

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

MAGISTRSKO DELO

Neposredne naložbe Italije v Sloveniji

Ljubljana, julij 2007

Matjaž Žigon

IZJAVA

Študent Matjaž Žigon izjavljam, da sem avtor tega magistrskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Vlada Dimovskega in dovolim objavo na fakultetnih spletnih straneh.

v Ljubljani, 23. julija 2007

Matjaž Žigon

VSEBINA

1	UVOD	1
1.1	OPREDELITEV PREDMETA IN PROBLEMA RAZISKOVANJA	2
1.2	NAMEN IN CILJ DELA	3
1.3	METODOLOGIJA DELA	4
1.4	STRUKTURA DELA	5
2	NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE	5
2.1	OPREDELITEV NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB	5
2.2	UČINKI NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB	7
2.3	MOTIVI TUJIH INVESTITORJEV	8
2.3.1	Iskanje virov	8
2.3.2	Iskanje novih trgov	9
2.3.3	Povečevanje učinkovitosti	10
2.3.4	Izkoriščanje strateških prednosti	10
2.4	OBLIKE TUJIH NEPOSREDNIH NALOŽB	12
2.4.1	Naložbe v izgradnjo novih zmogljivosti	12
2.4.2	Nakup že obstoječega podjetja	13
2.4.3	Skupna vlaganja	14
2.5	PRIMERNOST POSAMEZNIH OBLIK NEPOSREDNIH NALOŽB	15
3	ANALIZA NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB V SLOVENIJI	18
3.1	NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE PO DEJAVNOSTIH	20
3.2	NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE PO IZVORU DRŽAV	24
3.3	POSLOVANJE IN POMEN PODJETIJ S TUJIMI NEPOSREDNIMI NALOŽBAMI V SLOVENIJI	27
4	ANALIZA NEPOSREDNIH NALOŽB ITALIJE V SLOVENIJI	31
4.1	PRIMERJAVA ITALIJE Z NAJPOMEMBNEJŠIMI DRŽAVAMI INVESTITORICAMI V SLOVENIJI	31
4.2	NALOŽBENA POLITIKA ITALIJANSKIH PODJETIJ	32
4.3	VZROKI RELATIVNO NIZKEGA DELEŽA NEPOSREDNIH NALOŽB IZ ITALIJE	38
4.3.1	Majhnost italijanskih podjetij	39
4.3.2	Kulturne razlike in značaj italijanskih investitorjev	40
4.3.3	Nekonkurenčnost Slovenije kot lokacije za tuje neposredne naložbe	40
4.4	ANALIZA NEPOSREDNIH NALOŽB ITALIJE V SLOVENIJI	47
4.4.1	Splošna analiza na podlagi podatkov zbranih v anketi	47
4.4.2	Razlogi za naložbe v Sloveniji	48

4.4.3	Naložbe po področju dejavnosti, letih prve naložbe in deležu italijanskega kapitala	50
4.4.4	Naložbe po statističnih regijah	54
4.4.5	Naložbe po velikosti	55
4.4.6	Doseženi cilji italijanskih naložb	57
4.4.7	Nameni investorjev, ki so že prisotni v Sloveniji	58
4.4.8	Uspešnost poslovanja slovenskih podjetij z večinskim deležem italijanskega kapitala	59
5	SKLEP	60
	LITERATURA	64
	VIRI	67

Priloge

Seznam tujih izrazov in odgovarjajoči slovenski prevod	I
Priloga 1: Vprašalnik	II
Priloga 2: Spremno pismo v slovenskem jeziku	V
Priloga 3: Spremno pismo v italijanskem jeziku	VI
Priloga 4: Razporeditev občin v Sloveniji po statističnih regijah	VII

Preglednice

<i>Preglednica 1: Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po dejavnostih.</i>	22
<i>Preglednica 2: Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po državah.</i>	24
<i>Preglednica 3: Sredstva Republike Slovenije namenjena za neposredne tuje naložbe v letu 2007.</i>	44

Prikazi

<i>Prikaz 1: Tuje neposredne naložbe v Sloveniji po statističnih regijah</i>	23
<i>Prikaz 2: Gibanje neposrednih naložb v Sloveniji po državah</i>	26
<i>Prikaz 3: Deleži neposrednih naložb Italije v tujini po delu Italije, od kjer izvira matično podjetje</i>	34
<i>Prikaz 4: Razvrstitev glede na normaliziran indeks relativne prisotnosti italijanskih podjetij v posameznih državah ali geografskih območjih</i>	35
<i>Prikaz 5: Indeks nacionalne konkurenčnosti po IMD v odvisnosti od normaliziranega indeksa relativne prisotnosti italijanskih podjetij v izbranih državah</i>	37
<i>Prikaz 6: Anketno vprašanje: V Sloveniji je dober dostop do visokih tehnologij, raziskav in razvoja, patentov / know-howa</i>	41
<i>Prikaz 7: Anketno vprašanje: Za neposredno naložbo v Sloveniji smo se odločili zato, da bi povečali prodajo naših izdelkov ali storitev</i>	48
<i>Prikaz 8: Anketno vprašanje: Za neposredno naložbo v Sloveniji smo se odločili zato, da bi zmanjšali proizvodne stroške</i>	49
<i>Prikaz 9: Delež od ustvarjenega letnega prometa, ki ga podjetje nameni za raziskave in razvoj</i>	50
<i>Prikaz 10: Deleži neposrednih naložb Italije v Sloveniji po letu začetne naložbe</i>	51
<i>Prikaz 11: Deleži podjetij po % kapitala iz Italije v podjetju</i>	52

<i>Prikaz 12:</i>	<i>Anketno vprašanje: Naša dejavnost je usmerjena v proizvodnjo oz. storitve, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo.....</i>	<i>53</i>
<i>Prikaz 13:</i>	<i>Deleži neposrednih naložb Italije v Sloveniji po statističnih regijah</i>	<i>54</i>
<i>Prikaz 14:</i>	<i>Deleži podjetij po številu zaposlenih</i>	<i>55</i>
<i>Prikaz 15:</i>	<i>Delež podjetij po velikosti, glede na letni promet</i>	<i>56</i>
<i>Prikaz 16:</i>	<i>Anketno vprašanje: Z neposredno naložbo smo izpolnili cilj, ki smo si ga zastavili ob kapitalskem vstopu v Slovenijo.....</i>	<i>57</i>
<i>Prikaz 17:</i>	<i>Anketno vprašanje: Naložbo v Sloveniji nameravamo povečati...</i>	<i>58</i>

1 UVOD

Italija je takoj za Nemčijo druga najpomembnejša trgovinska partnerica Slovenije in trgovinski odnosi med državama so zelo razviti. Slovenija iz Italije uvozi letno za dobrih 3,4 milijarde evrov blaga, medtem ko izvozi slabih 2,2 milijarde evrov blaga, kar predstavlja približno 63,3 odstotno pokritost uvoza z izvozom v letu 2006. To pomeni, da je bila slednja leta 2006 za 3 odstotne točke boljša kot leto poprej (SURS, 2007).

V letu 2005, za katero so na razpolago zadnji razpoložljivi uradni podatki o neposrednih naložbah, beleži Italija v Sloveniji 344,3 milijona evrov neposrednih naložb. S tem se uvršča šele na šesto mesto med državami s tujimi naložbami v Sloveniji, za Avstrijo, Švico, Nizozemsko, Francijo in Nemčijo (Banka Slovenije, 2007).

Potrebno je najti razloge za takšne razlike med razvito blagovno menjavo in majhnim prilivom neposrednih naložb. Morda je Slovenija nezanimiva za italijanske naložbe ali pa je za vrzel med blagovno menjavo in naložbami kriva geografska bližina obeh držav, saj je splošno znano, da je severni del Italije mnogo razvitejši od srednje in južne Italije, kar favorizira zunanjo trgovino med Slovenijo in bližnjimi industrializiranimi italijanskimi regijami. Potrebno je analizirati, ali smo v Sloveniji naložbam nenaklonjeni, ker imamo neustrezno podjetniško okolje, ki tujih investitorjev ne stimulira k naložbam pri nas in se zato raje usmerijo v druge države.

Profil italijanskega investitorja v tujini je specifičen in analizirati želim, ali obstaja orientiranost naložb iz Italije na določeno geografsko okolje v Sloveniji. V današnjem času se podjetja iz razvitih držav sorazmerno homogeno odločajo o naložbah v tujini, ki so usmerjene na dele sveta, ki obljublajo veliko; sem sodijo Indija, Kitajska in Rusija. Zaradi tega pričakujem, da bodo italijanska podjetja sledila trendu usmerjenosti naložb, ki ga ustvarjajo najbolj razvite države. Poskušal bom odgovoriti tudi na vprašanje, ali obstaja možnost, da se italijanski podjetnik zaradi osebnostnih značilnosti razlikuje od angleškega, nemškega ali ameriškega podjetnika?

Italijanske naložbe v Sloveniji so zanimiva tema raziskovanja, saj želim v mojem delu združiti teoretične okvire s praktičnim pogledom. Zanima me, ali teoretične okvire lahko učinkovito apliciram na primer neposrednih naložb Italije v Sloveniji in ali se morda pojavijo posebnosti, ki jih bo potrebno podrobneje raziskati, analizirati vzroke ter podati možne analize.

V ospredju mojih raziskav so motivi italijanskih investitorjev in oblike njihovih naložb v Sloveniji. Medtem ko so nekatere tuje naložbe zelo izpostavljene in že povprečno obveščen bralec povezuje npr. Lek s Švico, Revoz s Francijo, Novo ljubljansko banko z Belgijo in vrsto bank z Avstrijo, se pri naložbah iz Italije zaplete že pri prepoznavnosti. Velikih naložb Italije v Sloveniji je malo in poleg Banke Koper bi težko na pamet govorili še o kakšni vidni naložbi. Neposredne naložbe Italije v Sloveniji so zato usmerjene v manjša in srednja podjetja, ki s kapitalnimi vložki predstavljajo skupno vrednost naložb 344,3 milijona evrov.

Italijanske naložbe v Sloveniji so geografsko orientirane na statistične regije, ki so tradicionalno povezane z Italijo, kamor zagotovo spadajo obalnokraška in goriška ter notranjskokraška statistična regija. Ne gre zanemariti tudi osrednjeslovenske statistične regije, saj Ljubljana kot glavno mesto in centralna geografska lokacija privablja veliko naložb, ki so zaradi motiva iskanja novih trgov, locirane prav tu.

V magistrskem delu želim podati odgovore na omenjena vprašanja, zato se bom raziskovanja lotil sistematično in v raziskavo vključil vse obstoječe naložbe iz Italije v Sloveniji. Na podlagi ankete bom prikazal reprezentativen vzorec italijanskih podjetij v Sloveniji in analiziral njihove posebnosti ter pridobil mnenja podjetnikov o naložbah, preden so investirali v Sloveniji ter po tem. Z raziskavo želim ugotoviti tudi zadovoljstvo s trenutnim podjetniškim okoljem v državi. Dostikrat slišimo, da je Slovenija nenaklonjena tujim neposrednim naložbam, zato želim raziskati, kaj o tem menijo neposredno vpleteni in kakšni so njihovi morebitni predlogi za izboljšanje podjetniškega okolja.

V Sloveniji se vse bolj uveljavlja miselnost, da mora država vlagati v visoko tehnologijo in v dejavnosti, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost, a postavlja se vprašanje, ali tudi tujci, ki kreirajo nove neposredne naložbe v državi, razmišljajo tako?

Nedvomno Slovenija nudi tujim investitorjem prednosti in slabosti v zvezi z neposrednimi naložbami, zato želim raziskati, kaj menijo o teh dejavnostih investitorji iz Italije in kam se nagiba njihovo zadovoljstvo.

1.1 OPREDELITEV PREDMETA IN PROBLEMA RAZISKOVANJA

Predmet pričujoče raziskave so neposredne naložbe Italije v Sloveniji v obdobju zadnjih 15 let. Problem raziskovanja je usmerjen v vrste naložb Italije v Sloveniji in velikost naložb, v dejavnosti ter v geografsko orientiranost naložb.

1.2 NAMEN IN CILJ DELA

Neposredne tuje naložbe so postale v današnjem gospodarskem okviru pomemben način prodora podjetij na tuje trge. Podjetja se ob investicijskem vstopu na tuji trg soočajo z najrazličnejšimi težavami in mnogim zaradi prehude konkurence ne uspe, kar jih posledično pripelje v podrejeni položaj (Estrin, 1997, str. 124). Vprašanje, ki si ga moram zastaviti ob pisanju magistrskega dela je, kako sploh vemo, ali je tujih naložb preveč ali premalo. Vprašanje je zastavljeno zelo kompleksno, zato bom podajal svoje zaključke in ugotovitve skozi celotno magistrsko delo.

Poleg teoretične analize neposrednih tujih naložb, nameravam v svojem magistrskem delu uporabiti informacije javnega značaja, ki jih pridobiva Italijanski inštitut za zunanjo trgovino (ICE Ljubljana) – Oddelek Veleposlaništva Republike Italije za gospodarsko promocijo. Inštitut sledi naložbam Italije v Sloveniji in jih analizira. Stik s podjetji je direkten, zato razpolaga tudi z odzivi in mnenji podjetnikov, ki so se odločili za naložbe v Sloveniji.

Glede na to, da je Italija naša sosedka, da imamo skupno zgodovino in da lahko govorimo o tradicionalnih trgih, bom v magistrskem delu najprej razjasnil dejstvo, da so neposredne naložbe iz Italije ob istočasno visoki zunanjetrgovinski izmenjavi relativno nizke, vendar obstajajo možnosti za prehod v višje faze internacionalizacije. Pri tem bi se država morala z ustrezno industrijsko politiko opredeliti do dejavnosti, na katere bi tuje neposredne naložbe lahko imele pozitiven vpliv (Lokar, 1999, str. 25).

Primerjava Italije z drugimi članicami Evropske unije pokaže, da so Italijani po deležu neposrednih tujih naložb v bruto domačem proizvodu na repu držav članic EU (EU 15). V magistrskem delu bom skušal odgovoriti na vprašanje, ali so Italijani v Sloveniji pripravljeni investirati v dejavnosti visoke tehnologije in v znanje ter navesti razloge za majhen obseg neposrednih tujih naložb Italije v Sloveniji. Pri tem bom upošteval že znana dejstva, ki se nanašajo na majhnost italijanskih podjetij, zaprt značaj italijanskih podjetnikov in nekonkurenčnost Slovenije kot lokacije za neposredne tuje naložbe.

V analizo bom zajel vsa podjetja v Sloveniji, ki imajo po podatkih iz sodnega registra v svoji lastniški strukturi italijanski kapital. Gre za približno 450 podjetij, ki imajo različne deleže italijanskega kapitala v slovenskem podjetju, vendar bi lahko ocenil, da je resnično delujočih podjetjih le nekaj več kot 200. Večina delujočih podjetij je v večinski italijanski lasti.

V magistrskem delu bom skušal identificirati profil tipičnega investitorja iz Italije, ki mu je v preteklosti v dosti primerih pomagala matična država z nepovratnimi sredstvi pridobljenimi z državnimi spodbudami namenjenimi širitvi trga in prodaje v tujini.¹ Moje raziskovanje bo usmerjeno v analizo orientiranosti italijanskih podjetij glede na slovenske regije in v tem smislu nameravam izpostaviti pomen osrednje slovenske, obalnokraške in goriške regije. Skušal bom ovrednotiti potrebo po učinkoviti strateški industrijski politiki, ki bi neposredne tuje naložbe iz Italije morala plasirati v dejavnosti, v katerih ima Slovenija strateške konkurenčne prednosti.

Cilji magistrskega dela so:

- italijanska podjetja se odločajo za investiranje na tujem v manjšem obsegu, kot podjetja iz drugih držav članic EU (EU 15);
- italijanska podjetja, ki se odločijo za naložbe na tujem, so po obsegu velika in poslovno uspešna;
- italijanska podjetja ne investirajo v dejavnosti, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo in ustvarjajo visoko dodano vrednost, saj je njihov motiv doseči viden tržni delež;
- podjetja z italijanskim kapitalom v Sloveniji so navadno v večinski italijanski lasti in so gospodarsko uspešnejša od podjetij brez neposrednih naložb tujcev;
- majhna in srednja podjetja z italijanskim kapitalom so orientirana na geografska območja, ki so jezikovno bližje matični državi, medtem ko za velika podjetja jezik ne predstavlja ovire pri izbiri lokacije.

1.3 METODOLOGIJA DELA

Znanstvene metode, uporabljene v magistrskem delu, bodo temeljile na anketnem pristopu, ki ga nameravam izvesti na populaciji vseh slovenskih podjetij z italijanskim kapitalom v državi (Baza podatkov IPIS, 2006).

Cilj anketnega pristopa je, pridobiti informacije o kapitalskem deležu italijanskega partnerja v slovenskem podjetju, imenu italijanskega partnerja, sektorju, v katerem podjetje deluje, geografski lokaciji podjetja, deležu prodaje na notranjem in tujih trgih, trgih na katere je podjetje usmerjeno, podatkih, ali ima podjetje poleg italijanskega še delež katerega drugega tujega kapitala, ali so bili doseženi pričakovani oz. zastavljeni cilji naložbe, ali ima podjetje namen izvesti nove naložbe v Sloveniji ter analizi problematik, s katerimi se podjetja srečujejo.

¹ Obdobje pred vstopom Slovenije v EU.

Zaradi varovanja osebnih podatkov bodo podjetja v vprašalniku podala izjavo, ki dovoljuje objavo podatkov.

Pri teoretični analizi se bom opiral na strokovno literaturo domačih in tujih avtorjev, ki se ukvarjajo s področjem neposrednih tujih naložb. Za empirični del analize osnovo predstavljajo slovenske makroekonomske in statistične publikacije (Banka Slovenije, UMAR, Statistični urad) pa tudi italijanske (npr. ISTAT) oziroma evropske (npr. EUROSTAT) publikacije.

1.4 STRUKTURA DELA

Magistrsko delo sestavljajo tri večja poglavja. V drugem poglavju bom opredelil pojem neposrednih tujih naložb, v tretjem poglavju bom na podlagi razpoložljivih podatkov analiziral neposredne tuje naložbe v Sloveniji po državah, dejavnostih in se opredeli do politike spodbujanja neposrednih tujih naložb v naši državi. V četrtem poglavju, ki bo predstavljalo jedro mojega raziskovanja, pa se bom osredotočil na analizo neposrednih tujih naložb Italije v Sloveniji. Na koncu bom podal spoznanja in zaključke.

2 NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE

Pojmovanje tujih neposrednih naložb² je zelo široko, zato bom najprej opredelil, po čem se neposredne tuje naložbe ločijo od drugih naložb, kakšni so motivi tujih investorjev in učinki takih naložb, na koncu tega dela pa se bom opredelil še do primernosti posameznih vrst neposrednih naložb, tako z vidika države, iz katere kapital prihaja, ter države, v kateri je naložba locirana.

2.1 OPREDELITEV NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB

Tuje neposredne naložbe po definiciji sodijo med najvišje oblike internacionalizacije (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 37). Neposredne tuje naložbe so vrsta mednarodnih naložb, ki kažejo rezidenta v enem gospodarstvu (investitor), da bi pridobil trajen delež v podjetju, ki deluje v drugem gospodarstvu. Trajen delež pomeni, da se pričakuje dolgotrajen odnos med neposrednim investitorjem in izbranim podjetjem (IMF Manual v Jaklič, 2004, str. 5).

² V tuji literaturi se uporablja izraz »Foreign Direct Investment«, v slovenskem jeziku pa govorimo o neposrednih tujih naložbah.

Neposredne tuje naložbe so neposredna oblika poslovnega tveganja v tujini in se od ostalih oblik mednarodnih tokov kapitala razlikujejo predvsem po tem, da gre za strateško obliko vlaganja, katere značilnosti sta dolgoročnost in aktivna vloga tujega investitorja. Neposredne tuje naložbe so naložbe zunaj domače države v podjetje, v katerega želi investitor investirati, in jih sestavljajo značilnosti, ki jih domače podjetje želi prenesti v podjetje, kot so tehnologija, kapital, management in znanje (Dunning, 1999, str. 5).

Naložbe kapitala v tuje države delimo na vlaganja s fiksnim donosom (kredit) in vlaganja s spremenljivim donosom. Vlaganja s spremenljivim donosom so lahko neposredne naložbe ali portfolio naložbe. Pri obeh oblikah vlaganj s spremenljivim donosom investitor pridobi lastništvo nad podjetjem v tujini ali določenim delom tega podjetja. Pri neposrednih naložbah gre za ustanovitev novega podjetja, za prevzem (odkup) že obstoječega podjetja ali za razširitev obstoječega podjetja oz. v kasnejšem obdobju za ponovno vloženi (reinvestirani) kapital, kratkoročne in dolgoročne kredite, ki jih matično podjetje odobri svojemu podjetju ali podružnici v tujini, in podobno.

Neposredno tujo naložbo izvede neposredni strateški investitor (podjetje) iz ene države (država investitorica) z namenom pridobiti trajno udeležbo in aktivno vlogo v podjetju, ki je v drugi državi, t. i. državi prejemnici (Rojec, 2004, str. 25).

Banka Slovenije, ki objavlja stanje mednarodnih naložb v Sloveniji, temelji na metodologiji prikaza stanj mednarodnih naložb po priporočilih pete izdaje priročnika Mednarodnega denarnega sklada (Balance of Payments Manual, IMF, 1993). Neposredne naložbe po priporočilih Mednarodnega denarnega sklada (MDS) in Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) vsebujejo: lastniški kapital in reinvestirane dobičke, terjatve do povezanih oseb v tujini in obveznosti do povezanih oseb v tujini ter zajemajo tiste naložbe, ki jih spremlja cilj dolgoročne povezave med neposrednim investitorjem in povezano družbo ter znaten vpliv investitorja na upravljanje povezane družbe. Do konca leta 1993 so države uporabljale različne kriterije za opredelitev neposrednih naložb. S peto izdajo priporočil je MDS postavil deset odstotkov udeležbe v kapitalu oziroma v glasovalnih pravicah v družbi kot kriterij, ki naj bi zagotovil mednarodno primerljivost podatkov.

Možne so izjeme, če investitor poseduje manj kot deset odstotkov navadnih delnic ali pravic glasovanja, ima pa pomemben vpliv na upravljanje družbe, se naložba lahko šteje kot neposredna in če ima investitor deset ali več odstotkov delnic, nima pa pomembnega vpliva pri upravljanju, je naložba lahko izključena iz neposrednih naložb.

MDS priporoča objavljane podatkov ločeno za vrednost lastniškega kapitala (znotraj tega še vrednost reinvestiranih dobičkov) ter ostalega kapitala. Podatki o stanjih terjatev in obveznosti do povezanih družb predstavljajo ostali kapital neposrednih naložb. V primeru povezanih bank ali finančnih posrednikov se med neposredne naložbe štejejo le medsebojne podrejene terjatve oziroma obveznosti. Do leta 2000 so med neposredne naložbe v primeru bank in finančnih posrednikov vključene vse dolgoročne terjatve oziroma obveznosti (ne le podrejene). Pri neposrednih naložbah so od leta 1996 naprej vključene tudi naložbe v drugem kolenu (posredno lastništvo slovenskih družb, ki imajo 10 ali večodstoten delež v družbi v prvem kolenu v tujini, družba v prvem kolenu pa ima 10 ali večodstoten delež v družbi v drugem kolenu v tujini; in ko ima nerezident 10 ali večodstoten delež v družbi v prvem kolenu v Republiki Sloveniji, družba v prvem kolenu pa ima 10- ali večodstoten delež v družbi v drugem kolenu v Republiki Sloveniji). Terjatve do tujih povezanih podjetij povečujejo neposredne naložbe v tujini oziroma zmanjšujejo neposredne naložbe v Sloveniji. Obveznosti do tujih povezanih podjetij neposredne naložbe v tujini zmanjšujejo, naložbe v Sloveniji pa povečujejo.

Neposredni investitorji so lahko posamezniki, gospodarske družbe, skupine posameznikov ali gospodarskih družb, pa tudi vlade oziroma vladne agencije, ki imajo neposredne naložbe v družbe v tujini. Pri sestavljanju podatkov za Slovenijo je upoštevan kriterij 10-odstotnega deleža v lastniškem kapitalu. Vrednost naložb se izračunava na osnovi knjigovodske vrednosti, ki se uporablja za vrednotenje naložb v skladu s Slovenskimi računovodskimi standardi. Po dejavnostih so neposredne naložbe razvrščene v skladu s Standardno klasifikacijo dejavnosti. Zneski neposrednih naložb ne vključujejo vrednosti nepremičnin v tujini v lasti gospodinjestev (Bilten Banke Slovenije, 2007, str. 4–12).

2.2 UČINKI NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB

Neposredne tuje naložbe vplivajo na razvojni potencial gospodarstva in prispevajo k zaposlovanju delovne sile v državi prejemnici. Prav tako se preko neposrednih tujih naložb navadno prenašajo nova znanja in napredne tehnologije, ne smemo pa zanemariti tudi prispevka k širjenju mreže dobaviteljev in podizvajalcev, boljši izkoriščenosti lokalne infrastrukture in storitvenih dejavnosti ter večanje dodatnih davčnih prihodkov v državi prejemnici (Estrin et al., 1997, str. 12).

Porast tujih neposrednih naložb in transnacionalnih podjetij je bil izrazito velik v zadnjih dvajsetih letih. Obstajajo skupine (antiglobalisti), ki transnacionalna podjetja obtožujejo za vse probleme na svetu, izkoriščanje in dominacijo bogatih

nad revnimi, drugi ekonomisti pa ugotavljajo, da imajo tovrstne naložbe in transnacionalna podjetja svoje hibe, vendar pripomorejo k boljši razdelitvi dobrin in trga, ekonomičnosti in povečani blaginji za vse prebivalce (Jaklič, Svetičič, 2005, str. 11-13).

Transnacionalna podjetja so eden izmed ključnih instrumentov vse bolj globaliziranega sveta. Konec osemdesetih let so neposredne tuje naložbe v povprečju rasle po trikrat višji stopnji kot svetovna trgovina in štirikrat višji stopnji svetovna proizvodnja (Udovič, 2004, str. 74).

Podatek, da so tuje naložbe v svetovnem merilu v letu 2001 bile dvakrat višje od klasičnega izvoza, potrjuje tezo, da so neposredne tuje naložbe danes najpomembnejši način prodora na tuje trge (Koražija, 2002, str. 28).

Povezanost z domačim gospodarstvom je tista, ki določa, kakšni so učinki tuje naložbe. Ob preveliki ali premajhni povezanosti se pozitivni učinki tujih naložb na domače gospodarstvo precej zmanjšujejo, ugotavlja Unctadovo poročilo, kjer so prav povezave osrednja točka. Pozitiven učinek, kot je na primer prenos znanja, tehnologij ali informacij, je odvisen od povezanosti z domačim gospodarstvom, od obsega dobav, nabav in horizontalne povezanosti z domačimi podjetji. Kadar je neposredna tuja naložba posledica združitve, prevzema ali povezave z domačim podjetjem, je običajno povezanost z domačim gospodarstvom večja, kot če je to naložba v nove zmogljivosti.

2.3 MOTIVI TUJIH INVESTITORJEV

Različni avtorji navajajo več motivov, ki jih zasledujejo tuji investitorji. Dunning in Rojec navajata štiri motive: iskanje virov, iskanje novih trgov, povečevanje učinkovitosti in izkoriščanje strateških prednosti, kot so specifične industrijske veje in grozdi. Prva dva ustvarjata nove naložbe, druga dva pa naložbe v višjih fazah razvoja (Rojec, 2004, str. 30).

2.3.1 Iskanje virov

Kadar tuj investitor sledi motivu iskanja virov, prihaja do tujih neposrednih naložb zaradi razlik med cenami in razpoložljivostjo proizvodnih dejavnikov, kar običajno pomeni, da je količina določenih virov v tuji državi (država prejemnica) večja in posledično zaradi obilnosti tudi cenejša. Cenejši viri torej zagotavljajo cenejše in bolj konkurenčno blago.

Viri, ki jih podjetja iščejo, so navadno naravni viri, kvalificirana delovna sila in sposobnost obvladovanja tehnologij. Med naravne vire uvrščamo naravna bogastva, ki jih kot prednost daje določena lokacija ob upoštevanju predpostavke lokacijske omejenosti naravnega vira in transportnih stroškov. Kvalificirana oziroma večča delovna sila in nekvalificirana oziroma nevešča delovna sila je navadno vir, ki koristi tistim investitorjem, ki prihajajo iz držav, kjer je cena delovne sile previsoka ali pa je njena produktivnost prenizka. Večinoma se takšna delovna sila uporablja za standardizirane vmesne proizvode ali končne proizvode, ki so delovno intenzivni in namenjeni izvozu. Tretji vir, sposobnost obvladovanja tehnologij in menedžerskih spretnosti, je danes zelo pomemben, saj večina sodelovanja med ekonomskimi subjekti temelji na učenju (Udovič, 2004, str. 78).

