sezonska narava proizvodnje, nihanje cen pa je posledica razlik v cenovni elastičnosti povpraševanja med sezonami (Prašnikar, 1999, str. 206). To pomeni, da so gradbene storitve sredi največje gradbene sezone, ko je tudi povpraševanje največje, veliko dražje kot pa takrat, ko ljudje ne povprašujejo toliko po določenih storitvah. Ko je povpraševanje po neki storitvi preveliko in je eno podjetje ne more izvesti, navadno del projekta izroči drugemu podjetju. Na tak način si velika podjetja pomagajo ter tako poskrbijo, da jih nihče ne izrine s trga. Stopnja tekmovalnosti med velikimi gradbenimi podjetji zato v primeru presežnih zmogljivosti ni velika.

Zaradi visokih izstopnih ovir obstajajo v panogi tudi podjetja, ki bi drugače izstopila (Porter, 1980, str. 17–20). Predvsem za velika podjetja predstavljajo gradbeni stroji in gradbena mehanizacija izstopno oviro, saj imajo zunaj panoge neuporabno vrednost. Prav tako pa so zelo pomembni tudi zaposleni. V velikih gradbenih podjetjih so zaposleni ljudje z univerzitetno ali visokošolsko izobrazbo. To so predvsem projektanti, tehniki in inženirji, ki so v takih podjetjih nepogrešljivi in predstavljajo za ta podjetja človeški kapital. Stopnja tekmovalnosti je v tem primeru torej velika. Večje kot so investicije podjetij v strojno mehanizacijo ter v človeški kapital, uspešnejša bodo pri uresničitvi letnih planov, večje bodo izgube ob spodletelem začrtanem planu. Visoke izstopne ovire tako tudi pripomorejo k večji stopnji tekmovalnosti.

Poleg izstopnih ovir pa so zelo pomembne tudi vstopne ovire, ki določajo število konkurentov v določeni panogi. Obstoječa podjetja v panogi običajno stremijo k temu, da se oblikujejo vstopne ovire, ki jim omogočajo ustvarjanje velikih profitov. S strateškega vidika so vstopne ovire odličen mehanizem za ustvarjanje konkurenčne prednosti.

Stroški zamenjave gradbenega izvajalca so visoki, kar še posebej velja za večja gradbena dela. Če se investitor na hitro odloči za drugega izvajalca, mora razdreti pogodbo. Če je ta razdrta brez tehtnega razloga, mora investitor plačati določeno odškodnino. Ti stroški so navadno zelo visoki (Porter, 1980, str. 17–20). Če so stroški višji od koristi, se pogodbe ne splača razdreti, saj ima investitor v tem primeru prevelike stroške. Visoki stroški zamenjave zmanjšajo stopnjo tekmovalnosti.

3.2 Pretnja novincev

Pretnja novincev omejuje dobičkonosnost podjetij in panoge ter s tem zmanjšuje privlačnost le-te za novince. Novinci s svojim prihodom povzročajo dvig ponudbe in znižanje cen (Jaklič, 2006, str. 16). Nevarnost vstopa novih konkurentov v panogo gradbeništva je odvisna predvsem od vstopnih ovir. Te postavljajo že obstoječa podjetja v panogi. Kot sem že omenila na strani 13, so najpogostejše vstopne ovire učinki ekonomije obsega, diferenciacija proizvodov, zahteve po investicijah oziroma kapitalu, stroški zamenjave, dostop do prodajnih poti ter intelektualna lastnina (Porter, 1980, str. 7–14).

Za panogo gradbeništva je značilna hitra rast, zato je zelo privlačna za potencialne konkurente. Ugodno priložnost za vstop podjetjem v panogo omogoča velik razmah investicij v gradbeništvu ter velik prodor izdelkov iz drugih držav (Kitajska). Tudi slovenska gradbena podjetja se borijo, da ne bi na trg vstopilo kakšno novo podjetje, ki bi bilo zmožno proizvajati z nižjimi stroški in posledično z nižjimi cenami. Investitorji bi se namreč zelo hitro odločili za cenejšega ponudnika že pri enaki ponudbi storitev.

