

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**TRIMOV TEHNOLOŠKI PARK VYAZNIKI –
POSPEŠEVALEC VSTOPANJA SLOVENSКИH PODJETIJ
NA RUSKI TRG**

Ljubljana, januar 2008

JURE SLUGA

IZJAVA

Študent Jure Sluga izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Tanje Dmitrović, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 8. 1. 2008

Podpis:

KAZALO

1. UVOD	1
2. VSTOPANJE PODJETIJ NA TUJE TRGE	2
2.1. Internacionalizacija	2
2.2. Dejavniki, ki vplivajo na obliko vstopa	2
2.3. Načini in oblike internacionalizacije	4
2.4. Motivi za neposredne naložbe v tujini	5
3. ANALIZA OKOLJA RUSIJE	6
3.1. Analiza ekonomskega okolja Rusije	6
3.1.1. Pregled gospodarskih kazalcev	7
3.1.2. Zunanja trgovina in plačilna bilanca, tuje naložbe v Rusiji	8
3.2. Analiza pravnega okolja Rusije	9
3.2.1. Ruska administracija	10
3.2.2. Strukturne reforme	10
3.2.3. Davčni sistem	11
3.2.4. Carinski režim v Rusiji	12
3.3. Socialno in kulturno okolje Rusije	13
4. BILATERALNI EKONOMSKI ODNOSI RUSIJE IN SLOVENIJE	14
4.1. Državni sporazumi med Republiko Slovenijo in Rusko federacijo	14
4.2. Blagovna menjava med državama	15
4.3. Kapitalski tokovi med Slovenijo in Rusijo	18
4.3.1. Finančne naložbe in neposredne tuje investicije	18
4.3.2. Razlogi za naložbe na trgu Ruske federacije	20
5. EMPIRIČNA RAZISKAVA	21
5.1. Vzorec in pridobivanje podatkov	21
5.2. Načrtovane naložbe	23
5.3. Dejavniki, ki odvrtačajo od naložbenega vstopa	25
5.4. Spodbude k investicijskemu vstopu	26
5.5. Razlogi za poslovanje	27
6. PROBLEMI, S KATERIMI SE SREČUJEJO SLOVENSKA PODJETJA NA RUSKEM TRGU	28
7. TRIMO, D. D., IN TEHNOLOŠKI PARK VYAZNIKI	29
7.1. Predstavitev podjetja Trimo, d. d.	29
7.2. Trimove izkušnje v Rusiji	29
7.3. Tehnološki park Vyazniki	30
7.4. Utemeljitev poimenovanja »tehnološki« park	31
7.5. Primerjava z ostalimi parki po svetu	32
7.6. Prednosti za slovenska podjetja	33
8. SKLEP	34

<i>LITERATURA</i>	<hr/>	<i>37</i>
<i>VIRI</i>	<hr/>	<i>38</i>
<i>PRILOGE</i>	<hr/>	<i>1</i>

1. UVOD

Želja po povečevanju dobička sili podjetja onkraj nacionalnih meja, v svet mednarodnega poslovanja. Žal je v Sloveniji, ki je kot majhna država bolj odvisna od izvoza kot velike države, še vedno premalo podjetij, ki z internacionalizacijo prestopajo naše meje.

Povod za nastanek mojega diplomskega dela je bila novica podjetja Trimo, d.d., o gradnji tehnološkega parka v Ruski federaciji. Mojo pozornost je še posebej pritegnil skupek (paket) storitev, ki jih bo nudil park – od projektiranja do urejanja dokumentacije z lokalnimi organi, izvedbe objekta, svetovanja pri izboru kadra ter svetovanja v začetni fazi poslovanja. Trimova ideja o “trženju” lastnega znanja (poznavanja ruskega trga) se mi zdi sila zanimiva, saj bodo s svojo kompletno storitvijo, t. i. storitvijo “na ključ”, vplivali na mnoga slovenska izvozna podjetja, ki se jim naložbena dejavnost na ruskem trgu zdi mamljiva, a (zaenkrat) tako zelo zahtevna za izvedbo.

