

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA INDIJSKEGA POSLOVNEGA OKOLJA IN POSLOVNIH
PRILOŽNOSTI SLOVENSКИH PODJETIJ V INDIJI**

Ljubljana, 22. september 2010

NATAŠA TURK

Študentka Nataša Turk izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala v soglasju s svetovalcem prof. dr. Andrejem Kumarjem, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 22. septembra 2010

Podpis:

KAZALO

UVOD	1
1 STANJE SEDANJIH EKONOMSKIH ODNOSOV MED EU IN INDIJO TER SLOVENIJO IN INDIJO	2
1.1 Gospodarsko sodelovanje med EU in Indijo	2
1.2 Gospodarsko sodelovanje med Slovenijo in Indijo	5
1.3 Analiza gospodarskega sodelovanja med Slovenijo in Indijo	6
1.3.1 Trendi v blagovni menjavi	6
1.3.2 Trendi v slovenskem izvozu v Indijo	8
1.3.3 Struktura slovenskega izvoza v Indijo	8
1.3.4 Konkurenca na indijskem trgu in potencial slovenskega izvoza.....	11
1.3.5 Struktura slovenskega uvoza iz Indije.....	19
1.3.6 Trgovinska bilanca	22
1.3.7 Znotraj panožna trgovina	22
1.3.8 Investicije	26
1.3.9 Institucionalna podpora pri internacionalizaciji slovenskih podjetij.....	29
1.3.9.1 Ministrstvo za zunanje zadeve	30
1.3.9.2 Ministrstvo za gospodarstvo.....	31
1.3.9.3 Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo	32
1.3.9.4 Večstransko sodelovanje	33
1.3.9.5 Gospodarska zbornica Slovenije	34
1.4 Sodelovanje EU - Indija in priložnosti za Slovenijo	36
2 INDIJSKO POSLOVNO OKOLJE	37
2.1 Politično okolje	38
2.2 Ekonomsko okolje	39
2.2.1 Potrošniški trg	41
2.2.2 Industrijski in storitveni sektorji	44
2.2.3 Investicijsko okolje	45
2.3 Socialno okolje	48
2.4 Tehnološko okolje	50
2.5 Zakonodajno okolje	51
2.6 Naravno okolje	54
3 POSLOVNI OBIČAJI IN NAVADE	55
4 PROBLEMI IN PRILOŽNOSTI V ODNOSIH MED SLOVENIJO IN INDIJO NA DOLGI ROK	58
4.1 Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in groženj (SWOT)	59
4.2 Predlogi poslovnih in institucionalnih aktivnosti na temelju analize SWOT za prihodnje gospodarsko in poslovno sodelovanje z Indijo	63
SKLEP	65
LITERATURA IN VIRI	67

KAZALO TABEL

Tabela 1: Trendi v blagovni menjavi Slovenije in Indije med leti 1999 in 2009 v evrih	7
Tabela 2: Trendi v slovenskem izvozu v Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih.....	8
Tabela 3: Struktura slovenskega izvoza v Indijo med leti 1999 in 2009, po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti	10
Tabela 4: Vodilnih 10 skupin proizvodov v izvozu iz Slovenije v Indijo, v letu 2009, v evrih	11
Tabela 5: Vodilne države izvoznice v Indijo v letu 2008, razvrščene po vrednosti izvoza v ameriških dolarjev	12
Tabela 6: Vodilne države izvoznice v Indijo, razvrščene po povprečni letni stopnji rasti vrednosti izvoza v Indijo v obdobju 2004–2008	13
Tabela 7: Vodilnih pet skupin proizvodov v slovenskem izvozu z največjim potencialom izvoza v Indijo	14
Tabela 8: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 271019 olja, dobljena iz nafte	15
Tabela 9: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 870899 - deli za vozila	16
Tabela 10: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 300490 - zdravila, za prodajo na drobno, pakirana	17
Tabela 11: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 850300 - deli za elektromotorje.....	18
Tabela 12: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 843149 deli za gradbeno mehanizacijo	19
Tabela 13: Trendi v slovenskem uvozu iz Indije med leti 1999 in 2009, v evrih	20
Tabela 14: Struktura slovenskega uvoza iz Indije po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti med leti 1999 in 2009	20
Tabela 15: Vodilnih 10 skupin proizvodov v uvozu iz Indije v letu 2009, v evrih.....	22
Tabela 16: Trgovinska bilanca med Slovenijo in Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih.....	22
Tabela 17: Grubel – Lloydovi indeksi znotraj panožne trgovine med Slovenijo in Indijo za skupine proizvodov, grupirane po tehnološki razvitosti, v obdobju 1999–2009, v %	24
Tabela 18: Analiza političnega okolja Indije	39
Tabela 19: Analiza ekonomskega okolja Indije	40
Tabela 20: Napovedi raziskovalnih institucij glede bodočega razvoja indijskega trga	44
Tabela 21: Analiza socialnega okolja Indije	49
Tabela 22: Analiza tehnološkega okolja Indije	50
Tabela 23: Analiza zakonodajnega okolja Indije	51
Tabela 24: Analiza naravnega okolja	54
Tabela 25: Pregled notranjih dejavnikov slovenskega gospodarstva, razčlenitev notranjih prednosti in slabosti	59

Tabela 26: Pregled zunanjih dejavnikov slovenskega gospodarstva, razčlenitev zunanjih priložnosti in groženj	61
--	----

KAZALO SLIK

Slika 1: Povprečne indijske uvozne carinske stopnje za industrijske proizvode iz tretjih držav za izbrana leta v obdobju 1990–2008	3
Slika 2: Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih	7
Slika 3: Struktura slovenskega izvoza v Indijo, po skupinah proizvodov po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti, med leti 1999 in 2009	10
Slika 4: Struktura slovenskega uvoza iz Indije, po skupinah proizvodov po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti, med leti 1999 in 2009 v %	21
Slika 5: Deleži znotraj panožne trgovine na agregatni ravni med Slovenijo in Indijo po posameznih skupinah proizvodov, po kriteriju tehnološke razvitosti med leti 1999–2009, v %	25
Slika 6: Stroški dela po za izbranih pet poklicev v ZDA, Indiji, Sloveniji in na Kitajskem ...	27
Slika 7: Zemljevid države Indije in razdelitev na zvezne države in zvezna ozemlja	38
Slika 8: Indijski potrošniški razredi in pripadajoče potrošne dobrine	42
Slika 9: Struktura porabe indijskih gospodinjstev po posameznih skupinah dobrin v letih 1985, 1995, 2005, 2015, 2025	42
Slika 10: Število gospodinjstev po posameznih dohodkovnih razredih v letih 2005, 2015, 2025	43
Slika 11: Poslovna središča v Indiji, povezana v tako imenovano industrijsko banano	44
Slika 12: Poslovna klima v 16 izbranih indijskih državah	46
Slika 13: Vpliv različnih dejavnikov na kakovost investicijske klime	47
Slika 14: Kvantificiran prikaz dejavnikov SWOT analize na podlagi odgovorov anketiranih predstavnikov nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva	63

UVOD

Pisatelj Mark Twain je zapisal: "Indija je dežela sanj in romanc, neverjetnega bogastva in obupne revščine, svet palač in barak, tigrov in slonov, stotin ljudstev s stotimi jeziki, tisoč religijami in dvema mio bogov".

Indija je ena najstarejših civilizacij na svetu, ki je pred skoraj 5.000 leti razvila prve trgovinske poti proti zahodu, predvsem na območje Bližnjega in Srednjega vzhoda, kjer je tradicionalno prisotna tudi v današnjih časih. Še vedno so opazne sledi devetdesetletne vladavine Britancev in še pred tem dominacije britanske Vzhodnoindijske družbe (angl. *The British East India Company - EIC*), ki je imela pomembno vlogo pri vzpostavitvi britanske vladavine v Indiji (Hrastelj, 2008, str. 206).

Večina slovenskih podjetij, tako velikih, kot malih, večinoma išče izvozne trge med tistimi, ki so fizično, geografsko, predvsem pa kulturološko najbližji in predstavljajo nižjo stopnjo tveganja, saj je zbiranje informacij in poznavanje vseh vrst okolij že v izhodišču relativno dobro. Hkrati pa je zaznati trend skrajševanja časa, potrebnega za prodor malih in srednjih podjetij na čedalje bolj oddaljene trge, kar gre pripisati dobaviteljskim odnosom do večjih podjetij, ki se tudi hitreje internacionalizirajo (Makovec Brenčič & Hrastelj, 2003, str. 99).

Motivacija podjetij za internacionalizacijo je lahko proaktivna ali reakcijska. Proaktivna motivacija prihaja s strani menedžmenta podjetja in se lahko sestoji iz kalkuliranja dobička, tehnološkega napredka, proizvodnega napredka, ekskluzivnih informacij o trgu, zahtev menedžmenta. Reakcijska motivacija je odgovor menedžmenta na spremembe in pritiske okolja, kot so konkurenčni pritiski, presežek proizvodnje, upad domače prodaje in podobno. Podjetja, ki imajo proaktivna motivacijo imajo večje možnosti za agresiven in uspešen vstop na tuje trge (Czinkota, 2004 str. 3).

Namen magistrskega dela je, na podlagi obstoječega poslovanja slovenskih podjetij na indijskem trgu in na podlagi trendov internacionalizacije slovenskega gospodarstva, preučiti in analizirati obstoječ obseg bilateralnega gospodarskega sodelovanja med državama. Poleg tega bo s pomočjo PESTLE analize prikazano indijsko poslovno okolje, ki na eni strani omogoča in na drugi strani ovira obsežnejši vstop slovenskih podjetij na indijski trg.

Cilj tega dela je na podlagi analize trendov v blagovni menjavi Slovenije z Indijo in analize znotraj panožne trgovine identificirati nove poslovne, torej trgovinske in investicijske priložnosti slovenskih podjetij na indijskem trgu, s pomočjo SWOT analize opozoriti na srednjeročne priložnosti in nevarnosti slovenskega gospodarstva v Indiji ter preveriti hipotezi H_1 in H_2 .

H_1 : Med potencialne poslovne priložnosti sodijo izvoz slovenskih nišnih proizvodov in znanja, uvoz polproizvodov in surovin za potrebe slovenskega in širšega evropskega trga. H_2 :

Med investicijske priložnosti sodijo neposredne naložbe slovenskih podjetij, dobaviteljev globalnim kupcem industrijskih proizvodov.

Metoda dela, uporabljena v tem delu, temelji na empirični analizi blagovne menjave med Slovenijo in Indijo, ki vključuje analizo izvozno-uvozne strukture, analizo razvoja znotraj panožne trgovine ter analizo potencialov za prihodnje gospodarsko sodelovanje ter nadalje temelji na lastnih opazovanjih, praktičnih osebnih izkušnjah in individualnih razgovorih s predstavniki slovenskih in indijskih podjetij ter institucij, pristojnih za internacionalizacijo slovenskega in indijskega gospodarstva.

Magistrsko delo je razdeljeno na štiri poglavja, ki zajemajo:

- pregled sedanjih ekonomskih odnosov med EU in Slovenijo z Indijo, iz katerih je mogoče razbrati skromno bilateralno sodelovanje med Slovenijo in Indijo ter velik neizkoriščen potencial trgovinskega in investicijskega sodelovanja,
- analizo indijskega poslovnega in investicijskega okolja, ki lahko služi kot temelj ocenjevanja industrijskega potenciala tržišča,
- kratko predstavitev poslovnih običajev in navad, kot iztočnico za soočenje z indijsko poslovno kulturo,
- obravnavo problemov in priložnosti slovenskega gospodarstva na indijskem trgu ter razmišljanje o zunanjih dejavnikih in skupinskih aktivnostih za pospeševanje internacionalizacije slovenskega gospodarstva na indijskem trgu.

1 STANJE SEDANJIH EKONOMSKIH ODNOSOV MED EU IN INDIJO TER SLOVENIJO IN INDIJO

Bilateralni in multilateralni meddržavni sporazumi predstavljajo temelj stabilnih političnih in ekonomskih odnosov med državami in se jih države poslužujejo kot enega izmed ukrepov pospeševanja gospodarskih odnosov med podpisniki sporazuma. V nadaljevanju poglavja je prikazan pregled gospodarskega sodelovanja med EU in Indijo ter pregled in analiza gospodarskega sodelovanja med Slovenijo in Indijo.

1.1 Gospodarsko sodelovanje med EU in Indijo

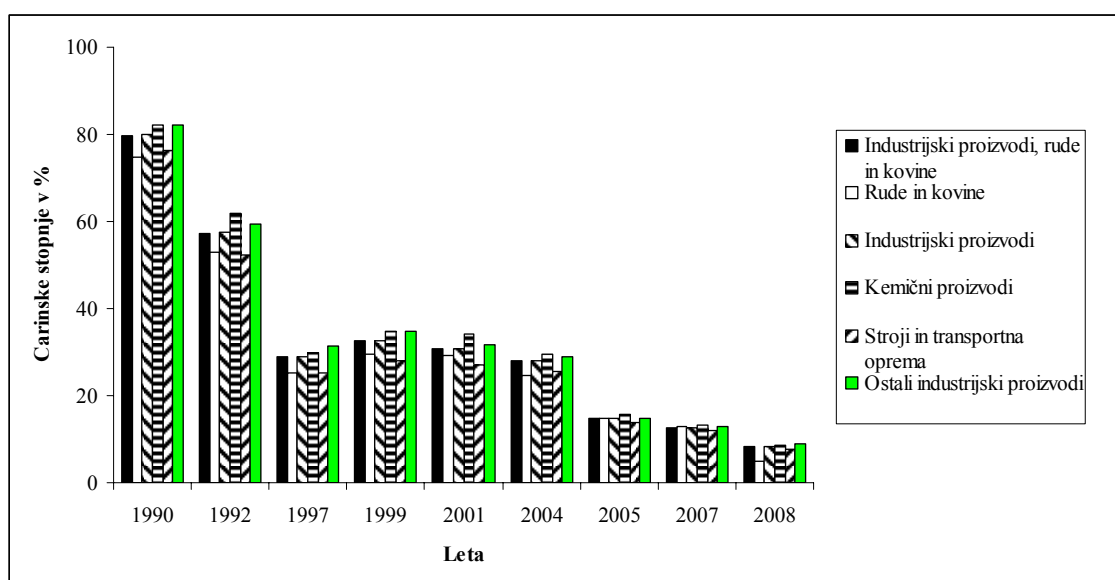
Veljavni gospodarski sporazumi med EU in Indijo obsegajo **sporazume o sladkorju** (v veljavi od 16.07.1975), **sodelovanju** (podpisan 20.12.1993), **znanosti in tehnologiji** (podpisan 23.11.2001), **carinskem sodelovanju** (podpisan 28.04.2004). EU in Indija sta novembra 2003 pričeli pogajanja o **pomorskem sporazumu**, od junija 2007 se pogajata o **prostotrgovinskem sporazumu**, ki naj bi v perspektivi omogočil intenzivnejše in obširnejše gospodarsko sodelovanje med podpisnicama sporazuma. Evropska komisija pričakuje, da bo predvideni prostotrgovinski sporazum pripravljen v skladu in s pravili WTO ter bo pokrival področje blagovne in storitvene menjave ter investicij, s poudarkom na netarifnih omejitvah,

zakonodaji o varovanju intelektualne lastnine, konkurence, javnih naročil in podobno (EC, 2007).

Po besedah nekdanjega evropskega komisarja za trgovino, Petra Mendelzona, na vrhu EU-Indija novembra 2007, bi prostotrgovinski sporazum omogočil razvoj indijskega proizvodnega sektorja zaradi novega dostopa do evropskih trgov, medtem, ko bi evropski industrijski izvoz v Indijo postal cenejši (EU, 2007).

Povprečne indijske uvozne carinske stopnje za industrijske proizvode so bile leta 1990, to je pred začetkom liberalizacije indijskega gospodarstva, 80 %, medtem ko so danes 8,3 % (UNCTAD, 2010). Trend padanja povprečnih uvoznih carin v obdobju liberalizacije indijskega gospodarstva je prikazan v Sliki 1 in Tabeli 27 v tabelarni prilogi.

Slika 1: Povprečne indijske uvozne carinske stopnje za industrijske proizvode iz tretjih držav za izbrana leta v obdobju 1990–2008



Vir: Prirejeno po UNCTAD, 2010.

Evropska komisija je za potrebe simulacije učinkov bodočega prostotrgovinskega sporazuma naročila neodvisni raziskavi, katerih povzetki so navedeni v nadaljevanju.

Generalni direktorat za trgovino pri Evropski komisiji (Decreux & Mitaritonna, 2007, str. 5) je leta 2007 opravil raziskavo vpliva uvedbe prostotrgovinskega sporazuma na gospodarstvo, v sklopu katere so simulirali dva scenarija liberalizacije trgovine:

- scenarij 1 predvideva odpravo 95 % ovir za proizvode in 10 % za storitve,
- scenarij 2 predvideva odpravo 95 % ovir za proizvode in 25 % za storitve.

Raziskava, ki simulira začetek odprave ovir leta 2007 in popolno uvedbo prostotrgovinskega sporazuma leta 2013, je pokazala velike razlike v strukturi BDP EU in Indije. S 17 % BDP-ja je kmetijski sektor je daleč bolj pomemben za Indijo, medtem, ko ima industrijski sektor v obeh državah enak pomen. Indija je bolj usmerjena v proizvodnjo tekstila, usnja in oblačil, medtem ko EU v proizvodnjo vozil. Terciarni sektor z transportom in trgovino je pomembnejši za Indijo, kot za EU (Decreux & Mitaritonna, 2007, str. 9).

Zaradi boljšega dostopa na indijski trg in pozitivnih učinkov prostotrgovinskega sporazuma, bi se blaginja v EU25 do leta 2020, po obeh scenarijih obravnavane raziskave izboljšala. Povečanje izvoza iz EU25 na indijski trg bi bilo po scenariju 1 17 mrd ameriških dolarjev, po scenariju 2 pa 18 mrd ameriških dolarjev. Velik pozitiven učinek na blaginjo Indije bi bil dosežen le v primeru zadostne stopnje liberalizacije storitev. Skupno povečanje indijskega izvoza v svet bi bilo po obeh scenarijih približno 9 mrd ameriških dolarjev, od tega 5 mrd ameriških dolarjev v EU. Delež EU na indijskem trgu bi se povečal bolj kot delež Indije na EU trgu, saj je pričakovati, da bi se trgovinske omejitve v EU zmanjšale za manjšo stopnjo, kot indijske.

ECORYS Netherland BV je maja 2009 opravil raziskavo dolgoročnega vpliva uvedbe prostotrgovinskega sporazuma na trgovinsko in investicijsko menjavo med EU in Indijo, v kateri je razvil tri scenarije liberalizacije gospodarskih odnosov (ECORYS Netherland BV, 2009, str. 58):

- scenarij 1, tako imenovani omejeni scenarij, predvideva 90 % tarifno znižanje za hrano in industrijske proizvode, 25 % tarifno znižanje za storitve ter trgovinske olajšave v višini 1 % vrednosti trgovine,
- scenarij 2, tako imenovani ambiciozni scenarij, predvideva 97 % tarifno znižanje za hrano in industrijske proizvode, 75 % tarifno znižanje za storitve ter trgovinske olajšave v višini 2 % vrednosti trgovine,
- scenarij 3, tako imenovani ambiciozni plus scenarij, predvideva 97 % tarifno znižanje za hrano in industrijske proizvode, 75 % tarifno znižanje za storitve ter trgovinske olajšave v višini 2 % vrednosti trgovine in dodatno 1 % znižanje tarif na izbrane sektorje.

Kratkoročne ocene raziskave se nanašajo na presojo takojšnjega neposrednega vpliva uvedbe prostotrgovinskega sporazuma v letu 2014, dolgoročne ocene se nanašajo na dolgoročne vplive, v katerih so zajeti tudi dinamični vplivi sporazuma na neposredne tuje investicije.

Obravnavana analiza prostotrgovinskega sporazuma med EU in Indijo ugotavlja, da ima ambiciozni plus scenarij na splošno pozitivne vplive na gospodarskem, socialnem in okoljskem področju v EU in Indiji ter vodi v splošno zmanjševanje revščine v Indiji. Indija bi kratkoročno pridobila 4,9 mrd evrov, dolgoročno pa 17,7 mrd evrov, medtem, ko bi EU kratkoročno pridobila 4,4 mrd evrov, dolgoročno pa 1,6 mrd evrov.

Prostotrgovinski sporazum bi imel največji vpliv na indijsko oblačilno, usnjarsko, kovinsko¹, informacijsko – telekomunikacijsko industrijo ter industrijo elektronske opreme. Proizvodnja tekstila naj bi se v Indiji po vseh treh scenarijih, tako kratkoročno, kot dolgoročno, povečala za 20 do 30 %, enako velja za zaposlovanje, medtem, ko naj bi se celotni izvoz povečal za 30 do 40 %. Podobne napovedi veljajo za proizvodnjo in izvoz usnja ter električnih strojev. Naraščajoče povpraševanje v tekstilni industriji, bi prineslo občutno povečanje uvoza tekstila v Indijo. Ostali industrijski sektorji, kjer bi se uvoz povečal za 30 do 50 % so motorna vozila, predelana živila, pijače, tobak, stroji in oprema. Povečan uvoz motornih vozil in delov za motorna vozila bi dolgoročno pomenil povečano proizvodnjo motornih vozil v sami Indiji.

V EU bi bil največji vpliv na konfekcijsko in usnjarsko industrijo, ki naj bi se soočili z 2 do 3 % padcem proizvodnje ter na industrijo elektronske opreme, ki bi doživela 0,5 % padec proizvodnje. Napovedano je povečanje izvoza predvsem za predelana živila, kovinske proizvode, tekstil. Kratkoročno ni pričakovati vpliva na plače v prizadetih evropskih sektorjih. Kovinska industrija naj bi se soočila z zniževanjem cen v sektorju, zaradi rasti indijske proizvodnje.

1.2 Gospodarsko sodelovanje med Slovenijo in Indijo

Slovenija je z vstopom v EU prenesla na Skupnost vse pristojnosti, vezane na trgovinsko politiko. V pristojnosti Slovenije in ostalih držav članic ostaja tudi po vstopu v EU oblikovanje ukrepov in razvojnih spodbud za povečanje mednarodne konkurenčnosti.

Pomembnejši **ratificirani bilateralni sporazumi** med Slovenijo in Indijo, ki urejajo gospodarsko sodelovanje med državama, povzeti po Registru predpisov RS (2009) so:

- Konvencija med Vlado Republike Slovenije in Vlado Republike Indije o izogibanju dvojnega obdavčevanja in preprečevanju davčnih utaj v zvezi z davki od dohodka,
- Sporazum med Republiko Slovenijo in Republiko Indijo o trgovinskem in gospodarskem sodelovanju,
- Sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Republike Indije,
- Protokol o trgovinskih, gospodarskih in plačilnih odnosih med vlado Socialistične federativne republike Jugoslavije in vlado Republike Indije, s trgovinskim sporazumom in usklajenim zapisnikom,
- Protokol med vlado Socialistične federativne republike Jugoslavije in vlado Republike Indije o ekvivalentnosti spričeval, stopenj in diplom, ki se pridobijo na srednjih šolah in univerzah ter v drugih izobraževalnih ustanovah,
- Sporazum med Zveznim izvršnim svetom Skupščine Socialistične federativne republike Jugoslavije in vlado Republike Indije o gospodarskem, industrijskem, trgovinskem, znanstvenem in tehničnem sodelovanju,

¹ Jeklo in materiali, ki ne vsebujejo železa.

- Protokol med Zveznim izvršnim svetom Skupščine Socialistične federativne republike Jugoslavije in Vlado Republike Indije o sodelovanju na področju informacijskih dejavnosti.

Državi se pogajata še o sporazumu o vzajemnem spodbujanju in zaščiti naložb, sporazumu o sodelovanju na področju industrijskih in tehnoloških raziskav in razvoja.

1.3 Analiza gospodarskega sodelovanja med Slovenijo in Indijo

V obravnavanem poglavju je prikazana celovita empirična analiza blagovne menjave med Slovenijo in Indijo, ki zajema analizo izvožno-uvozne strukture, razvoja znotraj panožne trgovine ter analizo potencialov za prihodnje gospodarsko sodelovanje med državama.

V analizi so uporabljeni primarni statistični podatki o vrednosti in količini izvoza blaga podatkovne baze Eurostat (Eurostat, 2010) in sekundarni statistični podatki podatkovne baze International Trade Centre (ITC, 2009). Primerljivi statistični podatki o storitveni menjavi niso javno dostopni, zato je v magistrskem delu prikazana le analiza blagovne menjave.

1.3.1 Trendi v blagovni menjavi

Podatki o vrednosti blagovne menjave med državama v obdobju 1999–2009 so prikazani v Tabeli 1. Proučevano obdobje enajstih let zajema pet letno obdobje pred vstopom Slovenije v EU, leto 2004, kot leto vstopa Slovenije v EU in pet letno obdobje po vstopu in služi kot časovna vrsta za analizo dinamike gospodarskega sodelovanja med državama.

Podatki kažejo, da se je **vrednost slovenske blagovne menjave z Indijo v proučevanem obdobju podeseterila**, medtem, ko se je vrednost slovenske blagovne menjave s svetom povečala 2,1 krat, kar kaže na to, da je bila stopnja rasti vrednosti blagovne menjave Slovenije z Indijo občutno višja. Vrednost slovenske blagovne menjave z Indijo se je v proučevanem obdobju, z izjemo leta 2004, z leta v leto povečevala in je z 28,5 mio evrov v letu 1999 narasla na 286,5 mio evrov v letu 2009.

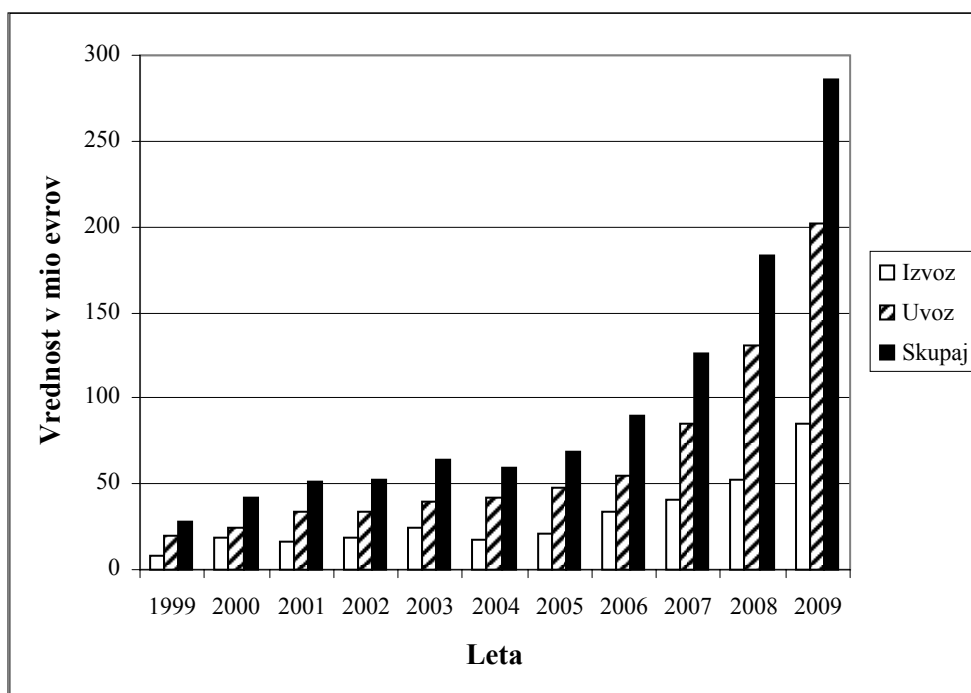
Delež blagovne menjave med Slovenijo in Indijo v celotni blagovni menjavi kaže, da je leta 1999 blagovna menjava med državama predstavljala 0,16 % slovenske blagovne menjave in se je povečala na 0,76 % v letu 2009. Ta dejstva potrjujejo **trend rasti blagovne menjave** med državama, kar je grafično prikazano v Sliki 2 in z gotovostjo lahko trdimo, da se pomen blagovne menjave med državama v slovenski blagovni menjavi pomembno krepi.

Tabela 1: Trendi v blagovni menjavi Slovenije in Indije med leti 1999 in 2009 v evrih

	SI – IN	SI - svet	SI – IN
Leto	Vrednost v evrih	Vrednost v evrih	Delež SI – IN v SI - svet
1999	28.516.936	17.510.039.463	0,0016
2000	42.473.066	20.481.769.510	0,0021
2001	50.900.741	21.691.252.276	0,0023
2002	52.758.177	22.536.081.280	0,0023
2003	63.833.366	23.523.876.695	0,0027
2004	59.509.214	27.429.767.201	0,0022
2005	69.121.995	31.817.682.563	0,0022
2006	89.711.712	37.727.606.562	0,0024
2007	126.616.390	44.991.452.124	0,0028
2008	183.635.701	48.569.596.739	0,0038
2009	286.547.916	37.878.213.350	0,0076

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Slika 2: Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih



Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

V obdobju globalne finančno gospodarske krize je statistično gledano gospodarsko sodelovanje Slovenije z Indijo eno redkih, ki je doživelo pozitivno stopnjo rasti vrednosti blagovne menjave. Indija je, po podatkih Eurostata, med državami, v katere je Slovenija v obdobju 2008–2009 izvozila več kot 13 mio evrov, s 60 % vodilna izvozna destinacija po stopnji rasti vrednosti blagovne menjave.

1.3.2 Trendi v slovenskem izvozu v Indijo

Izvoz je ključen faktor povečanja gospodarske rasti zaradi koristi ekonomije obsega, pritiska na konkurenčnost in minimizacijo stroškov (Emery, 1967, str. 407).

Izvoz je običajno edina možnost majhne države za doseg ekonomij obsega, saj lahko majhna država, na podlagi primerjalnih prednosti v določenih industrijskih in storitvenih procesih, zgradi velikoserijsko proizvodnjo le na podlagi izvozne usmerjenosti (Pavlič Damijan, 1996, str. 115).