Neposrednih naložb, ki bi za motiv imele iskanje virov, je danes v razvitem svetu vse manj, kar pa ne pomeni, da surovine, delovna sila in tehnologija niso več pomembni dejavniki, vendar le to, da niso pglavitni dejavniki nastanka neposrednih tujih naložb v določeni državi. Med navedenimi tremi viri prihaja danes po pomembnosti v ospredje obvladovanje tehnologij in menedžerskih spretnosti.

2.3.2 Iskanje novih trgov

Podjetja, ki investirajo v tujo državo z motivom iskanja novih trgov, so običajno tista podjetja, ki želijo z naložbo v neki državi okrepiti trgovanje s to državo. Gre za nadgradnjo trgovinske aktivnosti, da bi se zmanjšali določeni stroški (carine, trgovinske ovire, vstopni stroški, itd.). Pogosto služijo tovrstne naložbe tudi kot most za trgovanje z drugimi državami, saj je zaradi nižjih transportnih stroškov ali obstoja morebitnih bilateralnih pogodb, tako trgovanje s tretjimi državami ugodnejše. Iskanje novih trgov se pojavlja zlasti takrat, ko želi določeno podjetje zavarovati obstoječe trge, jih razširiti ali pa poiskati nove. Podjetja si motiv iskanja novih trgov izberejo zaradi manjših transakcijskih stroškov, prilagajanja proizvodov lokalnim potrebam in okusom, sledenju tujim partnerjem ali pa zgolj zaradi fizične prisotnosti transnacionalnega podjetja na novem trgu.

Motiv iskanja novih trgov se začne takrat, ko ga začne država prejemnica spodbujati. Običajno je takšna vrsta neposrednih tujin naložb posledica visokih carin in ostalih uvoznih omejitev, saj se transakcijski stroški povečajo do te mere, da se podjetju bolj splača ustanoviti novo podjetje v drugi državi in od tam direktno skrbeti za trg te države in morebiti celo bližnjih držav.

2.3.3 Povečevanje učinkovitosti

Tovrstne naložbe imajo kot cilj racionalizacijo poslovanja znotraj naložb, ki že obstajajo. Običajno teži takšno podjetje k temu, da zmanjšuje stroške upravljanja in ustvarja dobičke na podlagi poenotenega vodenja in skupnega upravljanja geografsko razpršenih aktivnosti posameznega podjetja. Takšne naložbe imajo tri ključne težnje: ekonomije obsega, ekonomije sinergije in razpršitev tveganj. S poenotenjem proizvodnje lahko podjetja maksimizirajo ekonomije obsega in razpršijo tveganja. Običajno takšno strategijo uberejo visoko specializirana podjetja, ki proizvajajo standardizirane proizvode (Udovič, 2004, str. 80)

Neposredne tuje naložbe z motivom povečanja učinkovitosti so lahko tiste, ki izkoriščajo prednosti razlik v dostopnosti proizvodnih dejavnikov in razlik v stroških tradicionalne obdarjenosti v dveh državah, kar se kaže zlasti v delitvi dela znotraj transnacionalnih podjetij, ki delujejo v razvitih državah, kjer poudarjajo kapitalno, tehnološko in informacijsko opremljenost, te v državah v razvoju, kjer poudarjajo delovno intenzivnost. Druga vrsta so tiste naložbe, ki locirajo svojo proizvodnjo v državah s podobnimi ekonomskimi značilnostmi in ravnmi dohodka, saj tako lažje izkoriščajo prednosti ekonomij obsega in sinergije, razlike v okusih potrošnikov in sposobnosti enotne ponudbe.

2.3.4 Izkoriščanje strateških prednosti

Strateške prednosti in iskanje sposobnosti običajno izvajajo tista podjetja, ki uresničujejo dolgoročne strateške cilje in želijo obdržati oziroma okrepiti svojo mednarodno konkurenčnost. To so navadno velika transnacionalna podjetja, ki zasledujejo integrirano globalno strategijo, ali pa podjetja, ki prvič investirajo v nepoznan trg in si skušajo zagotoviti konkurenčno prednost na tem trgu. Motiv za takšne neposredne tuje naložbe običajno ni izkoriščanje specifičnih stroškovnih ali tržnih prednosti pred konkurenti, temveč povečevanje lastništva, ki jim omogoči večjo konkurenčno prednost ali oslabi konkurenčno prednost tekmeca (Jaklič, 1999, str. 29).

Dunning (1999) izpostavlja še tri motive, ki privedejo do nastanka neposrednih tujih naložb:

- Ubežne naložbe so tiste naložbe, ki jih investiramo v tujino namesto v domačo državo bodisi zaradi restriktivne zakonodaje ali pa zaradi škodljive makroekonomske politike v domači državi. Zaradi pospešene liberalizacije trga je takih naložb v zadnjem času relativno malo.

- Podporne naložbe so tiste naložbe, ki jih podjetje ustvari, da bi podpirale ostale dejavnosti podjetja, katerega del so. Take naložbe so navadno ekonomsko neupravičene, saj ne težijo k dobičku, vendar so koristne celotni strukturi podjetja. Običajno so namenjene temu, da olajšajo in spodbujajo izvoz dobrin in uslug investitorja ali drugih enot podjetja. Naložbe so namenjene zlasti temu, da delujejo kot kontrolni in administrativni centri in da kontrolirajo dejavnosti med posameznimi enotami (Jaklič, 1999, str. 30)
- Pasivne naložbe določimo, kadar razlikujemo med neposredni tujimi naložbami in portfolijo naložbami. Portfolijo naložbe niso namenjene temu, da bi investitor imel nadzor nad poslovanjem podružničnega podjetja, ampak si želi le povečevanje dobička. Kadar se struktura strukture podjetja ne spreminja, so te naložbe pasivnega značaja. Nasprotno pri neposrednih tujih naložbah lastnik običajno spreminja strukturo in upravljanje podjetja, saj vanj poleg kapitala vloži še druge sposobnosti (npr. znanja), zato so te naložbe aktivnega značaja.

Omenjene štiri vrste motivov za vlaganja v obliki neposrednih tujih naložb je nemogoče strogo ločiti med seboj. Motivi so običajno med seboj povezani, čeprav Dunningova razdelitev temelji na prevladujočih motivih, kar potrjuje obstoj ključnega motiva, zaradi katerega se podjetje odloči za neposredno naložbo v tujini, vendar hkrati to ni edini motiv. Močna povezanost motivov je posebej značilna za učinkovitostne in strateške vrste naložb.

Jakličeva v svojem delu zapiše, da so vsi motivi bili v empiričnih študijah potrjeni in da je bilo v preteklosti razločevanje motivov in posledično vrsto naložb lažje določiti. Pravi, da so tradicionalno podjetja investirala v tujini zaradi iskanja virov, nato zaradi iskanja trgov, sledilo pa je povečevanje učinkovitosti in strateški razlogi. Jakličeva razlikuje tudi med potisnimi (*push*) in vlečnimi (*pull*) dejavniki,³ kjer med prve uvršča visoko davčno stopnjo, nestabilnost domačega gospodarstva in druge, ki podjetje iz določene države vodijo do odločitve, da se začne ukvarjati z vlaganjem v tuji državi, med vlečne dejavnike pa uvrsti ugodne davčne stopnje, primerne institucionalne pogoje, obilje proizvodnih faktorjev in podobno, torej tiste dejavnike, ki podjetje vlečejo, da ustvari naložbo v določeni državi prejemnici (Jaklič, 1999, str. 30).

Corbetta kot glavni motiv italijanskih investorjev navaja možnosti prodora na nove trge. Med ostalimi razlogi pa navaja še podcenjenost prevzetih podjetij, poceni delovno silo v razvijajočih se državah, tehnološka znanja v teh podjetjih,

³ Delitev na potisne (*push*) in vlečne (*pull*) ni »izumila« Jakličeva, temveč gre za tradicionalno delitev v strateškem managementu in skandinavski (kopenhagenski) šoli.

priznanost blagovnih znamk, možnosti ekspanzije na nova področja in zaradi ugodnosti nakupa odstranitev konkurenta (Corbetta, 2000, str. 91).

2.4 OBLIKE TUJIH NEPOSREDNIH NALOŽB

Preden preidem na obravnavo konkretnih oblik neposrednih naložb želim povzeti model Markusena in Venablesa iz leta 1995, kjer avtorja skušata pojasniti, da transnacionalno podjetje izbira lokacijo in število obratov endogeno in da se običajno odloča med horizontalnimi in vertikalnimi neposrednimi naložbami. Horizontalne neposredne naložbe so tiste, ki jih ustvarjajo podjetja, ki imajo svojo proizvodnjo istega izdelka na večjih področjih in ustvarjajo takšno razpršenost zaradi varčevanja in zniževanja transportnih ter trgovinskih stroškov. Takšna podjetja imajo navadno kot motiv neposredne naložbe iskanje novih trgov. Vertikalne neposredne naložbe pa so tiste, ki jih ustvarjajo tista podjetja, ki imajo geografsko ločene dele proizvodnega procesa. Navadno gre pri vertikalnih naložbah za izkoriščanje meddržavnih razlik v tehnologijah in cenah proizvodnih dejavnikov. Zanje se odločajo podjetja, ki z neposredno tujo naložbo zasledujejo motiv iskanja virov.

Oblike neposrednih tujih naložb najbolj grobo razdelimo na naložbe v izgradnjo novih zmogljivosti (v tuji literaturi tako imenovane *greenfield naložbe*⁴), nakup že obstoječega podjetja (v tuji literaturi *acquisition*) in skupna vlaganja (v tuji literaturi *joint venture*).

2.4.1 Naložbe v izgradnjo novih zmogljivosti

Naložbe v izgradnjo novih zmogljivosti lahko označim kot najbolj »čisto« obliko neposrednih tujih naložb. V tuji literaturi avtorji tovrstne naložbe imenujejo »*greenfield investment*«. Podjetja, ki se odločajo za to obliko neposredne naložbe v državi gostiteljici, navadno pred vstopom v operativno fazo primerjajo vse prednosti in slabosti, ki jih prinaša taka oblika naložbe.

Podjetje se odloči za nakup ali dolgoročni najem zemljišča, kjer zgradi proizvodne zmogljivosti. Vodstvo podjetja navadno predstavlja tuji managerji (Griffin, 1999, str. 436–439).

⁴ Nekateri slovenski avtorji angleški izraz »*Greenfield Investment*« slovenijo kot »investicije na zeleno trato«.

Strategija investiranja v izgradnjo novih zmogljivosti ima veliko prednost, da si lahko podjetje samo izbere lokacijo novega obrata glede na potrebe in interese, ki jih želi uveljaviti v državi gostiteljici.⁵ Glede na dejavnost podjetja je lahko določljiv tudi ponder pomembnosti lokacije. Proizvodna podjetja bodo nedvomno iskala lokacijo, kjer bodo zagotovljene dobre prometne povezave (ceste in železnica), ki ne bodo imele neposrednega vpliva na proizvodno dejavnost,⁶ prav tako pa je pomemben stik z lokalno skupnostjo. Prav te pogosto, z namenom povečati zaposlenost, spodbujajo take neposredne naložbe, kar bistveno zmanjša stroške za podjetje oz. investitorja. Investitorju se v takem primeru ni treba ukvarjati z morebitnimi dolgovi podjetja niti nima problemov z zastarelo opremo, kot je stalna praksa v večini primerov. Prednost je tudi v tem, da na področju poslovnih običajev in kulture podjetje ni izpostavljeno hitremu tempu prilagajanja (tako imenovanemu kulturnemu šoku), pač pa se temu tempu počasi prilagaja skozi proces investiranja.

Slabost strategije naložb v izgradnjo novih zmogljivosti je predvsem dolgotrajen proces investiranja, številne težave s katerimi se srečujejo tuji investitorji pri iskanju nove lokacije oziroma primerne zemljišča za gradnjo in tudi visoka stopnja tveganja, ki jo nosi matično podjetje. V take naložbe ponavadi vstopajo investitorji, ki imajo že izkušnje na tujih trgih, relativno veliko finančnih sredstev, vizijo lastnega vodenja, željo po ohranitvi obstoječe podjetniške kulture in tisti, težko najdejo primerne poslovne partnerje (Meyer, 2004, str. 230–247).

2.4.2 Nakup že obstoječega podjetja

Nakup že obstoječega podjetja predstavlja nakup podjetja v gostujoči državi, ki je že poslovalo v domači ali kateri drugi lasti. Investitor se za tako naložbo odloči, ker tako dokaj hitro pridobi nadzor na podjetjem, obstoječo tehnologijo, na trgu uveljavljeno blagovno znamko in pridobi proizvodne ter prodajne poti. Poleg tega mu je prihranjen proces iskanja usposobljene delovne sile. Pri takih operacijah mora biti tuje podjetje pozorno zlasti na morebitne skrite finančne obveznosti prevzetega podjetja, na odnose med zaposlenimi, na to, ali prevzeto podjetje deluje v skladu z ekološkimi predpisi in podobno. Za take nakupe se odločajo podjetja z bogatimi izkušnjami iz preteklosti. Od tistih, ki se odločajo za naložbe v nove zmogljivosti, se razlikujejo po tem, da imajo znanje, s katerim lahko prestrukturirajo obstoječe podjetje v svojo organizacijsko shemo (Meyer, 2004, str. 248–262).

⁵ Odločilni faktorji so lahko npr.: razvitejša infrastruktura, bližina trga, lokalni dobavitelji ipd.

⁶ Proizvodno podjetje, ki temelji na dobavah »*just in time*«, si verjetno v Sloveniji ne bo izbralo lokacije v Vipavski dolini, saj burja predstavlja pomemben dejavnik, ki zaradi pogostih zapor cest, onemogoča prost pretok tovornjakov na tej relaciji.

Po končani integraciji in uskladitvi z mednarodno strategijo lahko podjetje neovirano posluje naprej. V nasprotju z naložbami v nove zmogljivosti ne gre za dodatne proizvodne zmogljivosti, ki se lahko izkažejo v presežku ponudbe nad povpraševanjem na obstoječem trgu. Veliko je primerov, kjer tak nakup pomeni le nakup tržnega deleža obstoječega podjetja oziroma način vstopa na nov trg.

To vrsto naložb najbolj privlačijo tako imenovane neoprijemljive prednosti države, znanje, tehnološka opremljenost, logistika. Privlačijo jih povezanost države v različne gospodarske združbe, dobra infrastruktura in dobavitelji.

2.4.3 Skupna vlaganja

Pri skupnih vlaganjih se dve ali več podjetij med seboj poveže (običajno gre za povezavo domačega in tujega podjetja), da bi ustanovili novo podjetje, ali se dogovori za pogodbeno sodelovanje. Predpogoj za sodelovanje so seveda skupni ekonomski interesi. Lahko gre za sporazume, ki so časovno omejeni in vključujejo različne trge, pogodbene oblike in pravne osebe z različnimi pravnimi formami. Enoznačna definicija organizacijskega modela je nemogoča in v praksi je pogodbeno določena za vsak primer posebej.

V osnovi ločimo pogodbeno skupna vlaganja, pri katerih gre zgolj za pogodbeno sodelovanje in družbeniška skupna vlaganja pri katerih gre za popolnoma novo podjetje, katerega lastniški deleži so razdeljeni med podjetja družbenike, glede na različne kriterije (vloženo znanje, finančni vložki, patenti itd.). Skupna vlaganja so primerna, kadar projekt zahteva visoke investicijske izdatke, specifična znanja, dolgotrajno uveljavljanje podjetja in visoko stopnjo tveganja, ki se porazdeli med partnerska podjetja. Pri takšnih projektih se je ustanovitev skupnega podjetja v preteklosti veliko uporabljala in izkazala tudi za najbolj primerno (Bodie, Kane, Marcus, 2004, str. 491–493).

Podjetja ustanovljena na osnovi skupnih vlaganj domačih in tujih investorjev imajo lažji dostop do domačega znanja in lokalnega trga ter ne predstavljajo nevarnosti za izgubo gospodarske suverenosti države prejemnice. Za skupna vlaganja se tako odločajo predvsem investitorji, ki nimajo predhodnih izkušenj z investiranjem v tujini in ki vstopajo na visoko tvega ter nepoznan trg (Meyer, 2004, str. 213–229).

Podatki o skupnih vlaganjih niso vključeni v slovenske statistične podatke pod neposredne naložbe pač pa za to obstaja posebna kategorija tako imenovane

pogodbene naložbe. Pod neposredne naložbe niso vključeni, ker gre pogosto v teh primerih bolj za čisti kreditni odnos med upnikom in dolžnikom, kot pa za neposredno naložbo.

2.5 PRIMERNOST POSAMEZNIH OBLIK NEPOSREDNIH NALOŽB

Za katero obliko vstopa se bo podjetje odločilo, je odvisno od več faktorjev. Naj povzamem le nekaj najpomembnejših: ali je podjetje – investitor že vpeto v mednarodno okolje, kakšna je oddaljenost nove lokacije od matice, od političnega tveganja, kapitalne intenzivnosti, vrste dejavnosti, administrativnih ovir, tehnološke zahtevnosti, potrebnih specialističnih znanj in podobno (Meyer, 2004, str. 213–262).

Za naložbe v nove zmogljivosti se odločajo investitorji z izkušnjami, z veliko finančnimi sredstvi, vizijo lastnega načina vodenja, z željo po ohranitvi obstoječe podjetniške kulture in tisti, ki težko najdejo primerne partnerja. Za podjetje z veliko znanja, patenti in poslovnimi skrivnostmi, je razumljivo, da noče deliti svojih izkušenj s tujci in se zaradi tega raje odloča za investicije v nove zmogljivosti.

Za nakup obstoječih zmogljivosti se odločajo podjetja z bogatimi izkušnjami iz preteklosti. Od tistih, ki raje vlagajo v nove zmogljivosti, se razlikujejo po tem, da imajo znanje, s pomočjo katerega lahko prestrukturirajo obstoječe podjetje in ga integrirajo v svojo organizacijsko shemo. V končni fazi so takšna podjetja bolj integrirana v lokalno ekonomijo in ne toliko v multinacionalno mrežo investitorja. Vezana so na lokalne dobavitelje. Možni so tudi dodatni oziroma skriti stroški iz preteklih obveznostih, ki ji ob nakupu podjetje ni upoštevalo, saj se lahko pojavijo odškodninski zahtevki, ki izvirajo iz pravnega nasledstva. Za naložbo v obstoječe zmogljivosti se podjetja odločajo tudi zaradi dvojnega učinka, saj pridobijo nov trg in istočasno odstranijo enega od potencialnih konkurentov.

Za skupna vlaganja se odločajo predvsem investitorji, ki nimajo predhodnih izkušenj z investiranjem v tujini (vzvod predstavlja želja, da se podjetje investitor spozna z lokalnim okoljem in se vanj integrira) in ki vstopajo na visoko tvegan in nepoznan trg. Taka podjetja uporabljajo predvsem lokalne dobavitelje in so dobro povezana z domačim okoljem podjetja. Možno pa je tudi, da se za skupna vlaganja odločijo zaradi omejujoče zakonodaje, ki ne omogoča drugih tipov naložb. Slabost za investitorja predstavlja predvsem zavezanost, da bo delil znanje s partnerskim podjetjem in da se bo moral prilagajati partnerjevi poslovni kulturi in organizaciji.

Na odločitev o načinu vstopa na trg vplivajo še drugi dejavniki, kot so pomembnost hitrega in pravočasnega vstopa na trg (preferira se nakup), možnosti za nakup tujega podjetja (če je malo podjetij, so cene lahko visoke in je investicija v nove zmogljivosti lahko bolj smiselna) in politično tveganje (preferirajo se skupna vlaganja, da se diverzificira tveganje). Z vidika države prejemnice so seveda najbolj zanimive naložbe v nove zmogljivosti, saj prinašajo nova delovna mesta, sodobno tehnologijo, višjo produktivnost in so neposredna konkurenca domačim podjetjem.

Internacionalizacija podjetij je na današnji stopnji razvoja nujen proces, zato se zastavlja vprašanje, kako jo uspešno uresničevati. Podjetja na ta način zagotavljajo svoj obstoj, ohranjajo in povečujejo tržne deleže ter ustvarjajo nove proizvode in storitve. Proces internacionalizacije podjetij je postopen proces, vendar se danes dogaja, da globalizacija zahteva krčenje določenih internacionalizacijskih faz in njihovo preskakovanje. Posledica tega procesa je povečevanje tveganja, ker se zmanjša možnost učenja na lastnih izkušnjah, sočasno pa se poveča potreba po sodobnih znanjih in proučevanju izkušenj drugih, da bi podjetja na tej podlagi lahko opredelila optimalno lastno strategijo.

Z vidika države bi moralo biti pomembnejše kot neposredne spodbude ali finančne olajšave podjetjem, ki bi hotela vstopiti na pot izhodne internacionalizacije, odpraviti ovire na tej poti ali vsaj zmanjšati splošno negativno mikroklimo, ki spremlja prve korake v internacionalizacijo, češ da ta pomeni izvoz kapitala. Med temi je na prvem mestu preseganje predsodkov do naložb v tujini, na katere se prepogosto gleda kot odliv kapitala ali vrsto privatizacijskih špekulacij oziroma okoriščanja. To je mogoče pri finančnih naložbah ne pa pri proizvodnih. Finančne naložbe imajo resnično lahko negativne učinke in so z vidika nacionalnih interesov vprašljive, če se domači dobički prelivajo v tujino in se ne vračajo domov ter se ne uporabljajo v razvojne namene.

Naložbe v tujini so sredstvo krepitve konkurenčnih prednosti podjetij, uspešen inštrument zbiranja informacij o tujih trgih, približevanje potrošniku, kar je zelo pomembno za današnjo kustomizacijo, kot eno od sodobnih marketinških »zapovedi«. Predolgo ohranjanje negativnega ozračja lahko ogrozi objektivno podjetniško funkcijo izhodnih naložb za gospodarski razvoj države. Države morajo politiko pospeševanja izvoza postopoma dograjevati oziroma na dolgi rok celo preobraziti v politiko pospeševanja internacionalizacije dejavnosti lastnih podjetij. Gre za oblikovanje lastnih multinacionalnih podjetij na vseh tistih področjih, kjer omejeno domače tržišče ne omogoča učinkovitega poslovanja (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 143)

Internacionalizacija je postopen proces, ki ga tudi velika podjetja ne morejo osvojiti čez noč ali kar s preskokom od izvoza na ustanavljanje podjetij v tujini. Velika podjetja, ki razpolagajo z močnim kadrovskim potencialom, lahko takšen proces obvladujejo sama. Majhnim in srednjim podjetjem je to mnogo težje, zato potrebujejo pomoč države. Odpravljanje makroovir, ki preprečujejo izhodno internacionalizacijo, je potrebno nagraditi še z aktivno politiko spodbujanja internacionalizacije dejavnosti podjetij, nenazadnje z vzpostavljanjem ustreznih svetovalnih služb, zlasti za majhna in srednja podjetja. Na tak način nekatere države podjetjem že uspešno pomagajo premagovati tudi kar močne notranje ovire, med katere lahko uvrstimo predsodke, organizacijsko nepripravljenost, pomanjkanje znanja in interesa. Te ovire zavirajo bolj pogumne korake v smeri internacionalizacije določene dejavnosti.

Med razvitimi državami je pomembna uskladitev sistema tujih neposrednih naložb s sistemom, ki velja v Evropski uniji oziroma v državah OECD, torej s svetovnimi standardi. Ob neusklajenem sistemu obstaja nevarnost oživljanja tako imenovanih sistemsko ubežnih tujih neposrednih naložb, ki bežijo iz domačega restriktivnega okolja v tuje, ki je bolj prijazno. Država izvora tako ne le da izgublja kapital, pač pa tudi priliv profitov in nenazadnje pregled nad to dejavnostjo nacionalnih podjetij. Čim manjše so razlike tudi v davčnem sistemu, manj je spodbud za zlorabljanje transfernih cen, katerih šibko poznavanje in obvladovanje sta sploh ena od slabosti poslovanja na ravni podjetja in države.

Izhodne neposredne tuje naložbe je mogoče razumeti tudi kot monetarni inštrument saj nujna visoka izvozna naravnost in veliki prilivi deviz oziroma tujega kapitala, lahko povzročajo monetarne preglavice predvsem majhnim državam. Ustvarjajo se presežki, ki bi jih morala monetarna oblast sterilizirati, če noče ogroziti monetarne stabilnosti. To je mogoče dosegati tudi z izvozom kapitala, če je ta v funkciji krepitve konkurenčne pozicije podjetij matične države in s tem njenega nacionalnega bogastva nasploh.

Pri internacionalizaciji imajo v regionalnem pogledu vedno prednost bližnje države, saj je navadno tudi poznavanje teh trgov boljše, kot pa je poznavanje oddaljenih trgov, ki sicer nudijo mnoge priložnosti, a terjajo tudi mnogo več znanj. Globalizacija s krčenjem razdalj in veliko dostopnostjo cenениh informacij vpliva na to, da sosednje države niso več tako nujna prva faza, pač pa se lahko že od vsega začetka internacionalizira dejavnost na bolj oddaljenih trgih, to je tam, kjer je mogoče doseči optimalno kombinacijo lastnih in tujih lokacijsko ter podjetniško specifičnih prednosti. Med lokacijskimi prednostmi na teži relativno zgublja cena dejavnikov, kot je delo, pridobiva pa rast trga (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 143–145).

3 ANALIZA NEPOSREDNIH TUJIH NALOŽB V SLOVENIJI

V tem poglavju bom strnjeno orisal stanje neposrednih tujih naložb v Sloveniji po dejavnostih in državah, iz katerih prihaja kapital oziroma tuji investitorji.

Stanje neposrednih tujih naložb v Sloveniji spremlja Banka Slovenije od leta 1994 v skladu s posebnim standardom Mednarodnega denarnega sklada o objavi podatkov SDDS⁷ in pripravlja letne podatke stanja mednarodnih naložb. Neposredne naložbe se kot vir financiranja od drugih instrumentov razlikujejo po tem, da odražajo dolgoročni interes tujega investitorja in so lahko v obliki lastniškega ali dolžniškega kapitala. Slovenija ima v obdobju od 1994 do 2005 negativno neto pozicijo neposrednih naložb, kar pomeni, da je neto prejemnica naložb (Banka Slovenije, 2005).

Neposredne naložbe predstavljajo relativno ozko populacijo podjetij. V tujino investira v obliki neposrednih naložb 2,5% vseh slovenskih podjetij, neposredne naložbe tujcev pa so koncentrirane v 5,1% populacije slovenskih podjetij, vendar moramo ta ozek segment podjetij posebej izpostaviti, saj ima velik pomen za slovensko gospodarstvo. Konec leta 2005 so imela podjetja s tujimi neposrednimi naložbami 16,0% kapitala, 16,0% sredstev in 13,6% zaposlenih celotnega podjetniškega prostora. Pomembno vlogo zavzemajo podjetja s tujimi neposrednimi naložbami tudi v celotnem izvozu in uvozu blaga, kjer po vrednosti zavzemajo dobro tretjino vseh poslov (Banka Slovenije, 2007a).

Največji delež tujih neposrednih naložb prihaja iz držav Evropske Unije in Švice, slovenski investitorji pa se večinoma odločajo za naložbe v države bivše Jugoslavije.

Vrednost vseh tujih neposrednih naložb v Sloveniji je konec leta 2005 po podatkih Banke Slovenije 2005 znašala 5.980,1 milijona evrov, kar je v primerjavi z letom 1994, odkar naša osrednja banka zbira podatke o tujih neposrednih naložbah, porast teh naložb za 453,3%, povprečna letna stopnja rasti skupne vrednosti v letih 1995 do 2005 je 17,7%, glede na konec leta 2004 pa je zabeleženo 7,1 odstotno povečanje. Po definiciji Mednarodnega denarnega sklada je v vrednost neposrednih naložb vključen lastniški kapital, ki je konec leta 2005 znašal 5.360,2 milijona evrov, oziroma 89,6% celotne vrednosti naložb, ter neto obveznosti do tujih investitorjev (619,9 milijona evrov), ki so obsegale 10,4% celotne vrednosti neposrednih naložb tujcev. Banka Slovenije statistiko neposrednih naložb metodološko uskladila z definicijo Mednarodnega denarnega sklada pri podatkih

⁷ Angleško: *Special Data Dissemination Standard*

od vključno leta 2001, ki vpliva na podatke neto obveznosti tujih investitorjev. Tako se v primeru naložb, kjer sta investitor in prejemnik iz sektorja finančnih posrednikov, med neposredne naložbe poleg lastniškega kapitala štejejo le obveznosti in terjatve, ki imajo naravo trajnega dolga. Ta uskladitev je povzročila prelom serije podatkov terjatev in obveznosti med neposrednimi vlagatelji, ki so se iz tega naslova zmanjšale in prekvalificirale v ostale obveznosti oziroma terjatve, ki jih prikazuje statistika stanja mednarodnih naložb

Lastniški kapital je v obdobju 1994–2005 nenehno naraščal. Največje povečanje knjigovodske vrednosti lastniškega kapitala tujcev v slovenskih podjetjih doslej je zabeleženo v letu 2002 in sicer v vrednosti 977,2 milijona evrov. Konec leta 2005 je po zadnjih podatkih razvidno povečanje za 486,1 milijona evrov v primerjavi z letom 2004. K povečanju so transakcije prispevale 289,9 milijona evrov, reinvestirani dobički 235,9 milijona evrov, ostale spremembe pa so lastniški kapital zmanjšale za 38,9 milijona evrov. 10% lastniškega kapitala, ki je mednarodno sprejeta statistična meja med neposrednimi in portfolio naložbami, uporablja tudi Banka Slovenije in pri svojih analizah ločuje naložbe z dolgoročnim interesom od tistih, kjer prevladujejo kratkoročni interesi. Časovna serija razmerja med neto obveznostmi in celotnimi neposrednimi naložbami kaže, da neto obveznosti v deležu vrednosti tujih neposrednih naložb padajo in so v letu 2005 dosegle najnižji delež doslej (10,4%), kar je manj kot polovica enajstletnega povprečja (22,5%) deleža neto obveznosti v celotni vrednosti tujih neposrednih naložb (Banka Slovenije, 2007a, str. 15).