Namen tega dela je raziskati problematiko slovenskih izvoznikov na trg Ruske federacije in ugotoviti vzroke za tako maloštevilne investicije na ta trg. Moja anketna raziskava bo prikazala načrtovane oblike naložb do leta 2010, dejavnike, ki odvrtaajo od vstopa na ruski trg, dejavnike, ki vzpodbujajo k investicijskemu vstopu, razloge za sedanje in prihodnje sodelovanje na ruskem trgu in pomembnost posameznih storitev, ki jih bo nudil tehnološki park Vyazniki.

S primerjavo lastnih izsledkov in izsledkov raziskave, izvedene v letu 2002, želim preučiti spremembe, ki so od omenjenega leta nastale na področju tujih investicij na ruski trg.

Moj namen je preveriti sledeče hipoteze:

- ✓ zainteresiranost za investicijski vstop je premosorazmerna velikosti podjetja;
- ✓ slovenska podjetja od investicijskega vstopa odvrtaa predvsem kompleksno pravno-zakonodajno okolje in velike davčne obremenitve;
- ✓ velik potencial rasti prodaje je še vedno glavni razlog za poslovanje na ruskem trgu.

Konec koncev bi rad tudi dokazal, da bo podjetje Trimo, d. d., s tehnološkim parkom Vyazniki pripomoglo k lažjemu vstopu in poslovanju slovenskih podjetij na ruskem trgu.

Naslednje poglavje govori o vstopanju podjetij na tuje trge, zatem sledi predstavitev ekonomskega, pravnega ter družbenega okolje Rusije, v četrtem poglavju pa poglobljen pregled ekonomskih odnosov Rusije in Slovenije. Peto poglavje je namenjeno izsledkom lastne empirične raziskave med slovenskimi izvozniki na ruski trg, v šestem poglavju pa nadaljujem s strnjnim pregledom problemov, s katerimi se srečujejo naša podjetja na omenjenem trgu. Poglavje pred sklepno besedo predstavlja podjetje Trimo, d.d., ter tehnološki park Vyazniki.

2. VSTOPANJE PODJETIJ NA TUJE TRGE

2.1. Internacionalizacija

Internationalizacija je pojav, ki je deležen vse večje pozornosti številnih avtorjev v zadnjih desetletjih. Z liberalizacijo mednarodnega trgovanja in globalizacijo gospodarskega okolja in dejavnosti njena pomembnost vse bolj narašča. V takšnih pogojih je internacionalizacija podjetja nujna za njegovo preživetje.

Internationalizacija se v najširšem smislu nanaša na vse oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja (Trtnik, 2000, str. 7). Je dinamičen proces, kateremu nujno sledi sprememba stanja podjetja. Je postopen in dolgotrajen proces, vendar se je s pomočjo sodobne tehnologije in globalizacije bistveno pospešil. Vpliva na spremembe vizije, ciljev in strategij kot tudi organizacije same (Rajić, 2007, str. 1). V ožjem smislu je internacionalizacija pogosto opredeljena kot delovanje oziroma rast podjetja na tujih trgih s pomočjo neposrednih naložb v tujini, ki so običajno najprej usmerjene v ustanovitev prodajnih podružnic, z naraščanjem obsega prodaje na določenem trgu pa tudi v obliki proizvodnih podružnic. Internationalizacija naj bi se po tej opredelitvi pričela šele z neposrednimi naložbami v tujino (Svetličič, 1985, str. 50).

2.2. Dejavniki, ki vplivajo na obliko vstopa

Odločitev o izboru vstopne strategije na tuji trg je vsekakor zahtevna. V paleti možnih načinov in oblik vstopa na mednarodne trge je veliko takšnih, ki predstavljajo visoko stopnjo tveganja, zahtevajo obilo nadzora in fleksibilnosti vključevanja virov podjetja. Pri izbiri vstopne oblike in strategije vstopa je izjemno pomembna analiza vseh dejavnikov, ki vplivajo nanjo. Glavni kriterij izbora je pričakovani dobiček vstopa (Makovec Brenčič, Hrastelj, 2003, str. 141).