Slovenski izvoz v Indijo je, kot je razvidno iz Tabele 2, leta 1999 znašal 8,7 mio evrov, leta 2009 85 mio evrov, kar pomeni, da se je Slovenija zadnje leto proučevanega obdobja izvozila skoraj **deset krat več kot prvo leto**, medtem, ko se je slovenski izvoz v svet v istem obdobju povečal 2,4 krat. V proučevanem obdobju je bila stopnja rasti vrednosti slovenskega izvoza v Indijo znatno višja od rasti slovenskega izvoza v svet, kar nadalje potrjuje tudi povečevanje deleža slovenskega izvoza v Indijo v celotnem slovenskem izvozu. Delež slovenskega izvoza v Indijo v celotnem slovenskem izvozu, ki je v letu 1999 znašal 0,11 %, se je leta 2009 povečal na 0,45 %. Indija se je v obravnavanem obdobju iz 44. izvozne destinacije za slovenska podjetja povzpela na 30. izvozno destinacijo.

Tabela 2: Trendi v slovenskem izvozu v Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih

	SI v IN	SI v svet	SI v IN	SI izvoz v IN
Leto	Vrednost v evrih	Vrednost v evrih	Delež v SI izvozu v svet	St. rasti v %
1999	8.696.893	8.031.597.443	0,0011	/
2000	18.219.379	9.495.207.222	0,0019	109,49
2001	16.758.231	10.346.778.565	0,0016	-8,02
2002	18.825.359	10.962.012.047	0,0017	12,34
2003	24.632.362	11.284.959.927	0,0022	30,85
2004	18.035.781	13.153.277.984	0,0014	-26,78
2005	21.194.735	15.471.197.568	0,0014	17,51
2006	34.417.541	18.501.009.287	0,0019	62,39
2007	41.432.477	21.964.058.164	0,0019	20,38
2008	52.916.574	23.349.716.949	0,0023	27,72
2009	84.953.853	18.904.965.367	0,0045	60,54

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

1.3.3 Struktura slovenskega izvoza v Indijo

Za potrebe empirične analize strukture izvoza in uvoza (v poglavju 1.3.3 in 1.3.5) so uporabljeni Eurostatovi podatki (Eurostat, 2010) o blagovni menjavi med Slovenijo in Indijo iz Standardne mednarodne trgovinske klasifikacije (SMTK) Združenih narodov na ravni treh števil, razvrščeni po dejavnostih tehnološke intenzivnosti. Skupine proizvodov na ravni treh števil so, po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti (Lall, 2000, str. 349), nadalje razdeljene v

šest podskupin² in sicer: dobrine, proizvodi iz naravnih virov, nizko tehnološki proizvodi, srednje tehnološki proizvodi, visoko tehnološki proizvodi, ostale transakcije in nerazvrščeni proizvodi. Za **metodologijo izračuna izvozne/uvozne strukture**, sem uporabila metodologijo, ki jo najpogosteje uporablja Urad za makroekonomske analize in razvoj (UMAR). Osnovni kazalec izvozne/uvozne strukture je delež sektorskega izvoza / uvoza v celotnem slovenskem izvozu/uvozu (Bojncic & Novak, 2005a, str. 6), kar prikazujeta Enačbi (1) in (2).

$$X_i \% = X_i / \Sigma_i X_i * 100 \quad (1)$$

$$U_i \% = U_i / \Sigma_i U_i * 100 \quad (2)$$

Pomen simbolov:

$X_i \% = v \%$ izražen delež izvoza i-tega sektorja v skupnem izvozu narodnega gospodarstva,

X_i = vrednost izvoza i-tega sektorja narodnega gospodarstva,

$\Sigma_i X_i$ = skupna vrednost izvoza narodnega gospodarstva,

$U_i \% = v \%$ izražen delež uvoza i-tega sektorja v skupnem uvozu narodnega gospodarstva,

U_i = vrednost uvoza i-tega sektorja narodnega gospodarstva,

$\Sigma_i U_i$ = skupna vrednost uvoza narodnega gospodarstva.

Iz strukture slovenskega izvoza v Indijo, prikazane v Tabeli 3, Tabeli 28 v tabelarni prilogi in na Sliki 3 lahko razberemo **trend rasti deleža in vrednosti izvoza v skupini visoko tehnoloških proizvodov**, ki je dosegel svoj vrhunec v zadnjem letu proučevanega obdobja, ko je skupina povečala delež za 25,3 odstotnih točk v primerjavi z letom prej in ustvarila **45 % vrednosti slovenskega izvoza v Indijo**. Skupina visoko tehnoloških proizvodov je med primerjanimi skupinami proizvodov edina, ki je po vstopu Slovenije v EU konstantno dosegala pozitivno stopnjo rasti vrednosti deleža v slovenskem izvozu v Indijo. Delež vrednosti slovenskega izvoza v Indijo v skupini proizvodov iz naravnih virov niha med 19 % v letu 2007 in 41 % v letu 2004. V skupini nizko tehnoloških proizvodov je opaziti trend padanja deleža vrednosti slovenskega izvoza v Indijo, z 41 % v letu 1999 na 15 % v letu 2009. V obravnavanem obdobju je v skupini srednje tehnoloških proizvodov viden trend rasti do leta 2005, ko je skupina dosegla svoj maksimum z 35,6 % deležem v slovenskem izvozu v Indijo, v obdobju 2006–2009 pa je moč zaznati konstanten trend padanja deleža vrednosti obravnavane skupine v slovenskem izvozu v Indijo. Ostale skupine proizvodov predstavljajo marginalen delež v vrednosti slovenskega izvoza v Indijo. Za vodilne štiri skupine proizvodov po dejavnosti tehnološke intenzivnosti v blagovni menjavi je značilno, da je v letu 1999 največ, 41 % vrednosti slovenskega izvoza v Indijo pripadlo nizko tehnološkim proizvodom,

² V posamezne skupine proizvodov sodijo: dobrine (sveže sadje, meso, riž, kakav, čaj, ...surova nafta, plin, rude in minerali, sekundarne surovine), proizvodi iz naravnih virov (predelano meso, sadje, pijače, lesni proizvodi, jedilna olja, kovinski materiali-razen jekla, proizvodi iz nafte, cement, dragulji, steklo), nizko tehnološki proizvodi (tekstilna vlakna, oblačila, obutev, usnjeni proizvodi, enostavne kovinske konstrukcije, pohištvo, nakit, igrače, plastični proizvodi, ...), srednje tehnološki proizvodi (osebna vozila in njihovi deli, komercialna vozila in motorji ter njihovi deli, sintetična vlakna, kemične spojine in barve, gnojila, plastika, železo in jeklo, cevi, motorji, stroji, industrijski stroji, črpalke, ladje, ure), visoko tehnološki proizvodi (računalniki, telekomunikacijska oprema, televizije, tranzistorji, turbine, generatorji, zdravila, vesoljski in letalski proizvodi, optični instrumenti, kamere), ostale transakcije (elektrika, kinematografski filmi, tiskovine, posebne transakcije, zlato, kovanci, hišni ljubljenci, umetnine).

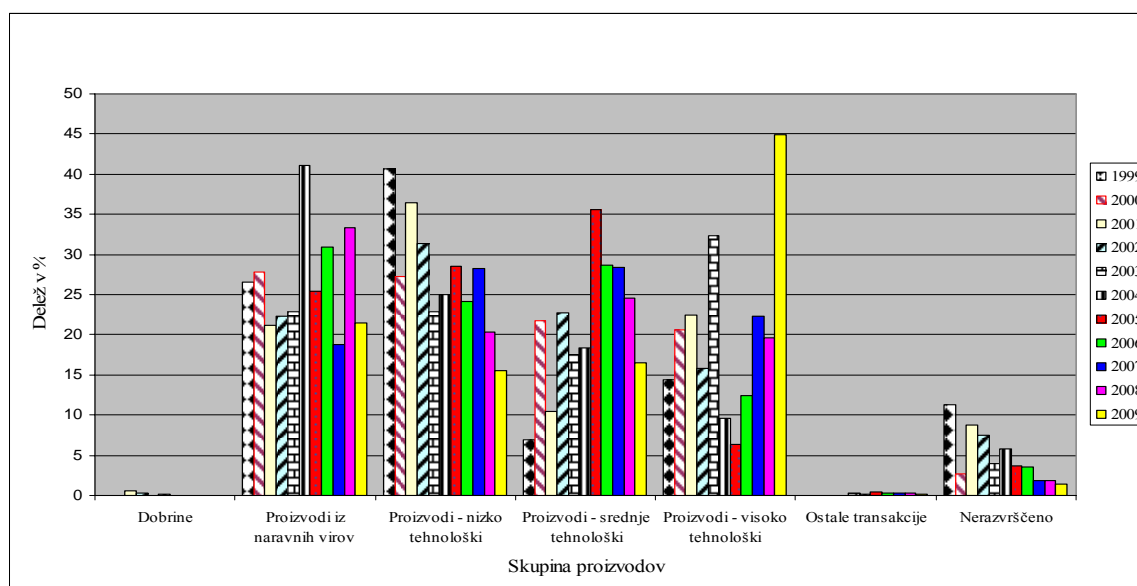
najmanj pa srednje tehnološkim proizvodom in sicer 7 %. Leta 2004 je največji, 41 % delež, pripadel proizvodom iz naravnih virov, najmanjši, 9 % visoko tehnološkim proizvodom. Leta 2009 je največji, 45 % delež pripadel visoko tehnološkim proizvodom, najmanjši, 15 % pa nizko tehnološkim proizvodom iz česar lahko vidimo trend povečevanja deleža vrednosti visoko tehnoloških proizvodov v slovenskem izvozu v Indijo.

Tabela 3: Struktura slovenskega izvoza v Indijo med leti 1999 in 2009, po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti

Leto	1999		2004		2009	
	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN
Dobrine	0	0,00	34.952	0,19	58.920	0,07
Proizvodi iz naravnih virov	2.314.100	26,61	7.407.466	41,07	18.209.808	21,43
Proizvodi - nizko tehnološki	3.543.523	40,74	4.503.428	24,97	13.157.907	15,49
Proizvodi - srednje tehnološki	597.579	6,87	3.304.960	18,32	13.993.148	16,47
Proizvodi - visoko tehnološki	1.258.525	14,47	1.728.355	9,58	38.198.376	44,96
Ostale transakcije	3	0,00	16.599	0,09	88.061	0,10
Nerazvrščeno	983.163	11,30	1.040.021	5,77	1.247.633	1,47
Skupaj	8.696.893	100,00	18.035.781	100,00	84.953.853	100,00

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Slika 3: Struktura slovenskega izvoza v Indijo, po skupinah proizvodov po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti, med leti 1999 in 2009



Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Podrobnejša struktura vrednosti in deležev slovenskega izvoza v Indijo za zadnje leto v proučevanjem obdobju, to je leto 2009, po klasifikaciji SMTK na ravni treh števil, je razvidna

iz podatkov v Tabeli 4, ki kažejo, da je največji, 30 % delež v slovenskem izvozu, pripadel skupini pogonski stroji, sledijo organsko-anorganske spojine s 13 %, ploščati, valjani proizvodi iz legiranega jekla z 9 %, medicinski in farmacevtski proizvodi z 8 % ter celuloza in papirni odpadki z 6 % ter ostalih skupin proizvodov z deležem manjšim od 6 %. Vodilnih deset skupin proizvodov v slovenskem izvozu v Indijo je ustvarilo 83 % celotnega slovenskega izvoza v Indijo, kar kaže na **majhno razpršenost skupin proizvodov v izvozu**. Med vodilnimi desetimi skupinami v izvozu je bilo 40 % srednje tehnoloških proizvodov, sledijo naravni viri z 19 % in visoko tehnološki proizvodi z 12 %.

Tabela 4: Vodilnih 10 skupin proizvodov v izvozu iz Slovenije v Indijo, v letu 2009, v evrih

SMTK	Skupina proizvodov	Vrednost v evrih	Delež v %
718	Pogonski stroji, drugi, deli	25.153.797	29,609
515	Organsko-anorganske spojine	11.058.573	13,017
675	Ploščati, valjani proizvodi iz legiranega jekla	7.770.440	9,147
541	Medicinski in farmacevtski proiz., razen zdravil	6.845.288	8,058
251	Celuloza in papirni odpadki	5.074.752	5,974
743	Črpalke in kompresorji	4.791.950	5,641
712	Turbine na vodno in drugo paro	3.507.381	4,129
676	Žica, profili iz železa ali jekla	2.275.088	2,678
582	Plošče, listi, filmi, folije iz plastičnih mas	2.031.908	2,392
724	Stroji za obdelavo usnja in tekstila	1.979.614	2,330
	Skupaj prvih 10 skupin proizvodov	70.488.791	82,973

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

1.3.4 Konkurenca na indijskem trgu in potencial slovenskega izvoza

Za pridobivanje konkurenčnih prednosti je pomembna narava domačega povpraševanja po proizvodih in storitvah. Kakovostno in zahtevno domače povpraševanje je predpogoj tudi za konkurenčne prednosti na tujih trgih (Porter, 1990, str. 71).

Za nadaljnjo analizo izvozne uspešnosti slovenskega gospodarstva na indijskem trgu, je smiselno ugotoviti, iz katerih držav Indija uvaža, izračunati potencialni obseg slovenskega izvoza ter prikazati **izvozne trende držav izvoznic v Indijo, ki predstavljajo neposredno konkurenco slovenskemu gospodarstvu**. Za analizo potencialnega obsega blagovne menjave med Slovenijo in Indijo so uporabljeni sekundarni podatki International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC, 2009), ki se pri svojih izračunih poslužuje podatkov United Nations Statistics Division UNSD, COMTRADE. Tabela 5 prikazuje vodilnih 20 držav izvoznic v Indijo, razvrščenih po vrednosti izvoza v letu 2008 ter za primerjavo slovenski izvoz. Kitajska je bila v letu 2008 z 31,6 mrd ameriških dolarjev izvoza v Indijo, vodilna izvoznica in je predstavljala 10 % vrednosti celotnega indijskega uvoza. Sledijo ZDA z 24,5 mrd ameriških dolarjev in 7,76 %, Saudska Arabija z 23 mrd ameriških dolarjev in 7,28 %, Združeni arabski Emirati z 19,4 mrd ameriških dolarjev in 6,15 %, Iran z 13,8 mrd ameriških dolarjev in 4,37 % ter Švica z 12,9 in 4,09 %. Nemčija se je kot prva izmed držav članic EU, uvrstila na 7. mesto, z 11,4 mrd ameriških dolarjev in 3,62 %. Naslednja izmed držav članic EU je Belgija

na 20. mestu z 5,3 mrd ameriških dolarjev in 1,67 %. Med deset najpomembnejših izvoznice v Indijo so se uvrstili še Kuvajt, Nigerija in Avstralija z 10,8, 10,1 in 9,6 mrd ameriških dolarjev izvoza ter 3,41 %, 3,21 %, 3,03 % deležem v indijskem uvozu. Slovenija se je uvrstila na 102. mesto z 72,7 mio ameriških dolarjev in 0,02 % deležem v indijskem uvozu.

Tabela 5: Vodilne države izvoznice v Indijo v letu 2008, razvrščene po vrednosti izvoza v ameriških dolarjev

Rang	Država	Vrednost izvoza v 000 ameriških dolarjev v letu 2008	Delež v uvozu Indije, v letu 2008, v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
1.	Kitajska	31.586.020	10,00	52	29
2.	ZDA	24.487.130	7,76	40	72
3.	Saudska Arabija	22.982.840	7,28	131	39
4.	Združeni arabski Emirati	19.419.290	6,15	51	66
5.	Iran	13.791.490	4,37	171	50
6.	Švica	12.920.220	4,09	28	21
7.	Nemčija	11.418.570	3,62	32	30
8.	Kuvajt	10.751.160	3,41	180	66
9.	Nigerija	10.124.670	3,21	359	44
10.	Avstralija	9.568.971	3,03	28	25
11.	Irak	9.505.187	3,01	1348	75
12.	Južna Koreja	8.350.677	2,65	22	54
13.	Singapur	8.304.751	2,63	38	20
14.	Japonska	7.784.411	2,47	27	33
15.	Malezija	7.461.390	2,36	39	30
16.	Indonezija	6.431.337	2,04	27	33
17.	Francija	6.404.518	2,03	39	152
18.	Velika Britanija	6.216.829	1,97	15	30
19.	Južno Afriška Republika	5.551.207	1,76	28	74
20.	Belgija	5.262.434	1,67	3	8
102.	Slovenija	72.680	0,02	35	61
	SVET	315.712.100	100,00	32	44

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Največjo, trimesčno povprečno letno stopnjo rasti vrednosti izvoza v Indijo, v obdobju 2004–2008, kot je razvidno iz Tabele 6, so dosegle Nigerija 359 %, Kuvajt 180 %, Iran 171 %, Saudska Arabija 131 %. Slovenija je v obravnavanem obdobju dosegla 35 % povprečno letno stopnjo rasti vrednosti izvoza in se med primerjanimi, po vrednosti izvoza, vodilnimi 10 svetovnimi izvoznici, uvrstila na 7. mesto ter po obravnavani stopnji rasti prehitela Nemčijo, Švico in Avstralijo. Stopnja rasti vrednosti slovenskega izvoza je bila za 3 odstotne

točke večja od svetovnega povprečja, vendar je delež Slovenije v uvozu Indije, ki je leta 2008 znašal 0,02 %, skoraj 200 krat manjši od, na primer deseto uvrščene Švice.

Tabela 6: Vodilne države izvoznice v Indijo, razvrščene po povprečni letni stopnji rasti vrednosti izvoza v Indijo v obdobju 2004–2008

Država	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Vrednost izvoza v 000 ameriških dolarjev w v letu 2008	Delež v uvozu Indije, v letu 2008, v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
Nigerija	359	10.124.670	3,21	44
Kuvajt	180	10.751.160	3,41	66
Iran	171	13.791.490	4,37	50
Saudska Arabija	131	22.982.840	7,28	39
Kitajska	52	31.586.020	10,00	29
Združeni arabski Emirati	51	19.419.290	6,15	66
ZDA	40	24.487.130	7,76	72
Slovenija	35	72.680	0,02	61
Nemčija	32	11.418.570	3,62	30
Švica	28	12.920.220	4,09	21
Avstralija	28	9.568.971	3,03	25
SVET	32	315.712.100	100,00	44

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Največjo povprečno letno stopnjo rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 so, kot je razvidno iz Tabele 6, dosegle ZDA 72 %, sledita Kuvajt in Združeni arabski Emirati s 66 %. Slovenija je z 61 % med primerjanimi državami prehitela, Iran, Nigerijo, Saudsko Arabijo, Nemčijo, Kitajsko, Avstralijo in Švico ter je za 2 odstotni točki boljša od povprečne stopnje rasti svetovnega izvoza v Indijo, kar pomeni, da se je tržni delež slovenskega gospodarstva na indijskem trgu krepil.

Sodeč po prikazanih statističnih podatkih, bi, teoretično gledano, bili **največji konkurenti slovenskemu gospodarstvu** v obdobju 2004–2008, na eni strani **visoko razvita gospodarstva sveta** ter na drugi strani **hitro rastoče gospodarstvo Kitajske** ter države izvoznice nafte, ki zadovoljujejo naraščajoče indijsko povpraševanje po tej vrsti energenta, vendar pa slovenskemu gospodarstvu ne predstavljajo neposredne konkurence.

V nadaljevanju je prikazana analiza konkurence slovenskega gospodarstva za vodilnih petih skupin proizvodov v slovenskem izvozu z največjim **okvirnim potencialom izvoza v Indijo**. Okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo, je po Enačbi (3) ITC (Trade Map, 2010) izračunana kot:

$$P SI X_{i IN} = IN M_{i Svet} - SI X_{i IN}, \quad (3)$$

kjer simboli pomenijo:

$P SI X_{i IN}$ = okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za skupino proizvodov i ,

$IN M_{i Svet}$ = vrednost indijskega uvoza iz sveta za skupino proizvodov i ,

$SI X_{i IN}$ = vrednost slovenskega izvoza za skupino proizvodov i v Indijo.

Pet skupin proizvodov v slovenskem izvozu, ki imajo vrednostno največji potencial izvoza v Indijo, kamor sodijo olja dobljena iz nafte, deli za vozila, zdravila za prodajo na drobno, deli za elektromotorje in deli za gradbeno mehanizacijo prikazuje Tabela 7.

Tabela 7: Vodilnih pet skupin proizvodov v slovenskem izvozu z največjim potencialom izvoza v Indijo

Tarifna številka	Skupina proizvodov	Potencial SI izvoza v IN v tisoč ameriških dolarjih	Vrednost na enoto proizvoda v ameriških dolarjih SI / svet	Povpr. letna rast vred. IN uvoza v obdobju 2004–2008 v %	Vodilnih 5 držav izvoznic ³
271019	Olja, dobljena iz nafte	7.753.047	/	/	SG, BS, DZ, KR, AE
870899	Deli za vozila	1.605.605	29.500 / 6.090	32	KR, JP, CZ, GE, IT
300490	Zdravila, za prodajo na drobno	503.683	/	40	CH, US, DE, IT, ZA
850300	Deli za elektromotorje	477.062	16.036 / 8.000	16	GE, CN, IT, DK, KR
843149	Deli za gradbeno mehanizacijo	446.549	/	37	US, JP, IT, CN, KR

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Iz razpoložljivih podatkov v Tabeli 7 vidimo, da se slovenski deli za vozila prodajajo po 4,8 krat višji ceni od svetovnega povprečja in deli za elektromotorje po 2 krat višji ceni. **Slovenski ponudniki nižnih proizvodov za globalno avtomobilsko industrijo nadpovprečno dobro prodajajo svoje proizvode na indijskem trgu, kar potrjuje del H₂.**

Podrobnejša analiza trendov v indijskem uvozu za obravnavanih pet skupin proizvodov, ki služi za **primerjavo Slovenije s konkurenčnimi državami**, prikazuje vrednosti izvoza posameznih držav, deleže v indijskem uvozu, vrednost na enoto proizvoda, povprečno letno stopnjo rasti indijskega uvoza v obdobjih 2004–2008 in 2007–2008, je prikazana v nadaljevanju poglavja.

Kot je razvidno iz Tabele 8, je bil Singapur v letu 2008 z 2,5 mrd ameriških dolarjev izvoza skupine proizvodov **olja dobljena iz nafte**, v Indijo, po vrednosti največji izvoznik v Indijo in je predstavljal 33,1 % celotnega indijskega uvoza obravnavane skupine proizvodov. Sledijo

³ Mednarodne oznake za poimenovanje držav - <http://www.worldatlas.com/aatlas/ctycodes.htm>.

Bahami z 797,3 mio ameriških dolarjev in 10,3 %, Alžirija z 713 mio ameriških dolarjev in 9,2 %, Južna Koreja s 671,8 mio ameriških dolarjev in 8,7 % in Združeni arabski Emirati z 475,3 mio in 6,17 %. Celotni indijski uvoz v obravnavanem obdobju za obravnavano blagovno skupino je znašal 7,8 mrd ameriških dolarjev. Podatka o slovenskem izvozu ni, tako, da znaša okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za obravnavano blagovno skupino 7,8 mrd ameriških dolarjev.

Tabela 8: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 271019 olja, dobljena iz nafte

Država	Vrednost izvoza v tisoč ameriških dolarjih v letu 2008	Delež v IN uvozu v %	Vrednost na enoto v ameriških dolarjih	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
Singapur	2.563.153	33,1	912	57
Bahami	797.357	10,3	949	1503
Alžirija	712.965	9,2	738	9
Južna Koreja	671.845	8,7	1.022	53
Združeni arabski emirati	475.308	6,1	673	15
Japonska	391.767	5,1	1.116	441
Tajvan	382.177	4,9	1.147	15
Malezija	298.683	3,9	943	136
Saudska Arabija	224.801	2,9	1.066	83
Jemen	210.962	2,7	564	44
SVET	7.753.047	100,0	902	64
Slovenija	/	/	/	/

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Kot je razvidno iz Tabele 9, je bila Južna Koreja v letu 2008 z 484,6 mio ameriških dolarjev izvoza skupine proizvodov **deli za vozila** v Indijo, po vrednosti največja izvoznica v Indijo in je predstavljala 30,2 % celotnega indijskega uvoza obravnavane skupine proizvodov. Sledijo Japonska z 379,2 mio ameriških dolarjev in 23,6 %, Češka z 176,7 mio ameriških dolarjev in 11 %, Nemčija z 99,4 mio ameriških dolarjev in 6,2 % in Italija z 96,4 mio in 6,0 %. Celotni indijski uvoz v obravnavanem obdobju za obravnavano blagovno skupino je znašal 1,6 mrd ameriških dolarjev. Slovenski izvoz je znašal 59 tisoč ameriških dolarjev, tako, da znaša okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za obravnavano blagovno skupino 1,6 mrd ameriških dolarjev. Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 je znašala 32 %. Med vodilnimi desetimi izvoznimi gospodarstvi po vrednosti izvoza za obravnavano skupino proizvodov, so gospodarstva, ki so v obdobju 2004–2008 svoj tržni delež v Indiji povečevala hitreje od svetovnega povprečja Mehika, Kitajska, Italija, Švedska, Južna Koreja in za primerjavo tudi Slovenija. Podatki za obdobje 2007–2008 kažejo letno svetovno rast izvoza 100 %, hitreje so rasla gospodarstva Mehike, Slovenije, Italije,

Japonske, Kitajske in Tajske. Med obravnavanimi državami je edina, ki je zabeležila upad tržnega deleža v obdobju 2007–2008 v primerjavi z obdobjem 2004–2008, Švedska. Pri vrednosti obravnavane skupine proizvodov na enoto, merjene v ameriških dolarjih, so med primerjanimi državami dosegale višje cene od svetovnega povprečja z naskokom Slovenija, sledijo Švedska, Mehika, Nemčija, ZDA, Italija, Češka, Japonska in Južna Koreja.

Tabela 9: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 870899 - deli za vozila

Država	Vrednost izvoza v tisoč ameriških dolarjih v letu 2008	Delež v IN uvozu v %	Vrednost na enoto v ameriških dolarjih	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
Južna Koreja	484.569	30,2	7.327	38	52
Japonska	379.150	23,6	10.273	35	276
Češka	176.673	11,0	10.519	23	52
Nemčija	99.443	6,2	13.680	19	69
Italija	96.449	6,0	10.588	67	415
Švedska	61.012	3,8	15.242	62	37
Kitajska	53.303	3,3	6.085	88	124
Tajska	46.476	2,9	481	-6	123
ZDA	33.054	2,1	12.436	11	66
Mehika	23.939	1,5	14.823	117	4846
SVET	1.605.664	100,0	6.090	32	100
Slovenija	59		29.500	37	1080

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Kot je razvidno iz Tabele 10, je bila v letu 2008 Švica z 253,2 mio ameriških dolarjev izvoza skupine proizvodov **zdravila za prodajo na drobno**, po vrednosti največja izvoznica v Indijo in je predstavljala 50,3 % celotnega uvoza obravnavane skupine proizvodov v Indijo. Sledijo ZDA s 56,3 mio ameriških dolarjev in 11,2 %, Nemčija z 42,7 mio ameriških dolarjev in 8,5 %, Italija z 29,0 mio ameriških dolarjev in 5,8 % in Južno afriška Republika s 24,8 mio in 4,9 %. Celotni indijski uvoz v obravnavanem obdobju za obravnavano blagovno skupino je znašal 503,7 mio ameriških dolarjev. Slovenski izvoz je znašal 25 tisoč ameriških dolarjev, tako, da znaša okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za obravnavano blagovno skupino 503.687 tisoč ameriških dolarjev. Povprečna letna stopnja rasti izvoza po vrednosti izvoza je v obdobju 2004–2008 znašala 40 %. Med vodilnimi desetimi izvoznimi gospodarstvi po vrednosti izvoza za obravnavano blagovno skupino, so gospodarstva, ki so v obdobju 2004–2008 svoj tržni delež v Indiji povečevala hitreje od svetovnega povprečja Južno afriška Republika, Danska, ZDA, Nemčija, Velika Britanija, Švica. S podatkom o povprečni letni stopnji rasti vrednosti slovenskega izvoza za obravnavano skupino proizvodov v obravnavanem obdobju v Indijo vir podatkov ne razpolaga. Podatki za obdobje 2007–2008 kažejo 31 % povprečno letno svetovno stopnjo rasti vrednosti izvoza obravnavane skupine

proizvodov, hitreje so rasla gospodarstva JAR, Danske, Japonske, Velike Britanije, Francije in Nemčije. Največji upad tržnega deleža v obdobju 2007–2008 v primerjavi z obdobjem 2004–2008 so zabeležila gospodarstva ZDA, Švice, Italije in Nemčije. Pri vrednosti obravnavane skupine proizvodov na enoto, merjene v ameriških dolarjih, so med primerjanimi državami dosegale višje cene od svetovnega povprečja, daleč z naskokom Južno afriška Republika, sledita le še Švica in Japonska.

Tabela 10: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 300490 - zdravila, za prodajo na drobno, pakirana

Država	Vrednost izvoza v tisoč ameriških dolarjih v letu 2008	Delež v IN uvozu v %	Vrednost na enoto v ameriških dolarjih	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
Švica	253.220	50,3	959.167	41	22
ZDA	56.268	11,2	258.110	51	28
Nemčija	42.679	8,5	213.395	47	39
Italija	29.027	5,8	175.921	37	12
Južno Afriška Republika	24.801	4,9	12.400.500	955	296
Velika Britanija	19957	4,0	186.514	46	69
Francija	15353	3,0	184.976	8	45
Belgija	11162	2,2	242.652	16	34
Danska	7951	1,6	214.892	53	83
Japonska	7219	1,4	360.950	28	72
SVET	503.685	100,0	272.704	40	31
Slovenija	2	/	/	/	/

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Kot je razvidno iz Tabele 11 je bila Nemčija v letu 2008 z 163,8 mio ameriških dolarjev izvoza skupine proizvodov **deli za elektromotorje**, po vrednosti največja izvoznica v Indijo in je predstavljala 34,3 % celotnega indijskega uvoza obravnavane skupine proizvodov. Sledijo Kitajska s 105,7 mio ameriških dolarjev in 22,2 %, Italija s 53 mio ameriških dolarjev in 11,1 %, Danska z 38,2 mio ameriških dolarjev in 8 % in Južna Koreja z 24,7 mio ameriških dolarjev in 5,2 %. Celotni indijski uvoz v obravnavanem obdobju za obravnavano blagovno skupino je znašal 477,1 mio ameriških dolarjev. Slovenski izvoz je znašal 8 tisoč ameriških dolarjev, tako, da znaša okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za obravnavano blagovno skupino 477,1 mio ameriških dolarjev. Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 je znašala 16 %. Med vodilnimi desetimi izvoznimi gospodarstvi, po vrednosti izvoza za obravnavano blagovno skupino, so gospodarstva, ki so svoj tržni delež v Indiji povečevala hitreje od svetovnega povprečja v obdobju 2004–2008 Kitajska, Italija, Južna Koreja, Avstrija, ZDA, Francija, Japonska, medtem, ko se je tržni delež Slovenije v obravnavanem obdobju v povprečju zmanjšal za 29 % v povprečju na leto. Podatki za obdobje 2007–2008 kažejo 17 % povprečno letno stopnjo rasti vrednosti

svetovnega izvoza, hitreje so rasla gospodarstva Finske, Kitajske, Francije, Avstrije, ZDA, Danske, Južne Koreje. Upad tržnega deleža v obdobju 2007–2008 v primerjavi z obdobjem 2004–2008 so zabeležile Italija, Japonska, Slovenija, Južna Koreja, Nemčija. Pri vrednosti obravnavane skupine proizvodov na enoto, merjene v ameriških dolarjih, so med primerjanimi državami dosegale boljše cene od svetovnega povprečja Francija, ZDA, Danska, Finska, Japonska, Nemčija, Avstrija, Italija, medtem, ko je Slovenija dosegala polovično vrednost svetovnega povprečja na enoto proizvoda.