Banka Slovenije poroča, da je v letu 2005 20% neto obveznosti pripadlo bankam, 80% pa ostalim sektorjem. Znotraj ostalih sektorjev so se terjatve do tujih vlagateljev povečale več kot obveznosti do njih, tako da je neto zadolženost ostalih sektorjev do tujih lastnikov v letu 2005 za 71 milijonov evrov nižja od zadolženosti konec leta 2004, banke pa so svojo zadolženost do tujih lastnikov v obliki trajnega dolga zmanjšale za 14 milijonov evrov glede na stanje konec leta 2004. Tuji investitorji (multinacionalna podjetja) poleg kapitalskega vlaganja praviloma tudi aktivno podpirajo tekoče financiranje slovenskih podjetij, vendar se razmerje med deležem kapitala in neto zadolženostjo do tujih neposrednih vlagateljev zmanjšuje, v letu 2005 predvsem zaradi povečanja terjatev do tujih lastnikov v nebančnem sektorju).

Sprememb stanja neposrednih naložb, ki so evidentirane po knjigovodskih vrednostih, ni mogoče v celoti pojasniti z letnimi tokovi plačilne bilance. Med najpomembnejše razloge za razlike med letnimi podatki o spremembah na podlagi stanja in transakcijah, ki jih beleži mesečna plačilna bilanca, sodijo:

- različni viri podatkov (podatki o stanjih so na voljo iz neposrednih poročil podjetij, plačilnobilančni podatki pa temeljijo na plačilnem prometu s tujino in poročilih podjetij o transakcijah na računih v tujini) in
- tečajne in ostale spremembe, ki vplivajo na spremembo stanja (na primer različne prekvalifikacije, odpisi kapitala, popravki vrednosti), v plačilno bilanco pa se ne vključujejo.

Banka Slovenije za leto 2005 v plačilni bilanci Slovenije beleži pritek neposrednih naložb v višini 444,9 milijona evrov, od tega so se neto pritoki lastniškega kapitala povečali za 267,4 milijona evrov, reinvestirani dobički pa za 235,9 milijona evrov, kar je za 40,4 milijona EUR manj kot v letu 2004, ko je Banka Slovenije beležila največje reinvestirane dobičke v celotni seriji. Lastniški kapital se tekom celotne serije plačilne bilance povečuje z izjemo leta 2003, ko je Banka Slovenije beležila neto umik tujih vlagateljev. V prvih enajstih mesecih leta 2006 beleži osrednja banka skromno rast tujih neposrednih naložb v Sloveniji iz naslova lastniškega kapitala in sicer v višini 207,9 milijona evrov. Glede na razvrstitev neposrednih naložb v nove, obstoječe in ostale Banka Slovenije upošteva samo prvo koleno kapitalske povezanosti. Nove naložbe so naložbe, kjer je nerezident ustanovitelj oziroma soustanovitelj podjetja. Obstoječe naložbe so naložbe nerezidentov v obstoječe podjetje in nerezidenti v tem primeru niso ustanovitelji podjetja. Ostale naložbe so naložbe v zavode, podružnice in fundacije.

Konec leta 2005 je bilo od vseh 2988 neposrednih tujih naložb 65,3% novih naložb, ki so predstavljale 42,0% vrednosti tujega lastniškega kapitala. Obstoječe naložbe so številčno predstavljale 30,5% vseh naložb, po vrednosti lastniškega kapitala pa so pomembnejše, saj so obsegale 58,5% vrednosti lastniškega kapitala tujcev. Ostale naložbe so bile po številu in vrednosti zanemarljive. Povprečna vrednost lastniškega kapitala obstoječih tujih neposrednih naložb je znašala konec leta 2005 in 2004 3,4 milijona evrov, medtem ko je bila vrednost lastniškega kapitala nove naložbe tujcev v povprečju 1,9 milijona evrov (leta 2004 0,9 milijona evrov). Taka razmerja kažejo, da so vrednostno pomembnejše naložbe v obstoječa podjetja, tuji investitorji ustanovitelji oziroma »greenfield« investitorji pa se odločajo za vrednostno manjše naložbe (Banka Slovenije, 2007a, str. 16–17).

3.1 NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE V SLOVENIJI PO DEJAVNOSTIH

Ob bežnem pogledu uradnih podatkov, ki jih zbira in objavlja Banka Slovenije, dobimo vtis, da tujce v Slovenijo bolj privablja terciarni kot primarni oziroma sekundarni sektor. Razvoj trga storitev je v razvitem svetu nasploh v porastu, zato je takšna slika tujih naložb tudi razumljiva, vendar hkrati daje vtis, da Slovenija ni

najbolj konkurenčna država, kamor bi investitor preselil svojo proizvodnjo, zgolj zaradi zniževanja stroškov dela.

Po analizah Banke Slovenije je za celoten podjetniški sektor v Sloveniji najpomembnejša predelovalna dejavnost, ki v letu 2005 zajema 15,7% vseh podjetij. Ta podjetja imajo 25,3% vseh sredstev, 29,3% vsega kapitala in 43,6% vseh zaposlenih. S tem ustvarijo 35,8% celotnega dobička in 26,3% celotne izgube iz poslovanja. Pri podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami so ti deleži še višji. V predelovalno dejavnost je vključenih 15,8% vseh podjetij s tujimi neposrednimi naložbami, ki imajo 37,0% sredstev, 56,1% kapitala in kar 60,2% zaposlenih vseh podjetij s tujimi neposrednimi naložbami ter ustvarijo 49,7% dobička in 18,7% izgube iz poslovanja.

Največ zaposlenih v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami je bilo v letu 2005 na področju predelovalne dejavnosti (60,2% oziroma 38.941 delavcev). Sledijo mu področja: trgovina, popravila vozil in izdelkov široke potrošnje (18,9% oziroma 12.213 delavcev); poslovanje z nepremičninami in poslovne storitve (8,8% oziroma 5.713 delavcev); promet skladiščenje in zveze (4,5% oziroma 2.894 delavcev). Struktura tujih neposrednih naložb po dejavnostih konec leta 2005 kaže največjo koncentracijo tujih neposrednih naložb v dejavnosti finančnega posredništva brez zavarovalništva (18,6%), sledi proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov in umetnih vlaken (15,8%) ter druge poslovne dejavnosti (9,3%).

V primerjavi z letom 2004 se je najbolj povečala vrednost tujih neposrednih naložb v panogi z največjo rednostjo tujih naložb (98,4 milijona evrov porasta v finančnem posredništvu in zavarovalništvu), za 88,7 milijona evrov pa se je povečala vrednost naložb v panogi poslovanja z nepremičninami, ki sicer predstavlja le 2,8% vseh tujih neposrednih naložb. Za finančno posredništvo je v obdobju 1994–2004 (z izjemo leta 2001) značilna nenehna rast vrednosti tujih neposrednih naložb, medtem ko je dejavnost proizvodnje kemikalij in kemičnih izdelkov postala pomembna prejemnica tujih neposrednih naložb z večjo naložbo leta 2002. Vsa leta, odkar so na voljo podatki o neposrednih naložbah, narašča tudi vrednost naložb v druge finančne dejavnosti ter v dejavnost posredništva in trgovine na debelo (Banka Slovenije, 2007a, str. 18).

Preglednica 1: Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po dejavnostih.

Datum preseka 21. 08. 2006

v mio EUR

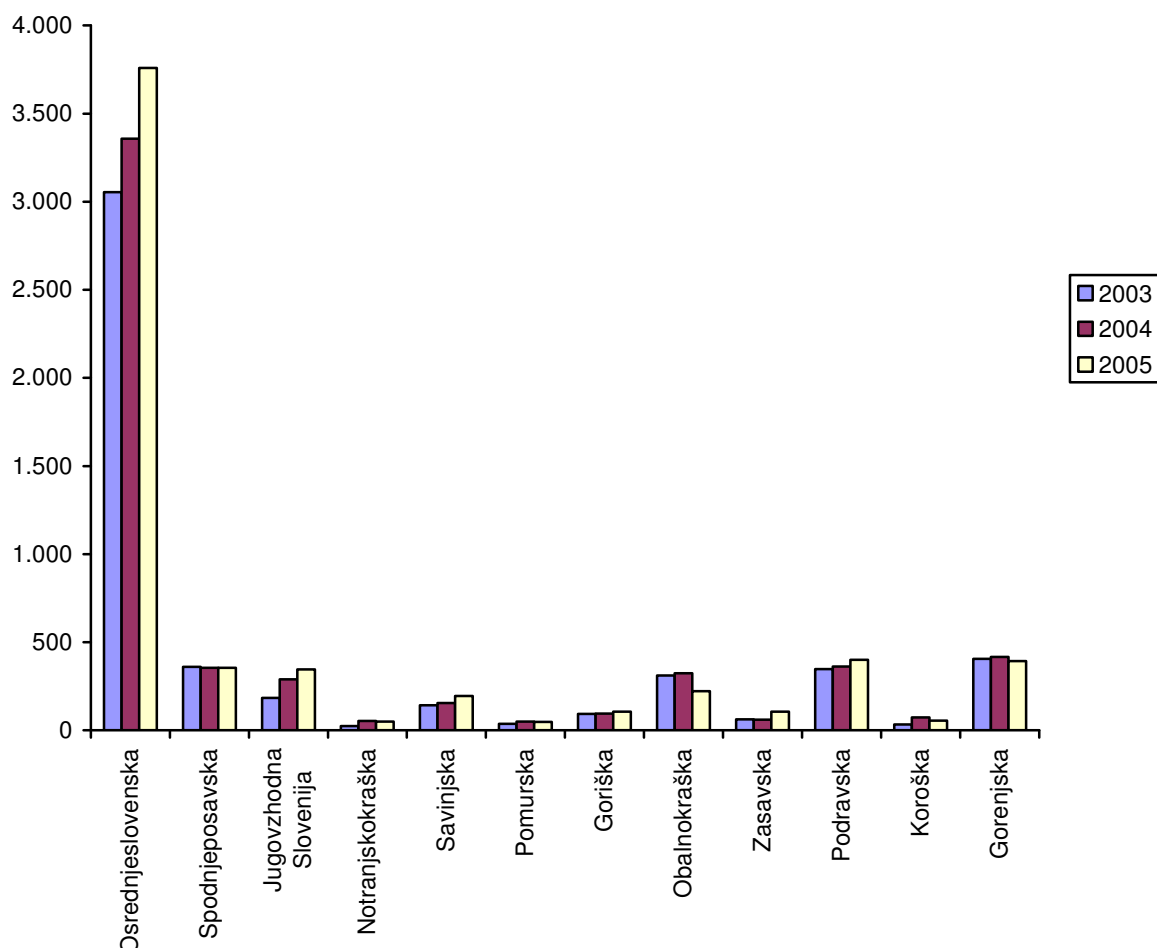
Dejavnost	2004				2005			
	Skupaj	Lastniški kapital	Terjatve	Obveznosti	Skupaj	Lastniški kapital	Terjatve	Obveznosti
	1=2-3+4	2	3	4	5=6-7+8	6	7	8
Fin. posred. brez zavarovalništva, skladov	1015,4	731,9	0,4	283,8	1113,7	841,0	0,4	273,1
Pro. kemikalij, kemičnih izd., umetnih vl.	993,0	952,1	39,2	80,1	942,1	1049,5	120,1	12,7
Druge poslovne dej.	488,9	450,9	8,1	46,1	556,2	479,2	21,4	98,4
Posredništvo, trg. na debelo, brez vozil	474,9	400,4	32,9	107,5	508,6	426,1	38,0	120,5
Pro. izd. iz gume in plastičnih mas	295,6	292,4	8,9	12,1	307,2	311,9	20,8	16,2
Pro. vlaknin, papirja ter izd. iz njih	306,2	307,4	14,5	13,4	289,4	296,2	20,8	13,9
Pro. mot. vozil, prikolic, polprikolic	197,5	195,8	19,9	21,6	256,2	235,4	29,3	50,1
Oskrba z el., plinom, paro, toplo vodo	250,0	250,4	2,2	1,9	252,7	252,6	7,6	7,8
Pro. strojev in naprav	229,9	239,4	29,5	20,0	246,0	261,4	39,5	24,1
Trg. na drob. brez mot. vozil; poprav. izd.	123,1	91,1	0,1	32,1	177,2	149,7	0,2	27,7
Poslovanje z nepremičninami	75,8	64,4		11,4	164,5	146,8	0,4	18,1
Pro. dr. nekovinskih mineralnih izd.	140,8	149,5	13,3	4,6	151,4	150,5	9,3	10,1
Poprav., trg. z mot. vozili, gorivi	168,1	128,5	1,6	41,2	149,0	129,1	1,3	21,2
Pošta in telekomunikacije	119,2	-13,3	6,7	139,1	138,5	-41,9	2,0	182,4
Pro. kovinskih izd .brez strojev, naprav	54,7	53,8	8,1	9,0	70,4	69,9	9,1	9,6
Zavarovalništvo brez socialnega, skladi	46,8	34,3	9,9	22,4	62,3	44,5	12,6	30,5
Pro. RTV, komun. aparatov, opreme	61,6	60,0	4,8	6,4	61,5	62,1	6,5	5,8
Pro. tekstilij	51,5	53,5	9,9	7,8	48,5	54,6	9,3	3,2
Pro. kovin	75,6	83,5	11,8	4,0	48,0	50,1	5,1	3,1
Obdelava podatkov, s tem povezane dej.	40,9	37,5	2,1	5,4	46,8	44,9	2,1	4,1
Pro. usnja, usnjenih izd.	25,6	9,3	19,6	36,0	45,0	5,1	30,9	70,8
Pro. medicin., finomehan., optičnih instr.	37,6	61,6	25,3	1,2	43,3	73,1	33,5	3,7
Rekreacijske, kulturne, športne dej.	50,0	21,6		28,4	40,0	40,8	1,5	0,7
Pomožne prometne dej., turistične org.	37,4	30,3	0,4	7,5	39,3	35,8	0,3	3,9
Obdelava in predelava lesa	39,7	30,7	0,5	9,5	39,1	29,2	0,9	10,8
Kopenski promet, cevovodni transport	34,8	36,8	3,0	1,0	35,3	37,4	4,3	2,2
Pro. el. strojev, aparatov	34,3	35,7	14,2	12,8	26,5	30,4	14,7	10,8
Gostinstvo	17,3	16,4		0,9	25,9	24,2		1,7
Pro. hrane, pijač, krmil	51,8	51,6	0,6	0,7	17,0	16,6	0,9	1,3
Gradbeništvo	-1,1	-17,1	2,6	18,6	17,0	3,6	3,1	16,5
Zbiranje, čiščenje, distribucija vode	15,4	11,4		4,0	16,5	12,6		3,9
Založništvo, tiskarstvo	9,4	7,3	1,0	3,1	8,7	8,7	1,8	1,9
Reciklaža	-0,3	-0,3			8,0	8,0		
Pro. pohošstva, dr. predelovalne dej.	4,0	2,8	1,6	2,8	5,2	3,0	1,5	3,7
Vodni promet	0,5	0,4		0,1	4,2	0,7	0,2	3,7
Pomožne dej. v fin. posred.	2,0	1,2	0,3	1,1	3,3	1,7	0,4	2,0
Dajanje strojev, opreme v najem	2,7	2,7			3,0	3,0		
Stor. javne higiene	3,2	2,0		1,2	3,0	2,5		0,6
Pri. dr. rudnin in kamnin	3,0	3,6	1,1	0,5	2,8	3,9	1,3	0,2
Dr. storitvene dej.	-1,3	-1,8		0,4	2,8	2,4		0,4
Kmetijstvo, lov, stor.	2,5	1,2		1,3	2,5	1,1	0,1	1,4
Zračni promet	1,9	1,9			2,5	2,5		
Zdravstvo, socialno varstvo	2,0	2,0			1,0	1,0		
Pro. pisarniških strojev, računalnikov	0,4	1,0	0,7	0,0	0,7	1,2	0,5	0,0
Raziskovanje in razvoj	0,8	0,8			0,7	0,7		
Pro. oblačil; strojenje, dodelava krzna	0,4	1,0	0,7	0,1	0,6	1,6	1,0	0,0
Izobraževanje	0,3	0,3			0,3	0,3		
Pro. dr. vozil, plovil	-0,2	-0,1	0,1	0,0	-0,1	0,1	0,1	0,0
Ostalo	-3,9	-3,9			-4,2	-4,2		
SKUPAJ	5579,6	4874,1	295,7	1001,2	5980,1	5360,2	452,9	1072,8

Vir: Banka Slovenije, 2006.

Pri razvrstitvi neposrednih tujih naložb po statističnih regijah v Sloveniji je največja koncentracija vrednosti vseh tujih naložb v celotnem proučevanem obdobju od leta 1994 naprej v osrednjeslovenski regiji. Konec leta 2005 jih je bilo kar 62,3%. V Podravju je 6,7%, v gorenjski regiji 6,6%, v spodnjeposavski regiji pa 5,9% celotne vrednosti tujih neposrednih naložb v državi. Preostale regije so skupaj prejemnice 18,0% vseh tujih neposrednih naložb.

Regionalna razdelitev se od začetka spremljanja statistike tujih neposrednih naložb bistveno ne spreminja, v obdobju 1998–2005 so se največ povečale tuje neposredne naložbe v osrednjeslovenski regiji, sledijo pa Spodnje Posavje, Gorenjska in Podravje. Opaziti je tudi hitrejšo rast neposrednih naložb v Zasavju od 2002 naprej.

Prikaz 1: Tuje neposredne naložbe v Sloveniji po statističnih regijah v letu 2005 v milijonih evrov



Vir: Banka Slovenije, 2007a.

3.2 NEPOSREDNE TUJE NALOŽBE V SLOVENIJI PO IZVORU DRŽAV⁸

Med državami investitoricami prevladujejo države članice Evropske unije, ki imajo skupno 75,1% vrednosti vseh tujih neposrednih naložb v Sloveniji.

Preglednica 2: *Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po državah.*
Datum preseka 21. 08. 2006

v mio EUR

Država	2004				2005			
	Skupaj	Lastniški kapital	Terjatve	Obveznosti	Skupaj	Lastniški kapital	Terjatve	Obveznosti
	1=2-3+4	2	3	4	5=6-7+8	6	7	8
Avstrija	1547,0	1192,0	84,3	439,3	1725,7	1326,8	129,5	528,4
Švica	972,4	908,2	22,0	86,1	974,3	1012,9	61,2	22,6
Nizozemska	576,2	574,4	5,0	6,8	635,8	635,3	3,1	3,6
Francija	446,2	412,4	37,3	71,1	518,7	473,2	45,0	90,5
Nemčija	442,8	402,0	44,2	85,0	517,7	493,6	65,9	90,0
Italija	362,3	356,1	49,1	55,3	344,3	354,7	71,0	60,6
Hrvaška	293,5	286,5	11,4	18,5	289,7	287,9	19,2	21,0
Belgija	193,0	193,1	0,4	0,3	209,3	206,7	0,6	3,3
Češka republika	114,4	114,3	0,8	0,9	114,3	114,7	1,7	1,3
Velika Britanija	106,2	107,9	4,8	3,1	94,3	96,1	5,4	3,6
ZDA	67,0	2,9	2,9	67,0	93,0	-11,0	2,6	106,6
Irska	90,5	0,4	1,5	91,6	89,6	0,5	1,5	90,7
Luksemburg	87,9	57,9		30,0	79,5	79,3		0,2
Danska	67,9	71,7	5,5	1,8	76,7	92,3	18,1	2,5
Liechtenstein	18,6	12,2		6,4	29,8	24,3		5,5
Bosna in Hercegovina	27,5	27,1	1,0	1,4	29,2	30,5	2,4	1,1
Madžarska	30,9	17,6	2,0	15,3	27,8	21,0	2,1	8,9
Avstralija	28,4	28,9	0,5	0,0	27,6	28,2	0,6	0,0
Švedska	19,4	13,4	0,1	6,1	20,6	22,4	5,7	3,9
Japonska	15,9	15,9			18,0	18,0		
Ciper	18,7	16,8	2,1	4,0	16,5	12,3	0,2	4,4
Slovaška	13,2	13,6	0,5	0,1	14,9	14,7	0,2	0,4
EBRD	3,9	3,9		0,0	14,1	4,1		10,0
Španija	9,0	3,0	0,2	6,3	8,6	2,8	0,2	6,0
Ostalo	26,8	41,9	20,1	4,8	10,1	19,9	16,7	7,7
SKUPAJ	5579,6	4874,1	295,7	1001,2	5980,1	5360,2	452,9	1072,8

Vir: Banka Slovenije, 2006.

⁸ Delitev naložb po državah investitoricah se ravna po sedežu neposrednega investitorja (Angleško: *Firstcounterpart*) in ne glede na sedež mednarodnih korporacij (Angleško: *Ultimate beneficial owner*).

Delež naložb EU od leta 2004 dalje spet narašča predvsem zaradi povečevanja naložb Avstrije, ki je največja investitorica od leta 1995 dalje.

Konec leta 2005 je stanje neposrednih naložb avstrijskih investorjev znašalo 1.725,7 milijona evrov oziroma 28,9% vseh neposrednih naložb. Po zadnjih podatkih Banke Slovenije so največ vložili v dejavnosti; finančno posredovanje brez zavarovalništva (544,0 milijona evrov), druge poslovne dejavnosti (249,8 milijona evrov), proizvodnja vlaknin, papirja ter izdelkov iz njih (171,3 milijona evrov) ter poslovanje z nepremičninami (102,5 milijona evrov).

Druga država glede na vrednost tujih neposrednih naložb v Sloveniji je Švica (16,3%), ki ji to mesto pripada od leta 2002 dalje, ko je investirala v dejavnost proizvodnje kemikalij in kemičnih izdelkov (prevzem Leka). V letu 2003 je prišlo do lastniškega preoblikovanja s posledično precej večjo knjigovodsko vrednostjo lastniškega kapitala, ki ga zajema prvo koleno tuje neposrednih naložb. Konec leta 2005 je vrednost švicarskih neposrednih naložb dosegla 974,3 milijona evrov, glavnina pa predstavlja investicijo v proizvodnjo kemikalij in kemičnih izdelkov.

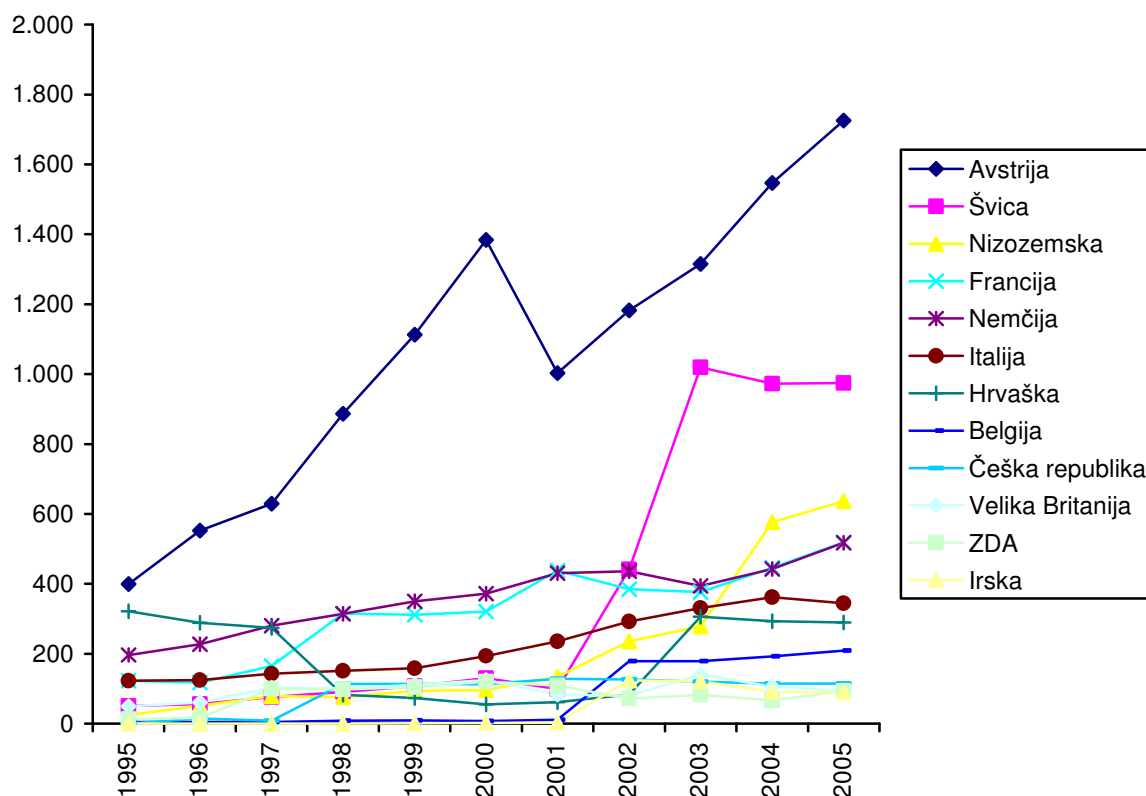
Tretja najpomembnejša investitorica konec leta 2005 je Nizozemska s 635,8 milijona evrov oziroma 10,6 odstotnim deležem v vseh tujih neposrednih naložb v Sloveniji. Konec leta 2005 je največ investicij iz te države v slovenskih podjetjih iz dejavnosti proizvodnje izdelkov iz gume in plastičnih mas (235,4 milijona EUR) in drugih poslovnih dejavnosti (231,8 milijona EUR).

Francija z 8,7% vrednosti vseh neposrednih naložb tujcev (518,7 milijona evrov) konec leta 2005 ostaja enako kot leta 2004 četrta najpomembnejša investitorica. Največji delež francoskih naložb je v dejavnosti proizvodnje motornih vozil (Revoz), prikolic in polprikolic ter dejavnosti finančnega posredništva brez zavarovalništva.

Vlagateljem iz Nemčije po zadnjih podatkih pripada skoraj enak znesek tujih neposrednih v Sloveniji kot Franciji (517,7 milijona evrov ali 8,7% vseh tujih neposrednih naložb v Sloveniji). Največ so vložili v dejavnost posredništva in trgovine na debelo brez vozil (101,5 milijona evrov), sledita dejavnost proizvodnje strojev in naprav (85,9 milijona evrov) in dejavnost proizvodnje RTV, komunikacijskih aparatov in opreme (59,5 milijona evrov) (Banka Slovenije, 2007a, str. 18).

Italija je s 344,3 milijoni evrov neposrednih naložb šele na šestem mestu med največjimi državami investitoricami v Sloveniji.

Prikaz 2: Gibanje neposrednih naložb v Sloveniji po državah v obdobju 1995–2005 v milijonih evrov



Vir: Banka Slovenije, 2007.

V prikazu 2 je lepo viden konstantni trend naraščanja neposrednih naložb Avstrije v Sloveniji tekom obdobja zadnjih 10 let. Neposredne naložbe iz Avstrije močno prednjačijo pred drugimi državami. V prikazu lahko jasno vidimo skoke v vrednostih naložb posameznih držav, ki so nastali zaradi enkratnih prevzemov določenih slovenskih podjetij. Hiter porast neposrednih naložb Švice po letu 2002 je rezultat prevzema Leka, medtem ko je do porast neposrednih naložb Belgije po letu 2001 prišlo zaradi kapitalskega vložka belgijske banke KBC v Novo ljubljansko banko.

Rast neposrednih naložb Italije v Sloveniji je konstantna in tudi nekatere večje naložbe, kot je prevzem Banke Koper, niso vidno vplivale na celotno sliko gibanja neposrednih naložb pri nas.