Na podjetje vpliva kompleksen splet dejavnikov izbora oblike vstopa na izbrani trg. Dejavnike lahko razdelimo na štiri skupine (Makovec Brenčič, Hrastelj, 2003, str. 141–143):

- notranji dejavniki (ključna je velikost podjetja in mednarodne izkušnje);
- zunanji dejavniki¹. Mednje sodijo: sociokulturne razlike med domačim in tujim trgom, stopnja tveganja v državi, velikost in rast trga, neposredne in posredne trgovinske omejitve, intenzivnost konkurence, dostopnost členov in oblik tržnih poti idr;
- značilnosti in posebnosti izbrane oblike vstopa (npr.: bolj ko je oblika vstopa zahtevna z vidika obsega investicije virov, večje je tudi tveganje, zato je pomembno, ali je management podjetja nagnjen k tveganju);

¹ Vseh zunanjih dejavnikov je seveda še veliko več. Zaradi preglednosti omenjam zgolj najpomembnejše.

- transakcijski dejavniki (gre za mehke, nevidne dejavnike kapitala, kot so znanje, posebnosti know-howa, specifične lastnosti zaposlenih človeških virov, ki omogočajo prednost pred konkurenti in s tem zagotavljajo trdnost in večjo varnost zahtevnejših oblik vstopa).

Tabela 1: Dejavniki odločitve podjetja o izboru oblike vstopa

DEJAVNIKI		VPLIV NA INTERNACIONALIZACIJO PODJETJA
Notranji dejavniki	Velikost podjetja	+
	Izkušnje v mednarodnem poslovanju	+
Zunanji dejavniki	Sociokulturne razlike med domačim in tujim trgom	–
	Deželno tveganje	–
	Obseg in stopnja rasti trga	+
	Posredne in neposredne trgovinske ovire	+
	Intenzivnost konkurence	–
	Majhno število posrednikov na vstopnem trgu	+
Želene značilnosti	Nagnjenost k tveganju	+
	Kontrola	+
	Fleksibilnost	–
Transakcijski dejavniki	Neotipljivi know-how	+
	Pogostost transakcij	+
	Posebnosti virov	+
	Tveganje	+
Izdelek	Kompleksnost izdelka	+
	Prednosti izdelčne diferenciacije	+

Vir: Hollensen, 2001, str. 236.

S Tabelo 1 je prikazana kompleksnost dejavnikov izbora oblike vstopa mednarodno delujočega podjetja na tuji trg. Vpliv določenega dejavnika na odločitev podjetja o obliki vstopa je na sliki označen s + oz. – in kaže pozitiven oziroma negativen vpliv na odločitev o zahtevnejših oblikah vstopa na tuji trg. Torej: dejavniki s pozitivnim vplivom spodbujajo podjetje k naložbenim oblikam vstopa, dejavniki z negativnim vplivom pa, ravno nasprotno, spodbujajo podjetje k enostavnejšim, npr. izvoznim oblikam vstopa (Hollensen, 2001, str. 236).

2.3. Načini in oblike internacionalizacije

Načine in oblike vstopa delimo v tri glavne skupine: izvozne, pogodbene, investicijske (naložbene). Vsaka od posameznih vstopnih oblik se od drugih razlikuje po stopnji tveganja, kontrole ter fleksibilnosti podjetja. Za izvozne oblike je značilna nizka stopnja nadzora, majhno tveganje ter visoka fleksibilnost, medtem ko investicijske oblike omogočajo visoko stopnjo nadzora pri visokem tveganju in manjši fleksibilnosti podjetja.