3.3 Pritisk nadomestnih izdelkov

Pritisk nadomestnih izdelkov se pojavi, ko se spremeni cena izdelka, ki je substitut. Bolj ko je nadomestni izdelek dostopen ciljni skupini, večji sta križna in cenovna elastičnost povpraševanja, ker imajo potrošniki več alternativnih izbir. Pritisk nadomestnih izdelkov s tem omejuje dobičkonosnost panoge. Še posebej nevarni so, če so zlahka dostopni in imajo nižjo ceno, če so kupci prepričani v primerljive ali celo boljše lastnosti nadomestnih izdelkov in tudi če so stroški zamenjave za kupce nizki. Torej, višja kot je njihova kakovost ter nižji so njihova cena in stroški zamenjave, večji je pritisk nadomestnih izdelkov (Porter, 1980, str. 23–24). Substituti, ki nadomeščajo produkte ali storitve, tako zmanjšujejo dobičke obstoječih podjetij v panogi, podobno kot to povzročajo novi konkurenti, ki vstopajo v panogo in zmanjšujejo posel obstoječih ponudnikov. Ta sprememba pa vpliva na rivalstvo znotraj panoge ter na vstope in izstope iz panoge (Besanko et al., 2000, str. 363).

Kot vemo, je v gradbeništvu poleg gradbenega materiala pomembno tudi fizično delo, ki ga lahko izvajajo le ustrezno usposobljeni delavci. V gradbeništvu nadomestne izdelke predstavljajo predvsem različni načini gradnje. Nadomestni izdelek v gradbeništvu lahko predstavljajo montažni in leseni gradbeni objekti. Pri montažni gradnji je cena primerljiva s klasično gradnjo, vendar je montažni objekt veliko hitreje postavljen, zgrajen v skladu s predpisanimi standardi in varen pred potresi. Drug tip pa so leseni objekti, ki imajo zelo dobro toplotno izolacijo, so iz okolju prijaznega materiala, prav tako zgrajeni po zahtevanih standardih ter potresno varni.

3.4 Pogajalska moč kupcev in dobaviteljev

Pogajalska moč kupcev in dobaviteljev vpliva na dobičkonosnost podjetja, saj se dobiček v oskrbni verigi razporeja sorazmerno s pogajalsko močjo vpletenih (Gradišar, Jaklič & Turk, 2006, str. 17). Dobavitelji imajo na trgu veliko moč, če obstaja možnost, da dobavitelj oblikuje svoje distribucijske kanale, če dobaviteljevo panogo nadzoruje le nekaj proizvajalcev, medtem ko je v sami panogi veliko število podjetij, če obstajao veliki stroški v povezavi z menjavo dobavitelja, če ne obstajao substituti, ki bi lahko nadomestili dobaviteljev proizvod, ali če ima panoga majhen delež v skupni prodaji dobavitelja (Porter, 1980, str. 27–28).

Pogajalska moč dobaviteljev je tem večja, čim bolj so ti skoncentrirani in čim bolj so kupci odvisni od svojih dobaviteljev, saj lahko tako dvignejo ceno ali/in znižajo kakovost proizvodov in storitev (Besanko et al., 2000, str. 363–364). Največji dobavitelji so v

gradbeništvu podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo oziroma prodajo surovin, potrebnih v gradbeništvu. To so predvsem proizvajalci apna, cementa, opeke, peska, strešne kritine, izolacije, gradbene opreme, rezervnih delov za mehanizacijo. Gradbena podjetja te surovine kupujejo večinoma v Sloveniji, saj cena ni tako visoka (Interno gradivo GZS, 2010). Drugače pa je z nakupom nove in rabljene strojne opreme. Veliko podjetij se zaradi visokih cen strojev raje odloča za nakup rabljenih strojev, vendar tu obstaja veliko pasti, saj investitor navadno nima podatkov o stanju stroja. Pogosto se podjetja tudi raje odločijo za nakup v tujini, kjer so cene nakupa nižje. Z vstopom Slovenije v EU pa so se cene novih strojev pri nas znižale. Velika podjetja, če si to lahko privoščijo, se zato raje odločijo za nakup nove opreme, ker imajo garancijo za delovanje, stroški prevoza so nižji kot iz tujine, imajo možnost servisa v Sloveniji in hitro lahko nabavijo rezervne dele (Vouk, 2004, str. 132).