3.3 POSLOVANJE IN POMEN PODJETIJ S TUJIMI NEPOSREDNIMI NALOŽBAMI V SLOVENIJI

Banka Slovenije poroča, da so podjetja s tujimi neposrednimi naložbami konec leta 2005 predstavljala 5,1% celotne populacije slovenskih podjetij, konec leta 2004 pa več, in sicer 5,5%. Kljub majhnemu deležu podjetij s tujimi neposrednimi naložbami so ta zelo pomembna za slovenski podjetniški prostor. Konec leta 2005 so imela 16,0% kapitala, 18,0% sredstev in 13,6% zaposlenih celotnega podjetniškega prostora. S tem kapitalom in zaposlenimi so ustvarila 21,2% vseh čistih prihodkov od prodaje in 21,9% vsega dobička iz poslovanja. Imela pa tudi 19,9% celotne izgube iz poslovanja, kar pomeni, da so v povprečju bolj dobičkonosna kot celoten podjetniški prostor. Najbolj izstopajo pri izvozu in uvozu; dosegajo namreč 34,9% vsega izvoza blaga in storitev slovenskega podjetniškega sektorja ter 36,6% izvoza blaga in 36,1% uvoza.

Zaposleni v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami na določenem področjih so imeli v povprečju višje plače kot vsi zaposleni na proučevanem področju. Izjema so področja rudarstvo, gostinstvo ter druge javne, skupne in osebne storitve, v katerih so imeli delavci v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami v povprečju nižje plače. Zaposleni v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami na področju predelovalne dejavnosti, v kateri je zaposleno največ delavcev, so imeli za 14,3% ter na področju trgovine, popravil vozil in izdelkov široke potrošnje za 38,3% višje plače od povprečja svoje panoge. Razlike na ostalih področjih so velike, vendar vplivajo na manjše število zaposlenih. Enaka ugotovitev velja tudi za vse zaposlene, kjer je povprečna plača na zaposlenega znašala 12.756 evrov, medtem ko je bila v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami višja za 17,9% (znašala je 15.033 evrov). Slednja razlika je glede na leto 2004 ostala nespremenjena, glede na leto 2003 pa se je povečala za 5,2 odstotni točki, saj so imeli v letu 2003 zaposleni v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami s 12.771 evra za 12,7% višje plače kot zaposleni v vseh podjetjih.

Pomemben kazalec dobičkonosnosti področij je tudi čisti dobiček na zaposlenega. Na podlagi le tega so v celotnem podjetniškem prostoru najbolj dobičkonosna podjetja, ki se ukvarjajo z dejavnostjo finančnega posredovanja. V teh podjetjih znaša dobiček na zaposlenega 60.882 evrov, medtem ko v tistih podjetjih, v katerih imajo lastniške deleže tujci, znaša dobiček na zaposlenega manj, in sicer 39.847 evrov. Podjetja v ostalih dejavnostih so veliko manj dobičkonosna. Pri vseh podjetjih v predelovalni dejavnosti znaša dobiček na zaposlenega 3.159 evrov, pri tistih, ki imajo poleg tega še tuje neposredne naložbe, znaša dobiček na zaposlenega 7.035 evrov (Banka Slovenije, 2007a, str. 22).

Po analizah Banke Slovenije so podjetja s tujimi neposrednimi naložbami v Sloveniji v povprečju bolj zadolžena. Povprečna stopnja zadolženosti, ki jo Banka Slovenije izračunava kot vsoto stopenj zadolženosti ponderiranih s številom podjetij po področjih glede na vsa podjetja, znaša za vsa podjetja 57,3%, medtem ko za podjetja s tujimi neposrednimi naložbami znaša 63,9%. Torej podjetja s tujimi neposrednimi naložbami v povprečju za financiranje svojega poslovanja uporabljajo malo več dolžniških virov sredstev kot ostala podjetja.

Najpomembnejše področje pri izračunu povprečne stopnje zadolženosti je področje trgovina, popravila vozil in izdelkov široke potrošnje, ker vsebuje največ podjetij. Med podjetji s tujimi neposrednimi naložbami jih na omenjenem področju deluje 43,0%, medtem ko jih med vsemi podjetji deluje na tem področju 29,2%. Stopnja zadolženosti za podjetja s tujimi neposrednimi naložbami na področju trgovine, popravil vozil in izdelkov široke potrošnje znaša 64,5%, medtem ko za vsa podjetja na tem področju znaša 63,7%.

Analiza izvoza in uvoza blaga podjetij v letu 2005 kaže višjo pokritost uvoza z izvozom v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami (93,6%) od pokritosti v podjetjih brez tujih neposrednih naložb (91,4%). To pomeni, da so podjetja brez tujimi neposrednih naložb malo manj izvozno oziroma malo bolj uvozno usmerjena kot podjetja brez tujih neposrednih naložb. V letih 2001, 2003 in 2004 je bila situacija ravno obratna, saj so imela podjetja, po podatkih Banke Slovenije, s tujimi neposrednimi naložbami nižjo pokritost uvoza z izvozom v primerjavi s podjetji brez tujih neposrednih naložb. Enaka pa je bila situacija leta 2002, ko so bila podjetja s tujimi neposrednimi naložbami bolj izvozno usmerjena od podjetij brez tujih neposrednih naložb.

Pokritost uvoza z izvozom je v letu 2002 za podjetja s tujim kapitalom znašala 99,9%, za podjetja brez tujih naložb pa je bila nižja za 6,9 odstotnih točk. Najpomembnejša so podjetja iz predelovalne dejavnosti, ki ustvarijo 86,4% celotnega izvoza blaga, medtem ko podjetja s tujimi neposrednimi naložbami ustvarijo 91,1% izvoza blaga vseh podjetij s tujimi neposrednimi naložbami. Na drugi strani vsa podjetja iz predelovalne dejavnosti ustvarijo 49,0% celotnega uvoza blaga, medtem ko podjetja s tujim kapitalom ustvarijo 57,8% uvoza blaga vseh podjetij s tujimi neposrednimi naložbami. V predelovalni dejavnosti podjetja več izvozijo kot uvozijo. Za tista brez tujih neposrednih naložb v predelovalni dejavnosti znaša pokritost uvoza z izvozom 171,3%, v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami pa je pokritost nižja, in sicer znaša 147,7%. Podjetja na vseh ostalih področjih so bolj uvozno usmerjena (Banka Slovenije, 2007a, str. 23).

Rast celotnega izvoza vseh podjetij je iz leta 2004 na leto 2005 znašala 11,7% in je bila višja kot v preteklem obdobju, vendar nižja od rekordne vrednosti iz leta 2000. Podjetja s tujimi neposrednimi naložbami so v tem obdobju prav tako zabeležila povišanje (za 8,2%) celotnega izvoza. Pri vseh podjetjih se je izvoz od leta 1995 do leta 2005 povečal za 128%, medtem ko se je pri podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami povečal kar za 281%.

Banka Slovenije je kot pomembne kazalce poslovanja podjetniškega prostora analizirala tudi stopnje rasti dobička in izgube iz poslovanja ter kapitala. Rast dobička iz poslovanja je v letu 2005 glede na preteklo leto znašala 5,1%, in je bila nižja od rasti dosežene v prejšnjem letu in od povprečja za obdobje 1996–2005, ki znaša 14,5%; najvišja rast je bila dosežena leta 2002 in je znašala 23,4%, medtem ko je bila dosedanja najnižja rast z 8,1% zabeležena leta 1998. Dobiček iz poslovanja se je od leta 1995 do leta 2005 tako povečal za 284%. Na drugi strani pa se je izguba iz poslovanja od leta 1995 do leta 2005 zmanjšala za 19%. Razen v letih 1995 in 1996 je bil dobiček iz poslovanja vedno večji od izgube. Izjema je le leto 2001, ko je bila izguba mnogo večja od dobička. Izgube v letu 2001 je bila posledica povečanja izgube v dejavnost oskrba z elektriko, plinom in vodo. Kapital je v obdobju od leta 1995 do 2005 z izjemo leta 1998 rasel enakomerno in se povečal za 75%.

Stopnje rasti dobička in izgube iz poslovanja ter kapitala so se v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami gibale podobno kot v celotnem podjetniškem prostoru, le da so bile višje. V letu 2005 je bilo zabeleženih 235,9 milijona evrov reinvestiranih dobičkov, kar v celotnem povečanju stanja lastniškega kapitala tujih investorjev predstavlja 58,9 odstotni delež. V letu 2004 pa so bili reinvestirani dobički višji za 40,4 milijona evrov in so predstavljali 51,8-odstotni delež povečanja stanja lastniškega kapitala. Leta 2005 so že drugo leto zapored največ reinvestirali investitorji iz Švice in sicer 98,2 milijona evrov (leta 2004 75,8 milijona evrov), sledijo pa Avstrijci s 60,6 milijona evrov (leta 2004 70,9 milijona evrov). Največ reinvestiranih dobičkov je tujcem leta 2005 pripadlo v predelovalni dejavnosti (211,2 milijona EUR) ter znotraj nje v dejavnosti proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov in umetnih vlaken (89,5 milijona evrov).

Po analizi Banke Slovenije je donosnost kapitala v podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami znašala leta 2005 7,9%, medtem ko je leta 1995 znašala 2,0%. Zanj je značilno, da je bila v celotnem obdobju od 1995 do 2005 pozitivna. Za donosnost kapitala je značilen pozitiven trend, saj je rast z manjšimi nihanji prisotna skozi celotno proučevano obdobje. Pozitiven trend donosnosti kapitala je bila ugotovljen tudi pri vseh podjetjih, le da so vrednosti manjše, ter začetne vrednosti (leti 1995 in 1996) negativne. Leta 1995 je donosnost kapitala znašala –

0,8%, leta 2005 pa že 5,6%. Izjema je leto 2001, zaradi velike izgube v dejavnosti oskrba z elektriko, plinom in vodo, kjer je bila donosnost kapitala zopet negativna in je znašala -5,0%.

Izplačane dividende tujcem v letu 2005 (165,5 milijona evrov) so se v primerjavi z letom 2004 povečale (za 20,4 milijona evrov). Največje dividende (76,3 milijona evrov) so leta 2005 izplačali tuji investitorji, ki so vložili kapital v dejavnost posredništvo in trgovina na debelo razen z motornimi vozili, sledijo tisti, ki so vložili v dejavnost proizvodnje drugih nekovinskih mineralnih izdelkov (13,0 milijona evrov). Leta 2005 so slovenska podjetja največ dobičkov izplačala tujim lastnikom iz Velike Britanije (41,0 milijona evrov), Nemčije (29,1 milijona evrov) in Avstrije (28,8 milijona evrov). Po podatkih plačilne bilance se je v prvih enajstih mesecih 2006 trend povečevanja izplačil dobičkov nadaljeval, saj beleži Banka Slovenije v enajstih mesecih že 330 milijona evrov izplačil dobičkov tujim lastnikom.

Analiza Banke Slovenije za banke in hranilnice kaže, da je imelo v letu 2005 40,0% proučevanih institucij tuje neposredne naložbe. Banke in hranilnice s tujimi neposrednimi naložbami so imele 60,0% celotnih sredstev in 51,8% celotnega kapitala tega sektorja. Poleg tega so ustvarile banke in hranilnice s tujimi neposrednimi naložbami dobiček iz rednega poslovanja v višini 101 milijonov evrov, kar je predstavljalo 38,7% vsega dobička iz rednega poslovanja bank in hranilnic. Povprečni stroški dela na zaposlenega so pri bankah in hranilnicah znašali 29.130 evrov, pri tistih s tujimi neposrednimi naložbami pa 29.666 evrov. Povprečni stroški dela na zaposlenega pri podjetjih v dejavnosti finančnega posredništva so znašali 29.537 evrov, pri podjetjih s tujimi neposrednimi naložbami pa 32.118 evrov. V bankah in hranilnicah s tujimi neposrednimi naložbami je zaposlenih kar 56,6% vseh delavcev. Donosnost kapitala je v bankah in hranilnicah s tujimi neposrednimi naložbami znašala 7,9%, medtem ko je bila za celotni sektor ugotovljena višja donosnost kapitala (za 1,8 odstotnih točk) (Banka Slovenije, 2007a, str. 24–25).

4 ANALIZA NEPOSREDNIH NALOŽB ITALIJE V SLOVENIJI

Analiza neposrednih naložb Italije v Sloveniji temelji na anketnem pristopu, ki sem ga izvedel na populaciji vseh slovenskih podjetij z italijanskim kapitalom v Sloveniji, ki imajo v sodnem registru kot državo, iz katere izvira kapital, na prvem, drugem, tretjem ali četrtem mestu, navedeno Republiko Italijo. V sodnem registru je zavedenih nekaj več kot 450 takih podjetij, vendar se je potrdila moja domneva, da register ni ažuren, kar bom pojasnil v nadaljevanju (Baza podatkov IPIS, 2006).

V namen raziskave sem zasnoval kratek tristranski vprašalnik (glej prilogo 1), ki sem ga razdelil na štiri dele. V prvem »opisnem delu« sem pridobil osnovne podatke o podjetju, v drugem o »vstopu na trg«, v tretjem o »razpoložljivih virih« in v četrtem delu o »stanju naložbe«, medtem ko sem v zadnjem delu predvidel prostor za morebitni komentar anketiranca. Vprašalnik sta spremljali uradni spremni pismi v slovenskem in italijanskem jeziku, ki jih je podpisal vodja italijanskega gospodarskega diplomatskega predstavništva v Sloveniji (glej prilogi 2 in 3).

Vprašalnik so prejela vsa podjetja s kapitalom iz Italije, navedena v sodnem registru. Približno tretjina poslani pošte se je vrnila na pošiljateljev naslov s poštnim zaznamkom, da podjetje ne deluje več. Potem ko sem odgovorne v podjetju tudi poklical in jih spodbudil, da vrnejo izpolnjen vprašalnik, sem dobil 60 izpolnjenih vprašalnikov. Po mojem mnenju je to dober rezultat, saj grobe ocene kažejo na to, da v Sloveniji kljub številčnemu vpisu v sodni register ni več kot 200 delujočih podjetij z italijanskim kapitalom. V sodnem registru je še vedno zavedenih ogromno podjetij, ki so bila ustanovljena v devetdesetih letih, a nikoli niso zares delovala. Ta pojav je posebej značilen za goriško in obalnokraško statistično regijo.

4.1 PRIMERJAVA ITALIJE Z NAJPOMEMBNEJŠIMI DRŽAVAMI INVESTITORICAMI V SLOVENIJI

Italijanska podjetja v Sloveniji vlagajo v neposredne naložbe relativno malo, če upoštevamo blagovno menjavo med državama, ki je tradicionalno velika, saj je Italija druga najpomembnejša trgovinska partnerica Slovenije. Blagovna menjava med državama je v letu 2006 znašala 5.578,6 milijonov evrov (4.832,0 milijonov Evrov v letu 2005), od tega slovenski izvoz 2.163,5 milijonov evrov (1.818,5

milijonov Evrov v letu 2005), medtem ko je uvoz narasel na 3.415,1 milijonov Evrov (3.013,5 milijonov Evrov v letu 2005) (SURs, 2007).

Pokritost slovenskega uvoza z izvozom je bila v letu 2006 samo 63,3%, leto poprej pa 60,3%. V letu 2005, za katero so na razpolago tudi zadnji razpoložljivi uradni podatki, beleži Italija v Sloveniji za 344,3 milijona evrov neposrednih naložb, kar je za slabih dvajset milijonov evrov manj kot leto poprej (362,4 milijona evrov). Potrebno je poudariti, da se je vrednost neposrednih naložb Italije v Sloveniji po letu 1990 nenehno povečevala in da zmanjšanja v zadnjem letu ne smemo razumeti kot dezinvestiranje, temveč kot normalen pojav gibanja tokov kapitala.

Glavno vprašanje, ki se je pojavilo ob analizi sekundarnih podatkov, je, zakaj nekatere tradicionalne trgovinske partnerice Slovenije, kot sta Avstrija in Nemčija, beležijo v Sloveniji velike deleže neposrednih naložb, medtem ko Italija zaseda šele šesto mesto. Vprašanje je kompleksno, vendar je dejstvo, da je Italija tradicionalna trgovinska partnerica, ki vlaga mnogo več naporov in sredstev v prodajo izdelkov in storitev v Sloveniji in uspešno izkorišča svoj bližnji geografski položaj, medtem ko se podjetja za neposredne naložbe ne odločajo tako intenzivno.

4.2 NALOŽBENA POLITIKA ITALIJANSKIH PODJETIJ

Italijanski inštitut za zunanjo trgovino – ICE Ljubljana, oddelek Veleposlaništva Republike Italije za gospodarsko promocijo,⁹ opredeljuje Slovenijo kot razvito državo, kjer so primerne le naložbe, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo in ustvarjajo visoko dodano vrednost (Guida degli Investimenti in Slovenia. ICE, 2007, str. 2).

Na podlagi analize tipa naložb, za katere se Italijani odločajo in v katere države ter v katere dejavnosti v tujini največ investirajo, se bom lahko opredelil do kakovosti naložb Italije v tujini.

Konec leta 2005 je bila v Italiji izvedena raziskava, katere namen je bil prikazati stanje italijanskih neposrednih naložb v svetu, in je v grobem zabeležila, da je v tujino direktno investiralo 5.750 podjetij in 16.832 povezanih podjetij, ki so skupaj zaposlovala 1.084.417 ljudi in ustvarila v letu 2004 275.086 milijonov evrov skupnega letnega prometa. Od teh podjetij je bilo 85,6% takih, v katerih so

⁹ Italijansko: *Istituto Nazionale per il Commercio Estero - ICE Lubiana, Sezione dell'Ambasciata d'Italia per la Promozione degli Scambi*

italijanski investitorji obvladovali kontrolne deleže, v ostalih pa so imeli bodisi polovično ali manjšinsko lastništvo. Italijanska podjetja s kontrolnim deležem so od vseh italijanskih neposrednih naložb v tujini zaposlovala 80,6% delavcev in ustvarila 81,3% skupnega letnega prometa. Zgolj za primerjavo lahko povzamem podatke, da je bilo do leta 2004 v Italiji zabeleženih 7.181 tujih naložb s strani 3.873 podjetij, ki so zaposlovala 920.575 delavcev in ustvarila 382.267 milijonov evrov letnega prometa. Od tujih podjetij jih je 92,2% s tujim kontrolnim deležem, ki zaposlujejo 86,8% delavcev in ustvarijo 86,2% celotnega letnega prometa (Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 9–10).

Dobra polovica vseh italijanskih podjetij v tujini investira v delavno intenzivne panoge, medtem ko manjši deleži predstavljajo trgovinsko dejavnost, logistiko in transport, gradbeništvo, informacijske in telekomunikacijske storitve, energetiko ter druge storitve. Ocene kažejo, da je kar 78,5% vseh italijanskih naložb v tujini glede na število zaposlenih, usmerjenih v delavno intenzivne panoge, kar pomeni, da gre za selitev proizvodnje na podlagi zniževanja stroškov dela.

Potrdim lahko hipotezo, da italijanska podjetja na splošno ne investirajo v dejavnosti, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo in ustvarjajo visoko dodano vrednost, saj je njihov primarni motiv, da dosežejo viden tržni delež in znižajo proizvodne stroške.

Rezultate svoje raziskave, ki temeljijo na zbranih odgovorih vprašanih podjetij z italijanskim kapitalom v Sloveniji, bom komentiral in pojasnil v naslednjih poglavjih. Pri tem ni nujno, da se slednji popolnoma ujemajo s trendom, ki velja za naložbe Italije v tujini nasploh.

V svetovnem merilu Italija ne predstavlja tipičnega profila najbolj industrializiranih držav na svetu, saj če upoštevam mednarodna letna poročila Združenih narodov (UNCTAD po različnih letih) ugotovim, da se Italija glede na neposredne naložbe v tujini razvršča med enajstim in trinajstim mestom, medtem ko se je po kriteriju prejemnice tujega kapitala razvršča šele med petnajstim in dvajsetim mestom (UNCTAD, različna leta). Ta značilnost ne ustreza tipičnemu profilu industrializiranih držav, sploh če upoštevam dejstvo, da je Italija sedma največja izvoznica na svetu.

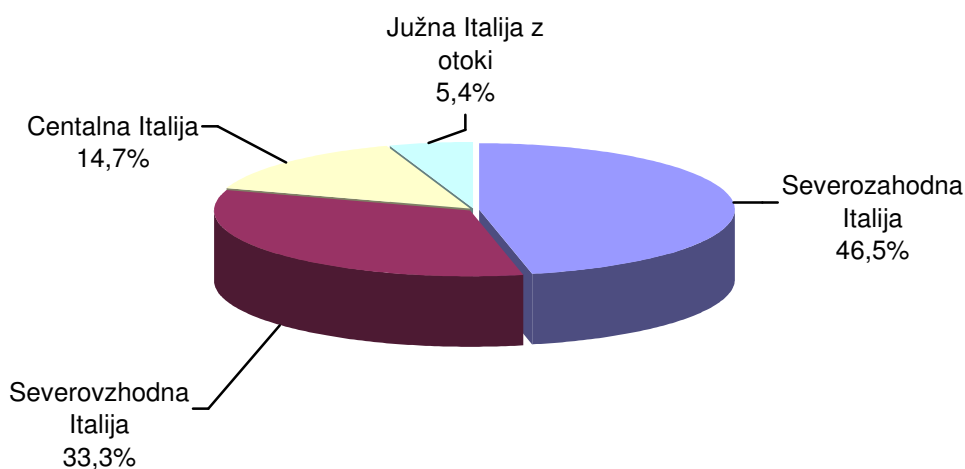
Največ matičnih podjetij iz Italije, ki se odločajo za neposredne naložbe v tujini je majhnih in srednjih podjetij z do 50 zaposlenimi. Delež teh je 50,6%, medtem ko je delež tistih podjetij, ki zaposlujejo med 50 in 249 zaposlenih ter investirajo v tujini 29,7%. Delež velikih podjetij z več kot 6000 zaposlenimi, ki ustvarjajo naložbe v tujini je le 0,6 odstoten, delež tistih z od 500 do 4999 zaposlenimi je

8,6%, medtem ko je 10,5% srednje velikih podjetij z od 250 do 499 zaposlenimi. Več kot polovica vseh neposrednih naložb Italije v tujini je skoncentriranih v majhnih in srednjih podjetjih z do 50 zaposlenimi, velikih podjetij z več kot 500 zaposlenimi pa je manj kot 10%.

Na podlagi povedanega je hipoteza, da se za naložbe v tujini italijanska podjetja odločajo v manjšem obsegu, kot podjetja iz drugih držav članic EU (EU 15), pravilna in lahko celo trdimo, da se odločajo v manjšem obsegu nasploh. Ne moremo pa potrditi hipoteze, da se za neposredne naložbe na tujem odločajo samo velika in poslovno uspešna podjetja. Kadar kot kriterij upoštevamo število zaposlenih, sekundarni podatki kažejo, da je večina italijanskih naložb v tujini usmerjenih v majhna ter srednja in ne v velika podjetja. Posebnost Italije je tudi zelo opazna različna razvitost matične države, ki se kaže v deležu podjetij, iz različnih geografskih predelov Italije, ki se odločajo za neposredne naložbe v tujini. Močno prevladuje razviti sever, od kjer prihaja skoraj 80% vseh neposrednih naložb Italije v tujini. Pomembne so regije: Lombardija, Veneto, Trentino zgornje Nadižje, Emilia Romagna in Piemont. Te regije so v Italiji tudi najbolj industrijsko razvite in sodijo med najbolj razvite v Evropi.

Od vseh neposrednih naložb Italije v tujini je kar 79,8% podjetij, ki imajo svoj sedež v severnem delu Italije in če analiziramo podrobneje je 46,5% matičnih podjetij iz severno-zahodnega dela Italije, 33,3% podjetij pa je iz severno-vzhodnega dela Italije. Iz centralnega dela Italije je takih podjetij, ki so investirala v tujini 14,5% in le 5,4% je podjetij s sedežem v južni Italiji, vključno s Sicilijo in Sardinijo.

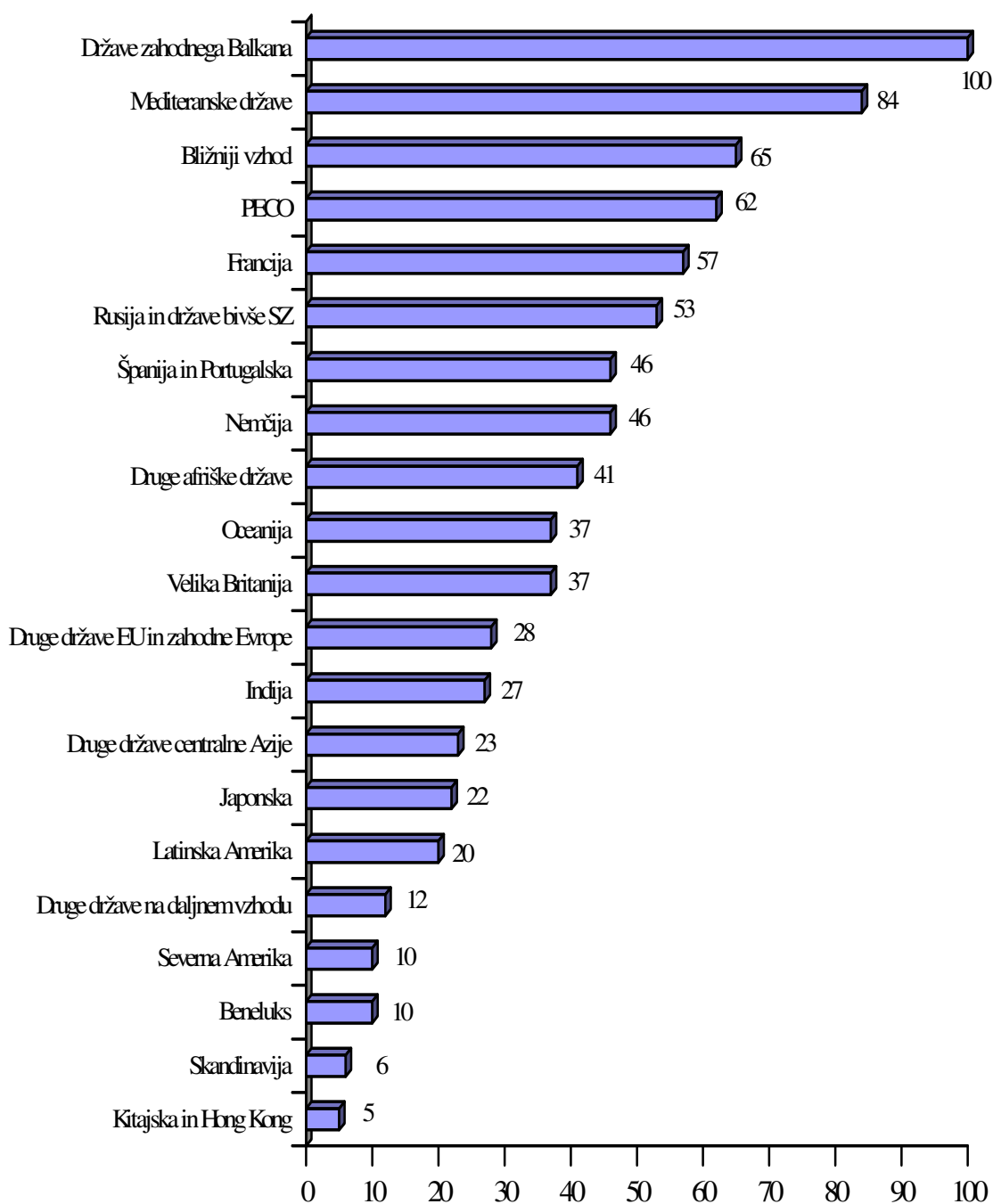
Prikaz 3: *Deleži neposrednih naložb Italije v tujini po delu Italije, od kjer izvira matično podjetje*



Vir: Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 11.

Pomemben dejavnik obravnavanja neposrednih naložb Italije v tujini je razkorak med stopnjo globalizacije italijanskih podjetij in drugih tujih podjetij. Potrebno je analizirati, v kolikšni meri je pripravljenost italijanskih podjetij usklajena s trendom geografskega razvoja vseh svetovnih neposrednih tujih naložb. Do tega lahko pridemo tako, da izdelamo *normaliziran indeks relativne prisotnosti*, ki kaže odnos med obstojnostjo italijanskih multinacionalnih podjetij glede na promet, ustvarjen

Prikaz 4: Razvrstitev glede na normaliziran indeks relativne prisotnosti italijanskih podjetij v posameznih državah ali geografskih območjih



Vir: Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 41.

na posameznem geografskem področju ali v tuji državi in vrednostjo vseh neposrednih tujih naložb na posameznem geografskem področju ali državi.