Izmed vseh možnih oblik vstopa se bom osredotočil zgolj na investicijske, med katere spadajo: prodajni predstavnik, prodajne podružnice, lastne prodajne/proizvodne enote na tujem, sestavljalnice, skladišča, regionalni centri in investicije od začetka, ki veljajo za najzahtevnejše (Makovec Brenčič, Hrastelj, 2003, str. 172). Mednarodno delujoče podjetje ima glede neposrednih naložb več možnosti: ustanovitev novega podjetja v tujini, razširitev obstoječih enot v tujini, prevzem obstoječega podjetja ali združitev z že obstoječim podjetjem (Trtnik, 2000, str. 17).

Kot že omenjeno, investicijski vstop na trg podjetju omogoča lastništvo in s tem visoko stopnjo nadzora, hkrati pa predstavlja visoko stopnjo tveganja za naložbene vire podjetja. Takšna oblika vstopa je tudi zelo zavezujoča, saj jo je zelo težko spremeniti, po tem ko je naložba izvedena. V takšnem primeru je fleksibilnost spremembe oblike vstopa izjemno majhna (Makovec Brenčič, Hrastelj, 2003, str. 138). Kljub sami zahtevnosti naložbenega vstopa se podjetja vse več odločajo za tak način nastopanja na tujih trgih.²

Res je, da v praksi prevladuje postopen model internacionalizacije, kar pomeni, da podjetja sprva uporabljajo preproste oblike (izvoz, pogodbene oblike), šele kasneje pa se odločajo za bolj poglobljene oblike kapitalskega sodelovanja, kot so npr. neposredne naložbe v tujino. To pa vsekakor ni edini možni vzorec internacionalizacije. Majhna podjetja, na primer, iz domače faze kaj hitro preskočijo na mednarodno delovanje, ali pa že takoj delujejo doma in v svetu, ali celo samo v svetu (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 133, 134).

Empirične študije kažejo, da mlajša podjetja, ki so npr. nastala v zadnjih desetih ali petih letih, začnejo z internacionalizacijo bistveno hitreje kot starejša in tudi hitreje, kot so se podjetja internacionalizirala nekdanj. Med njimi je veliko takih, ki se internacionalizirajo že v prvem letu obstoja. Naraščanje števila takih podjetij gre pripisati predvsem spremembam na mednarodnih trgih, tehnološkemu razvoju proizvodnje, prometa in komunikacij ter večjemu znanju in mednarodnim izkušnjam človeških virov. V takih pogojih so neposredne naložbe v tujino vse pomembnejši način internacionalizacije in najhitrejši način rasti (Trtnik, 2000, str. 12).

² V letu 1999 je anketa med največjimi slovenskimi izvozniki in najhitreje rastočimi podjetji pokazala, da jih namerava kar 53 odstotkov nadaljevati izhodno internacionalizacijo in investirati v tujino v prihodnjih treh letih (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 47).

2.4. Motivi za neposredne naložbe v tujini

Temeljni motiv za neposredne naložbe v tujini je dolgoročno maksimiranje uspešnosti (učinkovitosti) podjetja. Investitorji želijo zaradi višjih stopenj rasti, boljših dolgoročnih možnosti, boljše infrastrukture v tujini doseči večje donose. Maksimiranje profitov kot motiv za neposredne naložbe natančneje opisuje teorija tržnih nepopolnosti, po kateri imajo podjetja, ki investirajo, monopolne prednosti in so motivirana, da jih izrabijo tudi v tujini. Poleg donosov je pomembno tudi samo tveganje le-teh. Po teoriji portfolio investicij diverzifikacija naložb zmanjša tveganje donosov. Multinacionalno podjetje z neposrednimi naložbami v tujino poveča stabilnost prodaje, odpornost proti šokom (spremembe deviznega tečaja, gospodarski cikli) in posledično zmanjša negotovost donosov v primerjavi s podjetjem, ki posluje le v enem gospodarstvu. Večji oziroma bolj stabilni donosi omogočajo podjetju večjo ali hitrejšo rast, ki je pomembna spodbuda za neposredne naložbe v tujini (Trtnik, 2000, str. 23–24).