Ko govorimo o pogajalski moči kupcev, mislimo na sposobnost posameznega kupca, da se pogaja o ceni in s tem zmanjša dobiček proizvajalca oziroma prodajalca (Besanko et al., 2000, str. 363). Pri ocenjevanju privlačnosti panoge gradbeništva mora biti pričakovani donos kupca visok, ne sme biti vstopnih ovir na trgu, kupci morajo biti dobro informirani o proizvodu, zanimati jih morajo predvsem močne blagovne znamke, proizvodi morajo biti diferencirani, prisotna mora biti cenovna elastičnost, na trgu morajo biti prisotni substituti, kupec mora imeti možnost prevzema oziroma odprtje lastnega obrata (Porter, 1980, str. 26–28). Za gradbeništvo je značilno, da je pogajalska moč kupca odvisna predvsem od velikosti in moči investitorja. Največji investitor je država, ki financira večinoma največje gradbene projekte. Sem štejemo predvsem izgradnjo cest in železnic. Investitorji pa so tudi vsi državljani, ki se odločijo za manjše gradnje.

3.5 Povzetek Porterjevega modela

V Tabeli 9 prikazujem rezultate ocen konkurence pri slovenskih gradbenih podjetjih, do katerih sem prišla s pomočjo analize Porterjevih petih tekmovalnih silnic za panogo gradbeništva.

Tabela 9: *Ocena tekmovalnih silnic za slovenska podjetja v panogi gradbeništva*

Konkurenca / Tekmovalne sile	**Visoka**	**Srednja**	**Nizka**
Pretnja novincev			✓
Pritisk nadomestnih izdelkov		✓	
Pogajalska moč kupcev		✓	
Pogajalska moč dobaviteljev		✓	
Stopnja tekmovalnosti	✓		
Ocena	**1**	**3**	**1**

Pretnjo novincev v panogi gradbeništva lahko ocenim kot nizko. Na trgu gradbeništva ni veliko gradbincev, zato je prodor na trg toliko težji za novince. Poleg tega pa bi morali ti upoštevati še zelo strogo zakonodajo na področju gradbeništva ter vložiti veliko truda za pridobitev novih strank. Pritisk nadomestnih izdelkov ocenjujem kot srednje močen. V gradbeništvu je zelo težko najti primerno zamenjavo bodisi za izdelek ali storitev ali pa za fizično osebo. V današnjih razmerah nadomestni izdelek predstavljajo bodisi montažne hiše ali pa lesene hiše. Pogajalsko moč kupcev ocenjujem kot srednjo. Velika gradbena podjetja imajo na našem trgu veliko moč, prav tako kot jo ima tudi država, ki lahko kot kupec olajša delovanje velikih podjetij. Pogajalsko moč dobaviteljev prav tako ocenjujem kot srednjo. Tudi tukaj ima država veliko moč. Lahko poseže v trg do te mere, da celo otežuje delovanje velikih gradbenih podjetij. Stopnjo tekmovalnosti pa ocenjujem kot visoko. Na trgu je prisotnih razmeroma majhno število velikih podjetij, ki imajo relativno visoke tržne deleže, ter veliko število majhnih podjetij, stopnja tekmovalnosti med njimi pa je velika. Z vstopom Slovenije v EU se je konkurenca na trgu le še povečala.

Za panogo gradbeništva je značilno veliko število podjetij, predvsem veliko število majhnih gradbenih podjetij ter malo število velikih gradbenih podjetij. Porterjeva analiza torej pokaže, da je konkurenca v panogi gradbeništva srednje močna. Srednjo oceno sem podala za stopnjo konkurence, pogajalsko moč kupcev ter za pogajalsko moč dobaviteljev. Po rezultatih sodeč, si morajo podjetja pripraviti ustrezno strategijo, s katero si lahko zagotovijo želen tržni delež ter nadpovprečne profite.

Sklep

Analiza panoge bi morala biti predpogoj za kakršno koli razmišljanje o vlaganju v lastniške naložbe. Dobro poznavanje panoge nam da podatke o konkurentih, trenutnem stanju v panogi, napovedih in možnostih izhoda. Na podlagi analize lahko vidimo, ali smo se usmerili v perspektivno panogo ali imamo v načrtu donosno investicijo ali pa je kakšen drug konkurent zanimivejši od naše naložbe. Analiza je pomembna pri oblikovanju dolgoročne strategije, ki zagotavlja podjetju preživetje in doseganje velikih profitov na dolgi rok. Med pisanjem diplomskega dela sem naletela na težave pomanjkanja literature na področju analize panoge. To je namreč področje, ki se razlikuje od primera do primera, četudi so teoretične podlage enotne.