Tabela 11: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 850300 - deli za elektromotorje

Država	Vrednost izvoza v tisoč ameriških dolarjih v letu 2008	Delež v IN uvozu v %	Vrednost na enoto v ameriških dolarjih	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
Nemčija	163.753	34,3	18.973	14	9
Kitajska	105.702	22,2	10.129	99	103
Italija	52.970	11,1	18.234	71	-2
Danska	38.212	8,0	22.504	-20	23
Južna Koreja	24.727	5,2	14.968	41	19
ZDA	12.109	2,5	23.790	23	23
Japonska	8.859	1,9	19.556	17	-10
Avstrija	7.567	1,6	18.278	24	25
Francija	7.539	1,6	25.907	21	27
Finska	7.328	1,5	22.006	-22	195
SVET	477.070	100,0	16.036	16	17
Slovenija	8	/	8.000	-29	-97

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

Kot je razvidno iz Tabele 12, so bile ZDA v letu 2008 z 98,3 mio ameriških dolarjev izvoza skupine proizvodov **deli za gradbeno mehanizacijo**, po vrednosti največji izvoznik v Indijo in so predstavljale 22,0 % celotnega indijskega uvoza obravnavane skupine proizvodov. Sledijo Japonska z 70,4 mio ameriških dolarjev in 15,8 %, Italija z 43 mio ameriških dolarjev in 9,6 %, Kitajska s 37,7 mio ameriških dolarjev in 8,4 % in Južna Koreja z 31,1 mio in 7,0 %. Celotni indijski uvoz v obravnavanem obdobju za obravnavano skupino proizvodov je znašal 446,5 mio ameriških dolarjev. Slovenski izvoz je znašal 2 tisoč ameriških dolarjev, tako, da znaša okvirna vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo za obravnavano blagovno skupino 446.549 tisoč ameriških dolarjev. Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza je v obdobju 2004–2008 znašala 37 %. Med vodilnimi desetimi izvoznimi gospodarstvi po vrednosti izvoza za obravnavano blagovno skupino, so gospodarstva, ki so v obdobju 2004–2008 svoj tržni delež v Indiji povečevala hitreje od svetovnega povprečja Norveška, Kitajska, Južna Koreja, Švedska, Italija in Nemčija. Podatki za obdobje 2007–2008 kažejo povprečno 25 % letno stopnjo rasti vrednosti svetovnega izvoza obravnavane skupine

blaga. Hitreje so rasla gospodarstva Norveške, Švedske, Južne Koreje, Japonske, Kitajske, Slovenije. Največji upad tržnega deleža v obdobju 2007–2008, v primerjavi z obdobjem 2004–2008, so zabeležila gospodarstva Nemčije, Singapurja, Velike Britanije, Italije. Pri vrednosti obravnavane skupine proizvodov na enoto, merjene v ameriških dolarjih, so med primerjanimi državami dosegale višje cene od svetovnega povprečja Norveška, Singapur, Švedska, Velika Britanija, ZDA, Nemčija in Japonska.

Tabela 12: Vodilnih deset držav izvoznic v Indijo v letu 2008, za skupino proizvodov tarifna številka 843149 deli za gradbeno mehanizacijo

Država	Vrednost izvoza v tisoč ameriških dolarjih v letu 2008	Delež v IN uvozu v %	Vrednost na enoto v ameriških dolarjih	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2004–2008 v %	Povprečna letna stopnja rasti vrednosti izvoza v obdobju 2007–2008 v %
ZDA	98.280	22,0	24.201	27	17
Japonska	70.445	15,8	23.349	34	48
Italija	43.028	9,6	20.857	48	10
Kitajska	37.716	8,4	10.280	82	41
Južna Koreja	31.085	7,0	21.335	61	49
Nemčija	28.784	6,4	23.421	37	-28
Velika Britanija	26.185	5,9	30.272	25	-1
Singapur	21.625	4,8	35.106	11	4
Norveška	14.614	3,3	57.992	278	1169
Švedska	13.016	2,9	32.298	58	119
SVET	446.551	100,0	22.073	37	25
Slovenija	2	/	/	/	30

Vir: Prirejeno po ITC, Trade Map, 2009.

1.3.5 Struktura slovenskega uvoza iz Indije

Slovenski uvoz iz Indije je, kot je razvidno iz Tabele 13, leta 1999 znašal 19,8 mio evrov in je bil leta 2009 201,6 mio evrov, kar pomeni, da se je v proučevanem obdobju **vrednost uvoza povečala 10,2 krat**, medtem, ko se je vrednost celotnega slovenskega uvoza iz sveta v enakem obdobju le podvojila. V proučevanem obdobju je bila rast slovenskega uvoza iz Indije znatno višja od stopnje rasti vrednosti slovenskega uvoza iz sveta, kar nadalje potrjuje tudi rast deleža slovenskega uvoza iz Indije v celotnem slovenskem uvozu. Delež slovenskega uvoza iz Indije v celotnem slovenskem uvozu, ki je v letu 1999 znašal 0,21 %, se je leta 2009 povečal na 1,06 %. Indija se je v obravnavanem obdobju iz 44. uvozne destinacije za slovenska podjetja povzpela na 30. uvozno destinacijo.

Tabela 13: Trendi v slovenskem uvozu iz Indije med leti 1999 in 2009, v evrih

	SI - IN	SI - svet	SI - IN	SI - IN
Leto	Vrednost v evrih	Vrednost v evrih	Delež v SI uvozu v svet	St. rasti v %
1999	19.820.043	9.478.442.020	0,0021	/
2000	24.253.687	10.986.562.288	0,0022	22,37
2001	34.142.510	11.344.473.711	0,0030	40,77
2002	33.932.818	11.574.069.233	0,0029	-0,61
2003	39.201.004	12.238.916.768	0,0032	15,53
2004	41.473.433	14.276.489.217	0,0029	5,80
2005	47.927.260	16.346.484.995	0,0029	15,56
2006	55.294.171	19.226.597.275	0,0029	15,37
2007	85.183.913	23.027.393.960	0,0037	54,06
2008	130.719.127	25.219.879.790	0,0052	53,46
2009	201.594.063	18.973.247.983	0,0106	54,22

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Struktura slovenskega uvoza iz Indije v obdobju 1999–2009 kaže, kot je razvidno iz Tabel 14 in 29 v tabelarni prilogi ter Slike 4, **konstantno največji delež vrednosti slovenskega uvoza skupini proizvodov iz naravnih virov, ki se giblje med 61 % in 14 %**. V obravnavani skupini je viden trend rasti deleža do leta 2005 ter nato trend padanja do leta 2008. V obravnavanem obdobju je izrazit **trend rasti vrednosti slovenskega uvoza v kategoriji srednje tehnoloških proizvodov**, ki je letu 2008 presegel **48 % slovenskega uvoza iz Indije**. Za nizko in visoko tehnološke proizvode je značilen trend padanja, za nizko tehnološke od 50 % v letu 1999 na 5 % v letu 2009, za visoko tehnološke s 23 % v letu 2001 na 3 % v letu 2009. Pri kategoriji dobrin je opazen trend zniževanja deleža s 17 % v letu 1999 na 3 % v letu 2009, pri kategoriji nerazvrščeno delež niha med 1 % in 10 %, medtem, ko ostale transakcije predstavljajo 0,1 % vrednosti slovenskega uvoza. V obdobju 2008–2009 so med pomembnimi skupinami proizvodov v uvozu vidni trendi rasti deleža vrednosti slovenskega uvoza iz Indije v kategorijah dobrin in proizvodov iz naravnih virov.

Tabela 14: Struktura slovenskega uvoza iz Indije po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti med leti 1999 in 2009

Leto	1999		2004		2009	
	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN
Dobrine	3.443.404	17,37	1.140.400	2,75	6.277.853	3,11
Proizvodi iz naravnih virov	2.731.252	13,78	22.571.442	54,42	83.650.695	41,49
Proizvodi - nizko tehnološki	9.881.346	49,86	6.594.390	15,90	9.191.053	4,56
Proizvodi - srednje tehnološki	852.700	4,30	6.817.488	16,44	77.198.828	38,29
Proizvodi - visoko tehnološki	1.655.263	8,35	3.815.305	9,20	5.146.478	2,55

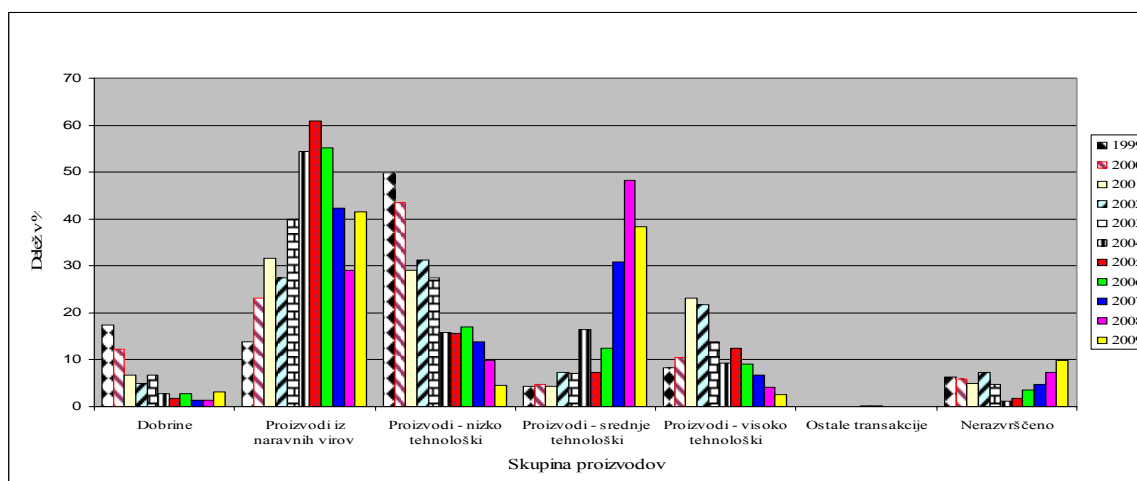
se nadaljuje

nadaljevanje

Leto	1999		2004		2009	
	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % v SI izvozu v IN
Ostale transakcije	6.323	0,03	54.072	0,13	8.391	0,00
Nerazvrščeno	1.249.755	6,31	480.336	1,16	20.120.765	9,98
Skupaj	19.820.043	100,00	41.473.433	100,00	201.594.063	100,00

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Slika 4: Struktura slovenskega uvoza iz Indije, po skupinah proizvodov po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti, med leti 1999 in 2009 v %



Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Konstantno največji delež vrednosti slovenskega uvoza v skupini proizvodov iz naravnih virov deloma potrди del H₁, glede uvoza surovin za potrebe EU trga. Trend rasti vrednosti slovenskega uvoza v kategoriji srednje tehnoloških proizvodov in 32 % delež v celotnem uvozu iz Indije v skupini osebni avtomobili v obravnavanem obdobju kaže kratkoročne⁴ strukturne premike v slovenskem uvozu iz Indije. Bolj podrobna struktura vrednosti in deležev slovenskega uvoza iz Indije v letu 2009 je razvidna iz podatkov v Tabeli 15, ki kaže, da je največji, 32 % delež vrednosti slovenskega uvoza iz Indije, po klasifikaciji SMTK na ravni treh števil, pripadel skupini osebni avtomobili z 32 %, sledijo olja, dobljena iz nafte s 23 %, organsko-anorganske spojine s 15 %, zdravila z 9 % ter grodelj iz železove zlitine s 3 %. Vodilnih deset skupin proizvodov po klasifikaciji SMTK na ravni 3 števil v slovenskem uvozu iz Indije je ustvarilo 90 % celotnega slovenskega uvoza iz Indije, kar kaže na **majhno razpršenost skupin proizvodov v uvozu**. Med vodilnimi desetimi skupinami v uvozu je bilo 40 % proizvodov iz naravnih virov, sledijo, srednje tehnološki proizvodi z 36 % in visoko tehnološki proizvodi z 10 %.

⁴ Hunday i20 za evropski trg, ki ga trenutno proizvajajo v Chennaiu v Indiji in se ga za EU trg distribuira preko Luke Koper, se bo v roku 1-2 let selil v Turčijo, kar bo, v kolikor ne bo prišlo do povečanja vrednosti obstoječih skupin proizvodov v uvozu ali uvoza novih skupin proizvodov, pomenilo zmanjšanje vrednosti slovenskega uvoza iz Indije za tretjino.

Tabela 15: Vodilnih 10 skupin proizvodov v uvozu iz Indije v letu 2009, v evrih

SMTK	Skupina proizvodov	Vrednost v evrih	Delež v %
781	Osebni avtomobili	64.173.745	31,833
334	Olja iz nafte in bitum. miner., razen surov.	47.187.635	23,407
515	Organsko-anorganske spojine	30.796.728	15,277
542	Zdravila	18.277.507	9,066
671	Grodelj in železove zlitine	5.797.206	2,876
081	Živinska krma (razen žit v zrnju)	4.780.253	2,371
514	Spojine z dušikovo funkcijo	3.146.180	1,561
742	Črpalke za tekočine	2.777.894	1,378
541	Medicinski in farmacevt. proiz., razen zdravil	2.354.699	1,168
658	Tekstilni proizvodi, gotovi, drugi	1.481.681	0,735
	Skupaj prvih 10 skupin proizvodov	180.773.528	89,672

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

1.3.6 Trgovinska bilanca

Trgovinska bilanca med Slovenijo in Indijo, prikazana v Tabeli 16 kaže, da ima Slovenija v obdobju 1999–2009 konstantno deficit v trgovini z Indijo, ki nemalokrat presega vrednosti slovenskega izvoza v posameznem letu. Zaskrbljujoče je dejstvo, da **trgovinski deficit raste z obsegom blagovne menjave** in je tako leta 1999 znašal 11,1 mio evrov, leta 2009 pa že 116,6 mio evrov.

Tabela 16: Trgovinska bilanca med Slovenijo in Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih

	SI izvoz v IN	SI uvoz iz IN	Saldo trgovinske bilance
Leto	Vrednost v evrih	Vrednost v evrih	Vrednost v evrih
1999	8.696.893	19.820.043	-11.123.150
2000	18.219.379	24.253.687	-6.034.308
2001	16.758.231	34.142.510	-17.384.279
2002	18.825.359	33.932.818	-15.107.459
2003	24.632.362	39.201.004	-14.568.642
2004	18.035.781	41.473.433	-23.437.652
2005	21.194.735	47.927.260	-26.732.525
2006	34.417.541	55.294.171	-20.876.630
2007	41.432.477	85.183.913	-43.751.436
2008	52.916.574	130.719.127	-77.802.553
2009	84.953.853	201.594.063	-116.640.210

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

1.3.7 Znotraj panožna trgovina

Znotraj panožna (horizontalna, intra) trgovina je razvita, kadar država oziroma ekonomski prostor, istočasno izvažata in uvažata proizvode, ki po statistični klasifikaciji spadajo v isto skupino (panogo). Med panožna trgovina poteka s proizvodi iz različnih panog–statističnih skupin proizvodov (Kumar, 2007, str. 155). Rast znotraj panožne trgovine med drugimi

spodbujajo dejavniki, kot na primer liberalizacija zunanje trgovine, gospodarska rast, trgovinski sporazumi. Obseg znotraj panožne trgovine je običajno največji med srednje tehnološkimi proizvodi, kamor na primer sodijo kemični proizvodi, stroji in transportna oprema, električna oprema in elektronika (OECD, 2002, str. 160).

Z analiziranjem deleža, strukture in dinamike znotraj panožne trgovine med Slovenijo in Indijo bo moč ugotoviti v katerih skupinah proizvodov se znotraj panožna trgovina med državama v zadnjem desetletju povečuje (zmanjšuje) in se posledično krepi konkurenčnost slovenskega gospodarstva ter pripraviti izhodišča za pripravo SWOT analize priložnosti in nevarnosti slovenskega gospodarstva v Indiji in dobiti empirično podlago za potrditev / zavrnitev H_1 .

Delež znotraj panožne trgovine (angl. *intra industry trade – IIT*) kaže raven integriranja gospodarstva v mednarodno menjavo. **Grubel-Lloydov indeks znotraj panožne trgovine - GLIIT_i** (Grubel & Lloyd, 1975, str. 496) kaže sestavo trgovinskih tokov (delež znotraj panožne trgovine glede na delež med panožne trgovine) v posameznem letu po posameznih dejavnostih in njihovo spreminjanje v času. Kot tak nam kaže statične spremembe strukture trgovinskih tokov (Bojnec & Novak, 2005a). **Metodologije za izračun znotraj in med panožne trgovine, s pomočjo izračunov GLIIT indeksa**, se v pričujočem delu poslužujem tudi sama. Grubel in Lloyd (1975, str. 496) sta znotraj panožno trgovino (R_i) definirala kot vrednost izvoza določene panoge, ki je sočasno pokrit z vrednostjo uvoza iste panoge, kar je razvidno iz Enačbe (4):

$$R_i = (X_i - M_i) / |X_i - M_i|, \quad (4)$$

kjer simboli pomenijo:

R_i – znotraj panožna trgovina,

X_i – vrednost izvoza panoge i v določenem časovnem obdobju,

M_i – vrednost uvoza panoge i v določenem časovnem obdobju,

$i = 1, \dots, n$; n je število panog na izbrani ravni agregacije.

Najpogosteje uporabljena enačba za merjenje IIT je Grubel-Lloyd indeks (GLLIT). Enačba (5) (Grubel & Lloyd, 1975, str. 496) za izračun za izračun GLLIT se glasi:

$$GLIIT_i = (1 - |X_i - M_i| / (X_i + M_i)) * 100, \quad (5)$$

kjer simboli pomenijo:

X_i – vrednost izvoza panoge i v določenem časovnem obdobju,

M_i – vrednost uvoza panoge i v določenem časovnem obdobju,

$i = 1, \dots, n$; n je število panog na izbrani ravni agregacije.

Znotraj panožna trgovina na agregatni ravni i je definirana kot tehtano povprečje indeksa, kjer so kot uteži uporabljeni deleži skupine proizvodov na 3 mestni ravni SMTK.

$$GLIIT_i = (1 - \sum_j / X_{ij} - M_{ij} / \sum_j (X_{ij} - M_{ij})) * 100 \quad (6)$$

Vrednost GLIIT indeksa je med 0 % in 100 %. GLIIT indeks je enak 0 %, ko je vsa trgovina proizvodne skupine i med panožnega značaja. GLIIT indeks je enak 100 %, ko je vsa trgovina znotraj proizvodne skupine i znotraj panožnega značaja.

Grubel in Lloyd ter številni drugi avtorji so mnenja, da je primerna osnova za merjenje znotraj panožne trgovine raven treh števil SMTK. Za potrebe empirične analize znotraj panožne trgovine na agregatni ravni, sem uporabila javno dostopne in mednarodno primerljive statistične baze podatkov Eurostat o blagovni menjavi med Slovenijo in Indijo, Standardne mednarodne trgovinske klasifikacije (SMTK) Združenih narodov in izračun indeksa GLIIT_i po Enačbi (6). Skupine proizvodov na ravni treh števil so, po klasifikaciji tehnološke intenzivnosti (Lall, 2000, str. 337–369), nadalje razdeljene v šest podskupin in sicer: dobrine, proizvodi iz naravnih virov, nizko tehnološki proizvodi, srednje tehnološki proizvodi, visoko tehnološki proizvodi, ostale transakcije in nerazvrščeni proizvodi.

Podatki v Tabeli 17 kažejo vrednosti indeksa GLIIT na agregatni ravni za posamezne skupine proizvodov v blagovni menjavi Slovenije z Indijo po posameznih letih. Vrednosti obravnavanega Grubel-Lloydovega indeksa IIT so grafično pokazane v Sliki 5.

Tabela 17: Grubel – Lloydovi indeksi znotraj panožne trgovine med Slovenijo in Indijo za skupine proizvodov, grupirane po tehnološki razvitosti, v obdobju 1999–2009, v %

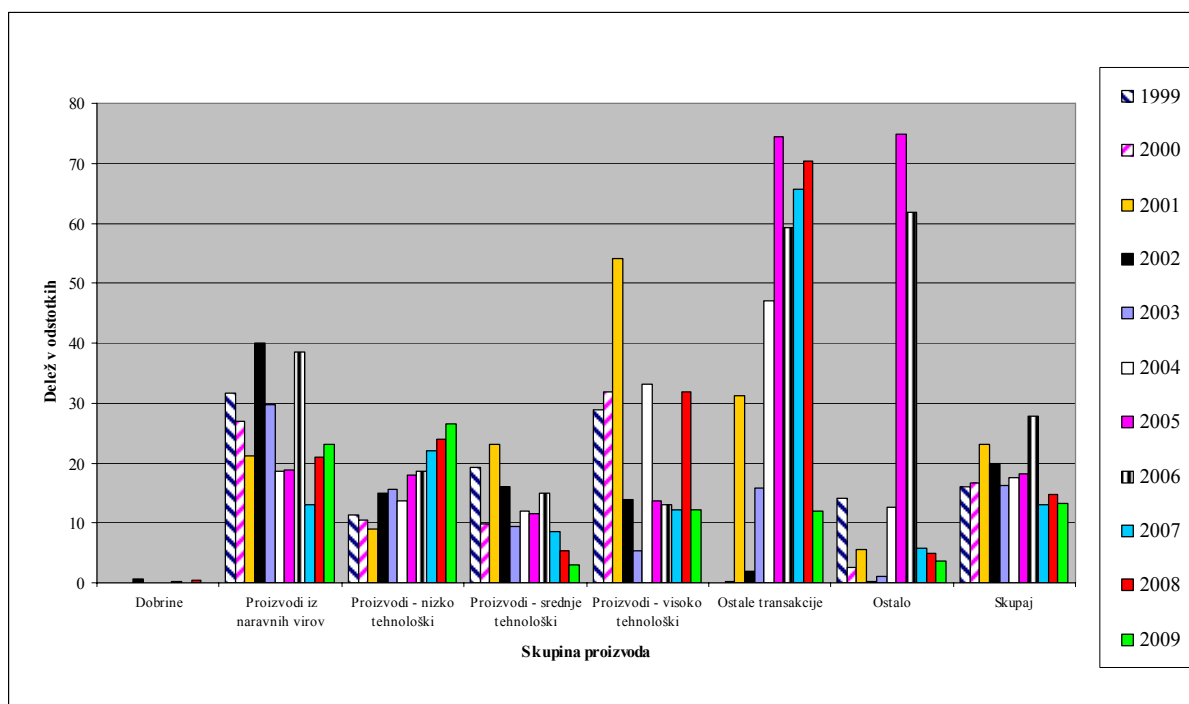
Skupina proizvodov	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Dobrine	0,000	0,000	0,000	0,707	0,000	0,000	0,000	0,170	0,000	0,455	0,000
Proizvodi iz naravnih virov	31,744	26,898	21,187	40,018	29,634	18,580	18,751	38,457	13,116	20,890	23,077
Proizvodi - nizko tehnološki	11,293	10,468	8,987	15,055	15,601	13,694	18,070	18,591	22,034	23,928	26,582
Proizvodi - srednje tehnološki	19,202	9,901	23,126	16,102	9,343	12,076	11,548	14,884	8,540	5,333	2,958
Proizvodi – visoko tehnološki	28,888	31,956	54,041	14,010	5,414	33,217	13,771	13,041	12,216	31,894	12,149
Ostale transakcije	0,095	0,299	31,188	1,893	15,830	46,975	74,463	59,217	65,665	70,400	12,000
Nerazvrščeno	14,115	2,483	5,628	0,267	0,996	12,530	74,868	61,879	5,833	4,965	3,625

Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

GLIIT indeks na agregatni ravni je izrazito skromen v celotnem proučevanem obdobju v skupini dobrine, v kateri delež ne preseže 1 %, kar praktično pomeni neintegriranost v bilateralne blagovne tokove. GLIIT indeks za proizvode iz naravnih virov v opazovanem obdobju oscilira med 13,1 % v letu 2007 in 40,0 % v letu 2002. GLIIT indeks za **skupino nizko tehnoloških proizvodov je znašal leta 2009 26,6 % in je edini, ki je v proučevanem**

obdobju kaže trend rasti, z minimalnim padcem v letih 2001 in 2004, medtem, ko so nihanja ter trendi gibanja v ostalih kategorijah precej večji. GLIIT indeks za skupino srednje tehnoloških proizvodov kaže trend zniževanja deleža znotraj panožne trgovine od 23,1 % v letu 2001 na 3,0 % v letu 2009, kar je v nasprotju s teoretičnimi pričakovanji, ko naj bi, z višjo stopnjo gospodarske razvitosti, deregulacijo gospodarstva in zunanjetrgovinsko liberalizacijo prišlo do rasti deleža znotraj panožne trgovine, ki se odraža v hkratnem izvozu in uvozu sorodnih proizvodov ter s tem v večji stopnji integriranosti v mednarodno menjavo (Bojnec & Novak, 2005b, str. 26). Zmanjševanje indeksa kaže na strukturne težave in posledično zmanjševanje konkurenčnosti proizvajalcev obravnavanih proizvodov in trend med panožne specializacije. GLIIT na agregatni ravni za skupino **visoko tehnoloških proizvodov kaže izrazita nihanja**. Vrednosti se gibljejo med 5,4 % v letu 2003 in **54 % v letu 2001**. GLIIT indeks na agregatni ravni v skupini ostale transakcije kaže, da je obseg znotraj panožne trgovine še posebno velik v obdobju prvih štirih let od vstopa Slovenije v EU, to je med leti 2004 in 2008, ko se vrednost GLIIT za izbrano skupino giblje med 47 in 70,4 %, kar pomeni, da se je blagovna menjava v obravnavani kategoriji spremenila iz med panožne v znotraj panožno specializacijo. Kategorija ostale transakcije je sicer v blagovni menjavi med državama obrobnege pomena, saj njen delež vrednosti celotne menjave med državama v proučevanem obdobju nikoli ne preseže 0,03 %. Vrednost GLIIT indeksa na agregatni ravni v skupini nerazvrščeno izrazito oscilira in je leta 2005 skokovito narasla na 74,9 %, leta 2006 padla na 61,9 % in se leta 2007 spustila na 5,8 % in je do konca proučevanega obdobja v trendu padanja.

Slika 5: Deleži znotraj panožne trgovine na agregatni ravni med Slovenijo in Indijo po posameznih skupinah proizvodov, po kriteriju tehnološke razvitosti med leti 1999–2009, v %



Vir: Prirejeno po Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Z izjemo določenih skupin proizvodov v blagovni menjavi, med državama **prevladujejo med panožni trgovinski blagovni tokovi**, saj je **GLIIT indeks, za po vrednosti v blagovni menjavi, vodilne skupine proizvodov v menjavi, pod 50 %**, kar kaže na relativno nizko stopnjo integriranosti slovenskega gospodarstva v bilateralne tokove z Indijo. **Izračunani GLIIT na agregatni ravni potrjujejo prvi del H₁, ki pravi, da so priložnosti za slovenska podjetja na indijskem trgu v izvozu nižjih proizvodov in znanja.** Kot navajata Bojnec in Novak (2005b, str. 29), običajno med panožna specializacija temelji na tržnih nišah in s na tem povezanem koriščenju ekonomije obsega. Opazne so razlike med posameznimi skupinami proizvodov in spremembe v času. Trend povečevanja deleža znotraj panožne trgovine je moč zaznati v skupini nizko tehnoloških proizvodov in proizvodov iz naravnih virov, ki predstavljata pomemben delež v vrednosti blagovne menjave med državama, medtem, ko je kategorija ostale transakcije sicer zabeležila skokovito rast v drugi tretjini proučevanega obdobja, vendar je potrebno poudariti, da je njen delež v vrednosti blagovne menjave za slovensko gospodarstvo marginalnega pomena. Glede na teoretična izhodišča, da liberalizacija zunanje trgovine spodbuja rast deleža vrednosti znotraj panožne trgovine, je moč pričakovati, da se bo z uveljavitvijo prostotrgovinskega sporazuma med EU in Indijo pričel krepiti delež znotraj panožne trgovine med Slovenijo in Indijo.

1.3.8 Investicije

Vsako podjetje si prizadeva za čim večjo konkurenčnost in prevlado nad tekmeči z zniževanjem stroškov, optimizacijo proizvodnih procesov, racionalizacijo nabavnih virov, prenosom znanj in razvojnih centrov na lokacije, ki so blizu končnim kupcem in industrijskim odjemalcem (Wild et al., 2006).

Internacionalizacija pospešuje preobrazbo nacionalnega gospodarstva, ko mu pričenjajo pojemat primerjalne prednosti zaradi naraščajočih plač. Svetličič, Rojec in Trtnik (2000, str. 2) pravijo, da rastoči stroški dela v Sloveniji narekujejo prenašanje delovno intenzivnih faz takšnih dejavnosti v tujino, če naj te dejavnosti zadržijo konkurenčnost in pridobijo čas za prestrukturiranje. Podjetjem iz majhnih držav internacionalizacija dejavnosti omogoča preseči omejitve majhnega domačega trga. Podjetje, ki hoče biti konkurenčno, mora vse bolj izkoriščati vse vire, ki so na razpolago doma in v tujini, vse prednosti, ki jih nudi svetovni trg. Gre za osvajanje novih trgov s pomočjo nižjih stroškov dela in diferenciacijo proizvodov ter nov pristop k svetovni zakladnici talentov, financ in tehnologije. K porastu pomena neposrednih investicij v tujino prispeva tudi rastoči izvoz specifičnih proizvodov, katerih potrošnja oziroma uporaba zahteva dobavljanje specifičnih storitev, ki jih lahko nudijo le proizvajalci teh proizvodov.