Nadaljnjo razlago in razčlenitev motivov za neposredne naložbe v tujini ponuja veliko avtorjev. Odločitev za internacionalizacijo je lahko posledica ofenzivnega (agresivnega) ali defenzivnega vedenja podjetij.³ Po tej členitvi so agresivne/ofenzivne naložbe tiste, s katerimi podjetje aktivno oblikuje globalne interese podjetja in tržni položaj, defenzivne pa tiste, ki so nastale kot reakcija na investicije konkurentov in so usmerjene v zaščito položaja na trgu (Dunning, 1993, str. 56–59).

Ob nadaljnji členitvi Dunning razlikuje štiri glavne skupine motivov tujih neposrednih investicij (Dunning, 1993, str. 56–63):

1. iskanje virov (»resource seeking«),
2. iskanje trgov (»market seeking«),
3. povečevanje učinkovitosti (»efficiency seeking«) in
4. strateški razlogi (»strategic asset seeking«).

Omenjene skupine motivov so oblikovane glede na zgodovinski razvoj, prav tako pa si pogosto sledijo v razvoju posameznega podjetja, ki se postopoma širi prek nacionalnih meja. Motivi se tako spreminjajo z izkušnjami in razvitostjo podjetja. Na začetku podjetja večinoma investirajo v drugih državah z namenom pridobivanja virov ali pridobivanja trgov, z naraščanjem stopnje internacionalizacije pa investicije v tujini uporabljajo tudi za izboljšanje učinkovitosti in konkurenčnosti in drugih strateških ciljev (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 79–80).

Po prejšnji členitvi je kot iskanje virov (»resource seeking«) mišljeno iskanje fizičnih virov, poceni in/ali izobražene delovne sile, tehnologije, managerskih, trženjskih ali organizacijskih znanj in veščin. Motiv iskanja virov lahko poimenujemo tudi iskanje ponudbe. Razlogi za iskanje trgov (imenovano tudi iskanje povpraševanja) ali »market seeking« so npr. nižji

³ Podjetja, ki se vedejo ofenzivno, so naravnana na strateške spremembe, defenzivno vedenje pa je odzivanje na spremembe v okolju (npr. odzivanje na vedenje in dejanja tekmecev).

proizvodni in transakcijski stroški v primerjavi z oskrbovanjem z izvozom, prepričanje podjetij, da morajo biti prisotna na vodilnih svetovnih trgih, idr. Namen neposrednih naložb za povečevanje učinkovitosti («efficiency seeking») je izkoristiti prednosti različnega obilja proizvodnih dejavnikov v različnih okoljih, prednosti različnih kultur, ekonomskih sistemov itd. Gre za doseganje koristi zaradi ekonomije obsega ter ekonomije skupne proizvodnje in razdelitve (ekonomije sinergije). Strateški motivi («strategic asset seeking») so značilni za podjetja, ki zasledujejo predvsem dolgoročne strateške cilje, še posebej ohranjanje in krepitev mednarodne konkurenčnosti. Bolj kot izkoriščanje specifičnih stroškovnih ali tržnih prednosti so strateški razlogi povezani s povečevanjem premoženja in diverzifikacijo dejavnosti, kar krepi konkurenčni položaj in zmanjšuje negotovost poslovanja podjetja (Trtnik, 2000, str. 24–29).

Motivi, ki spodbujajo podjetja k internacionalizaciji, so torej številni, prav tako pa so vse številčnejša tudi podjetja, ki svojo dejavnost širijo v tujino. Za slovenska podjetja je eden izmed perspektivnih tujih trgov tudi ruski, ki predvsem zaradi svoje velikosti privablja vse več neposrednih tujih investicij.