V prikazu 4, kjer so grafično prikazani indeksi, se podatki nanašajo na obdobje 1998–2004. Četudi je jasno, da je slika italijanskih naložb v tujini dokaj klavrna, sploh če upoštevamo razvitost države, nam velike (majhne) vrednosti kazalca nakazujejo dobro (slabo) pozicioniranost italijanskih podjetij glede na druga tuja podjetja, ki investirajo v tujini.

Kazalec lahko povežemo tudi z drugimi tradicionalnimi mednarodnimi kazalniki konkurenčnosti držav prejemnic kapitala. Kadar ob nizkem indeksu relativne prisotnosti beležimo tudi visok indeks konkurenčnosti, bo to pomenilo, da ponujene priložnosti za neposredne naložbe niso dovolj izkoriščene s strani italijanskih podjetij v tistih geografskih območjih ali državah, ki so zanimivi v svetovnem merilu. Nasprotno pa bo pomenilo, da se ob visokem indeksu relativne prisotnosti in nizkem indeksu konkurenčnosti pojavlja neusklajenost med italijanskimi neposrednimi naložbami in majhnim interesom drugih tujih podjetij za to območje (Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 39–44).

V prikazu 4 je vidna relativna prisotnost italijanskih podjetij, ki močno sledi modelu geografske gravitacije. Največji je indeks za države zahodnega Balkana,¹⁰ ki je predstavljen z normalizirano vrednostjo 100, za države ob Sredozemskem morju (predvsem za severno Afriko) je vrednost indeksa 84, Bližnji vzhod (vrednost indeksa 65), sledijo države centralne in vzhodne Evrope (PECO)¹¹ z vrednostjo indeksa 62 in šele z razpolovljenimi vrednostmi indeksa, glede na maksimalno vrednost, sledijo bližnje evropske države, kot so Francija, Nemčija, Španija in Portugalska. Z vrednostmi kazalnika pod 30 pa so označene Japonska, Amerika, države Beneluksa, Skandinavije in Kitajska.

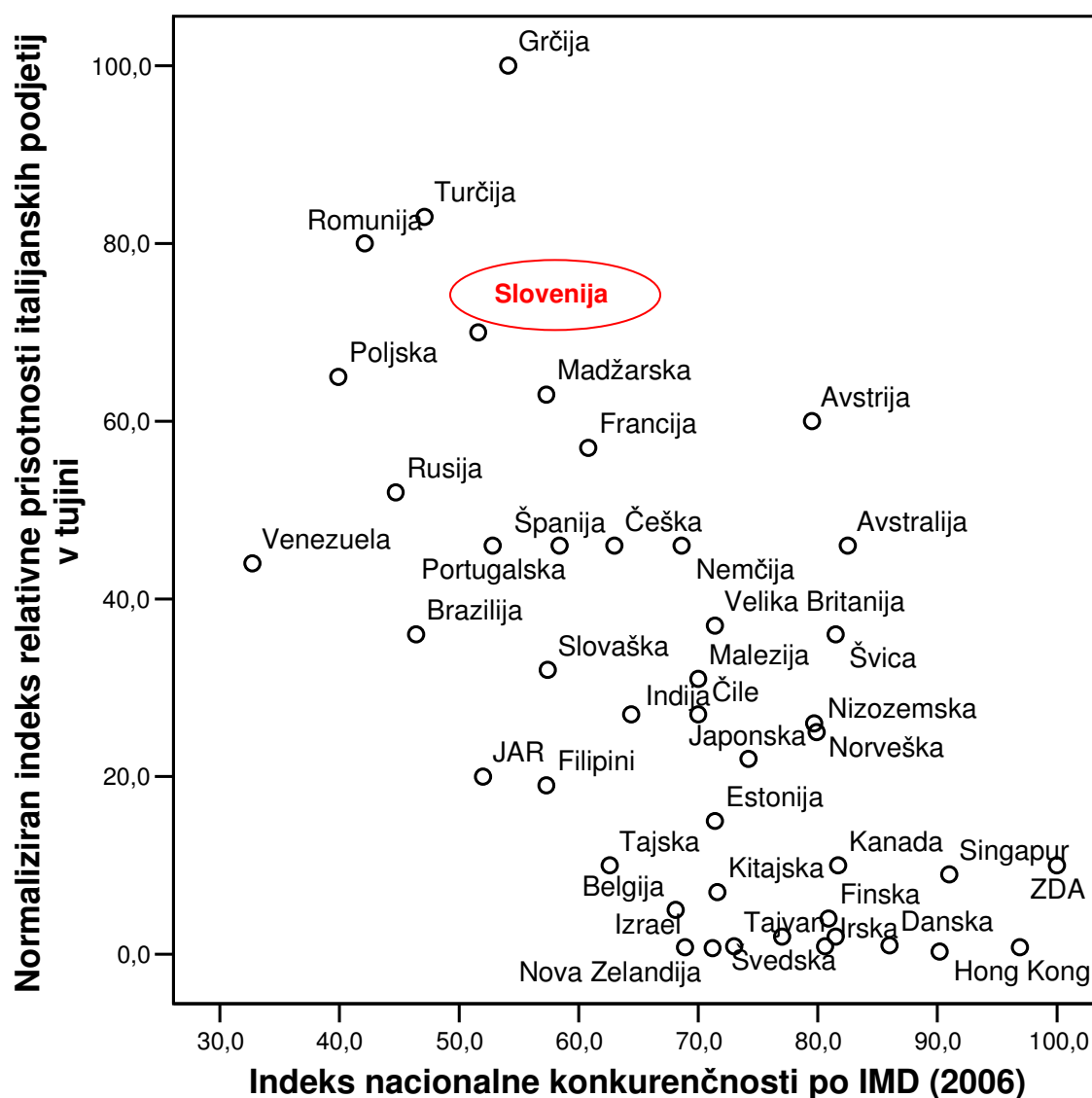
Trdim lahko, da je poglavitni motiv, ki je italijanska podjetja vodil k naložbam v tujini, selitev proizvodnih zmogljivosti in je bil mnogokrat povezan z motivom osvajanja novih trgov. Glavna posebnost pa je razkorak med stopnjo globalizacije italijanskih podjetij in drugih tujih podjetij. Italija sledi zgostitvi tujih neposrednih naložb v okoljih, ki so ji blizu, tako geografsko, kot kulturno ali jezikovno (npr. Romunija, Albanija), vendar pa v svetovnem merilu ne sledi v zadostni meri trendom drugih držav. To velja tako za industrijska območja v severni Ameriki, severni in zahodni Evropi, kot tudi v Latinski Ameriki in nenazadnje v Aziji, kamor prodira s svojimi naložbami veliko tujih podjetij.

¹⁰ Države zahodnega Balkana: Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija, Črna gora, Makedonija in Albanija.

¹¹ Države PECO (Pays d'Europe Centrale et Orientale): Bolgarija, Estonija, Madžarska, Latvija, Litva, Poljska, Romunija, Slovenija, Sloveška in Češka.

Slabo pozicioniranje tujih neposrednih naložb Italije se pokaže še bolj nazorno, če v analizo poleg kazalnika relativne prisotnosti povežem še indeks nacionalne konkurenčnosti držav po IMD¹².

Prikaz 5: Indeks nacionalne konkurenčnosti po IMD v odvisnosti od normaliziranega indeksa relativne prisotnosti italijanskih podjetij v izbranih državah¹³



Vir: Prirejeno po Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 43, IMD 2006, lasten izračun.

¹² IMD www.imd.ch - International Institute for Management Development s sedežem v Lozani v Švici meri s sistemom 286 indikatorjev sposobnost države, da poveča nacionalno bogastvo in sposobnost razvoja nacionalnega okolja, ki preko ekonomskega prestrukturiranja, državne in podjetniške učinkovitosti ter infrastrukture, omogoča konkurenčnost podjetij. Z indeksom 100 je označena država z največjo konkurenčnostjo, to so ZDA.

¹³ Normaliziran indeks relativne prisotnosti italijanskih podjetij v tujini se nanaša na tokove neposrednih naložb italijanskih podjetij med leti 1998 in 2004 na podlagi podatkov iz podatkovnih baz Reprint in Unctad.

Tu pa se pokažejo zanimivi zaključki, saj je kazalec relativne prisotnosti visok za Avstrijo pa tudi Grčijo, kar lahko razložimo z neposredno geografsko povezanostjo, medtem ko je kazalnik za skoraj vse države z zelo visoko konkurenčnostjo, kot so ZDA, Kanda, Hong Kong, Singapur, Tajvan, Nova Zelandija, Čile in za veliko večino severno evropskih držav (Belgija, Danska, Finska, Irska, Islandija, Norveška in Švedska) izredno nizek. Pozicije držav se gostijo v desnem spodnjem kvadrantu prikaza 5.

Prisotnost italijanskih neposrednih naložb je nezadovoljiva tudi v državah s srednjo ravno konkurenčnosti, kamor IMD uvršča Kitajsko, Indijo, Južno Korejo, Tajsko, Filipine, Malezijo in Baltske države (Litva, Latvija, Estonija). Prav kontroverzni pa so podatki, da je, upoštevaje navedene kazalnike, italijanska prisotnost z neposrednimi naložbami proporcionalno največja v državah označenih z nizko mednarodno konkurenčnostjo. Na prvih mestih so Romunija (indeks IMD 42,1) in Slovenija (indeks IMD 51,6), Poljska (indeks IMD 39,9), Turčija (indeks IMD 47,1) Rusija (indeks IMD 44,7), Madžarska (indeks IMD 57,3), ter nekatere latinsko ameriške države, na primer Venezuele (Mariotti, Mutinelli, 2005, str. 43–44).

Vprašanje je, ali lahko torej govorimo o majhnem obsegu neposrednih naložb Italije v Sloveniji? Pokazal sem, da je Italija relativno nenaklonjena neposrednim tujim naložbam v tujini in da ne sledi glavnim akterjem na tem prizorišču. Italijani se odločajo za kapitalsko manj zahtevne naložbe. Za takšne naložbe, ki bi si jih želeli v Sloveniji (naložbe v znanje in visoko tehnologijo), se odločajo le izjemoma. V svojih majhnih podjetjih tehnološka znanja skrbno čuvajo, velikih multinacionalk, ki bi vlagala v raziskovalno-razvojne centre pa imajo zelo malo. Italijanska prisotnost v Sloveniji je proporcionalno glede na druge neposredne naložbe Italije v tujini velika, vendar zaradi pojasnenih vzrokov ne moremo govoriti o velikem obsegu neposrednih naložb v primerjavi z drugimi državami investitoricami v Sloveniji.

4.3 VZROKI RELATIVNO NIZKEGA DELEŽA NEPOSREDNIH NALOŽB IZ ITALIJE

V prejšnjem poglavju sem pojasnil, da so italijanska podjetja relativno nenaklonjena neposrednim tujim naložbam v tujini. Vzroke, ki jih opredelim v majhnosti italijanskih podjetij, v značaju podjetnikov in v nekonkurenčnosti Slovenije, kot prejemnice neposrednih tujih naložb, bom razložil v nadaljevanju.

4.3.1 Majhnost italijanskih podjetij

Italijanski državni statistični urad ISTAT,¹⁴ ki objavlja podatke o velikosti in številu delujočih italijanskih podjetij, je v svojem zadnjem poročilu za leto 2005 zapisal, da je v Italiji več kot 4,2 milijona delujočih podjetij na področju industrije in storitev. Italijanska podjetja so zaposlovala preko 16 milijonov delavcev, med katerimi je bilo 5,5 samozaposlenih in skoraj 11 milijonov zaposlenih v podjetjih, s povprečno 3,8 zaposlenih v posameznem podjetju (ISTAT, 2007).

Karakteristika proizvodnih podjetij v Italiji je majhnost podjetij, ki se sicer pogosto povezujejo med seboj v konzorcije, sploh kadar prodirajo na tuje trge. V Italiji je približno 3 milijone takih proizvodnih podjetij, ki sploh ne zaposlujejo delavcev, okoli 4 milijone pa je takih, ki zaposlujejo manj kot 10 zaposlenih. Gledano v celoti ta podjetja predstavljajo 95% vseh proizvodnih podjetij v Italiji in zaposlujejo 47% vseh zaposlenih. 20% zaposlenih, kar predstavlja okoli 3,3 milijona ljudi pa dela v podjetjih, ki zaposlujejo med 10 in 49 zaposlenih. Srednje velika podjetja (od 50 do 249 zaposlenih) zaposlujejo približno dva milijona ljudi, kar predstavlja 12,4% vseh zaposlenih. Samo 3.372 podjetij v Italiji (0,08%) zaposluje več kot 250 ljudi, čeprav zaposlujejo petino vseh zaposlenih, kar predstavlja okoli 3,2 milijona ljudi (ISTAT, 2005)

Vprašamo se lahko, zakaj je v Italiji toliko majhnih podjetij, ki le redko zrastejo in še redkeje postanejo večja podjetja ter zakaj je v Italiji toliko individualnih podjetij, npr. v Skandinaviji pa ne?

Poglaviten razlog za ta pojav najdemo v italijanskem davčnem sistemu, ki predvideva kar nekaj davčnih vzpodbud za majhna podjetja, v kar vštevamo tudi vrsto poenostavitev pri vodenju računovodstva, ki dopuščajo veliko mero »kreativnosti« s strani podjetnika. Delovna zakonodaja še danes postavlja mejo 15 in 35 zaposlenih, nad katero postane trg delovne sile veliko bolj rigiden, saj zakon predvideva plačevanje nekaterih prispevkov le, če ima podjetje več kot 15 oz. 35 zaposlenih (Corbetta, 2000, str. 90). Posebej velja izpostaviti davčni sistem, ki kljub korenitim davčnim reformam v zadnjih letih omogoča izogibanje plačevanju davkov podjetjem, ki še niso dosegala določene velikosti oziroma prepoznavnosti.

ISTAT tudi ugotavlja popolno korelacijo med velikostjo italijanskih podjetij in dodano vrednostjo na zaposlenega (Ferri, 2000, str. 84). Večja podjetja torej ustvarjajo večjo dodano vrednosti in zato lahko tudi več investirajo. Ta podjetja so

¹⁴ ISTAT (Istituto nazionale di statistica) je italijanski državni statistični urad.

usmerjena v visoko tehnologijo in so, kot že povedano, večinoma locirana na območju severne Italije. Majhnost italijanskih podjetij je slabost, saj taka podjetja redko kreirajo nove naložbe v tujini.

4.3.2 Kulturne razlike in značaj italijanskih investitorjev

V Italiji so majhna družinska podjetja zelo pogosta. Značilnost teh podjetij je, da se lastništvo prenaša iz roda v rod ali pa podjetje celo ugasne s smrtjo lastnika. V Italiji se je po drugi svetovni vojni pojavilo veliko majhnih in uspešnih družinskih podjetij, ki so se močno uveljavljala. Veliko teh podjetij se danes v Italiji, zaradi problema vodstvenega nasledstva, srečuje z velikimi težavami. Italijani so rojeni podjetniki z zelo nezaupljivim značajem, močnimi družinskimi vrednotami, nagnjeni so k varčevanju, žene jih k nenehnemu mešetarjenju in ta prirojena podjetniška kultura se jasno odseva v strukturi italijanskih podjetij, kjer je 47% vseh zaposlenih, zaposlenih v tako imenovanih družinskih podjetjih, to pomeni v podjetjih z manj kot desetimi zaposlenimi.

Podjetja so večinoma v družinski lasti z dolgo tradicijo in z ustaljenimi družinskimi normami. Pri ustanavljanju podjetij niso prisotne nikakršne ovire. Ravno nasprotno, večinoma so locirana v industrijskih okrožjih, kjer je dostop do potrebne tehnologije, znanj in virov financiranja močno olajšan (Corbetta, 2000, str. 92).

Značaj tipičnega italijanskega podjetnika je zaprt, vezan na svoje ozko geografsko področje in le redko se tako podjetje odloča za naložbe v tujini. Na tem mestu bi veljalo to značajsko posebnost izpostaviti in z njo razložiti velik pojav novoustanovljenih podjetij v Sloveniji s strani italijanskih investitorjev v devetdesetih letih, od teh pa mnoga niso nikoli zaživela. Gre za posebnost v našem prostoru, kjer se je po osamosvojitvi pojavilo kar nekaj majhnih italijanskih podjetnikov predvsem iz beneške regije, ki so nameravali »preizkusiti« svoje podjetništvo v Sloveniji, a le redki so se obdržali in uspeli.

4.3.3 Nekonkurenčnost Slovenije kot lokacije za tuje neposredne naložbe

Slovenija se v zadnjem času na državni ravni močno trudi, da bi privabila čim več tujih investitorjev in povečala vrednost neposrednih tujih naložb v državi. Tudi zaradi tega je vlada Republike Slovenije v letu 2005 ustanovila Javno agencijo za podjetništvo in tuje investicije JAPTI.¹⁵ Ena od njenih pomembnih nalog je

¹⁵ JAPTI – Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije

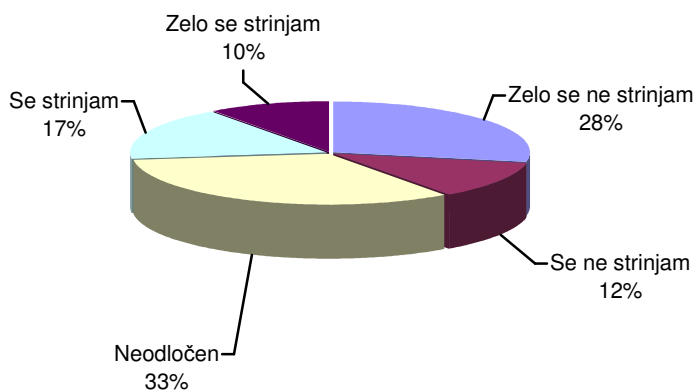
promocija Slovenije kot destinacije za tuje neposredne naložbe. Toda postavlja se vprašanje, ali tuja podjetja sploh pričakujejo od vlade, da se vmešava v njihove naložbene posle? Odgovor je na dlani in se glasi, da v glavnem ne. Podjetja pričakujejo, da vlada zagotovi primerno okolje, ki bo spodbudno predvsem za »greenfield« naložbe tujcev v nove proizvodne zmogljivosti.

Ali je slovensko okolje naklonjeno neposrednim naložbam iz tujini, oziroma naložbam nasploh? Ne morem trditi, da tuji investitor, ki želi pridobiti informacije o Sloveniji, teh ne pridobi. Prav nasprotno. JAPTI nudi investitorjem iz Italije široke možnosti pomoči. Poleg osebja na sedežu, ki se posveča investitorjem iz Italije, je Slovenija v letu 2006 odprla tudi predstavništvo slovenskega gospodarstva v Milanu, ki potencialnim investitorjem nudi vse potrebne informacije, saj je predvsem za Italijo značilno, da je osebni stik s podjetniki dosti boljši kot zgolj pisna komunikacija.

Zanimivo je, kaj o Sloveniji menijo investitorji iz Italije, ki so s svojimi naložbami v Sloveniji že prisotni in so sodelovali v moji raziskavi. V drugem sklopu so vprašani, z ocenami od 1 do 5, ocenili dostop do razpoložljivih virov v Sloveniji. Ocena 1 je pomenila, da se s trditvijo sploh ne strinjajo, ocena 5 pa je pomenila, da s trditvijo popolnoma soglašajo. Z oceno 3 so označili trditve, do katerih se ne morejo ali se nočejo opredeliti. Prav teh odgovorov pa je bilo največ, saj se približno polovica vprašanih, pri nobenem vprašanju v tem sklopu, ni opredelila.

Le 17% vprašanih podjetnikov meni, da je v Sloveniji dostop do visokih tehnologij, raziskav in razvoj dober, kar 40% vprašanih pa meni celo, da je ta dostop slab.

Prikaz 6: Anketno vprašanje: V Sloveniji je dober dostop do visokih tehnologij, raziskav in razvoja, patentov / know-howa



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Sodelovanje med podjetji in izobraževalnimi ustanovami ni dobro razvito. Vladna agencija JAPTI opredeljuje štiri prednosti, ki jih Slovenija nudi tujim investitorjem in zaradi katerih naj bi privabila več naložb kot druge države. Te prednosti so: kakovostna in izobražena delovna sila, kakovost trgovinskih povezav z drugimi državami (države na ozemlju bivše Jugoslavije), kakovostna infrastrukturna mreža ter visoka kakovost bivanja v državi (Investslovenia, 2007).

Načeloma se bi lahko strinjal s prednostmi, ki jih vladna agencija postavlja v ospredje in predstavljajo najboljšo možno potezo v trenutnem položaju, toda strategijo bi bilo potrebno izpopolniti in pripraviti konkretnije podlage za izboljšanje poslovnega okolja, ki naj bi postal bolj naklonjen tujim neposrednim naložbam.

Na vprašanje, ali je v Sloveniji dostop do usposobljene vodstvene in tehnične delovne sile dober, se je dobra tretjina (36%) vprašanih opredelila pozitivno, manjši del vprašanih (28%) pa je tega ni potrdil, prav tako pa se je delež opredeljenih skoraj razpolovil ob vprašanju, ali je v Sloveniji dober dostop do izobraževanja in strokovnega izpopolnjevanja zaposlenih. 26% vprašanih meni da je, medtem ko jih 24% meni, da dostop do izobraževalnih ustanov in centrov ni dober. Kar 50% vprašanih se na to vprašanje ni želelo opredeliti, kar lahko pojasnim tudi z nezadovoljivim poznavanjem izobraževalnega sistema s strani italijanskih podjetnikov.

Očitno gre v Sloveniji za premajhno povezanost izobraževalnih ustanov s podjetji, čeprav si tuja podjetja teh povezav želijo. Največkrat podjetja sama poskrbijo za izobraževanje svojih kadrov, ker ne najdejo primernih izvajalcev. Seveda ne morem posplošiti vseh sektorjev v katerih v Sloveniji delujejo italijanska podjetja, ker tista, ki delujejo na tehničnem področju, dobro sodelujejo s slovenskimi inštituti in fakultetami.

Druga prednost, ki jo postavlja v ospredje vladna agencija JAPTI, je »poslovni most«, ki naj bi ga nudila Slovenija tujim investitorjem za lažji prodor na trge na ozemlju bivše Jugoslavije. Specifičnost italijanskih investitorjev je, da so še posebej »navezani« na območje balkanskega polotoka, vendar se ob vstopu na te trge s svojimi naložbami pogosto srečujejo s številnimi težavami. Jezikovna pregrada je še vedno velik problem, sploh kadar govorimo o manjših in srednjih podjetjih, ki kreirajo take neposredne naložbe. Italijanska podjetja, ki se odločajo za naložbe v tem geografskem prostoru, vidijo možnosti za uspeh, ki navadno ne temeljijo na izdelanih naložbenih študijah. Nemalo italijanskih podjetnikov, ki so še pred desetletjem številčno odpirali nove proizvodne zmogljivosti predvsem v Romuniji, se danes odloča za dezinvestiranje, kajti izkazalo se je, da zaradi slabo

kvalificirane delovne sile zahtevnejših produktov ne morejo več proizvajati tam, kljub temu da so stroški delovne sile relativno nizki.

Italijanski podjetniki so na vprašanje, ali so se za naložbo v Sloveniji odločili zato, da bi lažje pridobili nove kupce v državah nastalih na ozemlju bivše Jugoslavije, s 44% odgovorili pritrdilno, medtem ko se jih 37% s tem ne strinja, 19% vprašanih pa je do vprašanja ni želelo opredeliti.

Po podrobni analizi odgovorov ugotavljam, da je za večino proizvodnih podjetij vidik nadaljnjega vstopa na trge republik bivše Jugoslavije še posebej pomemben, medtem ko podjetjem, ki jim naložba v Sloveniji predstavlja zgolj širitev trga (gre za večinoma storitvena podjetja), to sploh ni pomembno, kajti ob širitvi obravnavajo vsako državo individualno.

Tretja prednost, ki jo omenja JAPTI, je kakovost infrastrukture v Sloveniji. Slovenija ima skoraj dograjen avtocestni križ, ki je za investitorje iz Italije velikega pomena, saj le redko v svoji dejavnosti uporabljajo železniške prevoze in skoraj nikoli ladijske. Kakovostna železniška povezava v Sloveniji je primarnega pomena za Italijo zaradi dobre povezave na osi petega panevropskega transportnega koridorja,¹⁶ a ne igra pomembne vloge za italijanske investitorje v Sloveniji. Vprašani podjetniki so zato načeloma zadovoljni s cestno infrastrukturo (35% vprašanih) in le manjši del (16%) je takih, ki menijo, da ta ni ustrezna oziroma ni dovolj dobra. Slednji prihajajo iz statističnih regij, kot so Dolenjska, Koroška, Podravje ali Pomurje in so s tem v slabšem položaju glede na druge, ki ležijo ob avtocestnem križu. Podjetja tudi redno opozarjajo, da so letalske povezave z Italijo zelo slabe, saj je bila linija z Rimom vzpostavljena šele leta 2006, letalske povezave z Milanom, ki je gospodarsko središče Italije, pa še nimamo.

Podjetja kot posredni vzrok za naložbo niso navedla zmanjševanja transportnih stroškov, kajti kar 67% vprašanih je zanikalo, da bi se za naložbo odločili zato, da bi zmanjšali te stroške. Samo 14% je takih podjetij, ki jim je to bil eden izmed dejavnikov pri odločitvi za naložbo in iz analize lahko ugotovim, da gre za matična podjetja, ki ne prihajajo iz severne Italije.

Četrta prednost, ki jo izpostavlja vladna agencija JAPTI, je visoka kakovost bivanja v državi. Tega nihče od vprašanih ni zanikal. Večina italijanskih managerjev v Sloveniji prebiva s svojimi družinami in se ne srečujejo z večjimi težavami pri vključevanju v osnovne bivanjske razmere. Na prvi pogled ta dejavnik ne bi smel bistveno vplivati na odločitve podjetij za naložbo v določeni

¹⁶ 5. panevropski koridor predstavlja povezavo na relaciji Barcelona–Kijev.

državi, vendar ga zaradi karakternih značilnosti italijanskih podjetnikov, ne smemo zanemariti.

Republika Slovenija s fiskalnimi in finančnimi instrumenti spodbuja tuje naložbe v državi v skladu z evropsko zakonodajo. Ministrstvo za gospodarstvo vsako leto pripravi razpis, na katerega se lahko prijavijo zainteresirani tuji investitorji in pridobijo sredstva, če izpolnjujejo razpisne pogoje.

Preglednica 3: Sredstva Republike Slovenije namenjena za neposredne tuje naložbe v letu 2007

Dejavnost	Najmanjša zahtevana vrednost naložbe	Število ustvarjenih novih delovnih mest v prvih treh letih	Državna sredstva (subvencije) za vsako novo ustvarjeno delovno mesto
Proizvodnja	1.000.000 €	25	2.500 € – 8.000 €
Strateške storitve	500.000 €	10	3.000 € – 11.000 €
Raziskave in razvoj	500.000 €	5	7.500 € – 20.000 €

Vir: JAPTI, 2007.

Glavni cilj teh spodbud je ustvarjanje novih delovnih mest s strani tujega podjetja in prenos znanja ter tehnologij. Spodbude so vezane na geografska območja, v katerem naj bi nova naložba nastala, kajti pomemben dejavnik je spodbujanje enakomernega regionalnega razvoja. V letu 2007 je za tuje naložbe na razpolago okoli 5,6 milijonov evrov proračunskih sredstev, ki so usmerjena v proizvodnjo, strateške storitve (npr. logistika, storitveni centri) ter v raziskave in razvoj. V letu 2008 bo na razpolago okoli 2,2 milijona evrov proračunskih sredstev. (Investslovenia, 2007).

Dodaten pogoj za pridobitev sredstev je, da se velika podjetja obvežejo, da bodo ohranila nova delovna mesta najmanj 5 let po začetku obratovanja, srednja podjetja pa najmanj 3 leta po začetku obratovanja.

Na prvi pogled lahko opredelim politiko spodbujanja neposrednih naložb s strani Slovenije za zadovoljivo, saj je kratkoročni cilj ustvariti novih 1000 delovnih mest, vendar še zdaleč politika spodbujanja ni odlična. Pred vstopom Slovenije v Evropsko Unijo je Italija posameznim italijanskim podjetjem, ki so se odločala za naložbe v Sloveniji, na podlagi posebnih zakonov o spodbujanju internacionalizacije italijanskih podjetij, ki jih spremlja Ministrstvo za mednarodno trgovino (bivše italijansko Ministrstvo za produktivne dejavnosti), odobrila mnogo večja sredstva, kot jih Slovenija letno namenja za vse tuje naložbe. Po grobi oceni

bi lahko govoril o subvencijah od pol milijona do milijona evrov na posamezno zainteresirano podjetje. Italijanska podjetja so morala za sredstva zaprositi na podlagi pripravljenega poslovnega načrta, ki je bil ovrednoten s strani pristojnih na italijanskem ministrstvu v Rimu in s strani Italijanskega inštituta za zunanjo trgovino v Sloveniji, ki je k projektu dal soglasje ali zavrnitev.