Cilj diplomskega dela je bila analiza poslovanja gradbenih podjetij. To sem izvedla s pomočjo SCP-paradigme in Porterjevega modela ter prikazala, kakšna je tržna struktura panoge gradbeništva v Sloveniji.

Analiza pokaže, da je v Sloveniji panoga gradbeništva zelo razvita, saj v gradbeništvu deluje 24,18 % vseh slovenskih podjetij, v gradbenih podjetjih je zaposleno 15,36 % vseh zaposlenih v Sloveniji, ta podjetja pa ustvarjajo 11,29 % vseh prihodkov. Najboljše poslovne rezultate so gradbena podjetja dosegala v letu 2007, ker je bilo takrat gospodarstvo najbolj v razcvetu. V letu 2008 pa je nastopila gospodarska kriza in vplivala na dobre rezultate. Istega leta je bilo na

trgu prisotnih 21.056 gradbenih podjetij, od tega največje število majhnih gradbenih podjetij. Istega leta je delež velikih gradbenih podjetij znašal le slab odstotek, a so ta podjetja zaposlovala kar 32 % vseh zaposlenih. Posledično so zelo pomembni tudi prihodki gradbenih podjetij. Delež prihodkov gradbeništva se je v primerjavi s celotnim gospodarstvom občutno povečal leta 2007 ter pripomogel k visoki stopnji gospodarske rasti. Leta 2008 pa je upadel zaradi gospodarske krize, ki je vplivala na dohodke podjetij, na manjše število zaposlenih in na manjše število podjetij na trgu. Pomembne pa so tudi povprečne mesečne neto plače gradbenih delavcev. Ugotovila sem, da so plače nižje kot slovensko povprečje, kar je posledica nizke izobrazbene strukture, a vseeno naraščajo skladno z ostalim gospodarstvom. Na podlagi rezultatov sem ugotovila, da je v Sloveniji podjetje z največjim tržnim deležem (6,30 %) SCT. Stopnja koncentracije, merjena s koeficientom koncentracije K_4, je v letu 2008 znašala 13,90 %, kar kaže na precejšnjo stopnjo konkurence v slovenskem gradbeništvu. Na splošno pa velja za panogo gradbeništva, da je nad slovenskim povprečjem, saj je kazalnik ROA v letu 2008 presegel ROA v gospodarstvu za kar 32 %. Produktivnost dela v gradbeništvu pa se je med letoma 2007 in 2008 povečala za 4,75 %.

Pri Porterjevem modelu petih tekmovalnih silnic sem ugotovila, da med slovenskimi gradbenimi podjetji prevladuje srednja stopnja konkurence. Pri stopnji tekmovalnosti sem se osredotočila na šest najpomembnejših dejavnikov. Poleg števila konkurentov v panogi, visokih fiksnih stroškov podjetij, presežnih zmogljivosti podjetij, visokih izstopnih ovir in stroškov zamenjave bi tu izpostavila stopnjo rasti podjetij. Ta je odvisna predvsem od velikih gradbenih projektov, kot je trenutno gradnja velikega avtocestnega križa, ki je v zaključni fazi. Kljub temu pa projektov v prihodnosti naj ne bi manjkalo. Nove investicije bodo pozitivno vplivale na cene storitev, kvaliteto gradnje in rast gospodarstva, kar je v interesu vseh. V načrtu je že izgradnja železniške infrastukture, vlaganja v energetske objekte, gradnja novih stanovanj, novih investicij v proizvodne in poslovne objekte ter turistične kapacitete. Ti projekti bodo zaposlovali naša podjetja še vrsto let.