3. ANALIZA OKOLJA RUSIJE

3.1. Analiza ekonomskega okolja Rusije

V devetdesetih letih prejšnjega stoletja je rusko gospodarstvo utrpelo veliko pretresov pri tranziciji iz centralnoplanskega v tržni sistem. Problemi pri uvajanju fiskalnih reform so vodili v resno finančno krizo leta 1998. V letih, ki so sledila, je Rusija beležila krepko gospodarsko rast kot posledico ugodnih cen proizvodov in vse večje politične in makroekonomske stabilnosti (Russia Country Review, 2007, str. 89).

Z uvajanjem strukturnih reform želi ruska vlada preoblikovati gospodarstvo v tržno. V zadnjem desetletju je zasledovala predvsem naslednje makroekonomske cilje: liberalizacija cen, makroekonomska stabilizacija in integracija s svetovnim gospodarstvom. “Spremembe na mikroravni so počasnejše zaradi bojazni pred hujšimi socialnimi in političnimi posledicami. Za dolgoročno gospodarsko rast bo Rusija potrebovala diverzifikacijo proizvodnje in več tujih vlaganj, ki se v zadnjih letih z večjo politično in gospodarsko stabilnostjo ter visokimi finančnimi presežki povečujejo.” (Predstavitev države, 2007).

Rusija je še iz časa centralnoplanskega sistema podedovala gospodarstvo, v katerem ima pomembno vlogo težka industrija, ki je energetska in surovinska intenzivna panoga. Bogata je z naravnimi viri, kot so nafta, zemeljski plin, premog in les. Njene zaloge zemeljskega plina so največje na svetu (Russia Country Review, 2007, str. 89). Zaradi svoje velikosti in stopnje gospodarske rasti v zadnjih letih predstavlja perspektiven izvozni trg izdelkov, kapitala in storitev.

3.1.1. Pregled gospodarskih kazalcev

V petnajstih letih postsocialistične zgodovine lahko opazimo očitne premike v ruskem gospodarstvu. Od 1990 do 2005 se je delež industrije s skoraj 50 odstotkov BDP znižal na 38,6 odstotkov, delež kmetijstva pa s 16 odstotkov na 5,6 odstotka. Delež trgovine in storitev se je povečal s 36 na 56,4 odstotka (Gospodarska rast, 2007).

Tabela 2: Prikaz izbranih makroekonomskih kazalnikov v obdobju 2002–2007

Kazalnik / leto	2002	2003	2004	2005	2006	2007 (projekcija) *
Rast BDP (v %)	4,7	7,3	7,2	6,4	6,7	6,9
Rast zasebne potrošnje (v %)	8,7	7,3	11,2	10,9	10,9	10,6
Rast celotnega domačega povpraševanja (v %)	4,0	7,6	9,5	9,3	10,4	11,5
Rast industrijske proizvodnje (v %)	3,8	7,0	7,3	4,0	3,9	7,7
Stopnja inflacije (letno povprečje v %)	15,8	13,7	10,9	12,7	9,7	8,2
Stopnja nezaposlenosti (v %)	8,0	8,6	8,2	7,6	7,3	7,0

Opomba (2007): * podatki za obdobje januar–julij 2007

Vir: Statistični indikatorji, 2007.

Gospodarska rast se je vse od krize 1999 povečevala. Izjema je bilo leto 2005, ko se je zmanjšala na 6,4 odstotka, a se je že v drugem četrtletju 2006 ponovno začela krepiti. Glavno gonilo rasti je bilo močno domače povpraševanje. Rast zasebnega povpraševanja, ki ima v BDP 48,1-odstotni delež, se je povečala kot posledica hitre rasti realnih prihodkov zaposlenih (Gospodarska rast, 2007).