V raziskavi sem anketirana podjetja vprašal, ali je bil motiv za naložbo v Sloveniji tudi pridobitev sredstev s strani Republike Italije in Republike Slovenije.

Le majhen delež podjetij se je za naložbo v Sloveniji odločilo zaradi spodbud, ki jih nudita obe državi. Podjetja, ki so pomoč uspešno izkoristila, so večja podjetja, ki imajo več znanj in so boljše organizirana. 11% vprašanih podjetij, ki so pomoč izkoristila, je s strani Slovenije pridobilo delež predvidenih sredstev, s strani Italije pa so pridobila znatno večje subvencije, ki so odločilno vplivale za obseg naložbe v Sloveniji. Samo 2% vprašanih je navedlo, da je to bil eden izmed vodilnih motivov njihove naložbe v Sloveniji.

Z vstopom Slovenije v Evropsko Unijo črpanje italijanskih državnih sredstev za naložbe v Sloveniji ni več možno, zato se nekatere velike naložbe s strani italijanskih podjetij v tem geografskem prostoru, v zadnjem času orientirajo na Hrvaško, Bosno in Hercegovino, Albanijo, Srbijo, Črno Goro in Makedonijo.

Od vprašanih italijanskih podjetnikov v Sloveniji jih je tretjina odgovorila, da je dostop do Javne agencije za podjetništvo in tuje investicije slab, medtem ko jih 9% meni, da je dostop do JAPTI dober in samo 2%, da je zelo dober. 56% vprašanih se do tega vprašanja ni opredelilo, kajti stika z agencijo sploh niso vzpostavili. Večina vprašanih je v zvezi s podporo italijanskih vladnih ustanov v Sloveniji, Veleposlaništva Republike Italije in Italijanskega inštituta za zunanjo trgovino, zadovoljna in meni, da lahko preko teh ustanov pridobi informacije ter lažje dostopa do oblasti v primeru kakršnih koli težav.

Italijanska podjetja v Sloveniji so dokaj kritična do poslovnega okolja. Le 31% vprašanih meni, da je bančni sistem v Sloveniji učinkovit, medtem ko storitev zavarovanja izvoznih terjatev preko Slovenske izvozne družbe – SID uporablja le 9% vprašanih. Gre za večja podjetja, ki dobro poznajo delovanje SID-a in uporabljajo tudi storitve italijanske sorodne družbe SACE.¹⁷

Posebno nezaupanje italijanskih podjetij v Sloveniji velja pravosodnemu sistemu. Nihče od vprašanih ne verjame popolnoma v slovenski pravosodni sistem in vsi opredeljeni poudarjajo, da so sodni spori zaradi neplačil dolgotrajni ter se

¹⁷ SACE S.p.A. - Società italiana di assicurazione dei crediti all'esportazione.

predvsem majhnim podjetjem ne izplačajo. Na vprašanje ali je v Sloveniji pravosodni sistem jasen, stabilen in učinkovit se je 16% vprašanih s tem strinjalo, 39% vprašanih temu ni moglo pritrditi, medtem ko se kar 45% vprašanih do tega vprašanja ni želelo opredeliti.

Glede medijev v Sloveniji se podjetja načeloma strinjajo, da je dostop do splošnih informacij dober, pomisleke imajo samo glede specializiranega tiska, ki je v nekaterih dejavnostih dobro organiziran, medtem ko v nekaterih sektorjih sploh ni strokovnih revij, ki bi pokrivalo določeno področje. 41% vprašanih podjetij meni, da kvalitetnih strokovnih publikacij v Sloveniji ni in da je to velika pomanjkljivost. Treba je vedeti, da je v Italiji strokovni tisk zelo razvit in da se podjetja združujejo v združenja glede na dejavnost, združenje pa skrbi za informiranje svojih članov, nastopanje navzven in podobno. Nekatera industrijska združenja¹⁸ v Italiji so zelo ugledna in članstvo v njih predstavlja garancijo za kakovost izdelkov in razvoja tehnologije. Prav tu se po mnenju vprašanih pojavlja največja vrzel v zvezi z obveščanjem o javnih razpisih, kajti podjetja dostikrat, zaradi svoje majhnosti, ne pridobijo pravočasno informacij v zvezi z razpisi, na katere bi se lahko prijavi kot izvajalci ali podizvajalci. Velika večina majhnih podjetij zato v Sloveniji pogreša prakso obveščanja o razpisih, ki je v veljavi v Italiji, kar pomeni, da konzorcij ali združenje skrbita za pravočasno informiranje svojih članov o potencialnih razpisih na katerih lahko posamezno podjetje ali skupina podjetij kandidira s svojo ponudbo.

Velika težava, ki so jo izpostavila vprašana podjetja z italijanskim kapitalom, se nanaša na dostopnost lokalnih oblasti in ministrstev v primeru reševanja težav ali zapletov, ki so vezana na delovanje podjetja.

Podjetja sem v svoji raziskavi spraševal, ali je dostop do ministrstev v reševanju morebitnih problemov dober. 41% vprašanih se še ni srečalo s takimi težavami, medtem ko sta le 2% vprašanih lahko izredno pohvalila dostopnost uradnikov na pristojnih ministrstvih, 10% vprašanih je dostopnost označila z oceno dobro. 47% vprašanih je o težavah naletelo na nedostopnost državnih uradnikov, od teh pa jih je bilo 19% zelo nezadovoljnih, saj odziva pristojnih ministrstev sploh ni bilo.

Nekoliko boljša je odzivnost lokalnih oblasti v primeru reševanja morebitnih problemov, saj je 23% vprašanih podjetij zadovoljno z dostopnostjo lokalnih oblasti, medtem ko je nezadovoljnih 35% vprašanih, 41% pa se do tega vprašanja

¹⁸ Npr. združenje UCIMU – proizvajalci strojev in robotike za obdelavo kovin, združenje ASSOCOMAPLAST – proizvajalci strojev za obdelavo plastike in gume, UNACOMA – združenje proizvajalcev kmetijskih strojev in opreme itd.

ni opredelilo, saj niso imeli potrebe, da bi prišli v neposreden stik z lokalnimi oblastmi.

Nekatera podjetja imajo oziroma so imela dolgoletne težave predvsem z lokalnimi oblastmi, ki so v enem primeru pripeljale celo do ustavnega spora, v katerem je italijansko podjetje občinskim oblastem po dolgotrajnem postopku dokazalo, da ravnaajo narobe. Spet drugi so banalni primeri, ki se nanašajo na neprožnost lokalnih oblasti, kot je primer večjega podjetja, ki zaradi razdeljenega proizvodnega obrata, ki ga deli lokalna cesta, ni moglo doseči rešitve o delni prestavitvi ceste za nekaj sto metrov (na stroške podjetja), ki bi močno olajšala proizvodni proces.

Ali lahko govorimo o Sloveniji kot konkurenčni lokaciji za tuje neposredne naložbe? Na podlagi povedanega ne moremo trditi, da je Slovenija zelo konkurenčna država, v katero bi tuji investitorji želeli prenesti svojo proizvodnjo zaradi zmanjševanja stroškov. Za storitve lahko trdim, da je v Sloveniji še dosti prostora za tuja podjetja, kjer imam v mislim predvsem kvalitetne konzorcijske storitve povezanih tujih in slovenskih podjetij. Strategija države mora biti naravnana na raven, kjer pridobita tako država prejemnica tujega kapitala, kot tuji investitor. V Sloveniji tuje naložbe večkrat neupravičeno povezujemo samo s prevzemi velikih podjetij ali bank s strani tujcev in z neodobravanjem gledamo na take poteze, ne da bi ob tem razmislili in iskali pozitivne plati teh naložb. Menim, da je s strani Italije Slovenija zanimiva z vidika majhnih in srednjih podjetij, saj je velikih podjetij, ki so v italijanski lasti v Sloveniji relativno malo.

4.4 ANALIZA NEPOSREDNIH NALOŽB ITALIJE V SLOVENIJI

V naslednjih podpoglavjih bom analiziral podatke, ki sem jih zbral na podlagi ankete.

4.4.1 Splošna analiza na podlagi podatkov zbranih v anketi

V anketi je zajetih 60 podjetij, ki so ustanovljena v Sloveniji s celotnim ali delnim kapitalom iz Italije. Glede na to, da je po grobih ocenah Veleposlaništva Republike Italije, v Sloveniji prisotnih okoli 200 delujočih podjetij, ki predstavljajo neposredne naložbe Italije v državi. 60 vprašanih podjetij predstavlja glavna podjetja v Sloveniji, tako po velikosti glede na število zaposlenih, kot glede na letni ustvarjeni promet. Večina sodelujočih anketi je moškega spola in predstavljajo vodilne managerje v podjetjih. Gre za italijanske državljane, ki delajo v Sloveniji, v dosti primerih pa je vodstvo podjetja slovensko.

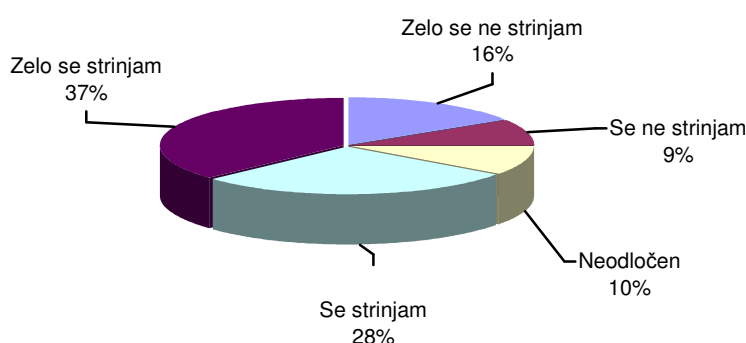
4.4.2 Razlogi za naložbe v Sloveniji

Ker sem želel v moji raziskavi opredeliti glavne razloge, zakaj so se investitorji iz Italije odločili za naložbe v Sloveniji, sem sodelujoče v raziskavi najprej povprašal o njihovih razlogih, zakaj so izbrali Slovenijo kot destinacijo za naložbo in šele v zadnji fazi ankete, sem anketirance vprašal, ali je naložba upravičila njihova pričakovanja, o čemer bom spregovoril v naslednjih podpoglavjih.

Glavni motiv za naložbe Italije v Sloveniji je iskanje novih trgov. 37% vprašanih se s tem popolnoma strinja, 28% pa je takih, ki temu pritrjujejo. Le manjši delež (25%) je takih podjetij, ki za neposredne naložbe izpostavljajo druge motive.

Ko sem še podrobneje vprašal anketirance, ali je motiv za njihovo naložbo v pridobivanju novih kupcev v Sloveniji, se je 29% vprašanih popolnoma strinjalo s tem, 35% je temu pritrdilo, medtem ko je četrтина vprašanih to zavrnila.

Prikaz 7: *Anketno vprašanje: Za neposredno naložbo v Sloveniji smo se odločili zato, da bi povečali prodajo naših izdelkov ali storitev*



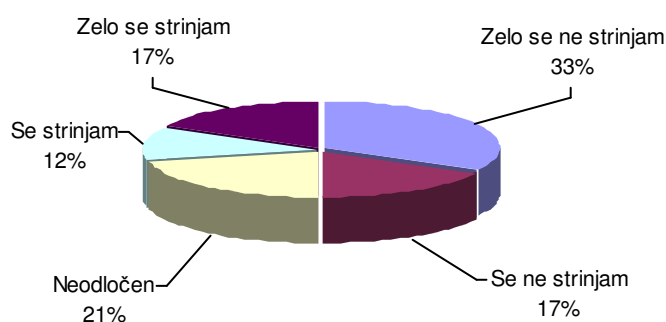
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Na podlagi tega smemo sklepati, da je primarni motiv italijanskih naložb pri nas pridobivanje in razširitev trga za njihove proizvode ali storitve. Podjetja v glavnem ne omenjajo motiva iskanja novih virov, v manjši meri pa se osredotočajo na motiv povečevanja učinkovitosti in na izkoriščanje strateških prednosti, ki naj bi jim jih prinesla nova naložba.

Dokaz, da je moja trditev o motivu pridobivanja novih kupcev točna, pa je delež podjetij, ki so se za neposredno naložbo v Sloveniji odločila zaradi spremljanja obstoječih kupcev, ki so jih prej oskrbovali iz matične države. Več kot polovica vprašanih (55%) temu ni pritrdila, in samo manjšinski delež podjetij (31%) meni, da je to bil eden izmed motivov za neposredno naložbo.

Motiv za neposredne naložbe tudi ni v zmanjševanju proizvodnih stroškov. Italijanska podjetja, ki so investirala v Sloveniji, so bila pred tem seznanjena s proizvodnimi stroški v Sloveniji, zato večinoma niso prišla zaradi tega vzroka. Obstajajo seveda naložbe, kjer investitorji niso pripravili dovolj kakovostnih naložbenih planov in so zato od naložbe pričakovali več, kot so v resnici pridobili. V raziskavi jih polovica meni, da zmanjšanje proizvodnih strokov ni bil motiv za neposredno naložbo, medtem ko se s trditvijo popolnoma strinja le 17% anketiranih.

Prikaz 8: *Anketno vprašanje: Za neposredno naložbo v Sloveniji smo se odločili zato, da bi zmanjšali proizvodne stroške*



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Večina vprašanih (45%) tudi meni, da so se za naložbo odločili zato, da bi svoje proizvode in storitve s tem približali slovenskim kupcem in jih prilagodili glede na njihove potrebe. Tu gre predvsem za podjetja v trgovinski dejavnosti in ne toliko za proizvodna podjetja. 31% vprašanih se ne strinja s tem, da bi bilo treba njihove proizvode ali storitve prilagajati potrebam kupcev v Sloveniji, saj menijo, da so podobne tistim, ki jih poznajo v Italiji.

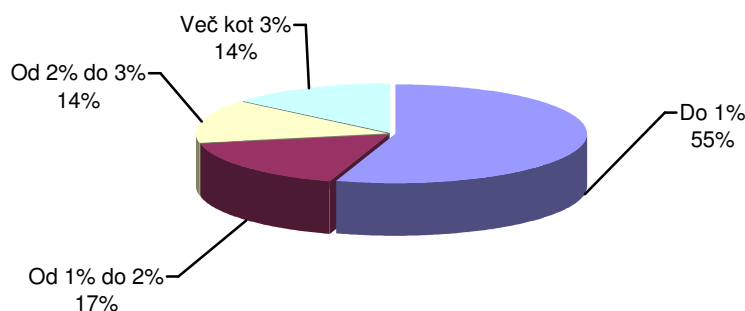
Glede konkurenčnih prednosti, za katere investitorji menijo, da so bistvene za njihove izdelke, me je zanimalo, ali je vzrok naložbe tudi ta, da bi z njo izkoristili njihovo konkurenčno prednost, ki temelji na nizki ceni ali na visoki kakovosti izdelkov.

Manjšina (27%) meni, da je nizka cena njihova konkurenčna prednost in 40% vprašanih se s tem ne strinja. Kar tretjina vprašanih se pri tem vprašanju ni želela opredeliti. Podjetja z italijanskim kapitalom v Sloveniji v glavnem menijo, da je njihova konkurenčna prednost v kakovosti in dovršenosti njihovih izdelkov. 62% vprašanih pravi, da je visoka kakovost njihovih izdelkov razlog, s katerim lahko osvojijo kupce in povečajo svoj tržni delež.

Malce nenavadna je povezava med vlaganjem podjetij v raziskave in razvoj ter trditvijo, da je kakovost njihovih izdelkov tista, ki jih razlikuje od ostalih podjetij v državi in na kateri temelji njihova konkurenčna prednost.

Za raziskave in razvoj podjetja namenjajo dokaj majhen obseg sredstev, saj 55% vprašanih trdi, da za raziskave in razvoj namenijo manj kot 1% od ustvarjenega letnega prometa in le 14% vprašanih nameni za razvoj več kot 3% od letnega prometa. Lahko se vprašam, ali razvoj torej prihaja iz matične države? Ne, samo v redkih primerih lahko govorim o takem ravnanju in še to zgolj v primerih, kadar gre za proizvodne obrate v Sloveniji, ki so pod nadzorom matičnega podjetja v Italiji.

Prikaz 9: *Delež od ustvarjenega letnega prometa, ki ga podjetje nameni za raziskave in razvoj*



Vir: Lastna raziskava, 2007.

V teh primerih podjetje tudi ne sprejema samostojnih določitev o prodaji in marketinških strategijah, temveč je vse vodeno iz centra v Italiji. Tovrstnih obratov pa je med italijanskimi podjetji v Sloveniji zelo malo, zato trdim, da podjetja z italijanskim kapitalom relativno malo vlagajo v raziskave in razvoj. V grobem bi sicer lahko zavrnil hipotezo, da italijanska podjetja v Sloveniji v splošnem veliko vlagajo v dejavnosti, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo, vendar tega ne morem posplošiti na vsa podjetja, kajti vsa velika in srednja podjetja vlagajo v raziskave in razvoj ter v izobraževanje več kot 3% letnega ustvarjenega prometa. Zato hipotezo sprejemam.

4.4.3 Naložbe po področju dejavnosti, letih prve naložbe in deležu italijanskega kapitala

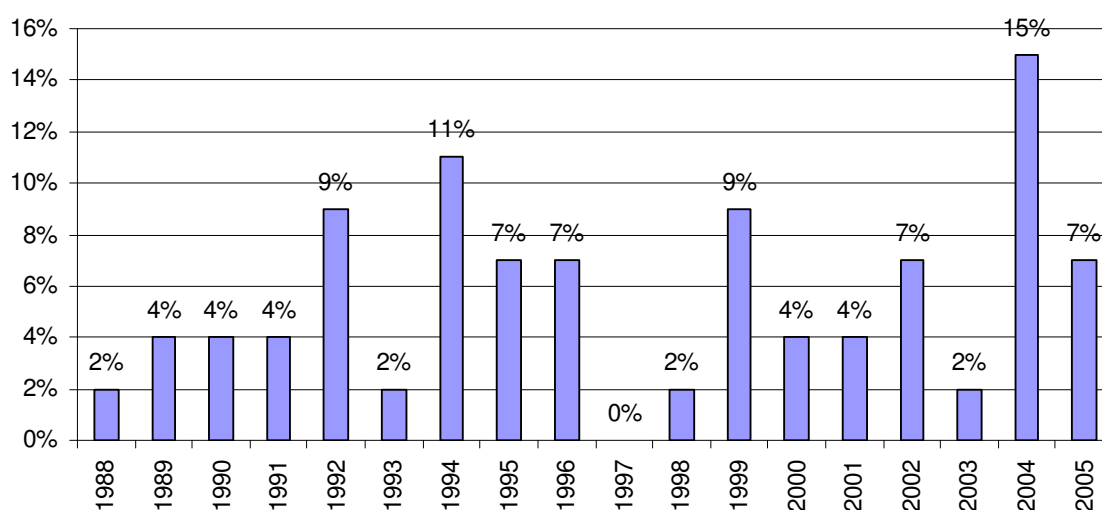
Po področjih dejavnosti so naložbe Italije v Sloveniji usmerjene v proizvodnjo, od katere so najbolj dejavni tekstilni sektor (Julon d.d., Acquasava d.o.o., Intersocks

d.o.o.), kemični (Julon d.d.), lesna industrija (Lesonit d.d.), obdelava kovin (Flenco d.o.o.), proizvodnja očal (Carrera Optyl d.o.o.), obdelava plastike (Gimplast d.o.o.), proizvodnja tehničnih plinov (TPJ d.o.o.) ter gradbeništvo (Uretek d.o.o.) in pa v storitve, kjer po velikosti naložb prevladuje bančni sektor (Banka Koper d.d., Centurion finančne storitve d.o.o. in posredno tudi Bank Austria Creditanstalt d.d., ki je del italijanske bančne skupine UniCredit Group S.p.A.). Od drugih storitev so pomembne naložbe v predstavništva italijanskih podjetij na področju trgovine (Eurospin d.o.o., Limoni d.o.o., itd.) ali distribucije plina (Adriaplin d.o.o.) in nanaftnih derivatov (Agip d.o.o.).

Naložbe Italije v Sloveniji so po dejavnostih zelo heterogene. Ne prevladuje en sam sektor, za katerega bi lahko trdili, da se italijanska podjetja zanj posebej zanimajo in vlagajo vanj. V zadnjih letih so se povečale naložbe v storitvene dejavnosti, kot so trgovina, restavracije in lepotni centri.

Podjetja, ki so sodelovala v anketi, so na slovenski trg vstopala postopno. V prikazu 20 prikazujem deleži podjetij, razvrščene po letu začetne naložbe.

Prikaz 10: *Deleži neposrednih naložb Italije v Sloveniji po letu začetne naložbe*



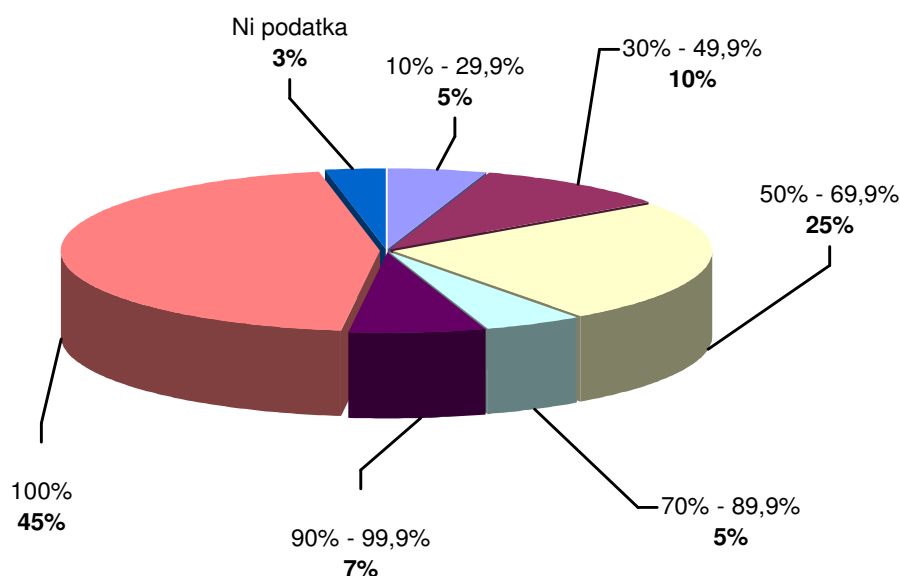
Vir: Lastna raziskava, 2007.

Število neposrednih naložb iz Italije se je povečalo po vstopu Slovenije v Evropsko unijo in ta trend se nadaljuje. Glede na devetdeseta ne morem trditi, da se je zaradi kakšnega zunanjega dejavnika število novih naložb v posameznem letu povečalo za več kot v drugih letih.

Po kapitalnih vložkih prevladujejo podjetja, ki so v večinski italijanski lasti. Takih podjetij je kar 82% in le 15% jih je z manjšinsko udeležbo iz Italije.

Cilj investorjev iz Italije, ki se odločijo za naložbo v Sloveniji, lahko pa bi govoril o italijanskih naložbah v tujini nasploh, je, da obvladujejo podjetje ter da poslovne odločitve sprejemajo neodvisno. Večkrat tudi v Sloveniji v strokovni literaturi lahko beremo o povezavi podjetij in o skupnih vlaganjih ter o domnevno zelo razvitem modelu »joint-venture«, vendar na podlagi podatkov iz analize lahko sklenem, da se v praksi podjetniki iz Italije v Sloveniji raje obnašajo bolj individualno in povezavam niso preveč naklonjeni. To velja predvsem za proizvodne dejavnosti, medtem ko se v storitvenih, kot je npr. trgovina, večkrat pojavlja minimalna kapitalska povezanost s slovenskim partnerjem, kar italijanskemu investitorju daje večji motiv za uspešno plasiranje neposredne naložbe. Prav tu se pojavi italijanska posebnost in razvitost agentskih pogodb, ki veljajo za zunanjo trgovino, saj večina italijanskih podjetij v tujini svoje izdelke prodaja preko posrednikov (uvoznikov) in ob širitvi storitvene mreže v tuje države sledijo podobni praksi, kljub temu, da so realne situacije v posameznih državah različne.

Prikaz 11: Deleži podjetij po % kapitala iz Italije v podjetju



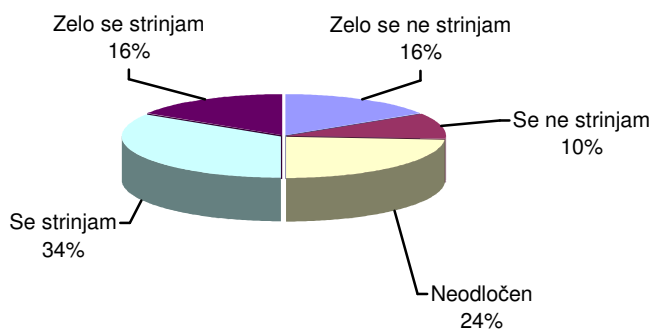
Vir: Lastna raziskava, 2007.

To je ena od razlag posebnosti usmeritev naložb Italije v tujini, ki ne sledijo svetovnim trendom, temveč ubirajo samosvojo pot, ki je lahko uspešna ali pa tudi ne. V praksi se italijanski podjetniki, tako v proizvodnih, kot v storitvenih dejavnostih, za naložbo v Sloveniji odločijo zaradi nadgradnje poslovnih odnosov, ki so že uveljavljeni. V proizvodnih dejavnostih gre za kar nekaj primerov podjetij, ki so z italijanskim podjetjem sodelovala na podlagi dodelavnih poslov, kasneje pa je italijansko podjetje odkupilo delež v slovenskem podjetju in tako z znanimi sodelavci še izboljšalo proizvodne zmogljivosti in preneslo del svoje tehnologije (npr. podjetja v kovinski industriji).

Pri analizi usmerjenosti dejavnosti italijanskih podjetij v Sloveniji naletimo na zanimive korelacije, ki logično sklepajo krog mojih domnev, ki sem si jih zastavil v hipotezah. Italijanske naložbe v Sloveniji niso usmerjene v dejavnosti, ki uporabljajo visoko tehnologijo.

Samo 27% vprašanih je potrdilo, da je njihova proizvodnja grajena na visoki tehnologiji, medtem ko 45% vprašanih, oziroma 73%, če prištejem še neodločene, meni, da njihova dejavnost ne zahteva visoke tehnologije, kar posledično pomeni, da logično ne vlagajo v raziskave in razvoj velikih sredstev in ne prednjačijo dejavnosti, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost.

Prikaz 12: Anketno vprašanje: Naša dejavnost je usmerjena v proizvodnjo oz. storitve, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Nadvse zanimiva je korelacija z delovno silo. Polovica vprašanih pravi, da njihova dejavnost zahteva visoko usposobljeno delovno silo, kar potrjuje moje sklepanje, da italijanska podjetja v Sloveniji ne investirajo v proizvodne procese, ki bi terjali dolgotrajen razvoj in znanje, temveč bolj v trgovinske dejavnosti, ki sicer zahtevajo usposobljen kader, a ne kader znanstveno-raziskovalnega profila.

Italijanska podjetja, ki so sodelovala v raziskavi so pogosto navedla, da je v Sloveniji dokaj težko najti usposobljeno delovno silo. Trditev bi lahko celo sprejel, vendar sem po podrobnejši analizi ugotovil, da se zahteve, ki jih postavljajo italijanski podjetniki do svojih slovenskih sodelavcev, večkrat ne nanašajo na strokovno usposobljenost opravljanja določenega dela, ki bi izhajala iz pridobljenih strokovnih ter tehničnih znanj, temveč imajo podjetniki v mislih druga znanja. Najpogostejši pogoj, ki ga postavljajo italijanski investitorji ožjim slovenskim sodelavcem je znanje njihovega jezika. Bolj kot se naložba geografsko oddaljuje od bližine Italije, težje najdejo podjetja delavce, ki govorijo tudi italijansko.