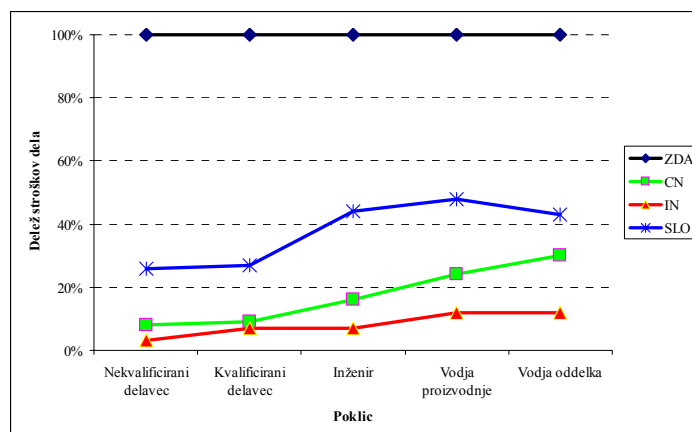
Pri neposrednih tujih investicijah se poraja več vprašanj. Ali **neposredne tuje investicije** nadomeščajo domače investicije ali jih dopolnjujejo? Če so viri financiranja pretežno domači, bo ostalo manj virov za domače investicije. Če se kapital za investicije najema na tujih trgih, neposredne investicije v tujini dopolnjujejo domače investicije. Kakšni so učniki na

zaposlenost in proizvodnjo države investitorice? Če ima država investitorica polno zaposlenost ali je blizu nje, potem neposredne investicije v tujino nedvomno prispevajo k razvoju, saj omogočajo mobilizacijo virov nad obsegom, ki ga opredeljujejo domače zmogljivosti. To ne velja, če vsi domači viri niso izkoriščeni (razen v obsegu, ko investicija v tujini pomeni tudi angažma domačih virov za izvoz vmesnih proizvodov novemu podjetju v tujini, kar je običajno). V primeru Slovenije ne tvegamo preveč z oceno, da bi neposredne investicije v tujini v povprečju na kratek rok sicer lahko zmanjšale zaposlenost domačih virov, vendar bi prišlo do kvalitativnega prirasta ali prestrukturiranja obstoječe zaposlenosti. Neposredne investicije v tujini bi pozitivno prispevale k preobrazbi gospodarske strukture, kar bi lahko odtehtalo negativne kratkoročne učinke. Zaradi prestrukturiranja bi na daljši rok dejansko ohranili del delovnih mest, ki bi jih zaradi visokih domačih stroškov dela sicer izgubili. Edini resnični in odločilni akter procesa internacionalizacije so lahko le podjetja sama. Država lahko proces omogoča, olajšuje in kot zunanji dejavnik pospešuje (Svetličič, Rojec & Trtnik, 2000, str. 17).

Največji tuji neposredni investitor v Indiji v obdobju 2000–2009, je z 39,4 mrd ameriških dolarjev, oziroma 44 % Mavricius, ki je s 3 % davkom na dobiček in transparentno zakonodajo glede umika kapitala davčna oaza v Indijskem oceanu in tako najpriljubljenejša oblika tokov neposrednih tujih investicij. Z 8 mrd ameriških dolarjev je na drugem mestu Singapur, ki največ denarja investira v telekomunikacije, storitve, električno opremo, goriva (energija in naftne rafinerije), transport. ZDA s 6,5 mrd ameriških dolarjev na tretjem mestu, največ denarja investirajo v goriva (energija in naftne rafinerije), telekomunikacije, električno opremo, predelavo hrane, storitveni sektor (Bhende Rani, 2009, str. 6).

Pri povečevanju konkurenčnosti podjetij, še posebej v delovno intenzivnih panogah, se podjetja odločajo za selitev proizvodnje na lokacije s cenejšo delavno silo. Povprečna neto plača za 15 različnih poklicev v Indiji znaša malo več kot 7 % plače v New Yorku, medtem ko je povprečje za Kitajsko 15 %, kar pomeni, da indijski strokovnjak v povprečju zasluži pol manj kot enako kvalificiran strokovnjak na Kitajskem (Höfert, 2009, str. 9).

Slika 6: Stroški dela po za izbranih pet poklicev v ZDA, Indiji, Sloveniji in na Kitajskem



Po zadnjih, javno dostopnih podatkih Banke Slovenije, kateri so slovenska podjetja dolžna sporočati podatke o neposrednih investicijah v tujini, je bilo **stanje vrednosti vseh slovenskih neposrednih investicij v Indiji konec leta 2008 3,8 mio evrov terjatev. Indijskih investicij v Sloveniji v proučevanem letu ni bilo** (BS, 2010b).

Individualizirani statistični podatki o neposrednih tujih investicijah slovenskih podjetij v tujini niso javno dostopni, zato so v nadaljevanju navedeni neuradni podatki GZS, pridobljeni iz neformalnih razgovorov s podjetji in nujno ne zajemajo investicij celotnega slovenskega gospodarstva v obravnavani državi (GZS, 2010). Slovenska podjetja, navedena po abecednem redu, ki imajo v Indiji predstavništva ali lastna podjetja so: ALDORA (podjetje, Mumbai), INFOTEHNA Novo mesto (predstavništvo, Thane), INTERTRADE ITC (predstavništvo, ki je bilo v Mumbaiu se je s stečajem slovenske matične firme Intertrade ITC osamosvojilo), ISKRA AVTOELEKTRIKA (licenčna proizvodnja, nabavna pisarna), ISKRAEMECO (skupno vlaganje, Tiruchirappalli), KRKA (predstavništvo, Bangalore), LUKA KOPER (predstavništvo, New Delhi), OLYMPIA INTERNATIONAL Ljubljana (predstavništvo, New Delhi), PETRA ŽAGE (podjetje s skupnim vlaganjem, okolica Chennaia), SPLOŠNA PLOVBA PORTOROŽ Genshipping Pacific Line – (predstavništvo, Chennai), TOMOS (podjetje s skupnim vlaganjem, licenčna proizvodnja, okolica Mumbaia). Iz individualnih **razgovorov s slovenskimi podjetji** je bilo moč zaznati trend internacionalizacije preko izhodnih investicij. Med podjetja, ki so **v fazi priprave analize smotrnosti investicije**, se uvrščajo:

- Proizvajalec sistemov za zagon motorjev, ki je globalni dobavitelj avtomobilski industriji in industriji klimatizacije, gretja in hlajenja, se odloča o morebitni selitvi dela svoje proizvodnje v Indijo ali na Kitajsko. Proučevane lokacije zajemajo večja središča avtomobilska industrije v okolici New Delhija, Mumbaia in Chennaia.
- Proizvajalec litin in odlitkov, ki na globalnem trgu nastopa kot razvojni dobavitelj najzahtevnejših proizvodov iz lahkih kovin za avtomobilsko industrijo, se odloča o morebitni selitvi dela svoje proizvodnje v posebno ekonomsko cono v New Delhiju.
- Proizvajalec proizvodov in sistemov za avtomobilsko industrijo in industrijo gretja, hlajenja in klimatizacije se odloča o selitvi proizvodnje lamel na indijski trg. Morebitna selitev proizvodnje na obravnavani trg bo sledila realizaciji selitve proizvodnje na kitajski trg.
- Globalni proizvajalec zaganjalnikov, generatorjev, električnih pogonskih sistemov, se pogaja o ustanovitvi mešanega podjetja.
- Eden največjih slovenskih neto izvoznikov proučuje možnosti za odprtje prodajnega salona v Mumbaiu.

Raziskava GZS (2008) med podjetji vpisanimi v bazo ponudb in povpraševanj za indijski trg, glede obstoječih in načrtovanih aktivnosti slovenskih podjetij na indijskem trgu, opravljena v letu 2008 in raziskava Združenja Manager (Kraševc, Rožič & Arh, 1996, str. 20) z leta 1996, glede internacionalizacije slovenskega gospodarstva opravljena v letu 1996 sta pokazali, da

indijski trg ne predstavlja enega od ključnih trgov za slovenska podjetja. Posli, ki so nastali do sedaj so na ravni enostavnih oblik sodelovanja. Povzetki raziskav so navedeni v prilogi 3.

V individualnih **razgovorih z indijskimi podjetji** (Kumar, 2009, str. 11), so bile izražene pobude za oblikovanje skupnih naložb v:

- proizvodnjo prehrambnih proizvodov,
- slovenske železarne (v času privatizacije),
- odkup strojev, tehnične dokumentacije, uveljavljenih blagovnih znamk slovenskih tekstilnih podjetij,
- prevzemanje del po zunanjih partnerjih: informacijska tehnologija in razvoj programske opreme, vnos podatkov v podatkovne baze, aktivnosti zalednih služb (računovodstvo, kadrovanje, ...), zdravstveni nasveti in druga mnenja.

Nova teorija internacionalizacije, tako imenovana teorija kvantnih skokov, predstavlja preskok posameznih stopenj v procesu internacionalizacije predvsem malih in srednje velikih podjetij, ki posedujejo specifična konkurenčne prednosti v tehnologijah, proizvodih, storitvah, ljudeh, ... in imajo internacionalizacijo kot njihovo temeljno strategijo rasti. Ta podjetja že v izhodišču nastopajo na številnih mednarodnih trgih, črpajoč svoje konkurenčne prednosti iz virov podjetja in so že na začetku svojega delovanja multinacionalna in globalna (Makovec Brenčič, et al, 2009, str. 25).

Skromen obseg neposrednih slovenskih investicij v Indiji in odsotnost indijskih investicij v Sloveniji je posledica omejenega poznavanja investicijskega in poslovnega okolja, omejene razpoložljivosti finančnih sredstev in počasnega oblikovanja in implementacije podjetniških strategij vstopa na indijski trg. Na eni strani imajo, po teoriji kvantnih skokov, **velik potencial investiranja na indijskem trgu slovenski ponudniki nižnih proizvodov in storitev z jasno oblikovano strategijo internacionalizacije, na drugi strani pa obstaja velik potencial slovenske dobavitelje globalnim kupcem industrijskih proizvodov, kot je na primer avtomobilska industrija, kar potrjuje H₂.**

Czinkota (2004, str. 9) deli tako imenovane vzvode sprememb v podjetju na notranje in zunanje. Med notranje sodijo navdahnjen menedžment, nova menedžerska ekipa, pomembnejši interni dogodek, med zunanje pa sodijo povpraševanje, ostala podjetja, domači distributerji, banke, gospodarske zbornice, vladne aktivnosti, izvozni posredniki. V slovenskem prostoru je zaznati predvsem odsotnost notranjih vzvodov sprememb ter usklajeno in aktivnejše delovanje zunanjih vzvodov sprememb slovenskih institucij

1.3.9 Institucionalna podpora pri internacionalizaciji slovenskih podjetij

Državni zbor RS je leta 2004 sprejel **Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij** (Uradni list RS št. 107/2006 – v nadaljevanju: ZSTNIIP). ZSTNIIP definira spodbujanje internacionalizacije podjetij kot dejavnosti in ukrepe, ki prispevajo k večji konkurenčnosti v mednarodni menjavi rezidentov, kot so na primer:

spodbujanje izvoza, spodbujanje racionalizacije nabavnih virov in spodbujanje izhodnih tujih neposrednih investicij.

Vladni program za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2005–2009 (Vlada RS, 2005, str. 3) določa, da je za izvajanje dejavnosti spodbujanja internacionalizacije zadolžena Javna agencija za promocijo podjetništva in tujih investicij - JAPTI, ki lahko preko javnih razpisov k sodelovanju povabi tudi druge vladne in nevladne institucije, ki izvajajo aktivnosti povezane z internacionalizacijo slovenskega gospodarstva.

Vlada Republike Slovenije je dala 9. oktobra 2008 predhodno soglasje k odprtju Predstavništva slovenskega gospodarstva v Mumbaiu, katerega dejavnosti zajemajo iskanje primernih poslovnih partnerjev, pomoč pri ustanavljanju podjetij ali podružnic, spremljanje dogajanja na trgu in posredovanje informacij o poslovnih priložnostih, informacije o pogojih poslovanja v državi, poznavanje pravnega okvirja za delovanje poslovnega subjekta na trgu, povezovanje z državnimi ustanovami v tujini. Postopek za odprtje predstavništva slovenskega gospodarstva je bil v skladu s sklepom 17. redne seje Sveta JAPTI 6. januarja 2009 ustavljen (Ministrstvo za gospodarstvo, 2009a).

Internacionalizacijo slovenskih podjetij trenutno podpirajo in spodbujajo številne vladne in nevladne institucije kot na primer Ministrstvo za gospodarstvo, Ministrstvo za zunanje zadeve, JAPTI, SID banka, Gospodarska zbornica Slovenije ter Obrtna zbornica Slovenije. Storitve spodbujanja internacionalizacije slovenskega gospodarstva so razdrobljene na veliko število akterjev, hkrati pa pristojnosti posameznih izvajalcev niso jasno razmejene. V nadaljevanju so predstavljene aktivnosti institucij, ki se ukvarjajo s spodbujanjem internacionalizacije slovenskega gospodarstva na indijskem trgu.

1.3.9.1 Ministrstvo za zunanje zadeve

Indijsko priznanje Slovenije se je zgodilo 11. maja 1992, 18. maja 1992 so bili vzpostavljeni diplomatski odnosi med državama. Obe državi imata rezidenčni veleposlaništvi z veleposlanikom na čelu. Med trge z visoko prioriteto, kamor sodijo hitro rastoči trgi, je v letu 2010 MZZ uvrstilo Indijo, skupaj s Kitajsko, Brazilijo, Zalivskimi in arabskimi državami.

Zadnji pomembnejši obiski na državni ravni (Ministrstvo za zunanje zadeve, 2010):

- uradni obisk slovenskega ministra za zunanje zadeve v New Delhiju februarja 2002 ob priložnosti uradnega odprtja veleposlaništva Slovenije v New Delhiju,
- udeležba slovenskega predsednika države na mednarodni konferenci posvečeni 100 obletnici Gandijevega gibanja za miroljuben odpor in obrobno srečanje z indijskim predsednikom vlade, predsednico Kongresne stranke in ministrom za zunanje zadeve,
- uradno srečanje zunanjih ministrov obeh držav v Ljubljani ob robu zasedanja ministrske trojke EU in Indije,

- obisk delegacije Skupine prijateljstva z Indijo Državnega zbora Republike Slovenije v Indiji novembra 2009.

V začetku leta 2011 je načrtovana izvedba obiska slovenskega predsednika vlade z delegacijo gospodarstvenikov v Indiji.

1.3.9.2 Ministrstvo za gospodarstvo

Na podlagi sporazumov o gospodarskem sodelovanju med državama so bile ustanovljene **mešane trgovinsko gospodarske komisije**, ki jih koordinirata indijsko Ministrstvo za trgovino in industrijo in slovensko Ministrstvo za gospodarstvo (MG). Namen komisij je predvsem izmenjava informacij o gospodarskih razmerah v obravnavani državi, identifikacija področij zanimivih za medsebojno gospodarsko in trgovinsko sodelovanje, priprava predlogov za nadaljnjo krepitev gospodarskega in trgovinskega sodelovanja, opozarjanje na ovire, ki omejujejo razvoj gospodarskega sodelovanja in oblikovanje predlogov ukrepov za njihovo rešitev. Sestanki komisije se organizirajo enkrat letno, oziroma po potrebi, izmenično v Ljubljani in New Delhiju.

Do sedaj je bilo izvedenih sedem zasedanj komisij, zadnje konec septembra 2009 v Ljubljani. Med potencialno zanimiva področja za krepitev gospodarskega sodelovanja, so člani zasedanja uvrstili železnice, kovinsko industrijo, zdravstvo in medicino, pomorski promet, avtomobilsko, tekstilno in prehransko industrijo, kmetijstvo, elektro industrijo, informacijsko tehnologijo, okolje varstvo ter znanost in tehnologijo. Člani komisije so ugotovili, da je za poglobitev gospodarskega in trgovinskega sodelovanja potrebno spodbujati podjetja k udeležbi na poslovnih konferencah in izobraževalnih seminarjih v obeh državah ter spodbujati medsebojno izmenjavo informacij o aktualnih investicijskih projektih. Z namenom povečanja investicijske aktivnosti in vzpostavitve neposrednih stikov med poslovneži obeh držav, je slovenska stran predlagala podpis memoranduma o sodelovanju med JAPTI in indijsko organizacijo za promocijo trgovine (ITPO). Na področju turizma se je slovenska stran zavzela za vzpostavitev in razvoj med institucionalnega sodelovanja ter indijske organizatorje potovanja povabila k udeležbi na dogodku »Slovenian Incoming Workshop«, ki bo potekal v Ljubljani junija 2010. Indijska stran pa je predlagala, da bi lahko, glede na naravne lepote Slovenije in prakso drugih držav, npr. Švice, v Sloveniji posneli kakšen bollywoodski film, kar bi pripomoglo k promociji Slovenije kot turistične destinacije. STO v sodelovanju s hrvaško turistično organizacijo je jeseni 2010 predvideno skupinska promocija slovenskega in hrvaškega turizma v New Delhiju in Mumbaiu. Za pristaniško sodelovanje sta obe strani izrazili interes za sodelovanje med Luko Koper in indijskimi pristanišči, zlasti na področju logistike in prevoza, pri vzpostavitvi logističnih vozlišč in na področju železnic, kjer je indijska stran pokazala veliko zanimanje tako pri svetovanju, kot pri posodobitvi oziroma izgradnji železniškega omrežja v Sloveniji. Slovenska transportno logistična podjetja, v sodelovanju z GZS pripravljajo promocijo Slovenije, kot logistične platforme za Centralno in Jugovzhodno Evropo jeseni 2010 v Chennaiu in Mumbaiu. SID banka se dogovarja za

sodelovanje z indijsko izvozno-uvozno banko ter pripravlja podpis sporazuma, za servisiranje potreb slovenskih podjetij pri poslovanju z Indijo. Na področju znanosti in tehnologije je v pripravi program sodelovanja, ki bo zajemal področja zdravstva in biomedicinske znanosti, metalurgije in sodobnih materialov, kemije polimerov, matematike, elektronike, obnovljivih virov energije in živilske tehnologije. Dogovorjeno je bilo tudi sodelovanje na področju standardizacije z inštitutoma za standardizacijo obeh držav (Ministrstvo za gospodarstvo, 2009b).

1.3.9.3 Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo

Sodelovanje med ministrstvi na visokošolskem, znanstvenem in tehnološkem področju med Slovenijo in Indijo temelji na memorandumu o soglasju o sodelovanju med Ministrstvom za znanost in tehnologijo Slovenije in Indije, podpisanim decembra 1993, medvladnem sporazumu o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju, podpisanim januarja 1995, medvladnem sporazumu o sodelovanju v kulturi, umetnosti, športu in pri javnih občilih, podpisanim decembra 1996. Sodelovanje med državama poteka še preko članstva Slovenije v mednarodnih centrih ICPE in ICGEB (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, 2009).

Sodelovanje na področju visokega šolstva. Indijski svet za kulturne odnose (ICCR) je, začevši s študijskim letom 2006/07, odobril dve štipendiji slovenskim študentom v Indiji. Ena štipendija iz Splošnega programa štipendij za dodiplomski ali podiplomski študij na indijskih univerzah ter ena štipendija ICCR za študij indijskega plesa, glasbe in umetnosti (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, 2009).

Dvostransko sodelovanje na področju znanosti in tehnologije. Prednostna področja sodelovanja zajemajo področja biotehnologije in molekularne biologije, genetskega inženiringa in imunologije, elektronike, optoelektronike, kibernetike, umetne inteligence. Februarja 1997 je Slovenijo obiskal indijski minister za znanost in tehnologijo, kar je bil prvi obisk kateregakoli indijskega ministra v samostojni Sloveniji in je obiskal izbrane slovenske raziskovalne institucije, srečal pa se je tudi s slovenskimi gospodarstveniki. V času obiska je potekal tudi prvi sestanek slovensko-indijske delovne skupine za znanstveno in tehnološko sodelovanje, v kateri nastopata kot koordinatorja obe ministrstvi, pristojni za znanost. V času obiska je bil podpisan medvladni program sodelovanja v znanosti in tehnologiji, ki opredeljuje prednostna področja, kamor sodita biotehnologija in elektronika ter način sodelovanja in financiranja aktivnosti. Decembra 1998 je v Ahmadabadu, v indijski državi Gujarat, potekala predstavitev slovenskih znanstvenih in tehnoloških dosežkov na mednarodnem forumu za prenos tehnologije in investiranje z naslovom »INTECMART '98«, v organizaciji tedanjega Ministrstva RS za znanost in tehnologijo (MZT) in GZS.

Na podlagi javnega razpisa za zbiranje predlogov za sodelovanje za obdobje 1998–1999 je ministrstvo prejelo devet predlogov slovenskih znanstveno raziskovalnih institucij z

naslednjih področij: matematika, medicinska biotehnologija in molekularna biologija, biokemija, biotehnologija v kmetijstvu, strojništvo. Do realizacije programa sodelovanja, dogovorjenega na 1. sestanku slovensko-indijske delovne skupine za znanstveno tehnološko sodelovanje februarja 1997 ni prišlo zaradi problematike izdajanja vizumov indijskim državljanom.

Na 2. zasedanju Slovensko-indijskega skupnega odbora za znanstveno in tehnološko sodelovanje septembra 2004 so bili v sofinanciranje v okviru javnega razpisa za znanstveno in tehnološko sodelovanje za obdobje 2004–2005 sprejeti trije skupni raziskovalni projekti, od tega dva s področja biokemije ter eden s področja fizike.

Ministrstvu sta septembra 2006 podpisali dokument o sofinanciranju 11 skupnih raziskovalnih projektov, od tega 5 s področja naravoslovno matematičnih ved, 3 tehniških, 2 biotehniških in 1 s področja multi in interdisciplinarnega raziskovanja.

Avgusta 2008 se je 11 skupnih raziskovalnih projektov zaključilo. Novi razpis za skupne raziskovalne projekte na naslednjih skupno dogovorjenih področjih: zdravje in biomedicinske znanosti, metalurgija in novi materiali, kemija polimerov, matematika, elektronika, obnovljivi viri energije, vključno s sončno energijo, živilska tehnologija, je bil zaključen maja 2009. Na razpis je v Sloveniji prispelo 18 prijav. Zasedanje meddržavne komisije za znanstveno in tehnološko sodelovanje, ki bo sprejela program sodelovanja za obdobje 2010–2012, bo predvidoma leta 2010 v Ljubljani (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, 2009).

1.3.9.4 Večstransko sodelovanje

Članstvo ministrstva v **mednarodnem centru za promocijo podjetij** (angl. *International Centre for Promotion of Enterprises - ICPE*) omogoča večstransko sodelovanje med državama. ICPE v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto Univerze v Ljubljani (EFUL) vsako leto organizira mednarodni podiplomski program poslovnega upravljanja (angl. *The Executive MBA Programme*), ki je namenjen vodilnim kadrom državam članicam centra (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, 2009). V skupni izjavi Evropske komisije na zadnjem, desetem zasedanju vrha EU - Indija, ki je bilo 6. novembra 2009v New Delhiju, je med tridesetimi sklepi omenjeno delovanje ICPE-ja, kot institucije, delujoče v okviru Združenih narodov, ki skrbi za promocijo sodelovanja in svetovanje na področju razvoja podjetništva, malih in srednjih podjetij, vodenja in obvladovanja družb, trgovine in na znanju temelječe družbe (EC, b.l.).

Slovenija je tudi država članica **Mednarodnega centra za genetski inženiring in biotehnologijo** (angl. *International Centre for Genetic Engineering and Biotechnology - ICGEB*), ki je mednarodna medvladna organizacija s sedežem v Trstu. V Sloveniji imamo pridruženi center ICGEB, **Inštitut za molekularno biologijo in biotehnologijo pri**

Kemijskem inštitutu, ki združuje slovenske raziskovalne in izobraževalne potenciale za področje biotehnologije. Slovenski pridruženi center uspešno deluje, povprečno uresničuje po tri raziskovalne projekte v sodelovanju z ICGEB, od leta 2003 pa ima Slovenija tudi mesto v Znanstvenem svetu ICGEB, ki opredeljuje delovni program centra. Slovenski kandidati vsako leto prejmejo tudi nekaj ICGEB štipendij za doktorski študij v laboratorijih ICGEB (Trst, New Delhi) ali za raziskovalno delo na projektih.

1.3.9.5 Gospodarska zbornica Slovenije

V okviru GZS deluje **Odbor za mednarodno konkurenčnost in sodelovanje (OMKS)**, ki ga sestavlja 24 članov uglednih predstavnikov gospodarstva, vlade, parlamenta in stroke in si je v začetku delovanja, to je še pred vstopom Slovenije v EU, zadal naslednje cilje (Gospodarska zbornica Slovenije, 2009b):

- oblikovanje stališč o mednarodnih ekonomskih odnosih, ki naj jih GZS, kot zastopnik slovenskega gospodarstva podpira in pomaga uresničevati,
- vključevanje gospodarstva v skupni notranji trg EU,
- vključevanje GZS v izobraževalne programe in prenos znanja ter izkušenj, ki jih ima Slovenija, v gospodarstva JV Evrope in aktivna vloga pri uporabi sredstev, namenjenih razvojni pomoči,
- spremljanje aktivnosti OECD in WTO ter vključevanje slovenskega gospodarstva v njune aktivnosti,
- podpora podjetjem pri internacionalizaciji poslovanja.

Pomembnejši *mednarodni poslovni dogodki* v organizaciji GZS (Gospodarska zbornica Slovenije, 2009a) obsegajo različne vrste izobraževanj za slovenska podjetja in organizacijo poslovnih srečanj ob obiskih slovenskih delegacij v Indiji in indijskih delegacij v Sloveniji.

V času obiska indijske vladno gospodarske delegacije v Ljubljani maja 1998, je GZS organizirala tretje zasedanje slovensko – indijskega poslovnega sveta ter individualna poslovna srečanja za podjetja, ki se jih je udeležilo 39 slovenskih in 11 indijskih podjetij. Septembra 2003 je GZS gostila in koordinirala program dvotedenskega obiska strokovnjaka Indian Merchants' Chamber v Sloveniji, v sklopu katerega je strokovnjak obiskal izbrana vodilna slovenska podjetja in institucije, ki so aktivna v mednarodnem poslovanju. Povratni obisk slovenskega strokovnjaka v Indiji je bil izveden marca 2004. GZS je marca 2004 pripravila skupinski sejmski nastop treh slovenskih podjetij na specializiranem sejmu orodjarstva Die Mould 2004 v Mumbaiu. Novembra 2005 je organizirala obisk slovenske vladno gospodarske delegacije v Mumbaiu in New Delhiju, v sklopu katerega sta potekali dve poslovni konferenci ter zasedanje slovensko – indijskega poslovnega sveta. Novembra 2005 je GZS pripravila seminar na temo »Kako poslovati z Indijo v trendih globalizacije«, junija 2006 seminar na temo »Kako poslovati z Indijo«, septembra 2009 okroglo mizo na temo »Indija – dežela poslovnih priložnosti. Decembra 2009 je GZS organizirala obisk slovenske vladno gospodarske delegacije v New Delhiju, Chennaiu in Mumbaiu.

Organizacija zgoraj navedenih mednarodnih poslovnih dogodkov povezanih z Indijo, je v zadnjem desetletju večinoma sledila potrebam slovenskih podjetij, ki so bile, po besedah predstavnikov GZS, na skromnem nivoju, saj je glavna podjetij večino svoje prodaje še vedno uspešno realizirala na trgih EU in Zahodnega Balkana, istočasno pa država ni namenjala posebne pozornosti in finančnih sredstev promociji slovenskega gospodarstva v Indiji. Z letom 2009 je GZS začela poskusno proaktivno iskati in izpostavljati potencialne priložnosti za slovensko gospodarstvo v Indiji preko izobraževanj podjetij, izdaje posebne priloge o Indiji v reviji Glas gospodarstva, obiska slovenske delegacije v Indiji. Pri organizaciji tega obiska je GZS naletela na nekooperativnost najvišjih nivojev slovenskega ministrstva za gospodarstvo, kar je posredno povzročilo tudi skromen odziv slovenskih podjetij za udeležbo v delegaciji in neustrezen odziv indijskih partnerskih institucij, ki so skrbela za organizacijo indijsko slovenskih poslovnih forumov in individualnih poslovnih srečanj. Po trenutno razpoložljivih informacijah, obstaja velik interes slovenske vlade za realizacijo že več let odprtega vabila za obisk slovenskega predsednika vlade v Indiji v začetku leta 2011, kar bo GZS izkoristila za organizacijo obiska slovenskih gospodarstvenikov v Indiji.

Iz opisa promocijskih aktivnosti institucij, ki podpirajo in spodbujajo internacionalizacijo slovenskega gospodarstva v poglavjih 1.3.9.1 – 1.3.9.5 lahko vidimo, da se promocijske aktivnosti večinoma izvajajo projektno, na kratek rok, nenačrtno in med seboj niso usklajene. Aktivnosti nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva so razpršene med zakonsko določen JAPTI in številne podizvajalce, ki z JAPTijem sodelujejo preko javnih razpisov in hkrati neodvisno izvajajo lastne aktivnosti promocije internacionalizacije slovenskega gospodarstva. Ad hoc institucionalnim aktivnostim tako zaenkrat ni mogoče pripisati rasti vrednosti in spremenjene strukture blagovne menjave med državama, ki je konkretna posledica individualnih podjetniških aktivnosti. Za dosego večjega obsega blagovne menjave bi bilo potrebno oblikovati in implementirati strategijo nastopa slovenskega gospodarstva na indijskem trgu, s katero bi, kot se je izkazalo na primeru Kitajske, dosegli usklajen, srednjeročno načrtovan in s konkretnimi cilji opredeljen nastop vseh nacionalnih deležnikov v promociji slovenskega gospodarstva na indijskem trgu.

Preveč parcialne promocijske aktivnosti nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva (vladni organi, GZS, ...) je, kot pravi Kumar (2003), mogoče preseči z oblikovanjem tako imenovanega **trgovinskega središča**, ki bi prispeval k večji poslovni in tržni globalizaciji vse manjših slovenskih podjetij in k globalizaciji slovenskega trga. Predlagani način bi zagotovil tako vsebinsko usklajevanje gospodarsko promocijskih aktivnosti države, kot tudi podjetniško in tržno globalizacijo slovenskega ekonomskega prostora in ekonomskih subjektov.