Pričakuje se, da se bo gospodarska rast v letu 2007 zaradi zasičenosti kapacitet v naftnem sektorju znižala pod 6 odstotkov. Proizvodnja surove nafte se je povečala le za 2,4 odstotka, pri čemer so štiri največja naftna podjetja (Lukoil, Rosneft, TNK-BP in Surgutneftegaz) povečala proizvodnjo za 3,8 odstotka, pri manjših podjetjih pa se je proizvodnja v primerjavi s preteklim letom zmanjšala. Proizvodnja zemeljskega plina se je povečala za 2,6 odstotka (Gospodarska rast, 2007).

Industrijska rast se je tudi v letu 2006 krepila in je v prvih sedmih mesecih na letni ravni znašala 4,2 odstotka. Zaradi visokega uvoza, predvsem strojev in opreme, se je v letu 2006 zmanjševala rast proizvodnje predelovalne industrije. Živahna stanovanjska gradnja spodbuja rast gradbenega sektorja, ki je v prvih sedmih mesecih leta 2006 znašala 9,6 odstotka.

Kmetijska proizvodnja je v prvi polovici leta 2006 beležila 1,4-odstotno rast, v juliju 2006 pa se je močno zmanjšala, saj se je pridelek žitaric po ocenah zmanjšal za dobrih 9 odstotkov (Predstavitev države, 2007).

Stopnja inflacije, ki je visoka zaradi visokih deviznih prilivov, ki jih centralna banka ne zmore sterilizirati, ekspanzivne fiskalne politike in omejevanja hitrejše apreciacije rublja, se je v letu 2006 zniževala in se je januarja 2007 na letni ravni znižala pod 8,5 odstotka (Gospodarska rast, 2007).

Kot posledica visoke gospodarske rasti se stopnja brezposelnosti v zadnjih letih znižuje, saj podjetja odpuščajo manj množično kot prej. Rast plač je v letu 2006 predvsem zaradi zvišanja plač v javnem sektorju hitro naraščala in povprečna mesečna plača se je realno povečala za 15 odstotkov. V socialnih in zdravstvenih sektorjih so se plače povečale za 138 odstotkov, v šolstvu pa za 131 odstotkov (v teh sektorjih so plače v preteklih letih najbolj zaostajale za povprečjem). Plače v predelovalni industriji so se v tem obdobju povečale za 21 odstotkov, v sektorju transporta in komunikacij pa za 19 odstotkov. Najhitrejše rast plač v gospodarstvu so beležile finančne storitve (57 odstotkov). Povprečna plača je januarja 2007 znašala 430 dolarjev (Gospodarska rast, 2007).

Hitra rast realnih prihodkov je tako imela za posledico hitro rast zasebnega povpraševanja, kar pa je bilo glavno gonilo ruske gospodarske rasti.

3.1.2. Zunanja trgovina in plačilna bilanca, tuje naložbe v Rusiji

Kot sem že omenil v prejšnjem poglavju, je hitra rast realnih prihodkov zaposlenih vplivala na rast domačega povpraševanja, kar pa ima nadaljnji vpliv na hitro rast uvoza. Po pričakovanjih bo domače povpraševanje ostalo visoko tudi v letu 2007, rast zasebnega in naložbenega povpraševanja bo po ocenah presegala 10 odstotkov, zaradi tega pa bo še naprej hitro naraščal tudi uvoz (Zunanja trgovina, 2007).

Tabela 3: Uvoz in izvoz blaga Ruske federacije v obdobju 2002 do 2007 (v mrd USD)

Kazalnik / leto	2002	2003	2004	2005	2006	2007 (projekcija)*
Uvoz blaga (v mrd USD)	61,0	76,1	96,3	125,3	164,7	226,3
Izvoz blaga (v mrd USD)	107,3	135,9	183,5	243,6	303,9	346,1

Opomba (2007): * podatki za obdobje januar–julij 2007

Vir: Zunanja trgovina, 2007.

Kot je razvidno iz tabele 3, se je uvoz v Rusko federacijo skoraj potrojil v zgolj štirih letih (2002–2006), projekcije za naprej pa napovedujejo kontinuirano rast.