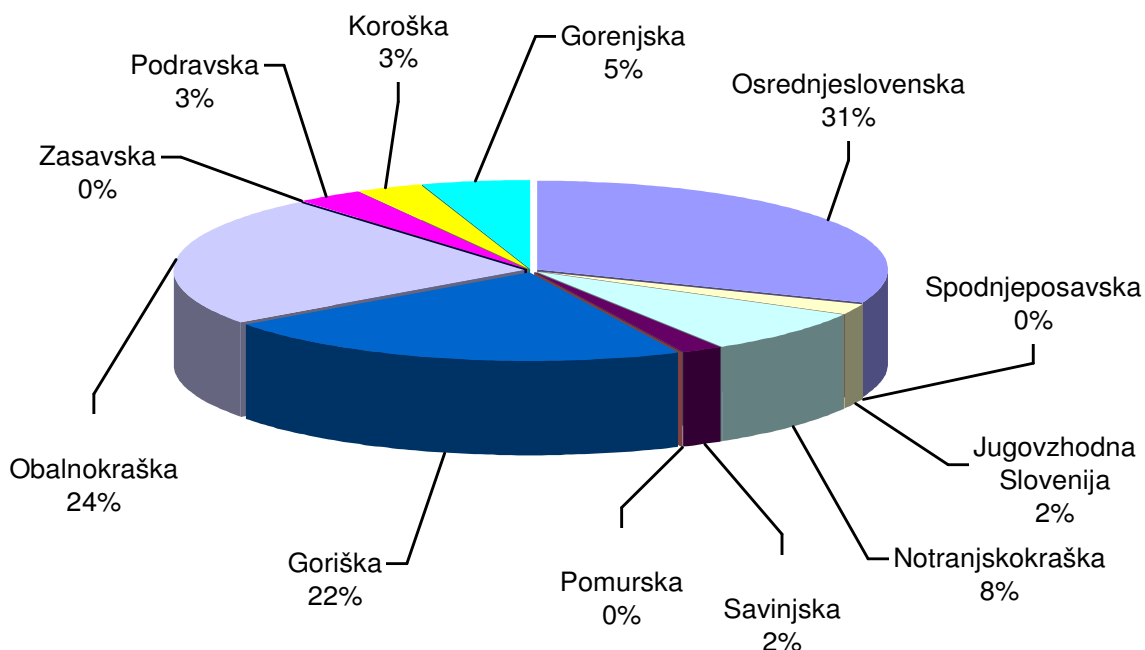
4.4.4 Naložbe po statističnih regijah

Neposredne naložbe Italije v Sloveniji so geografsko razpršene po vsej državi. Za lažjo analizo sem v raziskavo uvedel klasifikacijo po statističnih regijah glede na pripadajoče občine na dan 1. januarja 2005, kot jih v svojih analizah uporablja Statistični urad republike Slovenije (Statistični urad RS, 2006).

Slovenija je statistično razdeljena na 12 statističnih regij: osrednjeslovensko, spodnjeposavsko, jugovzhodno Slovenijo, notranjskokraško, savinjsko, pomursko, goriško, obalnokraško, zasavsko, podravsko, koroško in gorenjsko regijo.

Italijanske naložbe so v Sloveniji tradicionalno vezane na tri statistične regije. Te so: osrednjeslovenska statistična regija, na katero pripade slaba tretjina vseh naložb Italije v Sloveniji, goriška regija z 22% in obalnokraška s 24% vseh naložb Italije v državi. Po številu naložb sledita notranjskokraška in gorenjska statistična regija ter ostale, kjer pa so naložbe maloštevilne.

Prikaz 13: *Deleži neposrednih naložb Italije v Sloveniji po statističnih regijah (podjetja, ki so sodelovala v anketi)*



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Glede na povezavo velikosti naložbe in geografske porazdeljenosti ugotavljam, da so največje italijanske naložbe v osrednjeslovenski regiji, goriški, obalnokraški, podravski in gorenjski statistični regiji. Geografska razporeditev neposrednih

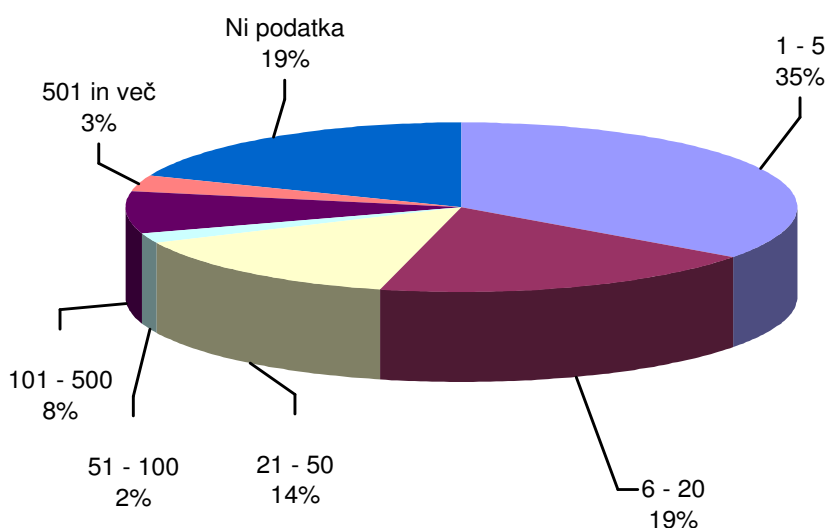
naložb Italije ne sledi porazdelitvi vseh naložb tujcev v Sloveniji, kar je zaradi bližine Italije tudi logično.

Geografska lokacija je za italijanska podjetja, ko se odločajo za naložbe, bistvenega pomena, saj se podjetja številčno najraje odločajo za obmejna območja, čeprav cenovno niso ugodna. Za italijanska podjetja v Sloveniji, ki so večinoma majhna in srednja, je znanje tujih jezikov še vedno ovira, zato se predvsem podjetja, ki delujejo v storitvenem sektorju, raje odločajo za dvojezična geografska območja ob meji z Italijo.

4.4.5 Naložbe po velikosti

Kljub podatkom, ki sem jih pridobil z anketo, kjer se kaže 25% delež majhnih podjetij z italijanskim kapitalom, gledano po letnem prometu, lahko trdim, da je realno ta delež veliko večji. Med majhna podjetja za slovenske razmere lahko uvrstim tista, ki ustvarjajo letni promet do 50.000 evrov in zaposlujejo manj kot 20 zaposlenih. Delež teh podjetij je 54%, vendar bi lahko celo trdil, da se giblje okoli dveh tretjin vseh naložb.

Prikaz 14: Deleži podjetij po številu zaposlenih v letu 2005



Vir: Lastna raziskava, 2007.

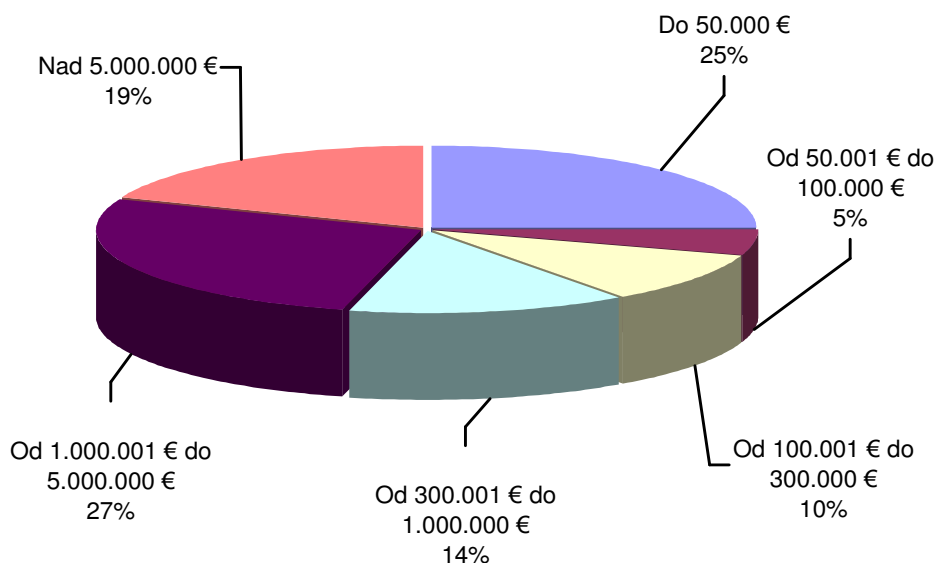
Bolj pomembni so podatki, da je velikih naložb oziroma podjetij, ki bi zaposlovala čez 500 zaposlenih relativno malo. Od vprašanih je takih samo 3% in le 8% od vseh vprašanih zaposluje več kot 100 ljudi. Delež podjetij z italijanskim kapitalom, ki zaposlujejo med v povprečju zaposlujejo med 6 in 20 ljudi je 19%, delež tistih, ki pa zaposlujejo od 21 do 50 ljudi je 14%.

Eden od najbolj osnovnih kazalcev velikosti podjetja je letni promet. Na podlagi rezultatov analize lahko trdim, da na splošno italijanska podjetja v Sloveniji, glede na njihovo majhnost ustvarjajo relativno visok letni promet. 46% od vseh vprašanih podjetij ustvari letno več kot milijon evrov letnega prometa, od teh pa kar 19% vprašanih podjetij ustvari letno nad pet milijonov evrov prometa.

Na podlagi analize raziskave lahko trdim, da med italijanskimi podjetji v Sloveniji prevladujejo majhna podjetja, mnoga tudi s samo enim zaposlenim, razlago za ta pojav pa lahko iščem v številnih predstavnih italijanskim podjetij v Sloveniji, ki se ukvarjajo s prodajo in internacionalizacijo svojih proizvodov.

Glede velikosti lahko posebej izpostavim podjetja Julon d.d., ki spada med prvih petdeset največjih slovenskih podjetij po ustvarjenem letnem prometu (120 milijonov evrov v letu 2005) in med prvih sto po ustvarjenem dobičku ter zaposluje 490 ljudi; podjetje Acquasava d.o.o. s 470 zaposlenimi in 44 milijoni evrov letnega prometa v letu 2005 ter seveda podjetje Carrera Optyl iz Ormoža, ki zaposluje več kot 1000 ljudi.

Prikaz 15: Delež podjetij po velikosti, glede na letni promet 2005 v evrih



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Po velikosti naložbe je pomemben 63,9% delež banke Intesa Sanpaolo S.p.A. v Banki Koper, ki zaposluje več kot 800 ljudi in je vodilna banka v Obalnokraški ter Notranjskokraški regiji. Med srednje velika slovenska podjetja s celotnim, oziroma skoraj vsem italijanskim kapitalom spadajo podjetja Ilmest d.o.o. iz Nove Gorice, ki zaposluje 191 ljudi in s proizvodno pohištva ustvari letni promet okoli 16 milijonov evrov (2005), Lesonit d.d. iz Ilirske Bistrice, Adriaplin d.o.o., ki deluje na

področju distribucije plina, z letnim prometom več kot 20 milijonov evrov (2005), Centurion finančne storitve d.o.o. (American Express), Konitex d.o.o. iz Slovenskih Konjic s 43 zaposlenimi, Agip Slovenija in drugi (Lastna raziskava, 2007).

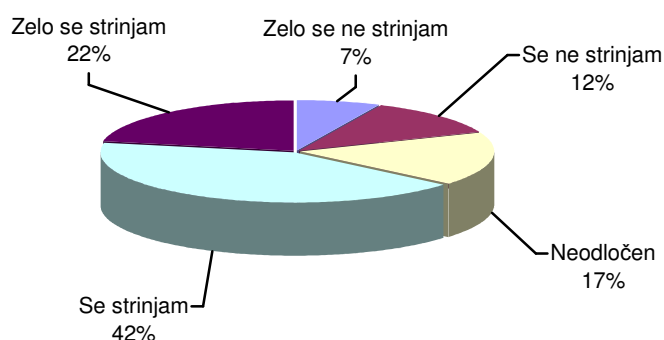
Na podlagi rezultatov raziskave lahko potrdim hipotezo, da so majhna in srednja podjetja z italijanskim kapitalom orientirana na geografska območja, ki so jezikovno bližje Italiji, medtem ko za velika podjetja jezike ne predstavlja ovire pri izbiri lokacije.

4.4.6 Doseženi cilji italijanskih naložb

Podjetniki iz Italije, ki so vložili svoj kapital v neposredno naložbo v Sloveniji, so v večini izpolnili cilj, ki so si ga zadali ob kapitalskem vstopu v državo. Dve tretjini vprašanih meni, da so cilj izpolnili, medtem ko je nezadovoljnih 12% anketiranih, le 7% pa je takih, ki so pričakovali več in jih je naložba v Sloveniji popolnoma razočarala.

Cilj neposrednih naložb iz Italije, ki je povezan z motivom osvojitve tega in krepitevijo tržnega deleža, je v večini dosežen, vendar kritično gledano ne morem govoriti o trendu naložb, ki bi bil naravnan v razvoj in v širšo blaginjo.

Prikaz 16: *Anketno vprašanje: Z neposredno naložbo smo izpolnili cilj, ki smo si ga zastavili ob kapitalskem vstopu v Slovenijo*



Vir: Lastna raziskava, 2007.

Naložbe italijanskih podjetij v Sloveniji na splošno niso usmerjene v visoko tehnologijo in v razvijanje novih znanj, temveč je njihovo osnovno vodilo osvojitve tržnega deleža in razširitev matičnih blagovnih znamk na slovenskem tržišču. Slovenija daje tem investitorjem dokaj visoko mero varnosti naložbe in nizko

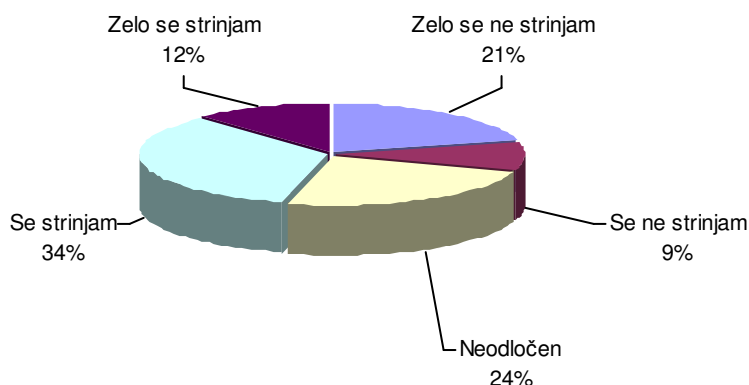
podvrženost raznim tveganjem, kar pa je za investitorje iz Italije posebej pomembno.

Na podlagi analize anketnih odgovorov in poznavanja podjetij lahko tudi zaključim, da so bili na splošno cilji italijanskih investitorjev v Sloveniji dokaj hitro dosegljivi, saj so bili ob začetku naložbe redko jasno zastavljeni in evidentirani, kar je bistvena pomanjkljivost naložbenega obnašanja italijanskih investitorjev v Sloveniji. Razlog za tako ravnanje lahko iščemo v tem, da se za naložbe v Sloveniji odločajo predvsem majhna podjetja z do dvajsetimi zaposlenimi, ki jim pred odločitvijo, ali naj se za naložbo v tujini sploh odločijo, manjka znanj in informacij, ki jih potrebujejo za sprejemanje take poslovne odločitve.

4.4.7 Nameni investitorjev, ki so že prisotni v Sloveniji

Italijanski investitorji, ki so prisotni v Sloveniji, so v glavnem zadovoljni s svojimi naložbami in večina vprašanih ima celo namen, da naložbo poveča. Ostati želijo zvesti svoji dejavnosti in jih diverzifikacija v različne sektorje na splošno ne zanima. 46% vprašanih ima resen namen, da naložbo razširi tako, da bodisi razširijo proizvodne kapacitete ali pa razširijo storitveno mrežo z novimi prodajnimi točkami. 30% vprašanih naložbe ne namerava širiti in so zadovoljni s trenutnim obsegom poslovanja. Na podlagi analize anketnih odgovorov lahko trdim, da gre v teh primerih največkrat za podjetja, ki so bila ustanovljena z namenom zagotoviti prodajno ali proizvodno točko, ki naj bi služila kot zastopstvo matičnega podjetja v Sloveniji. Za širitev naložbe se odločajo večja podjetja v proizvodni dejavnosti, ki želijo diverzificirati proizvodnjo znotraj sektorja.

Prikaz 17: Anketno vprašanje: Naložbo v Sloveniji nameravamo povečati



Vir: Lastna raziskava, 2007.

O naložbah v drugih sektorjih podjetja z italijanskim kapitalom v Sloveniji ne razmišljajo. Samo 3% anketiranih se je zelo zavzelo za širitev v druge dejavnosti, 16% pa je takih, ki o tem razmišljajo. Delež tistih, ki se ne nameravajo širiti v drugih sektorjih, je 48%.

Zanimiv trend, ki je zaznaven v Sloveniji pri naložbah iz Italije, je, da se italijanska podjetja le redko odločajo za dezinvestiranje. Kot sem že predhodno obrazložil, je v sodnem registru vpisanih veliko podjetij s kapitalom iz Italije, ki pa niso nikoli resnično zaživela. Ne morem trditi, da obstaja tendenca, da uveljavljena podjetja z italijanskim kapitalom zapuščajo Slovenijo zaradi nezadovoljstva z naložbo, kar se v zadnjem času kljub vstopu Romunije in Bolgarije v EU, kaže kot izrazit trend v teh dveh državah.

4.4.8 Uspešnost poslovanja slovenskih podjetij z večinskim deležem italijanskega kapitala

Za neposredne naložbe Italije v Sloveniji velja splošna ugotovitev o uspešnosti poslovanja podjetij s tujimi neposrednimi naložbami pri nas, ki jih podaja analiza Banke Slovenije o neposrednih tujih naložbah. Italijanska podjetja v Sloveniji so na splošno uspešnejša od ostalih podjetij. V letu 2005 so podjetja z neposrednimi naložbami iz Italije beležila 25,1 milijonov evrov čistega dobička od tega pa so ga reinvestirala za 15 milijonov evrov. Izplačani dobički so v letu 2005 znašali 9 milijonov evrov, kar je 1,8 milijona evrov več kot leto poprej in Italijo uvršča na peto mesto držav po izplačanih dobičkih od tujih neposrednih naložb v Sloveniji, za Veliko Britanijo, Nemčijo, Avstrijo in Francijo (Banka Slovenije, 2007a, str. 38–40).

Za zelo podrobno statistično analizo uspešnosti poslovanja podjetij z italijanskim kapitalom bi potreboval točne podatke o nekaterih kazalcih poslovanja, ki pa jih je zaradi podatkov in velikosti podjetij težko pridobiti.

Povzamem lahko nekatere zaključke, ki kažejo na uspešnost slovenskih podjetij z italijanskim kapitalom. Na seznamu največjih slovenskih izvoznikov je med prvimi dvajsetimi po vrednosti izvoza podjetje Julon d.d. iz Ljubljane, ki je del skupine Bonazzi, prav tako kot podjetje Acquasava d.o.o. iz Kranja, ki zaposluje skoraj 500 ljudi. Julon d.d. je tudi uvrščen na seznam petdesetih največjih slovenskih podjetij po ustvarjenem letnem prometu. Prav tako prevzema Banka Koper d.d. vedno vidnejšo vlogo v slovenskem bančnem sektorju in beleži v zadnjih letih odlične poslovne rezultate. Po številu zaposlenih med večja podjetja z italijanskim kapitalom uvrščamo podjetje Carrera Optyl iz Ormoža.

Na podlagi analiz Banke Slovenije in na podlagi mojega raziskovanja lahko sprejemem hipotezo, da so podjetja v večinski italijanski lasti gospodarsko uspešnejša od podjetij brez neposrednih naložb tujcev.

5 SKLEP

Tuje neposredne naložbe v Sloveniji so aktualna tema analiz in razmišljanj ekonomskih strokovnjakov, ki pa ne znajo natančno odgovoriti na osnovno vprašanje, kako vemo, kdaj je v državi tujih neposrednih naložb premalo, preveč ali dovolj, oziroma kolikšen je delež, pri katerem bi dosegli optimalne vrednosti. Moje razmišljanje želim obrniti na glavo. Ali je sploh pomembno, kolikšna je vrednost vseh neposrednih naložb? Menim, da za državo prejemnico kapitala ni pomembna velikost naložb, ki je izražena v milijonih evrov, temveč kakovost naložb. Slovenija je država, ki bojda stavi veliko na nove tehnologije, znanje in dejavnosti, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost, pa vendar se to ne kaže posebej v prilivu tujih naložb v Slovenijo. Večina naložb v Sloveniji je usmerjenih v motiv iskanja novih trgov in ne v motiv povečevanja učinkovitosti na podlagi uvajanja novih tehnologij ter vlaganja v raziskave in razvoj. Ta trditev zagotovo velja za naložbe Italije v Sloveniji.

Naložbe Italije v tujini so glede na normaliziran indeks relativne prisotnosti, ki kaže odnos med obstojnostjo italijanskih multinacionalnih podjetij glede na promet, ustvarjen na posameznem geografskem področju ali v tuji državi in vrednostjo vseh neposrednih tujih naložb na posameznem geografskem področju ali državi, geografsko najbolj usmerjene na države zahodnega Balkana, mediteranske države, Bližnji vzhod in na države centralne ter vzhodne Evrope.

Italijanski investitorji so dokaj naklonjeni naložbam v Sloveniji, če gledamo z vidika vseh naložb Italije v tujini. Slovenija se nahaja visoko na prioritetni lestvici držav, ki jih za destinacijo naložbe izbirajo italijanska podjetja, pa vendar v Sloveniji naložbe iz Italije predstavljajo napram drugim državam marginalen delež. Normaliziran indeks relativne prisotnosti italijanskih podjetij v tujini je za Slovenijo dokaj visok, saj se giblje okrog 70 indeksnih točk, čeprav znaša indeks nacionalne konkurenčnosti Slovenije po IMD za leto 2006 51,6. Ne morem torej trditi, da je v primeru Italije nekaj narobe s politiko Slovenije do naložb iz sosednje države, temveč je verjeten razlog v značaju italijanskih investitorjev, ki se nasploh neradi odločajo za naložbe v tujini in veliko raje spodbujajo zunanjo trgovino.

Neposredne naložbe Italije v Sloveniji so relativno številne, čeprav po velikosti prevladujejo majhna podjetja. Italija v Sloveniji nikoli ne bo dosegla vrednosti naložb, ki jo ima Avstrija, saj to navsezadnje sploh ni njen cilj, kajti vidik blagovne menjave kot oblike internacionalizacije italijanskih podjetij je za Italijo mnogo pomembnejši od naložb in ga država tudi dosti bolj spodbuja, saj letno v znamko »Made in Italy« vloži veliko sredstev.

80% italijanskih podjetij, ki investirajo v tujini, so majhna in srednja podjetja z do 250 zaposlenimi, ki izhajajo iz severnega dela Italije.

V Sloveniji je dve tretjini takih podjetij z italijanskim kapitalom, ki zaposlujejo manj kot 50 zaposlenih, skoraj polovica pa jih ustvari letni promet nad milijonom evrov. Italijanska podjetja v Sloveniji so na splošno uspešnejša od ostalih domačih podjetij. V letu 2005 po podatkih Banke Slovenije podjetja z neposrednimi naložbami iz Italije beležila 25,1 milijonov evrov čistega dobička od tega pa so ga reinvestirala za 15 milijonov evrov. Izplačani dobički so v letu 2005 znašali 9 milijonov evrov, kar je 1,8 milijona evrov več kot leto poprej in Italijo uvršča na peto mesto držav po izplačanih dobičkih.

Italijanska podjetja v Sloveniji so v splošnem z naložbami v državi zadovoljna in le redka obžalujejo tako poslovno odločitve, skoraj polovica pa jih namerava naložbo še povečati. Njihova dejavnost je usmerjena v predelovalni sektor in storitve. Velikih naložb je malo, vendar so ta podjetja poslovno bolj uspešna od podjetij s samo slovenskim kapitalom, če gledamo osnovne kazalnike poslovanja, kot je denimo dobiček na zaposlenega.

Naložbe Italije v Sloveniji so geografsko najbolj vezane na osrednjeslovensko, goriško ter obalnokraško statistično regijo, kar lahko razložim s tradicionalno obmejno povezanostjo Slovenije z beneško regijo (Friuli Venezia Giulia) in boljšim poznavanjem jezika, ki je za manjše investitorje še vedno ovira, saj le redki govorijo angleško in zato vedno iščejo sodelavce, ki govorijo italijansko.

Cilj investitorjev iz Italije, ki se odločijo za naložbo v Sloveniji, je, da obvladujejo podjetje ter da poslovne odločitve sprejemajo sami. Skupnim vlaganjem investitorji iz Italije v splošnem niso tako naklonjeni, saj se raje obnašajo bolj individualno, ker pomeni, da zelo pogosto obvladujejo celoten delež v podjetju, v veliki večini pa vsaj kontrolni delež.

Glavni motiv naložb Italije v Sloveniji je iskanje novih trgov in poglobljanje že obstoječih poslovnih povezav s slovenskim trgom. Podjetja iz Italije, ki so že v preteklosti imela dobre poslovne stike s Slovenijo, se odločajo za prehod v višjo

fazo internacionalizacije. V tej fazi ustanavljajo podružnice in manjše proizvodne obrate, ki delujejo kot podpora matičnemu podjetju v Italiji.

V raziskavi so anketiranci v veliki meri trdili, da neposredni razlog za njihovo neposredno naložbo v Sloveniji ni bilo zmanjševanje proizvodnih stroškov, vendar na podlagi temeljite analize vseh odgovorov lahko trdim, da podjetja z italijanskim lastništvom v Sloveniji ne vlagajo v dejavnosti, ki bi ustvarjala veliko dodano vrednost. Prav tako ta podjetja v Sloveniji ne vlagajo veliko v raziskave in razvoj, kar so anketiranci potrdili.

Italijanska podjetja v Sloveniji so dokaj kritična do poslovnega okolja v državi, saj jih veliko meni, da bi bil lahko bančni sistem bolj učinkovit, da bi bilo sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami lahko boljše ter da pravosodni sistem ni dovolj učinkovit, saj so sodni spori zaradi neplačil dolgotrajni in se predvsem majhnim podjetjem ne izplačajo. Podjetja priznavajo Sloveniji dobro cestno infrastrukturo mrežo, dober dostop do medijev, pomisleke pa imajo o razpoložljivosti dovolj kvalitetnih strokovnih publikacij.

Slovenija spodbuja neposredne tuje naložbe s posebnim vladnim programom za spodbujanje tujih naložb, ki ga izvaja Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (JAPTI) in si želi naložb v dejavnosti, ki zahtevajo visoko usposobljeno delovno silo, ustvarjajo veliko dodano vrednosti in vlagajo dosti v raziskave in razvoj.

Prepad med željami Slovenije in trenutno realnostjo je neposredno razpoznaven na podlagi analize neposrednih naložb Italije v Sloveniji. Trdim lahko, da večina italijanskih podjetij, ki se odloča za naložbo v tujini, ne sledi ustaljenemu vzorcu tujih naložb drugih industrializiranih držav, če gledamo geografsko usmerjenost naložb in dejavnosti. Italijanska podjetja se za naložbe v tujini, ki so usmerjene v proizvodnjo, odločajo na podlagi motiva zmanjševanja stroškov pa četudi je končni rezultat zgolj nekaj deset odstotni prihranek. Odločitev za take naložbe je po njihovem mnenju smotrna, saj na njihove odločitve o naložbah v tujini vplivajo tudi dejavniki, ki niso neposredno povezani s podjetniškim obnašanjem. Za podjetja iz Italije lahko trdim, da jim je posebno pomembna geografska bližina Slovenije.

Anketirana podjetja trdijo, da njihova dejavnost zahteva visoko usposobljeno delovno silo, kar potrjuje moje sklepanje, da italijanska podjetja v Sloveniji ne investirajo toliko v proizvodne procese, ki bi terjali dolgotrajen razvoj in znanje, temveč bolj v storitvene dejavnosti, ki sicer zahtevajo usposobljen kader, a ne kader znanstveno-raziskovalnega profila.

V prihodnosti ne pričakujem pojava večjih naložb Italije v Sloveniji, temveč zgolj nadaljevanje dolgoletnega pozitivnega trenda, ki pa vsekakor ne bo dosegal večjih odstopanj. Možne so samo naložbe, ki bodo usmerjene v nakup obstoječih podjetij, v kolikor bi se katero do italijanskih podjetij želelo potegovati za nakup državnih deležev v podjetjih, če bo izpeljana privatizacija nekaterih podjetij, kot je razvidno iz načrta vlade. Neposredne naložbe, ki so usmerjene v izgradnjo novih zmogljivosti, bodo še vedno prisotne in jih je nekaj pričakovati že v kratkem roku, vendar ti obsegi naložb ne bodo bistveno vplivali na vrednost celotnih naložb Italije pri nas.

LITERATURA

1. Amelia Bernardo: Orientamento allo studio del diritto italiano. Milano : Giuffré, 2004. 163 str.
2. Arcari Anna: I Processi di Crescita delle PMI. Milano : Edizioni Giuridiche Ecomiche Aziendali dell' Università Bocconi, 1999. 258 str.
3. Aristovnik Aleksander: Teoretični in praktični vidik uravnovešanja plačilne bilance majhnega odprtega gospodarstva. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 110 str.
4. Belussi Fiorenza: Il futuro dei distretti. Piccola Impresa, Padova : 2000. str. 3-22.
5. Bodie Zvi, Kane Alex, Marcus J. Alan: Essentials of Investments. Boston : McGraw-Hill Irwin, 2004. 765 str.
6. Borkakoti Jitendralal: International Trade. London : MacMillan Business, 1998. 602 str.
7. Brglez Milan, Zajc Drago: Globalizacija in vloga malih držav: Slovenija v procesih globalizacije. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2004. 350 str.
8. Cateora R. Philip, Graham L. John: International marketing. Boston : McGraw-Hill Irwin, 2005. 697 str.
9. Chacholiades Miltiades: International economics - New York : McGraw-Hill Inc., 1990. 595 str.
10. Corbetta Guido: Le medie imprese alla ricerca della loro identità. Milano : Edizioni Giuridiche Ecomiche Aziendali dell' Università Bocconi, 2000. 205 str.
11. Crosta Roberto: La Riforma del Diritto Societario. Napoli : Esselibri, 2004. 447str.
12. De Blasis Anna: Società per azioni – Società in accomandita per azioni: Le novità della riforma del diritto societario. Potenza : Unità di Direzione AA.II Ufficio Studi, 2005. 22 str.
13. Dimovski Vlado, Penger Sandra, Škerlavaj Miha: Metode raziskovalnega dela, 1.del. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 154 str.
14. Dimovski Vlado, Penger Sandra, Škerlavaj Miha : Metode raziskovalnega dela, 2.del. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 133 str.
15. Dornbusch Rudiger, Fischer Stanley, Startz Richard: Macroeconomics. New York : McGraw-Hill, 2001. 571 str.
16. Dunning John Harry: Multinational enterprises and the global economy. London : Addison-Wesleys, 1993. 687 str.
17. Dunning John Harry: Governments, globalization, and international business. New York : Oxford University Press, 1999. 518 str.
18. Estrin Saul et al.: Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe. London : The Royal Institute of International Affairs, 1997. 276 str.