Slovenska podjetja se trenutno poslužujejo predvsem neposredne **institucionalne podpore** GZS ter JAPTI. **GZS** podjetjem posreduje kontakte odločevalcev v preverjenih indijskih

podjetij, nudi storitve individualnega svetovanja, organizacije individualnih poslovnih srečanj v Sloveniji in Indiji, obiske slovenskih vladno-gospodarskih delegaciji v Indiji, srečanja z uglednimi tujimi poslovneži (indijskimi), vpis v borzo ponudb in povpraševanj za indijski trg. **JAPTI** nudi osnovne informacije o poslovanju preko svojega portala www.izvoznookno.si ter osnovne storitve svetovanja o poslovnem okolju. V prihodnje bi veljalo izkoristiti obstoječo mrežo kontaktov uglednih indijskih udeležencev MBA programa **ICPE**, v okviru katerega se v Sloveniji šolajo visoki indijski uradniki in vodstveni kadri indijskih podjetij, kot na primer Indian Oil Corporation, National Finance Institute in nadalje možnost vzpostavitve poslovnih kontaktov in izmenjave dobrih praks preko magistrskega študija na **Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani** v sodelovanju z Institute of Public Enterprise, Osmania University Campus, Hyderabad, Indija.

1.4 Sodelovanje EU - Indija in priložnosti za Slovenijo

Komisija evropskih skupnosti se v dokumentu *Strateško partnerstvo EU – Indija (2004)* med drugim zavzema za sodelovanje pri trajnostnem razvoju, zaščiti okolja in podnebnim spremembam, izboljšanju gospodarskega sodelovanja ter za sodelovanje v evropskem globalnem satelitskem navigacijskem sistemu Galileo. Če naj se potencial indijskega trga realizira, mora Indija nadaljevati in pohitriti ekonomske reforme ter ukrepati tako v zvezi z visokimi in diskriminatornimi tarifami/davki, številnimi netarifnimi ovirami, omejitvami tujih neposrednih naložb (FDI) in pomanjkanjem zaščite pravic intelektualne, industrijske in poslovne lastnine (IPR), kot tudi z večjimi izboljšavami v infrastrukturi.

Evropska komisija je v pomoč EU podjetjem pri prodoru in poslovanju na indijskem trgu ustanovila in sofinancirala ustanovitev in delovanje **Evropskega poslovnega in tehnološkega centra v Indiji** (angl. *European Business and Technology Centre in India - EBTC*), s primarnim namenom okrepitve trajnejših poslovnih vezi med EU in Indijo in spodbuditev poslovno usmerjenega sodelovanja na področju znanosti, raziskav in tehnologije. Center je še v začetni fazi delovanja in njegovo delovanje je osredotočeno na štiri sektorje, ki so pomembni za boj proti podnebnim spremembam v Indiji in predstavljajo ogromno možnost za sodelovanje EU Indija. Med obravnavane sektorje sodijo biotehnologija, energetika, okolje in transport. Program centra je sofinanciran s strani EU, izvaja pa ga združenje gospodarskih zbornic EU - Eurochambers. Osrednjo vlogo v delovanju centra ima šestnajst evropskih partnerjev, od poslovnih organizacij do akademskih in raziskovalnih institucij iz vseh držav članic EU. Center je komplementaren obstoječim nosilcem sodelovanja med EU in Indijo, kot so bilateralne gospodarske zbornice, regionalna predstavništva za spodbujanje gospodarstva, raziskovalne in poslovne povezave (EBTC, 2009). Center želi doseči, da bi bilo obstoječe strokovno znanje dosegljivo tudi tistim državam članicam, ki niso neposredno prisotne v Indiji, kot je na primer Slovenija.

GZS je slovenskim podjetjem prvič omogočila možnost praktične seznanitve z delovanjem EBTC ob priložnosti obiska slovenske delegacije v New Delhiju decembra 2009. Za

predstavnik slovenskih podjetij je EBTC organiziral informativno predstavitev poslovnih priložnosti in poslovnih srečanj v obravnavanih sektorjih, predstavitev praktičnih izkušenj delovanja nemškega podjetja na indijskem trgu ter predstavitev lokalnega investicijskega okolja.

Slovensko ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo sodeluje kot partner na evropskem podpornem projektu programa **IST (tehnologije informacijske družbe) v 6. okvirnem programu (OP) z oznako INCITE (Indian Networks Cooperation in Information Society with Europe)**. Glavni namen projekta je vzpostaviti trajno mrežo za sodelovanje indijskih organizacij v evropskih programih s področja raziskav in tehnološkega razvoja tehnologij informacijske družbe v 7. OP. Projekt se sestoji iz dveh segmentov: študije indijskih raziskovalno-razvojnih potencialov za sodelovanje v evropskih programih in pripravljanih aktivnosti za vzpostavitev nacionalne kontaktne točke za program IST v 7. OP.

Indija je z EU podpisala sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju novembra 2001, vendar je sodelovanje Indije v evropskih programih še vedno izredno skromno, enako velja za sodelovanje Indije s Slovenijo. V 6. OP je 616 slovenskih partnerjev sodelovalo (oziroma še sodeluje) v 503 projektih; slovenski udeleženci so (bili) aktivni na vseh področjih 6. OP. Slovenski udeleženci so imeli v okviru 6. OP v pogodbah 76,4 mio evrov odobrenih sredstev, indijski udeleženci pa 11,9 mio evrov sredstev. Na primer le 35 indijskih raziskovalcev je izkoristilo Mobilnostne sheme). Uspešnost Slovenije v 7. OP je relativno dobra, konkretni rezultati še niso znani (Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo, 2009).

2 INDIJSKO POSLOVNO OKOLJE

Podjetje mora pri izboru načina in oblike poslovanja upoštevati naslednje skupine dejavnikov (Makovec Brenčič, et al, 2009, str. 72–76):

- notranje dejavnike (velikost in pomen velikosti podjetja, izkušnje pri mednarodnem poslovanju, proizvod/storitev in njegova prilagoditev trgu in potrebam ciljnega segmenta),
- zunanje dejavnike (sociokulturne razlike, deželno tveganje, variabilnost obsega povpraševanja, velikost in rast trga, neposredne in posredne trgovinske omejitve, intenzivnost konkurence, dostopnost členov in oblik tržnih poti),
- značilnosti in posebnosti oblike vstopa (nagnjenost k tveganju),
- posebnosti transakcijskih dejavnikov (neotipljivi viri).

V drugem poglavju magistrske naloge je s PESTLE analizo prikazan pregled za podjetje pomembnih zunanjih dejavnikov političnega, ekonomskega, socialnega, tehnološkega, zakonodajnega in naravnega okolja Indije in iz tega izhajajoče trenutne prednosti in izzivi ter bodoče priložnosti in nevarnosti obravnavanih okolij.

2.1 Politično okolje

Indija se je leta 1947 osamosvojila izpod, skoraj dve stoletji trajajoče oblasti britanskega imperija. Prvi predsednik vlade neodvisne države je bil Jawaharlal Nehru, ki je vpeljal petletne plane razvoja gospodarstva in si s politiko »železarne in jezovi naj bodo moderni templji Indije« prizadeval za napredek v znanosti in industriji. Po Nehruju, od leta 1962 do 1990, so državo vodili Lal Shastri, Gulizarilal Nanda, Indira Gandhi, Rajiv Gandhi. Z začetkom liberalizacije gospodarstva leta 1991, pod taktirko takratnega finančnega ministra in sedanjega in edinkrat po Nehruju, drugič zapored izvoljenega predsednika vlade, Manmohana Singha, je država ohranjala močne gospodarske in politične stike z Rusijo in pričela krepiti stike s Severno Ameriko in Zahodno Evropo. Kljub temu, da globalna finančno gospodarska kriza indijskega gospodarstva ni prizadela tako močno, kot gospodarstva drugih držav, je aktualna vlada pred zahtevno nalogo pospešenega izvajanja gospodarskih reform in spodbujanja gospodarske rasti (Datamonitor, 2009, str. 12).

Glavni politični voditelji današnje Indije so predsednica države Pratibha Patil, predsednik vlade Manmohan Singh, vodja največje stranke Sonia Gandhi, vodja opozicije Lal Advani. Predsednik države je po ustavi vodja države, izvršilna moč je v rokah ministrske vlade s predsednikom vlade na čelu. Država ima dvodomni parlament, ki ga sestavljata nižji dom (angl. *House of the People oz. Lok Sabha*) in višji dom (angl. *Council of the States oz. Rajya Sabha*) (Datamonitor, 2009, str. 13). Kot je razvidno iz Slike 7, je Indija federacija 29 zveznih držav in 6 zveznih ozemelj. Vlade posameznih držav imajo pristojnost oblikovanja investitorjem prijazne politike, vključujoč različne vzpodbude in koncesije za izbrane vrste industrijskih panog.

Slika 7: Zemljevid države Indije in razdelitev na zvezne države in zvezna ozemlja



Vir: *India Business*, 2009.

Pregled trenutnih prednosti in izzivov ter bodočih priložnosti in nevarnosti političnega okolja Indije je prikazan v Tabeli 18.

Tabela 18: Analiza političnega okolja Indije

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Tradicija demokratičnosti vladanja. – Stabilna makroekonomska politika, podprta z ideološko sorodnimi gospodarskimi politikami dveh največjih nacionalnih strank (INC – India National Congress, BJP – Bharatiya Janata Party). – Krepitev dobrih odnosov z Evropo, ZDA in Kanado, podpis številnih bilateralnih sporazumov o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju ter sporazuma o jedrskem sodelovanju z ZDA, dajejo nov zagon gospodarstvu. 	<ul style="list-style-type: none"> – Pogajanja o Kašmirju s sosednjim, z jedrskim orožjem bogatim Pakistanom, so zastala ob terorističnih napadih v Mumbaiu leta 2008. – Teroristične grožnje s strani separatističnih skupin iz Kašmirja.
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Uvedba ekonomskih reform s strani vladajoče INC. – Večja neposredna odgovornost politikov in nadzor porabe proračunskega denarja. – Zakon o dostopu do informacij javnega značaja daje državljanom pravico do vpogleda v aktivnosti centralne in lokalne vlade. 	<ul style="list-style-type: none"> – Krepitev moči regionalnih političnih strank bi lahko omajala politično stabilnost države. – Razslojenost prebivalstva po kastah in nadalje po regionalnih in religijskih skupinah, se odraža v rastoči nestrpnosti in napetostih med skupinami.

Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 12, Tabela 3.

2.2 Ekonomsko okolje

V obdobju 1947–1990 je indijski gospodarski model temeljil na kombinaciji kapitalističnega in socialističnega modela. Država je na eni strani pospeševala industrializacijo, na drugi strani strogo kontrolirala razvoj industrijskih sektorjev. Uporabljala je sovjetski model petletnih planov razvoja gospodarstva. V obravnavanem obdobju država ni dosegla večjega gospodarskega napredka, če izvzamemo dosežen nivo samooskrbe s hrano. Po liberalizaciji gospodarstva od leta 1991 dalje, je indijsko gospodarstvo v nenehnem vzponu. Povprečna letna stopnja rasti BDP, ki je večinoma posledica rasti storitvenega sektorja, je v obdobju 2003–2008 znašala 8,4 %, inflacija 5,8 %, nezaposlenost 8 %, mednarodne denarne rezerve so presegle 222 mrd ameriških dolarjev (Datamonitor, 2009, str. 57).

Glavni indijski ekonomist Desai (2008, str. 16) vidi osnovne razloge v liberalizaciji indijskega gospodarstva v razcvetu industrije računalniške programske opreme, ki je imela konec leta 1990 pozitivne učinke na indijsko plačilno bilanco, kar je vodilo h kopičenju deviznih rezerv,

večji ponudbi denarja v obtoku, znižanju obrestnih mer, razcvetu investicij v industriji in gradbeništvu ter posledično k pritoku tujega kapitala.

Indijski finančni sektor zastopajo številne institucije. Indijska centralna banka (angl. *Reserve Bank of India - RBI*), je pristojna za reguliranje finančnega in bančnega sistema in oblikovanje monetarne politike in menjalnega sistema. Komercialne, kooperativne banke in regionalne podeželske banke delujejo pod nadzorom centralne banke. Kapitalski trgi, v okviru katerih deluje 23 borz vrednostnih papirjev, so pod nadzorom indijskega sveta za vrednostne papirje (angl. *Securities and Exchange Board of India - SEBI*). Zavarovalni sektor je pod nadzorom zavarovalniškega regulativnega in razvojnega organa (angl. *Insurance Regulatory and Development Authority*). Indija je od leta 1995 polnopravna članica Svetovne trgovinske organizacije (WTO) in je v tranzicijskem obdobju prilagajanja svojih zakonov zakonom WTO. Predpisi in zakonodaja vezani na uvoz blaga v Indijo so zelo obsežni. Indijska vlada se je leta 2001 zavezala k nižanju **carinskih dajatev** na nivo tistih v državah ASAEAN. Najvišja standardna carinska stopnja, ki je še v letu 2001 znašala 35 %, je od leta 2007 dalje, z izjemo kmetijskih proizvodov, 10 % (OECD, 2007, str. 3). V Tabeli 19 je prikazan pregled trenutnih prednosti in izzivov ter bodočih priložnosti in nevarnosti ekonomskega okolja Indije.

Tabela 19: Analiza ekonomskega okolja Indije

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Stabilna letna gospodarska rast, v povprečju 8,4 % v obdobju 2003–2008. – Rast obsega najštevilčnejše delovne populacije na svetu, daje pomemben in trajen zagon gospodarski rasti države. – Po raziskavi UNCTAD World Investment Prospects Survey 2007–2009, je Indija druga najbolj privlačna lokacija za neposredne tuje investicije na svetu, takoj za Kitajsko. – Rast razpoložljivih dohodkov in prihod tuje konkurence pozitivno vplivata na širitev domačega potrošniškega trga. 	<ul style="list-style-type: none"> – Zmanjšati 8 % brezposelnost, ki je občutno višja med žensko populacijo, tako na podeželju, kot v mestih. – Neuravnotežen in nesorazmeren razvoj med posameznimi državami in regijami vodi k ekonomski neenakosti, socialnim nemirom ter oboroženemu upor. Med države z največjim številom revnih prebivalcev sodijo Assam, Bihar, Chhattisgarh, Jharkhand, Madya Pradesh, Orissa, Rajastan in Utar Pradesh.
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Največji obseg poslovnih priložnosti je v specifičnih sektorjih, kot na primer biotehnologija, razvoj programske opreme, trgovina, farmacija, mediji. 	<ul style="list-style-type: none"> – Stabilizirati gibanje vrednosti BDP, katerega pomemben delež (17 %) ustvari kmetijstvo. Za stabilno dolgoročno rast gospodarstva je potrebna stabilna rast industrijskega in storitvenega sektorja.

se nadaljuje

nadaljevanje

Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Največji obseg poslovnih priložnosti je v specifičnih sektorjih, kot na primer biotehnologija, razvoj programske opreme, trgovina, farmacija, mediji. – Rast industrijskega sektorja bo odvisna od vlaganj v razvoj predvsem cestne, energetske in pomorske infrastrukture, za katero je vlada v obdobju 2009–2013 namenila 500 mrd ameriških dolarjev in od pridobivanja neposrednih tujih investicij. – Država je v skladu z zunanjetrgovinsko politiko 2004–2009 v obravnavanem obdobju podvojila obseg zunanje trgovine in pričela izvažati proizvode z višjo dodano vrednostjo, kot na primer proizvode iz nafte, stroje, instrumente, sestavne dele za avtomobilsko industrijo, avtomobile. 	<ul style="list-style-type: none"> – Stabilizirati gibanje vrednosti BDP, katerega pomemben delež (17 %) ustvari kmetijstvo. Za stabilno dolgoročno rast gospodarstva je potrebna stabilna rast industrijskega in storitvenega sektorja. – Rešiti vprašanje pomanjkanja energije in velike odvisnosti od uvoza nafte in plina. Indija trenutno predstavlja 3 %, leta 2030 pa naj bi že 10 % svetovnega povpraševanja po nafti. 70 % porabljene nafte država danes kupi v tujini. Rast globalnih cen nafte povzroča fiskalno neravnovesje in inflacijo. Država si prizadeva zmanjšati odvisnost od uvoza energentov s fiskalnimi in pogodbenimi vzpodbudami za odkrivanje in proizvodnjo ogljikovodikov, premoga, izgradnjo plinovodov z, v regiji, državami bogatimi s plinom. – Slaba cestna, železniška, pristaniška infrastruktura potrebuje posodobitev in razširitev. Transportna ozka grla upočasnjujejo in dražijo prevoz blaga, saj je čas carinjenja v Indiji dvakrat daljši od povprečja v regiji in trikrat daljši od povprečja v državah OECD. Podjetja so prisiljena razpolagati z velikimi zalogami blaga in lastnimi viri energije.

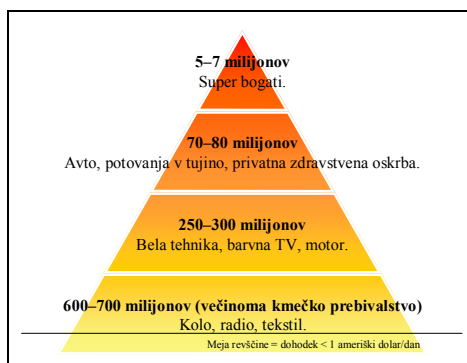
Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 16, Tabela 4.

2.2.1 Potrošniški trg

Geografske in podnebne razlike, razlike v gospodarski razvitosti med posameznimi regijami, sociološke, kulturološke razlike, razlike v komuniciranju z državnimi podjetji, institucijami in privatnim sektorjem zaznamujejo raznolikost Indije. S segmentacijo trga oblikujemo homogene enote – segmente, ki tvorijo enovite ali podobne skupine odjemalcev, ki morajo biti dovolj veliki, da so lahko potencialno donosni, prepoznavni, merljivi in dosegljivi. Slika 7 kaže segmentacijo trga po kupni moči. Indijski nižji srednji potrošniški razred, ki si lahko privoščijo nakup velikih gospodinjskih aparatov in skuterjev, kot osnovnih prevoznih sredstev, obsega danes 300 mio potrošnikov, je po velikosti populacije enak populaciji ZDA oziroma

dvema tretjinama populacije EU. **300 mio potrošnikov**, ki so danes v razredu revnega kmečkega prebivalstva, se bo, po napovedih IBEF (2009), do leta 2025 pomaknilo v nižji kmečki srednji potrošniški razred, medtem ko naj bi potrošnja kmečkega prebivalstva, dosegla današnjo raven potrošnje urbanega prebivalstva že leta 2017.

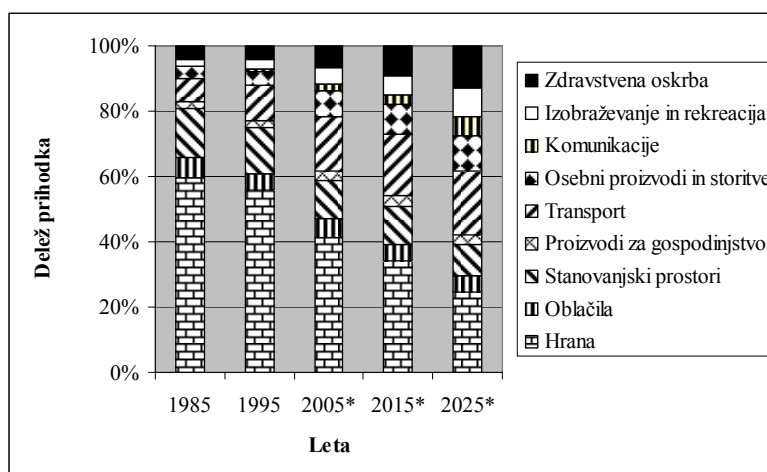
Slika 8: Indijski potrošniški razredi in pripadajoče potrošne dobrine



Vir: Swedish Trade Council, India – A Fast Growing Continent, Country Fact Pack, 2009, str. 18.

Izsledki raziskave McKinsey Global Institute (2007, str. 8) napovedujejo trikratno povečanje dohodkov indijskih gospodinjstev v naslednjih dveh desetletjih. Tako bi Indija **do leta 2025** postala **peti največji potrošniški trg na svetu**, medtem, ko je leta 2007 zasedla dvanajsto mesto. Sestavljena letna stopnja rasti potrošnje v obdobju 2005 do 2025 kaže največjo stopnjo rasti potrošnje kategoriji telekomunikacijskih storitev, izobraževanju in rekreaciji ter zdravstvenemu varstvu, katerih skupni delež naj bi konec obravnavanega obdobja predstavljal 44 % celotne potrošnje. Najmanjšo stopnjo rasti potrošnje v primerjanem obdobju napovedujejo kategoriji hrana, pijača in tobak. Delež potrošnje obravnavane kategorije naj bi konec obravnavanega obdobja padel na 25 %, s 56 % v letu 1995, kar je razvidno iz Slike 9.

Slika 9: Struktura porabe indijskih gospodinjstev po posameznih skupinah dobrin v letih 1985, 1995, 2005, 2015, 2025



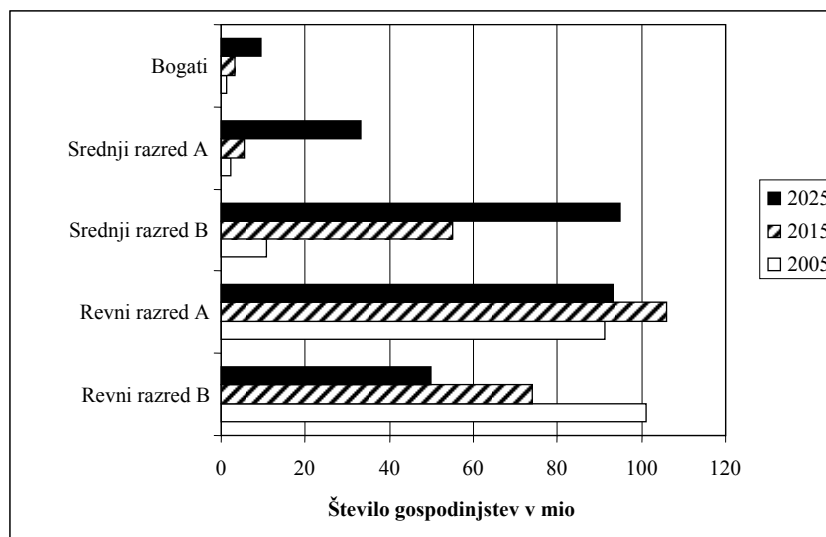
Legenda: * = ocena

Vir: McKinsey Global Institute, The Bird of Gold, The Raise of India's Consumer Market, 2007, str. 10, Slika 2.

Indijski potrošniški trg bo, po napovedih strokovnjakov McKinsey Global Institute, doživel razcvet v naslednjih dveh desetletjih, saj bo **privatna potrošnja**, ki je v letu 2005 znašala 370 mrd ameriških dolarjev, v letu **2025 znašala 1.500 mrd ameriških dolarjev**. Rast bo dosežena skoraj izključno z rastjo prihodkov ali pa na podlagi spremembe varčevalnih navad indijskih gospodinjstev in ne z rastjo števila prebivalcev. Polovica prebivalcev je mlajših od 25 let, v starostni dobi za upokojitev pa jih je komaj 5 %. Demografsko gledano bo **mestno prebivalstvo prispevalo preko dve tretjini rasti potrošniškega trga**, čeprav bo predstavljalo le 37 % celotne populacije. Velikost indijskega trga bo še vedno tesno povezana z številom prebivalstva in s **povprečno potrošnjo na prebivalstva**, ki se bo do leta 2025 povzpela na **1.000 ameriških dolarjev** na prebivalca. Rast dohodka po celotni državi in spremembe v strukturi indijskih dohodkovnih razredov bodo imele dramatične posledice na obliko razdelitve dohodka. **Delež revnih izrazito upada**, leta 1985 je skoraj 30 % prebivalstva preživel z 100.000 indijskimi rupijami⁵ na družino na leto, medtem, ko projekcija za leto 2025 kaže, da bo teh okoli le 3 %.

Poleg znatnega znižanja revščine, bo v prihodnjih dveh desetletjih, kot je razvidno iz Slike 10, prišlo do oblikovanja velikega srednjega sloja, večinoma mestnega prebivalstva,. Leta 2005 je srednji sloj štel 50 mio ljudi, medtem ko naj bi leta 2025 štel 583 mio ljudi. Srednji sloj naj bi bil s 60 % celotne porabe v Indiji, vodilni potrošniški razred v državi. Najbogatejši sloj bo s približno 10 mio prebivalcev, predstavljal 2 % celotne indijske populacije in s 300 mrd ameriških dolarjev 20 % celotne indijske privatne potrošnje.

Slika 10: Število gospodinjstev po posameznih dohodkovnih razredih v letih 2005, 2015, 2025



Vir: McKinsey Global Institute, *The Bird of Gold, The Rise of India's Consumer Market*, 2007, str. 11, Slika 3.

Po raziskavi KPMG in ASSOCHAM (2009) je, ob hitri rasti kupne moči prebivalstva in liberalizaciji zakonodaje, ki ureja trgovino na drobno, do leta 2011 je predvideno odprtje

⁵ BS (2010a), 1 evro = 61,0470 indijske rupije.

približno 315 hipermarketov v večjih mestih po celotni Indiji, kar je dobra priložnost tudi za tuje ponudnike proizvodov in storitev za končnega kupca, da izkoristijo možnost prodaje v organiziranem sektorju.

Tabela 20: Napovedi raziskovalnih institucij glede bodočega razvoja indijskega trga

Napoved	Leto	Avtor
Odprtje 315 hipermarketov.	2011	KPMG & ASSOCHAM (2009)
< 14 % gospodinjev dohodek < 922 ameriških dolarjev.	2012	NACER (2009)
Potrošnja kmečkega prebivalstva = potrošnji urbanega prebivalstva (l. 2009).	2017	IBEF (2009)
5. največji potrošniški razred na svetu s 7,3 % povprečno letno stopnjo rasti.	2025	MGI (2009)

2.2.2 Industrijski in storitveni sektorji

V Indiji obstaja šest **glavnih poslovnih središč**, ki gledano od severa proti jugu zajemajo mesta New Delhi, kot mesto diplomatov in rastoče komercialno središče, Mumbai, kot finančno središče in prestolnico bančništva in borznega poslovanja, Hyderabad, kot rastoče IT mesto, Pune, kot center avtomobilske industrije, Bangalore, kot silicijevo dolino in vesoljsko središče, Chennai, kot središče avtomobilske industrije in telekomunikacijske baze. Grafični prikaz poslovnih središč, povezanih v tako imenovano industrijsko banano, je razviden iz Slike 10.

Slika 11: Poslovna središča v Indiji, povezana v tako imenovano industrijsko banano



Vir: Swedish Trade Council, India – A Fast Growing Continent, Country Fact Pack, 2009, str. 11.

Med poslovne dejavnosti z največjim potencialom poslovnih priložnosti sodijo:

- Proizvodnja bio farmacevtskih proizvodov. 70 % proizvodnih obratov v Indiji ima FDA certifikat, strošek kliničnih testiranj je od 30 in 40 % nižji od stroškov v Evropi ali ZDA.
- Razvoj programske opreme, kjer je napovedana sestavljena letna stopnja rasti v obdobju 2008–2013 12,1 %. Dejavnost naj bi konec obravnavanega obdobja dosegla tržno vrednost 19,8 mrd ameriških dolarjev.
- Trgovina, ki je še v začetni razvojni fazi in ima velik potencial rasti zaradi rasti razpoložljivega dohodka in hitre urbanizacije in zakonodaje, ki trenutno dovoljuje 51 % delež neposrednih tujih investicij v prodajalne za prodajo ene blagovne znamke.
- Proizvodnja farmacevtskih proizvodov, ki je danes vredna 8 mrd ameriških dolarjev, naj bi do leta 2015 dosegla tržno vrednost 20 mrd ameriških dolarjev. Delež indijske farmacevtske industrije v svetovnem merilu je 8 % po obsegu in 1,5 % po vrednosti. Napovedana sestavljena letna stopnja rasti v obdobju 2008–2013 v dejavnosti OTC farmacije je 5,2 %, tržna vrednost dejavnosti konec obravnavanega obdobja naj bi znašala 2,3 mrd ameriških dolarjev.
- Mediji, za katere je napovedana sestavljena letna stopnja rasti v obdobju 2008–2013, 6,9 %, tržna vrednost dejavnosti konec obravnavanega obdobja naj bi znašala 23,3 mrd ameriških dolarjev.

2.2.3 Investicijsko okolje

Mesta, ki pritegnejo največ neposrednih tujih investicij so Mumbai, New Delhi in Bangalore. Mumbai, glavno mesto Maharashtre in odskočna deska v moderno Indijo, finančna prestolnica, mesto zabave in mode, je v zadnjem desetletju prejel 37 % vseh investicij v Indiji. New Delhi, glavno mesto države, skupaj z NACR (angl. *National Capital Region: Faridabad, Gurgaon, Haryana, Noida, Ghaziabad, Uttar Pradesh*) predstavlja zaledje za neposredne tuje investicije v informacijsko tehnologijo, zunanje izvajanje poslovnih procesov, telekomunikacije, bančništvo, medije in turizem. Bangalore, glavno mesto Karnatake, tretje največje mesto v Indiji, mesto najboljših univerz in razvojnih inštitutov, znano tudi kot silicijeva dolina je prejemnik neposrednih tujih investicij v telekomunikacije, proizvodnjo avtomobilov in avtomobilskih delov, računalnikov in računalniške opreme, letalski in vesoljski program, obrambno industrijo. Med ostala, hitro rastoča mesta, privlačna za tuje investitorje sodijo: Ahmedabad, glavno mesto Gujarata, Hyderabad, glavno mesto Andhra Pradesh (IT, biotehnologija) – status A1 mesto po velikosti, prebivalcih in vplivu v Indiji (Bhende Rani, 2009, str. 7).

Za potrebe podrobnejše **analize indijskega investicijskega okolja** so v nadaljevanju povzeti izsledki raziskave Svetovne banke (Iarossi, 2009). Za analizo investicijskega okolja v najperspektivnejših šestnajstih indijskih državah⁶, je avtor raziskave izračunal tako imenovani

⁶ Andhra Pradesh, Bihar, Delhi, Gujarat, Haryana, Jharkhand, Karnataka, Kerala, Madhya Pradesh, Maharashtra, Orissa, Punjab, Rajastan, Tamil Nadu, Uttar Pradesh, West Bengal.