Literatura in viri

1. Antončič, B. et al. (1993). *Organizacija in struktura trga*. I. del. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
2. *Baza podatkov SI–STAT*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije. Najdeno 2. avgusta 2009 na spletnem naslovu http://www.stat.si
3. Bednaš et al. (2008, september). *Jesenska napoved gospodarskih gibanj 2008*. Ljubljana: Urad RS za makroekonomske analize in razvoj (UMAR).
4. Besanko, D., Dranove, D., & Shanley, M. (2000). *Economics of Strategy*. Second edition. New York: John Wiley and Sons Inc.
5. Bregar, L. et al. (2000). *Ekonomska statistika 2000*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
6. Burgess, G. H. (1989). *Industrial organization*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
7. Cardoletti, G. (2004). *Analyzing the Market Prespective*. London: Private Equity Analyst.
8. Clements, A. (2005). *Australia´s Retail Superannuation Fund Industry*: Structure, Conduct and Performance. Najdeno 3. aprila 2009 na spletnem naslovu [http://editorialexpress.com/cgibin/conference/download.cgi?db_name=ACE2005&paper_id=83].
9. Debeljak, Ž., & Prašnikar, J. (1998). *Ekonomski modeli za poslovno odločanje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
10. Dobson, S., Maddala, G. S., & Miller, E. (1995). *Microeconomics.* Berkshire: McGraw-Hill Book Company Europe.
11. *Enciklopedija Slovenije*. (1989). 3 zvezek. Ljubljana: Mladinska knjiga.
12. Gradišar, M., Jaklič, J., & Turk, T. (2006). *Osnove poslovne informatike*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
13. *GV–IN – poslovne informacije po vaši meri*. Najdeno 15. januarja 2010 na spletnem naslovu http://www.gvin.com
14. Hočevar, M., Igličar, S., & Zaman, M. (2001). *Osnove računovodstva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
15. Hočevar, M., Jaklič, M., & Zagoršek, H. (2003). *Ustvarjanje uspešnega podjetja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik Založba.
16. Hrovatin, N. (1996). *Uvod v gospodarstvo* 1.del. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
17. *Interno gradivo GZS-Združenje za gradbeništvo in IGM.* Najdeno 21. januarja 2010 na spletnem naslovu http://www.gzs.si
18. Mencinger, J. (1990). *Ekonomika Jugoslavije*. Prvi del. Ljubljana: Opcija in Studium Generalne Univerze.
19. *Mnenje Evropskega ekonomsko socialnega odbora o razvoju.* Najdeno 23. februarja 2010 na spletnem naslovu http://www.eur-lex.europa.eu
20. Moore, G. (2004). *Strategic Management Lecture Notes*. St.Louis: University of Missouri-St.Louis.
21. Peček, B. B. (2003). *V duhu nove zakonodaje*. Pomurski vestnik. Murska Sobota.
22. Pepall, L., Richards, J.D., & Norman, G. (2005). *Industrial organization*. Third edition. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
23. Petrin, T., Dmitrović, T., Pretnar, B., & Antončič, B. (2001a). *Organizacija in struktura trga 2. del.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

24. *Poročilo o razvoju 2007 (UMAR).* Najdeno 14 februarja 2010 na spletnem naslovu http://www.umar.gov.si
25. *Poročilo o razvoju 2008 (UMAR).* Najdeno 3 marca 2010 na spletnem naslovu http://www.umar.gov.si
26. Porter., M. E. (1979). *How Competitive Forces Shape Strategy*. Harward Business Review, 57, (2), 137–145.
27. Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*: *Techniques for Analyzing Industries and Competitors.* New York: Free Press.
28. *Poslovanje gradbeništva in IGM v letu 2008*. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije-Združenje za gradbeništvo in IGM.
29. *Poslovanje gradbeništva in IGM v letu 2009*. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije-Združenje za gradbeništvo in IGM.
30. *Poslovni imenik bizi.si.* Najdeno 22. marca na spletnem naslovu http://www.bizi.si
31. Prašnikar, J. (1999). *Uvod v mikroekonomijo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
32. Pučko, D., & Rozman, R. (1993). *Ekonomika podjetja.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
33. Sfiligoj, N. (1993). *Marketinško upravljanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
34. Tajnikar, M. et al. (1989). *Preučevanje in analiziranje vzrokov visoke stopnje tržne koncentracije na domačem trgu in možnosti protimonopolnega delovanja z ekonomskega vidika.* Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
35. Vouk, T. (2004). *Milijarde za opremo in gradbeno mehanizacijo*. Ljubljana: Gospodarki vestnik.
36. Shepherd, G. W. (1990). *The Economics of Industrial Organization*. Second Edition. Ljublana: Ekonomska fakulteta.
37. *Standardna klasifikacija dejavnosti 2002*. Najdeno 15. decembra 2009 na spletnem naslovu http://www.stat.si/vodič.asp.
38. *Standardna klasifikacija dejavnosti 2008*. Najdeno 15. decembra 2009 na spletnem naslovu http://www.stat.si/vodič.asp.
39. Tekavc, J., & Pučnik, J. (2002). *Prevzemi podjetij in varovanje konkurence*. Tržič: Učila International, založba d.o.o.