19. Ferri Piero et al.: Le piccole e medie imprese Italiane. Un' analisi sui dati di bilancio. Milano : Franco Angeli, 2000. 236 str.
20. Fiale Aldo: Diritto delle Società. Napoli : Edizioni Giuridiche Simone, 1998. 400 str.
21. Gandolfo Giancarlo: International Economics II – International Monetary Theory and Open – Economy Macroeconomics. Second Edition. Berlin : Springer, 1995. 560 str.
22. Gandolfo Giancarlo: International Trade Theory and Policy. Berlin : Springer, 1998. 544 str.
23. Glas Miroslav et al.: Strategija MSP – Sistematična podpora sodelovanju med malimi in srednjimi podjetji v obmejni regiji med Slovenijo in Italijo. Ljubljana : Phare CBC Slovenia – Italy, 2000. 56 str.
24. Jaklič Andreja: Internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednimi naložbami v tujino. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 119 str.
25. Jaklič Andreja: The impact of firms' factor endowment on the cration of multinational enterprises. Doktorska disertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2004. 193 str.
26. Jaklič Andreja, Svetličič Marjan: Izhodna internacionalizacija in slovenske multinacionalke. Ljubljana : Falulteta za družbene vede, 2005. 162 str.
27. Kenda Vladimir, Bobek Vito: Osnove mednarodnih ekonomskih odnosov. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakultera, 2003. 355 str.
28. Koražija Nataša: Tuje naložbe, toliko kot jih potrebujemo. Gospodarski Vestnik, Ljubljana : 2002, 2, str. 28.
29. Kumar Andrej: Mednarodna ekonomika. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1999. 258. str.
30. Lenassi Nives, Paolucci Sandro: L'italiano per le relazioni commerciali. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 232 str.
31. Lokar Alessio et al.: Creazione di piccole imprese in aree passive della Slovenia dedicate alla lavorazione del legno per produttori di mobili Sloveni ed Italiani. Udine : Università Udinese, 1999. 145 str.
32. Mariotti Sergio, Mutinelli Marco: Italia Multinazionale 2005. Roma : Istituto nazionale per il Commercio Estero, 2005. 81. str.
33. Mariotti Sergio, Mutinelli Marco: L'intrnazionalizzazione della produzione: un confronto tra Italia e principali paesi industrializzati. Milano : Il Sole 24 Ore, 2002, 132 str.
34. Meyer Klaus: Direct Investment in Economies in Transition. Cheltenham, London : Edward Elgar, 2004. 308 str.
35. Milost Franko: Ustanavljanje in poslovanje mešanih podjetij doma in v svetu. Ljubljana : Zveza društev računovodskih in finančnih delavcev Slovenije, 1992. 222 str.

36. Mrak Mojmir: Mednarodne finance. Ljubljana : GV Založba, 2002. 680 str.
37. Pearce A. John, Robinson B. Richard: Strategic Management. Boston : McGraw-Hill Irwin, 2005. 392 str.
38. Perič Boris: Upravljanje delniških družb v Italiji. Gorica : Združenje Manager, 2004. 7 str.
39. Ricky W. Griffin, Michael W. Pustay: International Business. New York : Addison – Wesley, 1999, 436. str.
40. Rojec Matija: Neposredne tuje investicije v Slovenijo. Ljubljana : Urad RS za makroekonomske analize in razvoj, 2000. 55 str.
41. Rojec Matija: Tuje investicije v slovenski razvoj. Ljubljana : Znanstveno in publicistično središče, 2004. 284 str.
42. Salvatore Dominick: International Economics. Fifth Edition. New York : Prentice Hall International, Inc., 1995. 778 str.
43. Senjur Marjan: Makroekonomija majhnega odprtega gospodarstva. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 1995. 502 str.
44. Svetličič Marjan, Rojec Matija: Facilitating Transition by Internationalization. Aldershot : Ashgate Publishing Limited, 2003. 273 str.
45. Svetličič Marjan: Svetovno podjetje: izzivi mednarodne proizvodnje. Ljubljana : znanstveno in publicistično središče, 1996. 426 str.
46. Svetličič Marjan: Zlate mreže transnacionalnih podjetij. Ljubljana : Delavska enotnost, 1985. 465 str.
47. Stoppelli Pasquale et. al.: Il grande dizionario Garzanti della lingua Italiana. Milano : Garzanti Editore, 1993. 2302 str.
48. Transition Newsletter 1999: Foreign direct investment - New trends in transition countries. Washington DC : World Bank, 1999. 329 str.
49. Udovič Boštjan: Nove teorije mednarodne menjave in majhne države. Diplomsko delo. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2004. 147 str.
50. Vrech Paola, Poslovati z Evropo – Italija. Ljubljana : Center marketing international, 1995. 197 str.
51. Walther Ted: The World Economy. New York : John Wiley & Sons, 1997. 419 str.
52. Zajc Kejžar Katja: Effects of foreign direct investment on industry structure: A host-country perspective. Doktorska disertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2006. 206 str.
53. Zidarič Bojan, Poslovati z Italijo. Ljubljana : Center za mednarodno sodelovanje in razvoj, 1994. 314 str.

VIRI

1. Agencija RS za gospodarsko promocijo Slovenije in tuje investicije: Raziskava podjetij s tujim in mešanim kapitalom 2004, 38 str.
2. Banka Slovenije, Finančni podatki, Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po državah [URL: <http://www.bsi.si/iskalniki/pregled-financnih-podatkov-vsebina.asp?Vsebinald=726&Mapald=138>], 5.11.2006.
3. Banka Slovenije, Finančni podatki, Neposredne naložbe tujcev v Sloveniji po dejavnostih [URL: <http://www.bsi.si/iskalniki/pregled-financnih-podatkov-vsebina.asp?Vsebinald=812&Mapald=138>], 5.11.2006.
4. Baza podatkov IPIS, CD-ROM, junij 2006
5. Bilten Banke Slovenije, 1(2007), 1, [URL: <http://www.bsi.si/iskalniki/bilteni.asp?Mapald=229>], 8.2.2007.
6. Country Report Januar 2005 Italy. London : The Economist Intelligence Unit, 2005. 60 str.
7. Country Report June 2005 Slovenia. London : The Economist Intelligence Unit, 2005. 35 str.
8. Guida degli Investimenti in Slovenia. [URL: <http://vega.ice.it/db/gi/guide/web/slovenia.nsf/WebIntro1?openForm>], 18.2.2007.
9. Italia Multinazionale 2005 [URL: http://www.ice.gov.it/editoria/Ita_Multinaz_2005_Mariotti_Mutinelli.pdf], 12.4.2007.
10. IMD - International Institute for Management Development. [URL: <http://www.imd.ch/research/publications/wcy/upload/Overall%202006.pdf>], 12.4.2007.
11. Interni podatki Gospodarske zbornice Slovenije.
12. Interni podatki italijanskega inštituta za zunanjo trgovino – Ljubljana : 2007.
13. Interni podatki italijanskega inštituta za zunanjo trgovino – Rim : 2007.
14. Invest Slovenia. [URL: <http://www.investslovenia.org>], 18.4.2007.
15. ISTAT – Istituto nazionale di statistica. [URL: http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20050708_00/], 18.4.2007.
16. JAPTI – Javna agencija Republike Slovenije za podjetništvo in tuje investicije. [URL: <http://www.japti.si>], 30.4.2007.
17. L'amministrazione ed il controllo. [URL: <http://www.studiamo.it/riforma-diritto-societario/amministrazione-controllo.html>], 28.02.2006.
18. La società per azioni. [URL: <http://www.studiamo.it/riforma-diritto-societario/societ%E0-per-azioni.html>], 28.02.2006.
19. Lastna raziskava z analizami. Ljubljana : 2007.

20. Neposredne naložbe 2002-2003. Ljubljana : Banka Slovenije, 2004. 98 str.
21. Neposredne naložbe 2004. Ljubljana : Banka Slovenije, 2005. 92 str.
22. Neposredne naložbe 2005. Ljubljana : Banka Slovenije, 2007a. 88 str.
23. Program vlade RS za spodbujanje tujih neposrednih investicij 2004-2006. Ljubljana : 2004. 45 str.
24. Rapporto ICE – 2000-2004, L'Italia nell'Economia Internazionale. Rim : Sistema Statistico Nazionale, 2001. 712 str.
25. Raziskava italijanskega inštituta za zunanjo trgovino. Ljubljana : 2001.
26. Statistični urad Republike Slovenije, Banka statističnih podatkov [<http://bsp1h.gov.si/D2300.kom/komstart.html>], 23.04.2007.
27. Statistični urad Republike Slovenije, Statistične regije, njim pripadajoče občine in njihova površina [http://www.stat.si/letopis/index_vsebina.asppoglavje=30&leto=2006&jezik=s], 11.4. 2006.
28. UNCTAD, World Investment Report, United Nations, Ženeva, različni letniki. [<http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=1465>], 10.4.2007.
29. Urad Vlade RS za makroekonomske analize in razvoj [URL: <http://www.gov.si/zmar>], 20.03.2006.

5 PRILOGE

SEZNAM TUJIH IZRAZOV IN ODGOVARJAJOČI SLOVENSKI PREVOD

Acquisition	nakup
Equity joint venture	družbeniška skupna vlaganja
Escape investment	ubežne naložbe
Foreign direct investment	neposredne tuje naložbe
International Monetary Found - IMF	Mednarodni denarni sklad - MDS
Istituto nazionale di statistica	Državni statistični urad
Joint venture	skupna vlaganja
Ministero del Commercio Internazionale	Ministrstvo za mednarodno trgovino
Ministero delle Attività produttive	Ministrstvo za produktivne dejavnosti
Organization for European Cooperation and Development	Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
Passive investment	pasivne naložbe
Permanent debt	trajni dolg
Know-how	znanje
Non-equity joint venture	pogodbena skupna vlaganja
»push« dejavniki	potisni dejavniki
»pull« dejavniki	vlečni dejavniki
Special Data Dissemination Standard	poseben standard Mednarodnega denarnega sklada o objavi podatkov
Support investment	podporne naložbe

Priloga 1: Vprašalnik



Ambasciata d'Italia
Snožniška 8, 1000 Ljubiana (Slovenia)
tel.: 386/1/4262 194-4262 320
fax: 386/1/4253 302
e-mail: ambjubiana@icel.net



Istituto nazionale per il Commercio Estero - ICE

VPRAŠALNIK - QUESTIONARIO

Izpolnjevanje vprašalnika bo zahtevalo največ 10 min vašega časa,
za kar se vam lepo zahvaljujemo.

*La compilazione di questo questionario Vi prenderà massimo 10
minuti del Vostro tempo, per cui Vi ringraziamo anticipatamente.*

Prosimo vas, da nam izpolnjen vprašalnik pošljete
po **faksu** na številko **01 4224375** (ICE Ljubljana)

ali

po **e-mailu** na naslov matjaz.zigon.lubiana@ice.it

ali

po **pošti** na naslov: **ICE, Cankarjeva 10, 1000 Ljubljana**

*Si prega di inviare il questionario compilato
al numero fax 01 4224375 (ICE Lubiana)*

oppure

all' indirizzo e-mail matjaz.zigon.lubiana@ice.it

oppure

via posta all'indirizzo: ICE, Cankarjeva 10, 1000 Ljubljana

OPISNI DEL - PARTE DESCRITTIVA

Ime podjetja (*Ragione Sociale*):

Naslov (*Indirizzo*):

Statistična regija (*Regione statistica*):

- | | | |
|---|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Osrednjeslovenska | <input type="checkbox"/> Savinjska | <input type="checkbox"/> Zasavska |
| <input type="checkbox"/> Spodnjeposavska | <input type="checkbox"/> Pomurska | <input type="checkbox"/> Podravska |
| <input type="checkbox"/> Jugo-vzhodna Slovenija | <input type="checkbox"/> Goriška | <input type="checkbox"/> Koroška |
| <input type="checkbox"/> Notranjsko-kraška | <input type="checkbox"/> Obalno-kraška | <input type="checkbox"/> Gorenjska |

Kontaktna oseba (*Persona di riferimento*):

Tel.

Fax:

E-mail:

www:

Dejavnost (*Attività*)

Število zaposlenih (*n. dipendenti*): Leto ustanovitve (*Anno fondazione*):

Št. poslovnih enot (*n. stabilimenti / punti vendita / filiali*):

Letni promet v € (*fatturato*): 2005: €

2004: € 2003: €

Delež italijanskega kapitala v vašem podjetju?

Quota di partecipazione da aziende italiane? %

Naziv in naslov italijanskega podjetja:

Nome ed indirizzo della società italiana rappresentata nel capitale sociale:

Leto začetne investicije (*Anno del primo investimento in Slovenia*):

Ali ima Vaše podjetje poleg italijanskega, delež katerega drugega tujega kapitala?
Alla formazione del capitale sociale partecipano anche altri partner stranieri?

Ne (*No*) Da (*Sì*) %

Na naslednja vprašanja odgovorite tako, da obkrožite eno od ocen:

1 – zelo se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – neodločen,
4 – se strinjam, 5- zelo se strinjam

Rispondete alle seguenti domande usando la graduatoria:

1 – non sono d'accordo per niente, 2 – non sono d'accordo, 3 – indeciso,
4 – sono d'accordo, 5- sono molto d'accordo

VSTOP NA TRG – ACCESSO AL MERCATO

Za dneposredno/e naložbo/e v Sloveniji smo se odločili zato, ...

Abbiamo deciso di investire in Slovenia, ...

1.	da bi povečali prodajo naših izdelkov/storitev. <i>per aumentare le vendite dei nostri prodotti/servizi.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2.	da bi pridobili nove kupce v Sloveniji. <i>per acquisire nuovi clienti in Slovenia</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3.	da bi lažje pridobili nove kupce v državah bivše Jugoslavije. <i>per facilitare l'acquisizione di nuovi clienti in paesi dell'ex YU.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4.	da bi lažje spremljali že obstoječe kupce. <i>per seguire meglio i clienti esistenti.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5.	da bi zmanjšali transportne stroške. <i>per ridurre i costi di trasporto.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6.	da bi zmanjšali proizvodne stroške. <i>per ridurre i costi della produzione.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7.	da bi vzpostavili in prilagodili naše proizvode/storitve potrebam klientov/kupcev v Sloveniji. <i>per progettare ed adattare i nostri prodotti/servizi alle esigenze dei clienti/consumatori sloveni.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8.	da bi izkoristili našo konkurenčno prednost, ki temelji na nizki ceni. <i>per sfruttare il nostro vantaggio competitivo basato su bassi prezzi.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9.	da bi izkoristili našo konkurenčno prednost, ki temelji na visoki kakovosti naših proizvodov/storitev. <i>per sfruttare il nostro vantaggio competitivo basato sull'alta qualità dei nostri prodotti/servizi.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10.	da bi izkoristili državno pomoč za naložbe v tujini s strani Italije. <i>per sfruttare la possibilità degli incentivi governativi italiani per gli investimenti all'estero.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
11.	da bi izkoristili državno pomoč Slovenije za tuje neposredne naložbe. <i>per sfruttare la possibilità degli incentivi governativi sloveni per gli investimenti diretti in Slovenia.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

RAZPOLOŽLJIVI VIRI – ACCESSO ALLE RISORSE DIPONIBILI

V Sloveniji je dober dostop do...

In Slovenia c'è un buon accesso ...

12.	visokih tehnologij, raziskav in razvoja, patentov/know-how-a. <i>alle tecnologie all'avanguardia e ricerca e sviluppo, brevetti /know-how.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
13.	usposobljene tehnične/vodstvene delovne sile v naši dejavnosti. <i>a competenze tecniche/manageriali specifiche del nostro settore.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
14.	izobraževanja in strokovnega izpopolnjevanja zaposlenih. <i>alla formazione e corsi di aggiornamento per i dipendenti.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
15.	surovin, polproizvodov in dobaviteljev. <i>a risorse primarie, semilavorati e subfornitori.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
16.	ustrezne infrastrukture (industrijske cone za proizvodne objekte, telekomunikacije, itd.). <i>infrastrutture generali (zone industriali per creare degli stabilimenti produttivi, telecomunicazioni, ecc.).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
17.	prometnih povezav (cestni, železniški in letalski prevoz). <i>alle infrastrutture dei trasporti (stradali, ferroviari, aerei).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
18.	učinkovitega bančnega sistema. <i>al sistema bancario efficace.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
19.	učinkovitega sistema zavarovanja izvoznih terjatev (SID). <i>al sistema di assicurazione dei crediti all'estero (SID).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
20.	pravosodnega sistema, ki je stabilen, jasev in učinkovit. <i>al sistema giuridico (stabile, chiaro ed efficace).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
21.	medijev (časopisje, TV, radio, ...). <i>ai mezzi di comunicazione (stampa, TV, radio,...).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
22.	revij specializiranih v naši dejavnosti. <i>alle riviste specializzate del nostro settore.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
23.	javnih razpisov. <i>alle gare pubbliche.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
24.	JAPTI-ja (Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije). <i>all'Ente governativo sloveno JAPTI (Agenzia della Repubblica di Slovenia per imprenditoria ed investimenti esteri- ex TIPO).</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
25.	ministrstev, v primeru reševanja morebitnih problemov. <i>ai ministeri, nel caso di eventuali problemi.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
26.	do lokalnih oblasti, v primeru reševanja morebitnih problemov. <i>alle autorità locali, nel caso di eventuali problemi.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
27.	do Veleposlaništva Republike Italije v Ljubljani. <i>all'Ambasciata d'Italia a Lubiana.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
28.	do Italijanskega inštituta za zunanjo trgovino – ICE v Ljubljani. <i>all'Istituto nazionale per il Commercio Estero – ICE Lubiana.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Na naslednja vprašanja odgovorite tako, da obkrožite eno od ocen:

1 – zelo se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 – neodločen,
4 – se strinjam, 5- zelo se strinjam

Rispondete alle seguenti domande usando la graduatoria:

1 – non sono d'accordo per niente, 2 – non sono d'accordo, 3 – indeciso,
4 – sono d'accordo, 5- sono molto d'accordo

STANJE NALOŽBE – STATO DI INVESTIMENTO

29.	Z naložbo smo izpolnili cilj, ki smo si ga zastavili ob kapitalskem vstopu v Slovenijo. <i>Con l'investimento sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati al momento dell'investimento.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
30.	Naložbo v Sloveniji nameravamo povečati. <i>Abbiamo l'intenzione di aumentare il valore del nostro investimento in Slovenia.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
31.	V Sloveniji načrtujemo nove naložbe v drugih dejavnostih. <i>Abbiamo l'intenzione di aumentare il valore degli investimenti in Slovenia in altri settori.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
32.	Naložba v Sloveniji nam je omogočila hitrejši prodor na druge trge bivše Jugoslavije. <i>L'investimento in Slovenia ci ha aiutati a raggiungere con più facilità gli altri mercati dell'ex Jugoslavia.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
33.	Naša dejavnost je usmerjena v proizvodnjo / storitve, ki zahtevajo uporabo visoke tehnologije. <i>La nostra attività è orientata alla produzione / ai servizi che richiedono l'uso di tecnologie avanzate.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
34.	Naša dejavnost je usmerjena v proizvodnjo / storitve, ki zahteva visoko usposobljeno delovno silo. <i>La nostra attività è orientata alla produzione / ai servizi che richiedono il personale qualificato.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
35.	Naša dejavnost je usmerjena v proizvodnjo / storitve, ki ustvarjajo visoko dodano vrednost. <i>La nostra attività è orientata alla produzione / ai servizi che creano un alto valore aggiunto.</i>	1 2 3 4 5 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

36.	V % od ustvarjene letnega prometa vlaga naše podjetje v raziskave in razvoj: <i>In % del fatturato annuo la nostra azienda investe nella ricerca e sviluppo:</i>	<input type="checkbox"/> do 1% <i>fino all'1%</i>
		<input type="checkbox"/> 1 – 2% <i>dall'1 al 2%</i>
		<input type="checkbox"/> 2 – 3% <i>dal 2 al 3%</i>
		<input type="checkbox"/> več kot 3% <i>più del 3%</i>

PARTE DESCRITTIVA - OPISNI DEL

Vaši morebitni komentarji (problematike, ...):

Vostri eventuali commenti (problematiche, ...):

Ali nam dovolite uporabo navedenih informacij za obdelavo podatkov in rezultatov raziskave v neprofitne namene?

Ci autorizza ad utilizzare i dati da Lei indicati, nell'elaborazione e pubblicazione della ricerca senza scopo di lucro?

Da (Sì)

Ne (No)

Datum (Data)

Podpis (Firma)

Hvala za sodelovanje!
Grazie per la Vostra collaborazione!

Priloga 2: Spremnopismo v slovenskem jeziku

Sede centrale:
Via Liszt, 21
00144 ROMA
C. Fisc. 80069170589
P.IVA 02120151002
e-mail: ice@ice.it
<http://www.ice.gov.it>

Ufficio di Lubiana:
Cankarjeva, 10
1000 Lubiana – Slovenia
tel. +386.1.4224370
fax +386.1.4224375
e-mail: lubiana.lubiana@ice.it
<http://www.ice.gov.it/estero2/lubiana>
<http://www.italtrade.com>



Istituto nazionale per il Commercio Estero
Sezione per la promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia
Italijanski inštitut za zunanjo trgovino
Oddelek Veleposlaništva Republike Italije za gospodarsko promocijo

31/05/2006
P092200601434
Ns.rif.: Matjaž Žigon

**VSEM SLOVENSKIM
PODJETJEM Z ITALIJANSKIM
KAPITALOM**

Spoštovani,

vaš naslov smo pridobili iz registra slovenskih podjetij, ki v strukturi lastniškega kapitala izkazujejo italijanski kapital.

Naš Inštitut želi osvežiti podatke o podjetjih z italijanskim kapitalom v Sloveniji in zelo bi vam bili hvaležni, če bi si vzeli deset minut vašega časa ter izpolnili priložen vprašalnik.

Pomembno se nam zdi, da izvemo vaše mnenje o razlogih, ki so vas privedli do odločitve za naložbo v Sloveniji in da pridobimo vaše mnenje o podpori italijanskih vladnih ustanov v Sloveniji. Prepričani smo, da nam bodo vaše pripombe pomagale pri izboljšanju izvrševanja naših nalog.

Z lepimi pozdravi.

Direktor Italijanskega inštituta za zunanjo trgovino – Urad ICE v Ljubljani
Ataše za gospodarsko promocijo pri Veleposlaništvu Republike Italije
Florindo C.D. Blandolino



Priloga 3: Spremno pismo v italijanskem jeziku

Sede centrale:
Via Liszt, 21
00144 ROMA
C. Fisc. 80069170589
P.IVA 02120151002
e-mail: ice@ice.it
<http://www.ice.gov.it>

Ufficio di Lubiana:
Cankarjeva, 10
1000 Lubiana – Slovenia
tel. +386.1.4224370
fax +386.1.4224375
e-mail: lubiana.lubiana@ice.it
<http://www.ice.gov.it/estero2/lubiana>
<http://www.italtrade.com>



Istituto nazionale per il Commercio Estero
Sezione per la promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia
Italijanski inštitut za zunanjo trgovino
Oddelek Veleposlaništva Republike Italije za gospodarsko promocijo

31/05/2006
P092200601434
Ns.rif.: Matjaž Žigon

**A TUTTE LE AZIENDE SLOVENE
CON CAPITALE ITALIANO**

Gentili signori,

abbiamo avuto i Vostri riferimenti dal registro delle imprese slovene che registrano, nella loro struttura societaria, la partecipazione di capitale italiano.

Il nostro Istituto vorrebbe aggiornare i dati sulle aziende italiane in Slovenia, e Vi saremmo perciò estremamente grati se poteste dedicare dieci minuti del Vostro tempo alla compilazione del questionario allegato.

Consideriamo importante, inoltre, conoscere la Vostra opinione sulle ragioni che Vi hanno portato ad investire in Slovenia, e sul livello dei servizi offerti dalle istituzioni italiane in loco; siamo certi che le Vostre osservazioni ci aiuteranno a svolgere sempre meglio i nostri compiti istituzionali.

Con i nostri più cordiali saluti,

Il Direttore dell'Ufficio ICE di Lubiana
Addetto per la promozione degli Scambi dell'Ambasciata d'Italia
Florindo C.D. Blandolino



Priloga 4: Razporeditev občin v Sloveniji po statističnih regijah

Osrednjeslovenska statistična regija zajema občine: *Borovnica, Brezovica, Dobrepolje, Dobrova – Polhov Gradec, Dol pri Ljubljani, Domžale, Grosuplje, Horjul, Ig, Ivančna Gorica, Kamnik, Litija, Logatec, Lukovica, Medvode, Mengeš, Moravče, Škofljica, Šmartno pri Litiji, Trzin, Velike Lašče, Vodice in Vrhnika.*

Spodnjeposavska statistična regija zajema občine: *Brežice, Krško in Sevnica.*
Jugovzhodna statistična regija zajema občine: *Črnomelj, Dolenjske Toplice, Kočevje, Kostel, Loški Potok, Metlika, Mirna Peč, Novo mesto, Osilnica, Ribnica, Semič, Sodražica, Šentjernej, Škocjan, Trebnje in Žužemberk.*

Notranjskokraška statistična regija zajema občine: *Bloke, Cerknica, Ilirska Bistrica, Loška dolina, Pivka in Postojna.*

Savinjska statistična regija zajema občine: *Bistrica ob Sotli, Braslovče, Celje, Dobje, Dobrna, Gornji Grad, Kozje, Laško, Ljubno, Luče, Mozirje, Nazarje, Podčetrtek, Polzela, Prebold, Radeče, Rogaška Slatina, Rogatec, Slovenske Konjice, Solčava, Šentjur pri Celju, Šmarje pri Jelšah, Šmartno o Paki, Šoštanj, Štore, Tabor, Velenje, Vitanje, Vojnik, Vransko, Zreče in Žalec.*

Pomurska statistična regija zajema občine: *Beltinci, Cankova, Črenšovci, Dobrovnik, Gornja Radgona, Gornji Petrovci, Grad, Hodoš, Kobilje, Križevci, Kuzma, Lendava, Ljutomer, Moravske Toplice, Murska Sobota, Odranci, Puconci, Radenci, Razkrižje, Rogašovci, Sveti Jurij, Šalovci, Tišina, Turnišče, Velika Polana in Veržej.*

Goriška statistična regija zajema občine: *Ajdovščina, Bovec, Brda, Cerkno, Idrija, Kanal, Kobarid, Miren – Kostanjevica, Nova Gorica, Šempeter – Vrtojba, Tolmin in Vipava.*

Obalnokraška statistična regija zajema občine: *Divača, Hrpelje – Kozina, Izola, Komen, Koper, Piran in Sežana.*

Zasavska statistična regija zajema občine: *Hrastnik, Trbovlje in Zagorje ob Savi.*
Podravska statistična regija zajema občine: *Benedikt, Cerkvenjak, Destrnik, Dornava, Duplek, Gorišnica, Hajdina, Hoče – Slivnica, Juršinci, Kidričevo, Kungota, Lenart, Lovrenc na Pohorju, Majšperk, Maribor, Makovci, Miklavž na Dravskem polju, Oplotnica, Ormož, Pesnica, Podlehnik, Ptuj, Rače – Fram, Ruše Selnica ob Dravi, Slovenska Bistrica, Starše, Sveta Ana, Sveti Andraž v Slovenskih goricah, Šentilj, Trnovska vas, Videm, Zavrč in Žetale.*

Koroška statistična regija zajema občine: *Črna na Koroškem, Dravograd, Mežica in Mislinja*

Gorenjska statistična regija zajema občine: *Bled, Bohinj, Cerklje na Gorenjskem, Gorenja vas – Poljane, Jesenice, Jezersko, Kranj, Kranjska Gora, Naklo in Preddvor.*