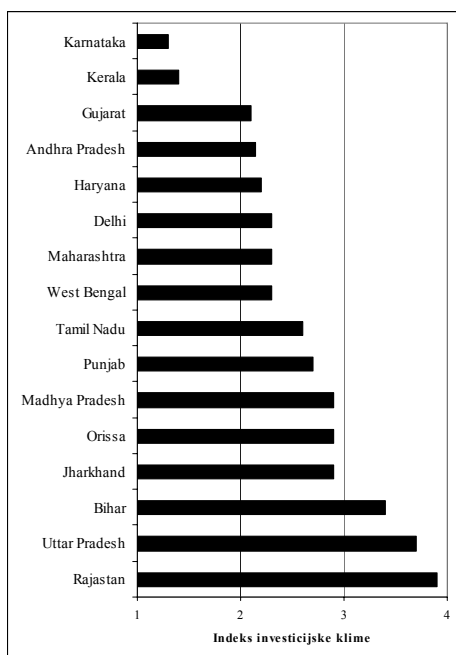
sestavljene indeks investicijske klime (angl. *Investment Climate Index*). Podatki o investicijskem okolju obsegajo 46 spremenljivk, ki jih je avtor grupiral v tri kategorije in sicer infrastrukturo, obratna sredstva, institucije. Omenjene tri kategorije so nadalje razdeljene na dve podkategoriji in sicer na objektivne vrednosti in subjektivne indikatorje.

Iarossijeva hipoteza (2009, str. 8) o vplivu investicijske klime na domače privatne investicije je z jasno in značilno korelacijo indeksa investicijske klime z odstotki BDP posamezne države potrjena. Avtor ugotavlja, da se boljše investicijsko okolje in s tem večji obseg privatnih domačih investicij, odraža v višji stopnji rasti BDP. Med primerjanimi državami sta, merjeno po stopnji rasti BDP in indeksa investicijske klime, s 40 % najboljše uvrščeni državi Karnataka in Kerala.

Iarossi (2009, str. 8) nadalje ugotavlja jasen in značilen vpliv investicijskega okolja na rast BDP. Boljše investicijsko okolje pomeni večjo rast BDP in posledično zmanjšanje revščine. Med primerjanimi državami sta, merjeno po rasti BDP in indeksa investicijske klime, najboljše uvrščeni državi Karnataka z 9 % in Kerala z 8 %.

Glede na izračunane vrednosti sestavljenega indeksa investicijske klime za obravnavanih 16 držav, sta **državi z najboljšo investicijsko klimo Karnataka in Kerala, sledijo Gujarat, Andhra Pradesh, Haryana**⁷. Najslabša investicijska klima je v državah Bihar, Uttar Pradesh in Rajasthan. Slika 12 prikazuje razvrstitev obravnavanih držav glede na sestavljeni indeks investicijske klime.

Slika 12: Poslovna klima v 16 izbranih indijskih državah



Vir: Iarossi, *The Investment Climate in 16 Indian States*, 2009, str. 10, Slika 3.

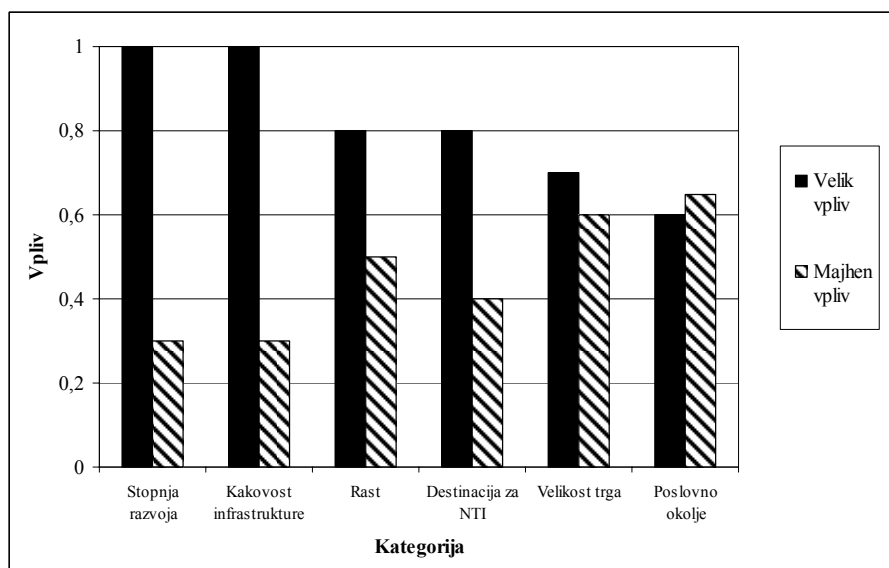
⁷ V tabelarni prilogi, v Tabeli 4, so prikazani osnovni makroekonomski kazalci za izbranih pet držav.

Na kakovost investicijske klime imajo različno velik vpliv različne skupine dejavnikov:

- stopnja razvoja, glede na višino dohodka na prebivalca,
- gospodarsko rast, glede na rast dohodka na prebivalca,
- velikost trga, glede na velikost BDP,
- dostop do zakonodajnega okolja, glede na izsledke raziskave Doing Business Report, World Bank 2007,
- stopnja privlačnosti za neposredne tuje investicije, glede na obseg neposrednih tujih investicij,
- kakovost infrastrukture, glede na indeks infrastrukture iz izsledkov raziskave Government of India 2000.

Slika 13 kaže, da je investicijska klima močno odvisna od stopnje razvoja. Bolj razvite države nudijo investitorjem boljše pogoje za investiranje. Podobno velja za države z višjo stopnjo gospodarske rasti, saj tiste z višjo stopnjo rasti nudijo boljše pogoje za investiranje. Velikost trga in zakonodajno okolje nimata odločilnega vpliva na investicijsko klimo. Države z boljšo investicijsko klimo pritegnejo več tujih neposrednih investicij. Države s kakovostno socialno in ekonomsko infrastrukturo imajo mnogo boljšo investicijsko klimo, kot tiste s slabo infrastrukturo.

Slika 13: Vpliv različnih dejavnikov na kakovost investicijske klime



Vir: Iarossi, *The Investment Climate in 16 Indian States, 2009*, str. 14, Slika 4.

Infrastruktura in institucije imajo velik vpliv na indeks investicijske klime, medtem, ko obratna sredstva niso tako pomembna. Raziskava tudi ugotavlja, da so največje razlike med državami ravno na področju infrastrukture.

Sodeč po Iarossijevi raziskavi, so **investitorjem najprivlačnejše države tiste z dobro razvito infrastrukturo in ustrežno institucionalno podporo**. Najpomembnejši dejavniki so

zanesljiva energetska oskrba, dobre transportne storitve in povezave, majhna stopnja korupcije in tatvin, urejena davčna zakonodaja. Raziskava je pokazala, da med pet držav z najboljšo investicijsko klimo sodijo Karnataka, Kerala, Gujarat, Andhra Pradesh, Haryana.

Prva prioriteta aktualne indijske vlade je ravno razvoj infrastrukture,⁸ ki obsega zanesljivo oskrbo energije in razvejano transportno infrastrukturo, saj vlada v obdobju 2009–2013 načrtuje 500 mrd ameriških dolarjev investicij preko realizacije javno zasebnih partnerstev (Bhende Rani, 2009, str. 6).

2.3 Socialno okolje

Indija je po številu prebivalcev druga največja država na svetu. Po popisu prebivalstva z leta 2001 je 72 % prebivalcev živelo na podeželju, 28 % v mestih. Hitra urbanizacija in mlada populacija pomembno vplivata na ekonomski razvoj države in istočasno na večje razslojevanje prebivalstva. Med ekonomsko manj razvite države, ki v zadnjih desetih letih niso dosegle vidnega napredka v socialni razvitosti, sodijo Bihar, Rajastan, Uttar Pradesh, Madhya Pradesh, Jharkhand in Chhattisgarh. Slabe socialne in ekonomske razmere v omenjenih državah med drugim odvrčajo potencialne investitorje, kar nadalje zmanjšuje možnost njihovega razvoja.

Šolski sistem, ki obsega 1,1 mio šolskih ustanov, je v pristojnosti Ministrstva za razvoj človeških virov (angl. *Ministry of Human Resource Development*). Predpisano obvezno šolanje v Indiji obsega 12 let izobraževanja, kateremu lahko sledi tri ali štiri letno dodiplomsko izobraževanje in nadalje 2 letni študij na univerzi. Kerala je edina država, ki ji je uspelo uveljaviti obvezen sistem osnovnošolskega izobraževanja. Ostale države, ki stremijo k temu cilju se soočajo z iskanjem ustreznih odgovorov na vprašanje kako obdržati revne otroke v šoli in zagotoviti kakovostno izobraževanje na podeželju (Datamonitor, 2009, str. 76).

Javna zdravstvena oskrba skrbi za izvajanje nacionalne zdravstvene politike, ki si prizadeva za zmanjšanje umrljivosti in iztrebljanje najbolj razširjenih bolezni, kamor sodijo malarija, slepota, tuberkuloza, če omenimo najbolj pereče. Privatna zdravstvena oskrba v Indiji velja za eno največjih v svetovnem merilu in je namenjena tako oskrbi lokalnega prebivalstva, kot razvoju medicinskega turizma. Indija nima urejenega sistema socialnega varstva. Zdravstveno varstvo ni obvezno za celotno populacijo.

Tabela 21 je prikazuje trenutne prednosti in izzive ter bodoče priložnosti in nevarnosti socialnega okolja Indije.

⁸ Regionalnih cest, avtocest, energetskega omrežja, telekomunikacij.

Tabela 21: Analiza socialnega okolja Indije

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Izboljševanje razmerja med spoloma⁹. V začetku 20. stoletja je razmerje znašalo 972, leta 1991 927, po ocenah za leto 2009 pa 943. – Rast deleža populacije, mlajše od 15 let, za katero se ocenjuje, da znaša tretjino celotnega prebivalstva in v perspektivi delovno populacijo. – Hitra urbanizacija je dosegla tretjino prebivalstva, ki danes živi v mestih in prispeva dve tretjini BDP ter 90 % prihodkov v državno blagajno. 	<ul style="list-style-type: none"> – Stopnja pismenosti se povečuje, čeprav je še vedno nizka, le 64,84 %¹⁰, od tega 75,26 % med moškimi in 53,67 % med ženskami. Za izobraževanje je bilo v letu 2008 namenjenih 4,2 % BDP. – Slabo zdravstveno varstvo z 31 % prebivalstva na podeželju, ki ima dostop do vodovodnega omrežja in le 0,5 % urejene osnovne sanitarije. 14,1 % otrok ni bilo deležnih cepljenja proti kakršnikoli otroški bolezni. Skoraj 47 % otrok je podhranjenih in 45 % jih ima motnje v rasti. Investicije v javno zdravstvo se zmanjšujejo, saj je leta 1990 država za to namenila 1,3 % BDP, leta 1999 pa le še 0,9 %. – Šibek sistem socialnega varstva, brez obveznega zdravstvenega zavarovanja. Le 8 % delavcev organiziranega sektorja in del vladnih uslužbencev plačuje prispevke za pokojninsko zavarovanje. – Slaba uvrščenost na podlagi indeksa človeškega razvoja, je posledica zaostanka v razvoju podeželja, slabe zdravstvene oskrbe in sanitarnih pogojev ter visoke stopnje nepismenosti. Indija v letu 2007 zasedla 128. mesto, kar je slabše od revnih afriških držav in BRIK.
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Pričakovanja življenjska doba se je v zadnjega pol stoletja dvignila s 50 na 70 let. 	<ul style="list-style-type: none"> – Vladna avtoriteta je pred izzivi omejevanja nasilja upornikov Naxalites, ki napadajo policijo in vladno strukturo, širijo nemire ter nadzirajo okoli 30 % indijskih okrožij.

se nadaljuje

⁹ Razmerje med spoloma se meri v številu žensk na 1000 moških in kaže obseg obstoječe enakosti med moškim in žensko v družbi v določenem času.

¹⁰ Stopnja pismenosti na Kitajskem znaša 90%.

nadaljevanje

Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Reševanje brezposelnosti na podeželju preko državne garantne sheme zaposlovanja, ki predvideva najmanj sto dni zaposlitve na leto za tista gospodinjstva, katerih delovno sposobno odraslo prebivalstvo je pripravljeno delati nekvalificirano ročno delo. 	<ul style="list-style-type: none"> – Z rastjo števila prebivalcev posledično raste gostota prebivalstva, ki znaša 324 prebivalcev na km² – Nesposobnost uvajanja kontrole rodnosti in rojstev. Skupna stopnja rodnosti¹¹, je leta 1940 znašala 6, je v letu 2009 padla na 2,7.

Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 24, Tabela 7.

2.4 Tehnološko okolje

Velik tehnološki napredek Indije se odraža tudi v občutnem povečanju števila tehnoloških inštitutov in odobrenih patentov. Največji napredki so vidni v sektorjih telekomunikacij, informacijske tehnologije in računalniško podprtih storitev. Aktualna, razvojno naravnana ekonomska politika države spodbuja raziskave in razvoj ter uvedbo novih tehnologij v proizvodne in storitvene procese. Za spodbujanje raziskovalnih in razvojnih dejavnosti v podjetniškem sektorju je pristojno Ministrstvo za znanost in tehnologijo (angl. *Ministry of Science and Technology*), ki je v aktualnem petletnem planu kot prioriteto nalogo določilo povečanje priložnosti v znanosti in razširitev razvojno raziskovalnih aktivnosti v programih univerz po celotni državi. Ministrstvo je podpisnik sporazumov o sodelovanju s partnerskimi ministrstvi izbranih držav, od leta 1996 tudi s Slovenijo. Sporazumi so temelj znanstvenega in tehnološkega sodelovanja ter sodelovanja v kulturi, umetnosti, športu in javnih občilih (Datamonitor, 2009, str. 30). Tabela 22 je prikazuje trenutne prednosti in izzive ter bodoče priložnosti in nevarnosti tehnološkega okolja Indije.

Tabela 22: Analiza tehnološkega okolja Indije

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Ogromna baza znanja in delovne sile, ki se ji vsako leto pridruži novih 50.000 računalničarjev in 360.000 diplomiranih inženirjev. 	<ul style="list-style-type: none"> – Povečati bruto izdatke za raziskave in razvoj, ki trenutno znašajo 0,7 % BDP in posledično pomeni počasen napredek države in odvisnost od uvoza.
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Nizki stroški dela izobraženih strokovnjakov, ki znašajo v povprečju 15 % primerljivih ameriških kadrov. 	<ul style="list-style-type: none"> – Fakultetno izobraženi kadri potrebujejo dodatno, praktično usposabljanje, ki nadgradi teoretično znanje in jih usposobi za delovanje v delovnih procesih.

se nadaljuje

¹¹ Skupna stopnja rodnosti kaže število otrok, ki naj bi jih ženska rodila v svoji rodni dobi.

nadaljevanje

Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Politika države za vzpodbijanje R&D obsega davčne olajšave, oprostitev carinskih dajatev in trošarin. – Pomembna konkurenčna prednost v biotehnoških raziskavah se kaže v največjem številu odobrenih FDA proizvodnih obratov na svetu, obsegu visoko izobražene delovne sile, znanju za fermentacijsko proizvodnjo farmacevtskih proizvodov, ki se lahko uporablja za proizvodnjo bioenergetikov. 	<ul style="list-style-type: none"> – Število patentov se sicer z leti povečuje, z 506 v letu 2006 na 578 v letu 2007, vendar je število patentov v Indiji za polovico manjše kot na Kitajskem. Glede na razpoložljivo bazo znanja lahko obstoječa stopnja inovativnosti na srednji rok predstavlja nevarnost.

Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 30, Tabela 9.

2.5 Zakonodajno okolje

Uspešne davčne reforme države se odražajo tudi v uvedbi davka na dodano vrednost, izziv predstavlja vodenje in obvladovanje družb, problematični ostajajo sodni zaostanki. Vrhovno sodišče je najvišje sodišče, kateremu so podrejena visoka sodišča v vsaki državi in sodišča posameznih okrožij. Kot je zapisano v ustavi, je parlament organ, ki oblikuje in sprejema zakone za celotno državo ali katerokoli regijo v državi. V domeni državne zakonodaje je oblikovanje zakonov v posameznih državah. Tako imenovani Companies Act, 1956 in Indian Contract Act, 1872 sta zakona, ki urejata celotno poslovanje in delovanje pravnih oseb. Tabela 23 je prikazuje trenutne prednosti in izzive ter bodoče priložnosti in nevarnosti zakonodajnega okolja Indije.

Tabela 23: Analiza zakonodajnega okolja Indije

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Kompleksen zakonodajni okvir za ustanavljanje in delovanje pravnih oseb ter regulativnih organov. – Davčna politika vzpodbuja NTI z davčnimi olajšavami za podjetja, delujoča v posebnih ekonomskih conah, infrastrukturne projekte s časovno omejeno oprostitvijo plačila davkov. 	<ul style="list-style-type: none"> – Zakonodaja, ki ureja nadzor poslovanja je ena boljših v svetovnem merilu, vendar je uvajanje zakonodaje slabo. Za nadzor poslovanja je prosojen Securities and Exchange Board of India (SEBI).
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none"> – Uvedba davka na dodano vrednost je poenostavila poslovanje. 	<ul style="list-style-type: none"> – Uvedba zakonodaje je slaba in počasna.

se nadaljuje

nadaljevanje

Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none">– Za povečanje davčnih prihodkov država načrtuje razširitev baze davčnih zavezancev in ne dviga davčnih stopenj.– Povpraševanje tujih podjetij po zunanje izvajanju pravnih storitev je v porastu, saj je strošek dela pravnega strokovnjaka v Indiji 15 % stroška primerljivega strokovnjaka v ZDA.	<ul style="list-style-type: none">– Razpršenost delovanja nadzornih institucij povzroča neučinkovitost in ne zagotavlja enotnega nadzora.– Indija je podpisnica pariške konvencije o zaščiti intelektualne lastnine in bernske konvencije o avtorskih pravicah. Slabo uvajanje zakonodaje je zlasti močno prizadelo industrijo zabavnega sektorja, programske opreme, interneta in knjigotrštva.

Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 34, Tabela 12.

Indija ima zelo razvejan in decentraliziran davčni sistem. Davki se pobirajo na ravni zvezne oblasti, posameznih zveznih držav in lokalnih oblasti. Kot **dohodninski viri** se obravnavajo vsi dohodki, ustvarjeni v Indiji. Dohodninska lestvica je sledeča: do 100.000 indijskih rupij ni obdavčitve, od 100.001 indijskih rupij do 150.00 indijskih rupij je obdavčitev 10 %, od 150.001 indijskih rupij do 250.000 indijskih rupij 20 %, od 250.001 indijskih rupij naprej 30 %. Dodatna obdavčitev znaša 10 %. 10 % na celotno vrednost obdavčljivega dohodka se obračuna, če dohodek presega 850.000 indijskih rupij (Datamonitor, 2009). Nerezidenti plačujejo **davek po odbitku**. Dividende so oproščene davka, za licenčnine in tehnične storitve se obračuna 10 % davek, za obresti 20 %, za ostale storitve 30 % davka od prihodka in za podjetja 40 % od neto prihodka (Datamonitor, 2009, str. 98).

Slovenija in Indija imata podpisano **Konvencijo** med Vlado Republike Slovenije in Vlado Republike Indije o **izogibanju dvojnega obdavčevanja in preprečevanju davčnih utaj v zvezi z davki od dohodka**, ki v 10. členu določa, da obračunani davek od dividend ne presega 5 % bruto zneska dividend, če je upravičeni lastnik družba, ki ima neposredno v lasti najmanj 10 % kapitala družbe, ki plačuje dividende, oziroma 15 % bruto zneska dividend v vseh drugih primerih. V 11. členu je določilo, da zaračunani davek na obresti ne presega 10 % bruto zneska obresti. V 12. členu je določilo, da zaračunani davek na licenčnine in avtorske honorarje ter honorarje za strokovne storitve ne presega 10 % bruto zneska takih licenčin in avtorskih honorarjev ter honorarjev za strokovne storitve (Izvozno okno, 2008).

Davek na dodano vrednost se obračuna na vsaki stopnji prodaje po mehanizmu kredita za plačani vstopni davek. Obstajajo štiri stopnje in sicer 0 % za osnovne dobrine, 1 % za plemenite kovine in drage kamne, 4 % na industrijske in kapitalne dobrine in blago široke potrošnje ter 12,5 % za vse ostale kategorije (Datamonitor, 2009, str. 99).

Pravno-organizacijske oblike ustanavljanja družb ureja zakon Companies Act, 1956. Tuje podjetje lahko izbira med naslednjimi oblikami družb (Datamonitor, 2009, str. 97):

- tuje podjetje: predstavništvo (angl. *liaison/representative office*), projektna pisarna (angl. *project office*), podružnica (angl. *branch office*),
- indijsko podjetje: mešano podjetje (angl. *joint venture*) ali hčerinsko podjetje v tuji lasti (angl. *wholly owned subsidiary*),
- mešano podjetje s indijskim partnerjem (angl. *joint venture with an Indian partner*),
- hčerinsko podjetje v tuji lasti (angl. *wholly owned subsidiary company incorporation of company*).

Predstavništvo služi kot komunikacijsko orodje med matičnim podjetjem s sedežem v tujini in njegovim predstavništvom v Indiji. Predstavništvo se s komercialnimi posli ne sme ukvarjati in tako tudi ne pridobivati prihodkov. Predstavništvo lahko opravlja zbiranje in posredovanje informacij o poslovnih priložnostih matičnemu podjetju, posredovanje informacij o matičnemu podjetju in njegovih proizvodih potencialnim poslovnim partnerjem, pospeševanje izvoza in uvoza ter izvaja podporo pri tehničnem in finančnem sodelovanju med matičnim podjetjem in podjetji v Indiji.

Odprtje **projektne pisarne** je primerno za tuja podjetja, ki želijo odpreti začasno pisarno za izvedbo specifičnih projektov. Projektna pisarna opravlja ali nadaljuje opravljanje aktivnosti, ki so striktno povezane z izvedbo projektov. Podjetje mora pri indijski centralni banki pridobiti generalno dovoljenje za odprtje projektne pisarne.

Za odprtje **podružnice** se lahko odloči proizvodno ali trgovsko podjetje, ki želi opravljati izvozno-uvozne posle, izvajati profesionalne ali svetovalne storitve, nadaljevati z raziskavami, s katerimi se ukvarja matično podjetje, pospeševati tehnično ali finančno sodelovanje, zastopati matično podjetje, opravljati agencijske posle, izvajati storitve informacijske tehnologije, razvoja programske opreme, izvajati tehnično podporo za proizvode, ki jih ponuja matična firma, tuja letalska ali ladijska družba. Podružnica ne sme samostojno izvajati proizvodnih pridobiti dovoljenje za delovanje pri indijski centralni banki. Vsaka pravno-organizacijska oblika predstavništva lahko opravlja poslovne aktivnosti, ki so določene z zakonodajo. Podružnica lahko med drugim opravlja posle: izvoz in uvoz proizvodov, svetovalne storitve, raziskovalno delo, tehnično podporo matičnemu podjetju.

Za **tuje neposredne investicije** obstajata dve možnosti odobritve: avtomatska odobritev (brez potrebne odobritve) in investicije z odobritvijo. **Avtomatska odobritev** tujih neposrednih investicij je dovoljena za večino sektorjev, vključujoč storitveni sektor (Izvozno okno, 2008). **Odobritev** tujih neposrednih investicij, ki ne sodijo v kategorijo avtomatske odobritve, izvaja Ministrstvo za finance, Uprava za promocijo tujih investicij (angl. *Foreign Investment Promotion Board (FIPB), Ministry of Finance*). **Prepovedane** so investicije v igralništvo in stave, loterijo, jedrsko energijo, prodajo na drobno, razen za prodajo ene same blagovne znamke.

V fiskalnem letu 2009–2010 je osnovna stopnja **davka na dobiček** za domača podjetja 30 %, za projektno pisarno ali podružnico 40 %, za predstavništvo 0 % (Sethi, 2009, str. 6).

Ministrstvo za finance določa **posebne davčne in finančne olajšave** za ustanavljanje družb v tako imenovanih posebnih ekonomskih conah (angl. *special economic zones – SEZs*) in izvozno usmerjenih enotah (angl. *export oriented units – EOUs*) ter za infrastrukturne projekte. V posebnih ekonomskih conah so brez omejitev dovoljene 100 % neposredne tuje investicije v proizvodnjo, za katere velja avtomatska pot odobritve investicije. Investitorji so upravičeni oprostitve davka na dodano vrednost za uvoz/nakup kapitalnih dobrin, surovin, embalaže (Izvozno okno, 2008).

2.6 Naravno okolje

Skladno s hitrim razvojem indijskega gospodarstva rastejo potrebe in poraba energentov in izpusti toplogrednih plinov. Povprečna letna rast izpustov toplogrednih plinov v obdobju 1990–2000 je bila 4,2 %, kar je manj od Kitajske (5 %) in Brazilije (6 %). Indija se je s podpisom Kjotskega sporazuma zavezala k zniževanju izpustov toplogrednih plinov in spodbujanju raziskav v nove in okolju prijazne, čiste energije iz hidro in nuklearnih elektrarn (Datamonitor, 2009, str. 107).

Za oblikovanje in uvajanje okoljevarstvene politike in trajnostnega razvoja je pristojno Ministrstvo za okolje in gozdove (angl. *Ministry of Environment and Forests – MEF*), ki je do sedaj sprejelo vrsto ukrepov. Dober primer je uvedba znamke »Ecomark«, ki končne potrošnike opozarja na okolju prijazen proizvod široke potrošnje. Tabela 24 prikazuje trenutne prednosti in izzive ter bodoče priložnosti in nevarnosti naravnega okolja Indije.

Tabela 24: Analiza naravnega okolja

Prednosti:	Izzivi:
<ul style="list-style-type: none"> – Biotska raznovrstnost flore in favne obsega 7,8 živalskih in rastlinskih vrst na Zemlji. – Pravica dostopa do informacij javnega značaja omogoča sodelovanje pri oblikovanju okoljskih aktivnosti industrije in javnih institucij. – Kompleksna okoljska politika nalaga vladi in posameznikom odgovornost za skrbno ravnanje z okoljem. 	<ul style="list-style-type: none"> – Najti rešitev za zmanjšanje onesnaženosti zraka, ki v večjih mestih je 360 mg/m^3, in je krepko nad dovoljenim priporočilom Svetovne zdravstvene organizacije (WHO), ki znaša 150 mg/m^3. Indija je leta 1984 ustanovila nacionalni organ za nadzor kakovosti zraka v 90 mestih po vsej državi. – Omejeni sladkovodni viri in naraščajoča poraba, terjata skrbno pripravo trajnostne politike ravnanja z vodnimi viri.

se nadaljuje

nadaljevanje

Prednosti:	Izzivi:
	<ul style="list-style-type: none">– Slabši okoljski kazalci v primerjavi z državami SAARC, boljši v primerjavi s Kitajsko in Pakistanom.– Rastoča poraba fosilnih goriv povzročata večji obseg emisij toplogrednih plinov.
Priložnosti:	Nevarnosti:
<ul style="list-style-type: none">– Program Združenih narodov za boj proti klimatskim spremembam bo Indiji omogočil finančno pomoč za izgradnjo okolju prijaznejših proizvodnih obratov, kar naj bi državi omogočilo 10 % znižanje izpustov toplogrednih plinov na leto.– Skrbno ravnanje z okoljem in sodelovanje v projektih zasebno-javnega partnerstva in eko turizma.	<ul style="list-style-type: none">– K izjemni gospodarski rasti države so prispevale tudi okolju škodljive industrije, ki povzročajo odpadne vode, onesnaženost zraka, nevarne odpadke.– Nesankcioniranje kršiteljev okoljske zakonodaje, ki redkokdaj vodi v zaprtje proizvodnih obratov, zaradi možne izgube delovnih mest.

Vir: Datamonitor, India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights, 2009, str. 41, Tabela 13.

3 POSLOVNI OBIČAJI IN NAVADE

Kulturne razlike, poleg virov podjetja, izkušenj v mednarodnem poslovanju, iskanju lokalnih partnerjev in drugih faktorjev pomembno vplivajo na oblikovanje vstopne strategije na različne tuje trge. Kulturna razdalja je stopnja razlik, ki obstajajo v odnosu do tega, kako posamezniki iz različnih držav (kultur) zaznavajo določene vzorce vedenja, ki vplivajo na veljavnost prenosa delovnih praks in metod teh tehnik iz ene države v drugo državo (Makovec Brenčič, et al, 2009, str. 298).

Indija obsega površino velikosti evropskega kontinenta, v državi živi preko 4.600 različnih skupnosti, ki pripadajo vsaj 4 različnim rasnim skupinam, 7 religijam, 325 različnim jezikom. Uradnih jezikov je sicer 14, angleščina je na območju celotne države uveljavljen poslovni jezik. Populacija danes presega mrd prebivalcev in ravno to množico raznolikih ljudi, ki daje pečat mestnemu vrvežu, opaziš na vsakem koraku. Neznanec ti že ob bežnem srečanju izrazi dobrodošlico z vabilom na obisk k njemu domov, po načelu »kaj je neznanec drugega kot prijatelj, ki ga še nisi srečal«. Indijsko reklo pravi: »Na poti v New Delhi sem srečal sto ljudi in vsi so moji bratje«, kar v praksi pomeni, da je mogoče kakršnekoli poslovne kontakte v privatnem sektorju navezati preko ene same prave osebe, ki ima med svojimi sorodniki in znanci razvejano mrežo poslovnih kontaktov.

Čutno dožemanje sveta je med Indijci na prvem mestu, zato je za uspeh v poslu potrebno spoštovati in predvideti tudi naslednja dejstva (GZS, 2007):

- karma (vsaka posledica je rezultat določene aktivnosti, reinkarnacija),
- kaste (ustava priznava vse ljudi enake pred zakonom, dejansko so ljudje razvrščeni v pet osnovnih kast; najvišja, kamor sodijo duhovniki in učitelji, sledijo vladarji in vojaki, trgovci, delavci in kot najnižja kasta nedotakljivi),
- dharma (dolžnost, naravni zakon),
- vraževernost (zvezde in položaj planetov določajo srečne dneve, na katere se je potrebno ozirati pri sprejemanju pomembnih življenjskih odločitev ali pri poslovnih dejanjih),
- družina, obletnice, praznovanja zelo pomembni.