KAZALO PRILOG

PRILOGA 1: OPREDELITEV PODROČJA GRADBENIŠTVA PO STANDARDNI KLASIFIKACIJI DEJAVNOSTI 2008..... 2
PRILOGA 2: OPREDELITEV PODROČJA GRADBENIŠTVA PO STANDARDNI KLASIFIKACIJI 2002..... 3
PRILOGA 3: ŠTEVILO SREDNJE VELIKIH IN VELIKIH GRADBENIH PODJETIJ MED LETOMA 2003 IN 2008..... 4
PRILOGA 4: PRODUKTIVNOST DELA V SLOVENIJI V PANOGI GRADBENIŠTVA TER V VSEH GOSPODARSKIH PANOGAH IZ LET 2003, 2007 IN 2008 4

PRILOGA 1: Opredelitev področja gradbeništva po standardni klasifikaciji dejavnosti 2008

***Tabela 10**: Opredelitev področja gradbeništva po standardni klasifikaciji dejavnosti 2008*

F (Področje)	**GRADBENIŠTVO**
41 (Oddelek)	**Gradnja stavb**
41.1 (Skupina)	**Organizacija izvedbe stavbnih projektov**
41.10 (Podrazred)	Organizacija izvedbe stavbnih projektov
41.100	Organizacija izvedbe stavbnih projektov
41.2	**Gradnja stanovanjskih in nestanovanjskih stavb**
41.20	Gradnja stanovanjskih in nestanovanjskih stavb
41.200	Gradnja stanovanjskih in nestanovanjskih stavb
42	**Gradnja inženirskih objektov**
42.1	**Gradnja cest in železnic**
42.11	Gradnja cest
42.110	Gradnja cest
42.12	Gradnja železnic in podzemnih železnic
42.120	Gradnja železnic in podzemnih železnic
42.13	Gradnja mostov in predorov
42.130	Gradnja mostov in predorov
42.2	**Gradnja objektov oskrbne infrastrukture**
42.21	Gradnja objektov oskrbne infrastrukture za tekočine in pline
42.210	Gradnja objektov oskrbne infrastrukture za tekočine in pline
42.22	Gradnja objektov oskrbne infrastrukture za elektriko in telekomunikacije
42.220	Gradnja objektov oskrbne infrastrukture za elektriko in telekomunikacije
42.9	**Gradnja drugih inženirskih objektov**
42.91	Gradnja vodnih objektov
42.910	Gradnja vodnih objektov
42.99	Gradnja drugih objektov nizke gradnje
42.990	Gradnja drugih objektov nizke gradnje
43	**Specializirana gradbena dela**
43.1	**Pripravljalna dela na gradbišču**
43.11	Rušenje objektov
43.110	Rušenje objektov
43.12	Zemeljska pripravljalna dela
43.120	Zemeljska pripravljalna dela
43.13	Testno vrtanje in sondiranje
43.130	Testno vrtanje in sondiranje
43.2	**Inštaliranje pri gradnjah**
43.21	Inštaliranje električnih napeljav in naprav
43.210	Inštaliranje električnih napeljav in naprav
43.22	Inštaliranje vodovodnih, plinskih in ogrevalnih napeljav in naprav
43.220	Inštaliranje vodovodnih, plinskih in ogrevalnih napeljav in naprav
43.29	Drugo inštaliranje pri gradnjah
43.290	Drugo inštaliranje pri gradnjah
43.3	**Zaključna gradbena dela**

Se nadaljuje

nadaljevanje

43.31	Fasaderska in štukaterska dela
43.310	Fasaderska in štukaterska dela
43.32	Vgrajevanje stavbnega pohištva
43.320	Vgrajevanje stavbnega pohištva
43.33	Oblaganje tal in sten
43.330	Oblaganje tal in sten
43.34	Steklarska in pleskarska dela
43.341	Steklarska dela
43.342	Pleskarska dela
43.39	Druga zaključna gradbena dela
43.390	Druga zaključna gradbena dela
43.9	**Krovstvo in druga specializirana gradbena dela**
43.91	Postavljanje ostrešij in krovska dela
43.910	Postavljanje ostrešij in krovska dela
43.99	Druga specializirana gradbena dela
43.990	Druga specializirana gradbena dela

Vir: Standardna klasifikacija dejavnosti 2008.

PRILOGA 2: Opredelitev področja gradbeništva po standardni klasifikaciji 2002

Tabela 11: *Opredelitev področja gradbeništva po SKD 2002*

F (Področje)	**GRADBENIŠTVO**
45 (Oddelek)	**Gradbeništvo**
45.1 (Skupina)	**Pripravljalna dela v gradbeništvu**
45.11 (Podrazred)	Rušenje objektov in zemeljska dela
45.12	Raziskovalno vrtanje in sondiranje
45.2	**Gradnja objektov in delov objektov**
45.21	Splošna gradbena dela
45.22	Postavljanje ostrešij in krovska dela
45.23	Gradnja cest, železniških prog, letališč in športnih objektov
45.24	Gradnja vodnih objektov
45.25	Druga gradbena dela, tudi dela specialnih strok
45.3	**Inštalacije pri gradnjah**
45.31	Električne inštalacije
45.32	Izolacijska dela
45.33	Vodovodne, plinske in sanitarne inštalacije
45.34	Druge inštalacije pri gradnjah
45.4	**Zaključna gradbena dela**
45.41	Fasaderska in štukaterska dela
45.42	Vgrajevanje stavbnega in drugega pohištva
45.43	Oblaganje tal in sten
45.44	Steklarska in pleskarska dela
45.45	Druga zaključna gradbena dela
45.5	**Dajanje strojev in naprav za gradnjo in rušenje v najem, skupaj z upravljalci strojev**
45.50	Dajanje strojev in naprav za gradnjo in rušenje v najem, skupaj z upravljavci strojev

Vir: Standardna klasifikacija dejavnosti 2002.

PRILOGA 3: Število srednje velikih in velikih gradbenih podjetij med letoma 2003 in 2008

***Tabela 12**: Število srednje velikih in velikih gradbenih podjetij med letoma 2003 in 2008*

Leto	Število vseh podjetij v gradbeništvu	Število srednje velikih in velikih gradbenih podjetij			
		Srednje veliko gradbeno podjetje (50–249)	Veliko gradbeno podjetje (250+)	Skupno število srednje velikih in velikih gradbenih podjetij	Delež velikih in srednje velikih podjetjih v gradbeništvu (%)
2003	13.447	142	23	165	1,23
2004	14.114	126	26	152	1,08
2005	15.043	132	21	153	1,02
2006	16.753	156	19	175	1,04
2007	18.465	166	21	187	1,01
2008	21.056	187	23	210	0,99

Vir: Baza podatkov SI–STAT, 2010.

PRILOGA 4: Produktivnost dela v Sloveniji v panogi gradbeništva ter v vseh gospodarskih panogah iz let 2003, 2007 in 2008

***Tabela 13:** Produktivnost dela v Sloveniji v panogi gradbeništva ter v vseh gospodarskih panogah iz let 2003, 2007 in 2008*

Leto	Prihodki v panogi gradbeništva (v 1000 €)	Število zaposlenih v panogi gradbeništva	Prihodki v vseh gospodarskih panogah (v 1000 €)	Število zaposlenih v vseh gospodarskih panogah	Produktivnost dela v panogi gradbeništva	Produktivnost dela v vseh gospodarskih panogah
2003	3.843.122	65.511	53.058.212	603.819	58.663,77	87.871,05
2004	4.232.490	65.975	57.620.462	606.811	64.152,94	94.956,19
2005	4.624.918	68.052	62.485.003	609.699	67.961,53	102.485,00
2006	5.432.763	72.959	69.458.053	621.978	74.463,23	111.672,85
2007	7.127.212	81.319	79.763.668	649.744	87.645,10	122.761,68
2008	8.433.376	91.860	74.665.716	598.159	91.806,84	124.825,87

Vir: Baza podatkov SI–STAT, 2010.