Religija igra pomembno vlogo v vsakdanjem družinskem in poslovnem življenju. Delež pripadnikov posamezne religije: hinduizem 80,5 %, islam 13,4 %, krščanstvo 2,3 %, sikhizem 1,9 %, zoroastrianizem, budizem, jainizem, ...

Pri pogovorih je potrebno upoštevati, da je »**indijska angleščina**« drugačna zaradi naglasa, tempa govorjenja in uporabe arhaičnih izrazov. Ključni predmet pogovora je potrebno večkrat izpostaviti, da ugotovimo, če so sogovorniki razumeli bistvo pogovora. V uporabi je tudi drugačen zapis števil (številčni sistem na dve decimalni mesti): 1 lakh = 100.000 (indijski zapis = 1,00,000), 1 crore = 10.000.000 (indijski zapis = 10,00,00,000).

Hierarhija je pomembna tako pri formalnih, kot pri neformalnih srečanjih. **Kastni sistem** je še vedno živ pri naboru kadrov, kjer so ključne reference pripadnost kasti in družinske vezi. Tako imenovana **omrežja »old boys«** imajo veliko veljavo. Stranka brez priporočila težko uspe. **Ženske** so v poslovnem svetu v pretežno podrejenem položaju. **Tabu teme** razgovorov so Pakistan, sistem kast, religija (Hrastelj, 2008, str. 207).

Za **pogajanja** si je potrebno vzeti dovolj časa. Pogajanja so sproščena, osebni odnos poskušajo Indijci zgraditi s pogovori o potovanju, družini, s postrežbo, nato sledi beseda o poslu. Dober odnos s poslovnim partnerjem ima ob kredibilnosti in zaupanju pomembno vlogo pri izpeljavi posla. Nestrinjanja Indijci ne pokažejo direktno, na primer diplomatsko, ampak s predlogom, da bi se o obravnavani stvari pogovorili kasneje. Odločitve o poslih se sprejemajo na najvišjih nivojih odločanja. **Pogodbe** so praviloma v pisni obliki, čeprav naj bi načeloma veljal že ustni dogovor (Hrastelj, 2008, str. 211).

Pri **govorici telesa** zelo hitro opazimo, da sogovornik kar naprej vneto odkimava z glavo; pozibavanje glave levo desno namreč pomeni pritrditev in ne nestrinjanja, kot je to v navadi pri nas.

Termin poslovnega **sestanka** je priporočljivo določiti mesece v naprej in ga potrditi pred samim prihodom v državo. Koristno je pojasniti, da smo na obisku v državi le kratek čas, če je temu res tako. Nič nenavadnega ni, če se dogovorjeni termin in kraj srečanja spremenita v zadnjem hipu, zato je priporočljivo svoje kontakte sporočiti odgovornim v podjetje, kamor prihajate na obisk. Na sestanke je priporočljivo prihajati točno, čeprav tega ni moč pričakovati od indijskih partnerjev, saj enourne zamude niso nič nenavadnega.

Za večino podjetij, razen multinacionalk, za vlado in banke, je zaključek **finančnega leta** konec marca in če je le mogoče, sestanke načrtujemo izven tega obdobja.

Poslovne večerje niso v navadi, pač pa so priljubljena spoznavna **večerna družabna srečanja** za širši krog ljudi.

Na poslovnih sestankih je **rokovanje** med moškimi običajno. Moški se rokuje z žensko le, če mu ona ponudi roko. Indijci se med sabo pozdravljajo z namaste in sklenjenimi dlanmi prislonjenimi na prsi in rahlim priklonom. Pri uradnem **predstavljanju** je običaj, da navedemo tudi svoj poklic in izobrazbo. Enako velja za predstavitve na vizitkah. Vizitke si izmenjamo pozorno in vedno z desno roko. **Naslavljanje** sogovornikov: uradno med Indijci gospod = Sri, gospa = Srimati, uradno do tujcev za moškega Mr, za žensko Mrs, oziroma doktor, profesor. Če ime sogovornika ni poznano, zadostuje naslavljanje z Madam, Sir.

Za tuje poslovne ženske je sprejemljiv konzervativni slog zahodnjaškega **oblačenja**, za moške obleka s kravato, poleti za običajne poslovne sestanke primerna srajca z dolgimi rokavi s kravato.

V primerjavi z zahodnimi normami je **osebni prostor** zelo ozek. V navadi je na primer, da Indijci v dvoranah ali na javnih prevozih sedejo na sedeže poleg tistih, ki so že zasedeni in ne tam, kjer je še veliko praznih sedežev, kot je marsikje navada pri nas. Do tujcev so zelo prijazni, odprti, vedoželjni in radovedni, vprašanja o družini so na vsakodnevnem repertoarju.

Birokratski sistem, kadrovanje iz razširjenih družin in družbenih skupin, patriarhalni način vodenja, poslušnost, odvisnost od drugih, vdanost v usodo, nediscipliniranost, prijateljstvo, skromnost, nerezerviranost, kolektivističnost, upoštevanje pripadnosti kastam in klanom, žilavost, nepripravljenost sprejemanja mnenj drugih so značilnosti Indijcev in njihovega **posloводства**. Temeljne poteze indijskega sloga posloводства so nasprotovanje spremembam, ohranitev statusa quo, pripravljenost delegiranja pooblastil, vendar ob nepripravljenosti spoštovanja avtoritet, strah pred samostojnim sprejemanjem odločitev, posesivni odnos do podrejenih in klečeplazenje pred nadrejenimi, priseganje na visoko moralo (ob osebni nemorali), upoštevanje političnih zvez (Hrastelj, 2008, str. 211).

Direktorji v podjetjih imajo zaposlene svoje tako imenovane »peon-e¹²«, služabnike v uniformi, ki na poziv nadrejenega prinašajo in odnašajo fakse, pijače in podobno ter pomenijo statusni simbol. Direktorji med sestanki pogosto opravljajo še druge stvari, kot npr. podpisujejo dopise, ker ne pomeni nezainteresiranosti za sodelovanje z osebami, ki so prisotne na sestanku. Delovni proces in kakovost proizvodov je potrebno dosledno **nadzorovati**, saj delavci težko prevzemajo odgovornosti. Nekvalificirani delavci, skriti v množici delovne sile, niso motivirani za dobro delo. Pomembni osebni življenjski dogodki imajo prednost pred vsakodnevnimi delovnimi zadolžitvami.

¹² (angl. *peon, chaprasy, sweeper*).

Gostoljubnost in gracioznost so odlike indijskih **gostiteljev**, na zabave povabijo tujce, ki jih le bežno poznajo. Konec strežbe hrane je jasno naznanilo konca zabave.

Obdarovanje je v navadi, vendar ne ob prvem srečanju. Obdarovanje je znak prijateljstva. Primerna **darila** za gostitelja večerje so rože ali sadje ali paket sladkarij, če pa gostitelj ponudi prenočišče, je primerno ponuditi plačilo ali uporabno darilo za dom in gospodinjstvo, kozmetične proizvode. Darila naj bodo zavita v zelen, rumen ali rdeč ovojni papir. Darila se ne odpirajo pred darovalcem. Običajno se darila ob prejemu ne odpre, razen, če izročitelj tako želi. Priporočljivo je, da prihod na zasebno večerjo načrtujemo 15 do 30 minut po dogovorjeni uri. Lepo je, če se gostitelju za večerjo zahvalimo z našim vabilom na večerjo in tako gradimo dolgoročnejši in pristnejši odnos (Koland, 2005, str. 151).

V Indiji se brez **lobiranja** ali celo podkupovanja ne pride nikamor, zato je takšne posle najbolje prepustiti lokalnemu indijskemu partnerju. Tudi klasična strategija za vstop na trg z ustanovitvijo podjetja s skupnim vlaganjem se ne obnese. Indijski partnerji v večini primerov namreč niso sposobni dokapitalizirati širitve poslovanja (Podjed, 2005).

4 PROBLEMI IN PRILOŽNOSTI V ODNOSIH MED SLOVENIJO IN INDIJO NA DOLGI ROK

Uspešnost celotnega gospodarstva v mednarodni menjavi je tesno povezana z uspešnostjo poslovnih subjektov. Gospodarstva so uspešno vključena v mednarodne ekonomske odnose takrat, kadar le ti preko dejavnosti poslovnih subjektov povečujejo nivo blagostanja in pospešujejo gospodarsko rast ob čim višji stopnji zaposlenosti delavcev in drugih produkcijskih faktorjev (Kumar, 2007, str. 4).

Pomen globalizacije in proizvodna diferenciacije narašča z vse večjo integriranostjo mednarodnih trgov. Posebej majhna gospodarstva morajo izkoristiti sodobne trende integracije gospodarstev v prid svojega pospešenega gospodarskega razvoja (Kumar, 2007, str. 158).

Koncentracija zunanje ekonomskih odnosov na EU zmanjšuje možnosti hitrega in učinkovitega nevtraliziranja morebitnih gospodarsko neugodnih dogajanj v Evropi s pomočjo povečanja tokov menjave z drugimi ekonomskimi regijami oziroma trgi. Dostop na trg, poznavanje formalno pravnih posebnosti, prilagoditev kupcev in podobno so aktivnosti, ki s podjetniške perspektive potrebujejo dovolj časa za uresničitev. Zato bo iskanje novih trgov v primeru nuje izredno drago in dolgotrajno v kolikor ne bo še predhodno razvito vsaj osnovno gospodarsko sodelovanje (Kumar, 2005, str. 280).

Na posvetu ekonomske diplomacije, ki ga je januarja 2010 organiziral MZZ v sodelovanju z GZS, je generalni direktor GZS (Hribar Milič, 2010) izpostavil, da so inovativnost, nove tržne niše, večja prebojnost slovenskega gospodarstva v smislu proizvodne odličnosti, manjše

podrejenosti končnim kupcem, tiste priložnosti, ki, v kolikor jih bomo izkoristili, bodo Slovenijo lahko privedle do tistega cilja, ki smo si ga zadali ob vstopu Slovenije v EU, to je da bomo v 10 letih postali nadpovprečno razvito gospodarsko socialno območje v EU.

Z vidika umeščanja ali krepitev položaja blagovnih znamk na trgih, se po besedah Makovec Brenčič (2008), ne spremlja dovolj razvoj trgov in značilnosti kupcev ali pa ni dovolj kapitalske moči v podjetjih za smelejše trženjske odločitve in aktivnosti ali pa se prav v portfeliju znam ne zmorejo odločiti kako naprej.

4.1 Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in groženj (SWOT)

SWOT analiza, ki lahko služi kot usmeritev pri razjasnitvi ključnih strateških vprašanj in odločitev managerja v mednarodnem poslovanju, je prikazana v Tabelah 25 in 26 in Sliki 14 je narejena na podlagi ugotovitev prikazanih analiz v obravnavanem delu ter ankete za potrebe magistrskega dela med nosilci internacionalizacije slovenskega gospodarstva. Dejavniki v SWOT analizi so kvantificirani in razvrščeni na podlagi odgovorov anketiranih predstavnikov nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva, specializiranih za področje gospodarskih odnosov Slovenije z Azijo.

Tabela 25: Pregled notranjih dejavnikov slovenskega gospodarstva, razčlenitev notranjih prednosti in slabosti

Prednosti slovenskega gospodarstva:		Delež odgovorov v %
S1	V skupini proizvodov deli za vozila dosegajo slovenska podjetja 4,8 krat višjo prodajno ceno v primerjavi s svetovnim povprečjem, pri delih za elektromotorje pa 2 krat višjo.	86,67
S2	Povečujeta se tako vrednost, kot delež visoko tehnoloških proizvodov v slovenskem izvozu v Indijo , kar je v letu 2009 pomenilo 38,9 mio evrov oz. 45 %, medtem, ko je leta 1999 največji, to je 40,7 % delež oziroma 3,5 mio evrov pripadlo nizko tehnološkimi proizvodom.	80,00
S3	Največji potencial izvoza v Indijo imajo slovenski ponudniki olj dobljenih iz nafte (7,7 mrd ameriških dolarjev), delov za vozila (1,6 mrd ameriških dolarjev), pakiranih zdravil za prodajo na drobno (504 mio ameriških dolarjev), delov za elektromotorje (477 mio ameriških dolarjev) in delov za gradbeno mehanizacijo (447 mio ameriških dolarjev).	66,67
S4	Trend rasti GLIIT v kategoriji nizko tehnoloških proizvodov in proizvodov iz naravnih virov.	60,00

se nadaljuje

nadaljevanje

Prednosti slovenskega gospodarstva:		Delež odgovorov v %
S5	V uvozu iz Indije je zaznati trend rasti uvoza srednje tehnoloških proizvodov.	56,67
S6	V proučevanem obdobju 1999–2009 se je vrednost slovenske blagovne menjave z Indijo podeseterila, medtem, ko se je vrednost slovenske blagovne menjave s svetom povečala 2,1 krat, hkrati se je povečal tudi delež zunanje trgovine z Indijo v slovenski blagovni menjavi z 0,16 % na 0,76 %, kar kaže na to, da se krepi pomen blagovne menjave med državama.	53,33
Slabosti slovenskega gospodarstva:		Delež odgovorov v %
W1	Razpršenost aktivnosti nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva in odsotnost nacionalne strategije nastopa slovenskega gospodarstva na indijskem trgu.	93,33
W2	V skupini proizvodov deli za elektromotorje dosegajo slovenska podjetja polovične prodajne cene v primerjavi s svetovnim povprečjem.	86,67
W3	Skromen obseg neposrednih tujih investicij , kot posledica omejenega poznavanja investicijskega in poslovnega okolja, omejenosti finančnih resursov, podjetniških strategij in nezadostne in neuskrajene podpore institucij, ki spodbujajo internacionalizacijo.	86,67
W4	Neizrabljene priložnosti za sodelovanje v EU projektih.	83,33
W5	Razpršenost proizvodov v uvozu je majhna , saj vodilnih 10 skupin proizvodov po klasifikaciji SMTK na ravni treh števil predstavlja 90 % slovenskega uvoza iz Indije, medtem ko je primerjani delež v slovenskem izvozu v Indijo 83 %.	80,00
W6	Največji konkurenti slovenskemu gospodarstvu so razvita gospodarstva Kitajske in izvoznice nafte.	73,33
W7	Nizka stopnja integriranosti slovenskega gospodarstva v bilateralne trgovinske tokove z Indijo, saj je GLIIT v primerjanem obdobju 1999–2009 pod 50 %.	66,67
W8	Proizvodi iz naravnih virov predstavljajo največji delež v slovenskem uvozu iz Indije , hkrati je zaznati trend zniževanja deleža nizko in visokotehnoloških proizvodov.	63,33
W9	Konstantno rastoč deficit v trgovinski bilanci , ki presega vrednost slovenskega izvoza v posameznem letu.	63,33

Tabela 26: Pregled zunanjih dejavnikov slovenskega gospodarstva, razčlenitev zunanjih priložnosti in groženj

Priložnosti slovenskega gospodarstva:		Delež odgovorov v %
O1	300 mio srednji potrošniški razred predstavlja velik potencial individualne potrošnje . Indija naj bi do leta 2025 postala 1.500 mrd vreden 5. svetovni potrošniški trg.	93,33
O2	Prostotrgovinski sporazum EU Indija bo imel pozitiven vpliv na rast deleža znotraj panožne trgovine.	83,33
O3	Razpoložljivost in rast obsega delovne sile , ki se letno poveča za 50.000 računalničarjev, 360.000 diplomiranih inženirjev. Stroški izobražene delovne sile znašajo 15 % stroškov enako kvalificirane ameriške delovne sile.	83,33
O4	Stabilna gospodarska rast je v obdobju 2003–2008 znašala 8,4 % v povprečju na leto, povprečna stopnja inflacije je bila v enakem obdobju 5,8 % .	80,00
O5	Preko mednarodnih javnih naročil bo država za izgradnjo infrastrukture v obdobju 2009–2013 namenila 500 mrd ameriških dolarjev .	76,67
O6	Perspektivni sektorji in dejavnosti obsegajo proizvodnjo bio farmacevtskih in farmacevtskih proizvodov, razvoj programske opreme, trgovino in medije.	73,33
O7	Liberalizacija indijskega gospodarstva in privlačnost investicijskega okolja, ki se po raziskavi UNCTAD World Investment Prospect Survey 2007–2009 uvršča na drugo mesto, takoj za Kitajsko). Znotraj Indije so za investitorje najprivlačnejše države tiste z razvito infrastrukturo in institucionalno podporo (zanesljiva energetska oskrba, dobre transportne povezave, majhna stopnja korupcije in tatvin, urejena davčna zakonodaja).	66,67
Grožnje slovenskemu gospodarstvu:		Delež odgovorov v %
T1	Slabo urejeno varovanje intelektualne lastnine.	96,67
T2	Pomanjkanje lastnih virov energije , velika odvisnost od uvoza energentov, ki danes predstavlja že 3 % svetovne porabe nafte in naj bi do leta 2030 narasla na 10 % . Z naraščajočo porabo fosilnih goriv naraščajo izpusti CO2 .	70,00

se nadaljuje

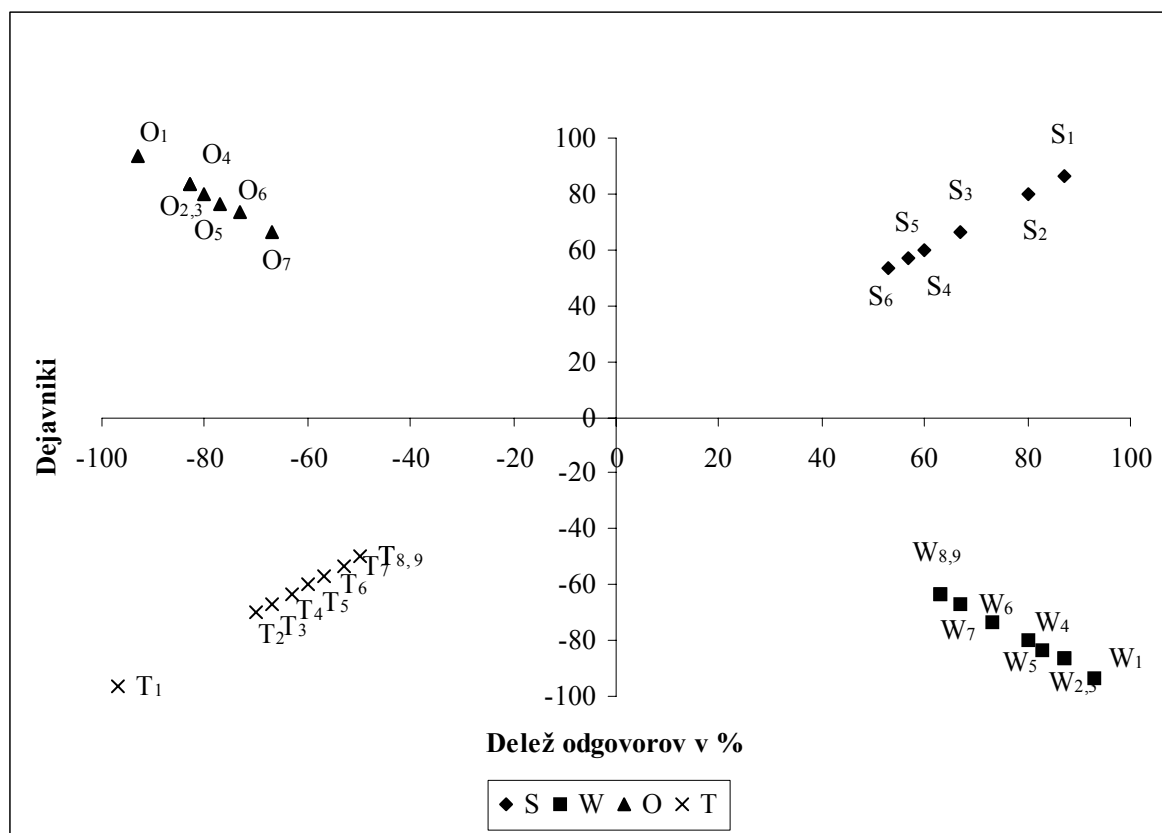
nadaljevanje

Grožnje slovenskemu gospodarstvu:		Delež odgovorov v %
T3	Razslojenost prebivalstva neti nestrpnost in napetosti med prebivalci različnih regij, religij, kast.	66,67
T4	8 % uradna stopnja brezposelnosti.	63,33
T5	Naraščajoča poraba fosilnih goriv povzroča večji obseg emisij toplogrednih plinov ter rast cen goriv.	60,00
T6	Neurejeni sanitarni pogoji na podeželja in zdravstveno in socialno varstvo.	56,67
T7	Nizka stopnja pismenosti , ki po uradnih podatkih znaša le 65 % .	53,33
T8	0,7 % BDP znaša bruto izdatek za raziskave in razvoj , kar je najmanj med državami BRIK in tako pomeni počasnejši napredek in večjo odvisnost od uvoza.	50,00
T9	Gostota prebivalstva (324 prebivalcev/km ²), neuspešna implementacija ukrepov za kontrolo rojstev, ki je leta 2009 dosegla 2,7 otroka na žensko v rodni dobi in stremi k ciljni številki enostavne reprodukcije, 2,1 otroka na žensko v rodni dobi.	50,00

Izsledki ankete kažejo, kot je razvidno tudi iz Slike 14, da je:

- Največja **prednost** slovenskega gospodarstva na indijskem trgu doseganje 4,8 krat **višjih prodajnih cen glede na svetovno povprečje pri prodaji delov za vozila** in 2 krat višje pri **prodaji elektromotorjev**, za kar se je opredelilo 87 % anketiranih.
- Največja **slabost** nastopa slovenskega gospodarstva na indijskem trgu **razpršenost aktivnosti nosilcev internacionalizacije v Sloveniji**, za kar se je opredelilo 93 % anketiranih.
- Največja **priložnost** za slovensko velik **potencial indijske individualne potrošnje**, za kar se je opredelilo 93 % anketiranih.
- Največja **grožnja** slovenskemu gospodarstvu na indijskem trgu **slabo urejeno varovanje intelektualne lastnine**, za kar se je opredelilo 97 % anketiranih.

Slika 14: Kvantificiran prikaz dejavnikov SWOT analize na podlagi odgovorov anketiranih predstavnikov nosilcev internacionalizacije slovenskega gospodarstva



4.2 Predlogi poslovnih in institucionalnih aktivnosti na temelju analize SWOT za prihodnje gospodarsko in poslovno sodelovanje z Indijo

Predloge **institucionalnih aktivnosti** za prihodnje gospodarsko sodelovanje med obravnavanima državama, na temelju SWOT analize iz poglavja 4.2, lahko strnemo v naslednje:

- Pri organizaciji obiskov slovenskih vladno-gospodarskih delegacij v Indiji in obiskov indijskih delegacij v Sloveniji, ki jih po naročilu JAPTI primarno izvaja GZS v sodelovanju z MZZ, je potreben udaren, unikat in transparenten nastop, ki zajema konkretne ponudbe celovitih rešitev za indijski trg, bodisi s področja avtomobilske, kovinsko-predelovalne, logistične ali turistične predstavitve, ki Slovenijo predstavlja kot vstopno točko in platformo za vstop v EU ter Jugo-vzhodno Evropo.
- Potrebno je sistematično izobraževanje vseh sfer slovenskih javnosti (poslovne, vladne, splošne) za dojetje obstoječih in novih, ob v perspektivi podpisanem prostotrgovinskem sporazumu med EU in Indijo, poslovnih in investicijskih priložnosti, obogatitev kulturno umetniških dejavnosti za odpravo stereotipov o indijskem trgu. Izvajalci izobraževanj bi morali biti GZS, OZS, ULEF, MZZ, Indijsko veleposlaništvo v Ljubljani.
- Pospešiti rast blagovne menjave med državama z izvozom in uvozom novih vrst proizvodov in z vstopom novih slovenskih podjetij na indijski trg, ki bi povečala

razpršenost slovenskega izvoza in uvoza z obravnavano državo, stopnjo integriranosti slovenskega gospodarstva v bilateralne trgovinske tokove z Indijo in obseg neposrednih tujih investicij.

- Slovenska vlada mora spoznati, da lahko izvoz in ustrezne neposredne investicije naših podjetij v Indiji dolgoročno doprinesejo k reševanju Slovenije iz globalne finančno gospodarske krize. Banke bi z ugodnim financiranjem omogočile realizacijo smelih poslovnih in investicijskih odločitev slovenskih podjetij na indijskem trgu, predvsem za izvoz visokotehnoloških proizvodov, proizvodov, ki so pozicionirani v visoki in srednji cenovni razred in proizvodov, ki imajo največji potencial prodaje na indijskem trgu. Pri neposrednih investicijah v tujini je smiselno začasno financiranje tistih poslov, ki prispevajo k preobrazbi gospodarske strukture in so razvojno naravnani in nadalje prispevajo k mobilizaciji virov nad obsegom, ki ga opredeljujejo domače proizvodne in ponudbene zmogljivosti.
- Smiselno bi bilo organizirati in sponzorirati obiske predstavnikov indijskih uvoznikov, organizatorjev potovanj in odločevalcev / nabavnikov iz hipermarketov v okviru strokovnih ekskurzij v Slovenijo, ter jih v okviru tega povezati s slovenskimi izvozniki industrijskega blaga in blaga za široko potrošnjo.

Omenjene institucionalne aktivnosti bi lahko prispevala k hitrejšim in lažjim odločitvam slovenskih podjetij za načrtovan, dobro pripravljen nastop na indijskem trgu.

Predloge **poslovnih** aktivnosti na temelju SWOT analize iz poglavja 4.2, lahko strnemo v naslednje:

- Načrtovano in kontinuirano vzpostavljanje med podjetniških poslovnih stikov v okviru specializiranih sejmov v Evropi in Indiji, vladno-gospodarskih delegacij, individualnih obiskov v Indiji bo pospešilo izvozno-uvozne posle in višje oblike med podjetniškega sodelovanja ter povečalo blagovno in storitveno menjavo med državama ter vrednost neposrednih tujih investicij.
- Notranji vzvodi sprememb s strani managementa, so pogoj za dolgoročno uspešen nastop podjetja na indijskem trgu.

Vodilni v slovenskih podjetjih bi morali imeti nenehno pred očmi izjavo Edward-a J. Zanderja, nekdanjega predsednika in CEO Motorole in sopedredujočega India Economic Summit 2007, ki je rekel: »Na indijskem trgu je ogromno velikih priložnosti, vendar niti ena sama ni podarjena. Nenehno investiraj v izobraževanje in vzdržuj potrebno infrastrukturo.« (World Economic Forum, 2007).

SKLEP

Z liberalizacijo indijskega gospodarstva, stabilno, povprečno 8,4 % gospodarsko rastjo v obdobju 2003–2008, 500 mrd ameriških dolarjev javnih naročil za izgradnjo infrastrukture v obdobju 2009–2013, je obseg poslovnih in investicijskih priložnosti za tuja podjetja na indijskem trgu v nenehnem porastu. Velik potencial individualne potrošnje, ki ga poganja rast razpoložljivih dohodkov srednjega potrošniškega razreda, hitra urbanizacija in dvig pričakovanje življenjske dobe v perspektivi, leta 2025, Indijo umeščajo na 5. mesto po kupni moči na svetu. Indija se na drugi strani sooča z notranjimi problemi, kot so razslojenost prebivalstva, 8 % stopnjo brezposelnosti, pomanjkanjem lastnih virov energije, 65 % stopnjo pismenosti, 0,7 % bruto nacionalnim izdatkom za raziskave in razvoj, povečanjem emisij toplogrednih plinov, če omenimo le nekatere.

Analiza blagovne menjave med Slovenijo in Indijo je, kljub skromnim 286,5 mio evrov v letu 2009, v proučevanem obdobju 1999–2009 pokazala trend rasti. Vrednost blagovne menjave med državama in je rasla skoraj 5 krat hitreje kot menjava Slovenije s svetom, izvoz Indijo je rasel 4,2 krat hitreje kot slovenski izvoz v svet, uvoz pa 5,1 krat hitreje kot uvoz iz sveta. Z rastjo vrednosti blagovne menjave je rasel tudi deficit v trgovinski bilanci, ki je nemalokrat presegal vrednost izvoza v posameznem letu proučevanega obdobja.

Analiza strukture slovenskega izvoza v Indijo je pokazala strukturne spremembe v slovenskem izvozu v Indijo in trend rasti deleža visokotehnoloških proizvodov, katerega delež je leta 2009 dosegel 45 % vrednosti slovenskega izvoza v Indijo, medtem ko je bil delež te kategorije leta 1999 komaj 14 %. Na drugi strani pa se je delež nizko tehnoloških proizvodov, ki je bil leta 1999 41 %, leta 2009 zmanjšal na 15 %. Struktura slovenskega uvoza in strukturne spremembe v proučevanem obdobju so pokazale trend rasti v kategoriji srednje tehnoloških proizvodov, ki je z 48 % dosegel svoj vrhunec leta 2008, medtem, ko je bil ta delež leta 1999 4 %. Največji 41 % delež vrednosti slovenskega uvoza po vstopu Slovenije v EU, ustvari skupina proizvodov iz naravnih virov, kar lahko potrdi drugi del H₁, glede uvoza surovin iz Indije v Slovenijo za potrebe EU trga. Razpršenost slovenskega izvoza in uvoza z Indijo je majhna, saj prvih 10 skupin proizvodov po klasifikaciji SMTK na ravni 3 števil ustvari kar 83 % vrednosti celotnega slovenskega izvoza v Indijo oziroma 90 % vrednosti celotnega slovenskega uvoza iz Indije.

Analiza znotraj panožne trgovine je pokazala, da je Grubel-Lloydov indeks znotraj panožne trgovine (GLIIT) na agregatni ravni za skupino nizko tehnoloških proizvodov edini, ki kaže trend rasti in je v letu 2009 dosegel 27 %, medtem, ko za skupino visokotehnoloških proizvodov veljajo izrazita nihanja, z doseženim vrhuncem 54 %, v letu 2001. Z izjemo določenih sektorjev v blagovni menjavi med državama prevladujejo med panožni trgovinski blagovni tokovi, saj je GLIIT indeks za, po vrednosti v blagovni menjavi, vodilne kategorije proizvodov pod 50 %, kar kaže na relativno nizko stopnjo integriranosti slovenskega gospodarstva v bilateralne tokove z Indijo. Izračunani GLIIT na agregatni ravni potrjujejo

prvi del H₁, ki pravi, da so priložnosti za slovenska podjetja na indijskem trgu v izvozu nišnih proizvodov in znanja.

Največji potencial izvoza, glede na izračunano vrednost potencialnega slovenskega izvoza v Indijo, imajo skupine proizvodov olja dobljena iz nafte, deli za vozila, zdravila za prodajo na drobno, deli za elektromotorje in deli za gradbeno mehanizacijo. Med visoko cenovno pozicionirane slovenske proizvode na obravnavanem trgu sodijo deli za vozila, kjer slovenska podjetja na indijskem trgu dosegajo 4,8 krat višjo ceno od svetovnega povprečja in deli za elektromotorje z 2 krat višjo ceno od svetovnega povprečja. Slovenski ponudniki nišnih proizvodov za globalno avtomobilsko industrijo nadpovprečno dobro prodajajo svoje proizvode na indijskem trgu, kar potrjuje prvi del H₁. Največji konkurenti slovenskemu gospodarstvu na indijskem trgu so Koreja, Japonska, Češka, za skupino proizvodov deli za vozila ter Nemčija, Kitajska, Italija za skupino proizvodov deli za elektromotorje.

Vrednost slovenskih neposrednih investicij v Indiji je bila konec leta 2008 3,8 mio evrov terjatev. Manjše število slovenskih podjetij je bilo v času priprave magistrskega dela v fazi priprave analize smotrnosti investicije v proizvodne in prodajne obrate v Indiji. Indijska podjetja so bila in so še vedno zainteresirana za sodelovanje v privatizaciji nekdanjih uspešnih slovenskih podjetij. Na eni strani imajo, po teoriji kvantnih skokov, velik potencial investiranja na indijskem trgu slovenski ponudniki nišnih proizvodov in storitev z jasno oblikovano strategijo internacionalizacije, na drugi strani pa obstaja velik potencial slovenskih dobaviteljev globalnim kupcem industrijskih proizvodov, kot je na primer avtomobilska industrija, kar lahko potrdi H₂.

EU podjetjem iz sektorjev biotehnologije, energetike, okolje varstva in transporta je v pomoč pri nastopu na indijskem trgu EBTC, katerega delovanje sofinancira Evropska komisija. Evropska komisija se v dokumentu Strateško partnerstvo EU – Indija z leta 2004 med drugim zavzema za sodelovanje pri trajnostnem razvoju, zaščiti okolja in podnebnim spremembam, izboljšanju gospodarskega sodelovanja, sodelovanja v evropskem globalnem satelitskem navigacijskem sistemu Galileo.

Slovenska podjetja so bila do sedaj deležna nesistematične institucionalne podpore za nastop na indijskem trgu, kar bi v perspektivi rešili z oblikovanjem nacionalne strategije nastopa slovenskih podjetij na indijskem trgu, v kateri bi konkretizirali nacionalne cilje ter razmejili aktivnosti in odgovornosti nosilcev internacionalizacije.

V magistrskem delu so bili na temelju SWOT analize oblikovani predlogi institucionalnih in poslovnih aktivnosti, ki obsegajo povečanje vzajemne prepoznavnosti poslovnih priložnosti obeh držav, povečanje razpršenosti izvoza in uvoza, finančno podporo smelim poslovnim odločitvam za izvoz visokotehnoloških proizvodov, cenovno visoko pozicioniranih proizvodov in razvojno naravnane investicij in lahko služijo kot izhodišče za pripravo podjetniških, institucionalnih in vladnih strategij za uspešen nastop na indijskem trgu.

LITERATURA IN VIRI

1. Banka Slovenije - BS (2010a). *Dnevna tečajnica – referenčni tečaji ECB*. Najdeno 19. julija 2010 na spletni strani <http://www.bsi.si/podatki/tec-bs.asp>.
2. Banka Slovenije - BS (2010b). *Prikaz stanja mednarodnih naložb Slovenije - imetja - po državah*. Najdeno 27. januarja 2010 na spletni strani <http://www.bsi.si/iskalniki/pregled-financnih-podatkov-en.asp?PodrocjeId=324&PodPodrocjeId=330&hSubmittedPodPodrocja=1&MapaId=87>.
3. Bhende Rani, S. (2009). *What India Wants, Foreign Investment in New Asian Tiger*. Mumbai: Dezan Shira & Associates, *India Briefing*, 3(1).
4. Bojnec, Š., & Novak, M. (2005a). Metodologija za ugotavljanje konkurenčnih prednosti in pozicioniranje sektorjev slovenskega gospodarstva po konkurenčnosti blagovne menjave. *IB Revija*, XXXIX (1–2), 4–25.
5. Bojnec, Š., & Novak, M. (2005b). Ali znotrajpanožna trgovina prevladuje v slovenski blagovni menjavi? *IB Revija*, XXXIX (3), 22–40.
6. Czinkota, M. R. (2004). *The Export Marketing Imperative. The Drive to Internationalize*. London: Thomson Learning. Najdeno 12. decembra 2007 na spletni strani http://www.swlearning.com/pdfs/chapter/0324222580_1.PDF.
7. Datamonitor (2009). *India: Country Analysis Report-In-depth PESTLE Insights*. London: Datamonitor.
8. Decreux, Y., & Mitaritonna, C. (2007). Economic Impact of a Potential Free Trade Agreement (FTA) Between the European Union and India. *Commission of the European Union. N° Trade SPECIFIC CONTRACT No. SI2.434.087, Framework Contract No TRADE/05/H3/01/1c*. Najdeno 2. septembra 2009 na spletni strani http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/may/tradoc_134682.pdf.
9. Desai, A. (2008). *The Indian Economy: Performance and Aspects. Presentation for the Ambassadors of EU 25 to India*. (str. 1–27). New Delhi: CCI - Corporate Catalyst India.
10. EBTC - European Business and Technology Centre (2009). *What We Do. Focus Sectors*. Najdeno 20. oktobra 2009 na spletni strani <http://www.ebtc.eu>.
11. EC - European Commission. (2007). *Bilateral Relations – India*. Najdeno 7. decembra 2007 na spletni strani http://ec.europa.eu/trade/issues/bilateral/countries/india/index_en.htm.
12. EC - European Commission. (b.l.). *India-EU Joint Statement*. Najdeno 6. novembra 2009 na spletni strani <http://newdelhi.trade.gov.pl/en/download/file/f,4457>.
13. ECORYS Nederland BV (2009). *Trade Sustainability Impact Assessment for the FTA between the EU and the Republic of India*. TRADE07/C1/C01 – Lot 1. Najdeno 2. septembra 2009 na spletni strani http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/june/tradoc_143372.pdf.
14. Emery, R.F. (1967). The Relation of Exports and Economic Growth. *Kyklos* (20), 470–486.
15. EU - European Union, External Action. (2007). *India Bilateral Relations*. Najdeno 29. novembra 2007 na spletni strani http://eeas.europa.eu/india/sum11_07/index_en.htm.

16. Eurostat (2010). *Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009*. Najdeno 7. aprila 2010 na spletni strani <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/setupdimselection.do#>.
17. GZS - Gospodarska zbornica Slovenije (2007). *Izvoznikov navigator* [zgoščanka]. Ljubljana: GZS.
18. GZS - Gospodarska zbornica Slovenije (2008). *Anketa med slovenskimi podjetji vpisanimi v bazo ponudb in povpraševanj za indijski trg* (interno gradivo). Ljubljana: GZS.
19. GZS - Gospodarska zbornica Slovenije (2009a). *Pregled mednarodnih poslovnih srečanj v obdobju 1998–2010 v organizaciji GZS* (interno gradivo). Ljubljana: GZS.
20. GZS - Gospodarska zbornica Slovenije (2009b). *Ustanovitev odbora za mednarodno konkurenčnost in sodelovanje*. Najdeno 15. oktobra 2009 na spletni strani http://www.gzs.si/slo/novinarsko_sredisce/14542.
21. GZS - Gospodarska zbornica Slovenije (2010). *Pregled investicij slovenskih podjetij v Indiji* (interno gradivo). Ljubljana: GZS.
22. Grubel, H. G., & Lloyd, P.J. (1975). The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. *Economic Record*, 47 (4), 494–517.
23. Höfert, A. (2009). *Prices and Earnings*. Zurich: UBS AG.
24. Hrastelj, T (2008). *Razpotja mednarodnega poslovanja in kultur*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
25. Hribar Milič, S. (2010). *Posvet ekonomskih svetovalcev in predstavnikov slovenskega gospodarstva v tujini, Ključni izvozni trgi slovenskega gospodarstva v letu 2009, prosojnice s posveta*. Ljubljana: GZS.
26. Iarossi, G. (2009). The Investment Climate in 16 Indian States. *Policy Research Working Paper 4817*. Washington: World Bank.
27. IBEF - India Bradn Equity Foundation (2009). *Consumer Markets*. Najdeno 13. junija 2009 na spletni strani http://www.ibef.org/artdisplay.aspx?cat_id=114&art_id=22928.
28. India Business. (2009). *Know India*. Najdeno 15. oktobra 2009 na spletni strani <http://www.indiainbusiness.nic.in/know-india/map.htm>.
29. India Government (2009). *States and Union Territories*. Najdeno 15. oktobra 2009 na spletni strani http://www.india.gov.in/knowindia/state_uts.php.
30. ITC (2009). *Trade Map. Izračuni, temelječi na statističnih podatkih COMTRADE-a in WTO-ja*. Najdeno 31. januarja 2010 na spletni strani www.trademap.net/slovenia/login.htm.
31. Izvozno okno (2008). *Podatki o državah. Indija*. Najdeno 24. marca 2008 na spletni strani <http://www.izvoznookno.si>.
32. Koland, G. (2005). *Culture Shock! India*. Singapore: Marshall Chavendish Editions.

33. Komisija Evropskih skupnosti (2004). *Sporočilo Komisije Svetu, Evropskemu parlamentu in Evropskemu ekonomsko - socialnemu odboru, Strateško partnerstvo EU - Indija*. Najdeno 10. julija 2010 na spletni strani <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0430:FIN:SL:PDF>.
34. KPMG & ASSOCHAM (2009). *315 Hypermarkets Likey In I and II Tiers By 2011*. Najdeno 10. julija 2009 na spletni strani <http://www.assochem.org/prels/shownews.php?id=2081>.
35. Kraševac, T., Rožič, G., & Arh, T. (1996). *Raziskava Združenja Manager: Internacionalizacija slovenskega gospodarstva*. Ljubljana: Gral Marketing.
36. Kumar, A. (1993). Pospeševanje izvoza in gospodarski razvoj. Ljubljana: *Slovenska ekonomska revija*, (1/2), 69–81.
37. Kumar, A. (1995). *Razvoj in usmerjanje zunanje trgovine, Splošni pogoji za gospodarski razvoj, Strategija gospodarskega razvoja Slovenije*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj.
38. Kumar, A. (2007): *Mednarodna ekonomika* (3. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
39. Kumar, H.P. (2009). Business Opportunities in Indian Small Scale Industries. *Prosojnice na predavanju na Mednarodnem obrtnem sejmu v Celju, 15. septembra 2009*. (str. 1–19). New Delhi: National Small Industries Corporation.
40. Lall, S. (2000). The technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985–98, *Oxford development studies*, 28(3), 337–369.
41. Makovec Brenčič, M., & Hrastelj, T. (2003). *Mednarodno trženje*. Ljubljana: GV Založba.
42. Makovec Brenčič, M. (2008, 14. april). Slovenske znamke so precej zamudile. *Delo FT*, str. 6–7.
43. Makovec Brenčič, M., Pfajfar, G., Rašković, M., Lisjak, M., & Ekar, A. (2009). *Mednarodno poslovanje* (1. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
44. McKinsey Global Institute - MGI (2007). *The »Bird of Gold«: The Rise of India's Consumer Market*. Najdeno 5. januarja 2010 na spletni strani http://www.mckinsey.com/mgi/reports/pdfs/india_consumer_market/MGI_india_consumer_full_report.pdf.
45. Ministrstvo za gospodarstvo (2009a). *Poročilo o delovanju predstavništva slovenskega gospodarstva javne agencije republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije v tujini v letu 2008*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo RS.
46. Ministrstvo za gospodarstvo (2009b). *Poročilo o 7. Zasedanju slovensko-indijske mešane komisije za trgovinsko in gospodarsko sodelovanje, interno gradivo*. Ljubljana: Ministrstvo za gospodarstvo RS.
47. Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo (2009). *Sodelovanje z Indijo* (interno gradivo). Ljubljana: Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo RS.
48. Ministrstvo za zunanje zadeve RS (2010). *Politično sodelovanje z Indijo* (interno gradivo). Ljubljana: Ministrstvo za zunanje zadeve RS.
49. OECD (2002). Intra-Industry and Intra-Firm Trade and the Internationalisation of Production. A Recent Discussion of the Growing Importance and Characteristics of Intra-Industry Trade. *Economic Outlook*, (71), 159–170.

50. OECD (2007). *Economic Surveys India. Volume 2007/14*. Pariz: OECD.
51. Pavlič Damijan, J. (1996). *Majhne države v svetovni trgovini*. Ljubljana: Krtina d.o.o.
52. Podjed, D. (2005). Indija je država priložnosti - za potrpežljive. *Manager*, (5), 44–46.
53. Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
54. Register predpisov RS. (2009). *Mednarodni odnosi. Mednarodni dvostranski akti*. Najdeno 7. decembra 2009 na spletni strani <http://zakonodaja.gov.si>.
55. Sethi, A (2009). Doing Business with India, Common Pitfalls to Avoid. *Presentation for Slovenian Government and Business Delegation to India*. (str. 1–46). New Delhi: CCI – Corporate Catalyst India.
56. Statistični urad RS – SURS (2010). *Klasje. Pregled klasifikacije v tabelarični obliki. SMTK – Standardna mednarodna trgovinska klasifikacija, Rev. 3*. Najdeno 7. aprila 2010 na spletni strani <http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=2163>.
57. Svetličič, M., Rojec, M., & Trtnik, A. (2000). *Strategija pospeševanja slovenskih neposrednih investicij v tujino. Teorija in praksa*, 37 (4), 623–645. Najdeno 31. januarja 2008 na spletni strani <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip20004SvetlicicRojecTrtnik.PDF>.
58. Swedish Trade Council (2009). *India – A Fast Growing Continent. Country Fact Pack*. 1–26 strani. Najdeno 4. decembra 2009 na spletni strani <http://www.swedishtrade.se>.
59. UNCTAD Handbook of Statistics online (2010). *Average applied import tariff rates on non-agricultural and non-fuel products*. Najdeno 10. junija 2010 na spletni strani <http://stats.unctad.org/Handbook/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=2053>.
60. Vlada RS (2005). *Program vlade republike Slovenije za spodbujanje internacionalizacije podjetij za obdobje 2005–2009*. (2009). Najdeno 20. oktobra 2009 na spletni strani <http://www.japti.si/resources/files/doc/dokumenti-pravne-podlage/Program-Vlade-Republike-Slovenije-za-spodbujanje-internationalizacije-podjetij-za-obdobje-2005-2009.pdf>.
61. Wild, J., Wild, K., & Han J. (2006): *Interantional Business. The challenges of Globalization* (3rd ed.) New York: Prentice Hall.
62. World Atlas (2010). *Mednarodne oznake za poimenovanje držav*. Najdeno 10. junija 2010 na spletni strani <http://www.worldatlas.com/aatlas/ctycodes.htm>.
63. World Economic Forum (2007, 2.–4. december). *India Economic Summit, India: Building Centres of Excellence*. Najdeno 22. decembra 2009 na spletni strani <http://www.weforum.org/en/events/ArchivedEvents/IndiaEconomicSummit2007/index.htm>.
64. Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij (ZSTNIIP-UPB1). *Uradni list RS* št. 107/2006-UPB1. Najdeno 20. oktobra 2009 na spletni strani <http://www.uradni-list.si/1/content?id=75919>.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Seznam kratic.....	1
Priloga 2: Tabelarna priloga.....	2
Tabela 1: Povprečne uvozne carinske stopnje za industrijske proizvode za izbrana leta v obdobju 1990–2008.....	2
Tabela 2: Struktura slovenskega izvoza v Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih.....	3
Tabela 3: Struktura slovenskega uvoza iz Indije med leti 1999 in 2009, v evrih.....	4
Tabela 4: Osnovni makroekonomski kazalci za države Andhra Pradesh, Gujarat, Haryana, Karnataka, Kerala, Maharastra.....	5
Priloga 3: Povzetek anket GZS in Združenja Manager.....	6
Tabela 5: Oblike sodelovanja na indijskem trgu.....	6
Tabela 6: Obstoječe aktivnosti podjetja na indijskem trgu.....	6
Tabela 7: Razlogi za izvoz na indijski trg.....	7

Priloga 1: Seznam kratic

6. OP	6. okvirni program
BS	Banka Slovenije
EBTC	Evropski poslovni in tehnološki center v Indiji (European Business and Technology Centre in India)
EFUL	Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani
EOUs	Izvozno usmerjene enote (export oriented units)
EU	Evropska unija
EU25	25 članic Evropske unije
GZS	Gospodarska zbornica Slovenije
ICCR	Indijski svet za kulturne odnose
ICGEB	Mednarodni center za genetski inženiring in biotehnologijo (International Centre for Genetic Engineering and Biotechnology)
ICPE	Mednarodni center za promocijo podjetij (International Centre for Promotion of Enterprises).
ITPO	Indijsko organizacijo za promocijo trgovine (Indian Trade Promotion Organization)
JAPTI	Javna agencija za promocijo podjetništva in tujih investicij
MG	Ministrstvo za gospodarstvo
MGI	McKinsey Global Institute
MŠZŠ	Ministrstvo za šolstvo znanost in šport
MVZT	Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo
MZT	Ministrstvo za znanost in tehnologijo RS
MZZ	Ministrstvo za zunanje zadeve
NTI	Neposredne tuje investicije
OMKS	Odbor za mednarodno konkurenčnost in sodelovanje pri GZS
OZS	Obrtna zbornica Slovenije
RS	Republika Slovenija
SAARC	South Asia Association of Regional Co-operation
SEZs	Posebne ekonomske cone (special economic zones)
SID banka	Slovenska izvozna in razvojna banka
WHO	Svetovna zdravstvena organizacija (WHO)
WTO	Svetovna trgovinska organizacija
ZSTNIIP	Zakon o spodbujanju tujih neposrednih investicij in internacionalizacije podjetij

Priloga 2: Tabelarna priloga

Tabela 1: Povprečne uvozne carinske stopnje za industrijske proizvode za izbrana leta v obdobju 1990–2008

Skupine proizvodov	Šifra kategorije SITC Rev. 3, druga raven *	1990	1992	1997	1999	2001	2004	2005	2007	2008
Industrijski proizvodi, rude in kovine	5+6+7+8+27+28	79,79	57,36	28,84	32,51	30,64	27,87	14,70	12,70	8,27
Rude in kovine	27+28+68	74,69	52,91	25,20	29,57	29,22	24,56	14,92	12,91	5,07
Industrijski proizvodi	5+6+7+8 (brez 68)	80,13	57,65	29,06	32,69	30,72	28,05	14,68	12,69	8,43
Kemični proizvodi	5	82,18	61,86	29,83	34,73	34,10	29,63	15,69	13,35	8,65
Stroji in transportna oprema	7	76,19	52,36	25,17	28,08	26,98	25,61	13,78	11,97	7,74
Ostali industrijski proizvodi	6+8 (brez 68)	82,17	59,37	31,49	34,71	31,6	28,86	14,84	12,86	8,81

Legenda: * SURS (2010) SITC Rev 3.

Vir: Prirejeno po UNCTAD, 2010.

Tabela 2: Struktura slovenskega izvoza v Indijo med leti 1999 in 2009, v evrih

Skupine proizvodov v izvozu	1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009	
	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI izvozu v IN
Dobrine	0	0,00	0	0,00	99.329	0,59	48.513	0,26	0	0,00	34.952	0,19	1	0,00	1.297	0,00	0	0,00	4.000	0,01	58.920	0,07
Proizvodi iz naravnih virov	2.314.100	26,61	5.062.861	27,79	3.561.705	21,25	4.200.824	22,31	5.631.452	22,86	7.407.466	41,07	5.386.069	25,41	10.645.402	30,93	7.782.982	18,78	17.657.223	33,37	18.209.808	21,43
Proizvodi - nizko tehnološki	3.543.523	40,74	4.959.101	27,22	6.114.892	36,49	5.899.447	31,34	5.646.955	22,92	4.503.428	24,97	6.060.088	28,59	8.312.956	24,15	11.695.127	28,23	10.753.043	20,32	13.157.907	15,49
Proizvodi - srednje tehnološki	597.579	6,87	3.964.318	21,76	1.747.744	10,43	4.273.053	22,70	4.322.143	17,55	3.304.960	18,32	7.548.551	35,62	9.856.173	28,64	11.774.064	28,42	13.030.332	24,62	13.993.148	16,47
Proizvodi - visoko tehnološki	1.258.525	14,47	3.749.238	20,58	3.768.810	22,49	2.983.099	15,85	7.984.067	32,41	1.728.355	9,58	1.353.630	6,39	4.259.433	12,38	9.266.169	22,36	10.393.537	19,64	38.198.376	44,96
Ostale transakcije	3	0,00	5	0,00	2.329	0,01	117	0,00	65.970	0,27	16.599	0,09	80.421	0,38	112.642	0,33	142.677	0,34	140.078	0,26	88.061	0,10
Nerazvrščeno	983.163	11,30	483.856	2,66	1.463.422	8,73	1.420.306	7,54	981.775	3,99	1.040.021	5,77	765.975	3,61	1.229.638	3,57	771.458	1,86	938.361	1,77	1.247.633	1,47
Skupaj	8.696.893	100,00	18.219.379	100,00	16.758.231	100,00	18.825.359	100,00	24.632.362	100,00	18.035.781	100,00	21.194.735	100,00	34.417.541	100,00	41.432.477	100,00	52.916.574	100,00	84.953.853	100,00

Vir: Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Tabela 3: Struktura slovenskega uvoza iz Indije med leti 1999 in 2009, v evrih

Skupine proizvoda v uvozu	1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009	
	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN	Vrednost v evrih	Delež v % SI uvozu iz IN
Dobrine	3.443.404	17,37	2.968.896	15,35	2.281.561	6,68	1.702.485	5,02	2.645.769	6,75	1.140.400	2,75	857.313	1,79	1.525.717	2,76	1.210.381	1,42	1.752.190	1,34	6.277.853	3,11
Proizvodi iz naravnih virov	2.731.252	13,78	2.731.252	14,12	10.781.930	31,58	9.296.295	27,40	15.683.955	40,01	22.571.442	54,42	29.223.282	60,97	30.454.470	55,08	35.965.811	42,22	38.115.217	29,16	83.650.695	41,49
Proizvodi - nizko tehnološki	9.881.346	49,86	9.881.346	51,08	9.941.300	29,12	10.604.830	31,25	10.796.978	27,54	6.594.390	15,90	7.502.997	15,65	9.417.714	17,03	11.755.647	13,80	12.837.571	9,82	9.191.053	4,56
Proizvodi - srednje tehnološki	852.700	4,30	852.700	4,41	1.506.378	4,41	2.480.761	7,31	2.821.990	7,20	6.817.488	16,44	3.512.569	7,33	6.885.750	12,45	26.355.651	30,94	63.024.794	48,21	77.198.828	38,29
Proizvodi - visoko tehnološki	1.655.263	8,35	1.655.263	8,56	7.917.567	23,19	7.359.245	21,69	5.396.415	13,77	3.815.305	9,20	5.965.297	12,45	5.002.546	9,05	5.777.680	6,78	5.359.729	4,10	5.146.478	2,55
Ostale transakcije	6.323	0,03	6.323	0,03	12.606	0,04	12.246	0,04	6.904	0,02	54.072	0,13	47.897	0,10	50.041	0,09	71.285	0,08	76.855	0,06	8.391	0,00
Nerazvrščeno	1.249.755	6,31	1.249.755	6,46	1.701.168	4,98	2.476.956	7,30	1.848.993	4,72	480.336	1,16	817.905	1,71	1.957.933	3,54	4.047.458	4,75	9.552.771	7,31	20.120.765	9,98
Skupaj	19.820.043	100,00	19.345.535	100,00	34.142.510	100,00	33.932.818	100,00	39.201.004	100,00	41.473.433	100,00	47.927.260	100,00	55.294.171	100,00	85.183.913	100,00	130.719.127	100,00	201.594.063	100,00

Vir: Eurostat, Blagovna menjava med Slovenijo in Indijo 1999–2009, 2010.

Tabela 4: Osnovni makroekonomski kazalci za države Andhra Pradesh, Gujarat, Haryana, Karnataka, Kerala, Maharashtra

Kategorija	Površina (km ²)	Število prebivalcev	Število gospodinjstev	Povprečna velikost gospodinjstva	Število mestnega prebivalstva	Število kmečkega prebivalstva	Neto domači proizvod v obdobju 2005–2006 (po tekočih cenah)	Neto domači proizvod na prebivalca v obdobju 2005–2006 (po tekočih cenah) (indijskih rupij, crore) *	Glavno mesto	Glavni jeziki
Andhra Pradesh	276.754	76.210.007	17.004.305	5	20.808.940	55.401.067	210.772	26.226	Hyderabad	telugu, urdu
Gujarat	196.024	50.671.017	9.691.362	5	18.930.250	31.740.767	186.642	32.991	Gandhinagar	gujarati
Haryana	44.212	21.144.564	3.712.319	6	6.115.304	15.029.260	97.161	41.988	Chandigarh	hindi
Karnataka	191.791	52.850.562	10.401.918	5	17.961.529	34.889.033	151.741	26.015	Bangalore	kannada
Kerala	38.863	31.841.374	6.726.356	5	8.266.925	23.574.449	102.508	30.668	Thiruvananthapuram	malayalam
Maharashtra	307.713	96.752.247	19.576.736	5	41.100.980	55.777.647	386.241	36.090	Mumbai	marathi
Indija	3.287.263	1.028.610.328	193.579.954	5	286.119.689	742.490.639	/	25.956	New Delhi	hindi, angleščina

Legenda: * 1 corre = 10.000.000.

Priloga 3: Povzetek anket GZS in Združenja Manager

GZS je leta 2008 anketirala 34 slovenskih podjetij vpisanih v bazo ponudb in povpraševanj za indijski trg, da bi raziskala obstoječe in načrtovane aktivnosti slovenskih podjetij na indijskem trgu. V nadaljevanju je naveden povzetek odgovorov iz obravnavane ankete (GZS, 2008).

Na vprašanje katere oblike sodelovanja iščejo slovenska podjetja na indijskem trgu, je 74 odstotkov vprašanih odgovorilo, da prodajo proizvodov oziroma storitev, 38 odstotkov jih išče pogodbo o zastopanju, 29 odstotkov komercialni odgovor. Struktura odgovorov je prikazana v Tabeli 5.

Tabela 5: Oblike sodelovanja na indijskem trgu

Struktura odgovorov	Delež odgovorov v %
Prodaja proizvodov / storitev	73,5
Pogodba o zastopanju	38,2
Komercialni dogovor	29,4
Pogodba o podizvajalskih poslih	17,6
Prodaja opreme	14,7
Projekti »na ključ«	11,8
Prenos tehnologije	11,8
Skupna vlaganja	8,8
Franšizing	2,9
Patenti in blagovne znamke	2,9

Na vprašanje o obstoječih aktivnostih slovenskih podjetij na indijskem trgu, je 55 odstotkov vprašanih odgovorilo, da izvoznega posla še ni izvedlo, 18 odstotkov jih je naredilo večkratni, 6 odstotkov pa enkratni izvozni posel. Struktura odgovorov je prikazana v Tabeli 6.

Tabela 6: Obstoječe aktivnosti podjetja na indijskem trgu

Odgovor	Delež odgovorov v %
Uvoznega posla podjetje še ni izvedlo	66,7
Izvoznega posla podjetje še ni izvedlo	54,5
Večkratni uvozi posli	27,3
Večkratni izvozni posli	18,2
Enkratni izvozni posel	6,1
Enkratni uvozni posel	0,0

Podjetja, ki so že opravila izvozne posle v Indijo so na vprašanje zakaj so se odločila za izvoz v Indijo, največkrat odgovorila zaradi povečanja prodaje, večje izrabe zmogljivosti in izravnave konjunktturnih gibanj. Struktura odgovorov je prikazana v Tabeli 7.

Tabela 7: Razlogi za izvoz na indijski trg

Odgovor	Število odgovorov
Povečanje prodaje	8
Večja izraba zmogljivosti	8
Izravnava konjunktturnih nihanj	8
Znižanje povprečnih stroškov	7
Širša osnova za odpis razvojnih stroškov	7
Podaljšanje življenjskega cikla »starejših« proizvodov	6
Porazdelitev tveganja z razpršenostjo trgov	6
Povečanje konkurenčnosti	6
Zagotavljanje rasti podjetja	6
Nove zamisli in spodbude	6
Usmeritev v avtomobilske trge, ki bodo rasli v prihodnje – BRIC in ZDA	1

Raziskava Združenja Manager o internacionalizaciji slovenskega gospodarstva (Kraševac, Rožič & Arh, 1996) iz leta 1996, navaja naslednje najpomembnejše dejavnike za povečanje izvoza v obdobju 1992–1995: novi trgi, novi proizvodi/storitve, boljše delo managementa, izboljšave v marketingu, izboljšave v organizaciji poslovanja. Kot najpomembnejše dejavnike za porast izvoza do leta 2000 so navedli: novi proizvodi/storitve, izboljšave v marketingu, boljše delo managementa. Primerjava raziskav Združenja manager kaže, da podjetja pri dejavnikih za povečanje izvoza v zadnjih letih pripisujejo velik pomen proizvodom/storitvam, ki jih prodajajo, marketinškim in managerskim veščinam in ne več novim trgov, kot pred petnajstimi leti.

Glede organiziranosti prodaje v tujini je raziskava Združenja manager pokazala naslednje deleže: 75 % občasna potovanja, 48 % lastno podjetje v tujini, 37 % uporaba posrednikov, 36 % uporaba zastopnikov, 28 % lastno predstavništvo, 3 % konzorcij podjetij, 13 % drugo. Zanimive države za planirane investicije v tujini: 33 % Rusija, 19 ZRJ, 19 Nemčija, 17 Hrvaška, 14 BIH, 12 Makedonija, 12 Madžarska, 12 Češka, 10 Ukrajina (Kraševac, Rožič & Arh, 1996). Kot je razvidno, med navedenimi destinacijami ni Indije ali katerekoli države skupine BRIC.