Podoben trend rasti se kaže tudi pri izvozu, kjer ogljikovodiki predstavljajo dve tretjini celotnega izvoza, prihodki od izvoza nafte pa dobro tretjino vseh izvoznih prihodkov. Realen obseg izvoza blaga se je povečal za 6,5 odstotka kar pomeni, da se izvozni prihodki povečujejo predvsem zaradi višjih cen. Zelo pomemben je podatek, da količinski obseg izvoza nafte v zadnjih letih zaradi zastarele tehnologije in zasičenosti kapacitet narašča minimalno (v letu 2006 je bil večji za 1,6 odstotka) (Zunanja trgovina, 2007).

Prav po zaslugi izjemno visokih cen nafte Rusija v zadnjih letih dosega rekordne presežke v zunanji trgovini. Trgovinski presežek je v letu 2006 znašal skoraj 140 milijard dolarjev in je bil za 18 odstotkov višji kot leto poprej (Predstavitev države, 2007).

Tabela 4: Rast investicij (v %) v obdobju 2002 do 2007

	2002	2003	2004	2005	2006	2007 (projekcija)*
Rast investicij (v %)	3,0	12,8	11,3	10,5	13,9	18,0

Opomba (2007): * podatki za obdobje januar–julij 2007

Vir: Statistični indikatorji, 2007.

V devetdesetih letih so bile neposredne tuje naložbe v Rusijo glede na njeno velikost in gospodarski potencial zaradi politične nestabilnosti, gospodarske negotovosti, korupcije in visokih davčnih obremenitev nizke. Krepiti so se začele v letu 2002 in so v treh letih od 2002 do 2005 skupno znašale več kot 36 milijard dolarjev. Največ naložb je bilo usmerjenih v maloprodajo in ostale storitve, predelovalno industrijo in v izkoriščanje naravnih virov. Več kot polovico vseh tujih naložb je prišlo iz treh držav: iz Nizozemske, s Cipra in iz Luksemburga. V skladu z napovedmi so se tuje naložbe v letu 2006 krepile, kar kaže, da je zanimanje tujih vlagateljev za priložnosti v Rusiji večje od bojzani glede vse večjega vmešavanja države v gospodarstvo (Zunanja trgovina, 2007).

Za prihodnost se pričakuje nadaljnja rast neposrednih tujih naložb, saj se državi obeta nadaljnje uvajanje strukturnih in zakonodajnih reform, včlanitev v Svetovno trgovinsko organizacijo ter nadaljnja gospodarska rast.

3.2. Analiza pravnega okolja Rusije

Pravno okolje ima lahko velik vpliv na poslovne strategije mednarodnega podjetja, zato mora le-to dobro poznati pravno-zakonodajno okolje države, v katero vstopa, in sicer ali obstajajo carinske in druge omejitve na uvoz izdelkov ali storitev, zakonsko določanje in reguliranje

cen, omejitve vlaganj, posebna dovoljenja za uvoz blaga, državni sporazumi med domačo državo podjetja in državo, v katero podjetje vstopa, davčno zakonodajo, kateri mednarodni trgovinski in drugi sporazumi veljajo v državi idr.

3.2.1. Ruska administracija

Očiten problem pri poslovanju na ruskem trgu je majhna učinkovitost lokalnih državnih uradov – veliko je korupcije, pretirane državne regulative, povrhu vsega pa lokalna administracija ne sledi hitrim spremembam davčnega, pravnega in administrativnega sistema. Posledice so samovoljnost uradnikov, dolgotrajni postopki, neodločnost in protislovne informacije, ki lahko zmedejo ali ohromijo poslovanje podjetja na tem trgu. “Zato je za podjetje zelo zaželeno, da se poslužuje domačih strokovnjakov, brez katerih je skoraj nemogoče obvladati vse pravne in davčne ovire. Veliko lahko k uspešnosti pripomorejo tudi dobre zveze na visokih ravneh državne uprave.” (Kisovar, 2005, str. 15)

V Rusiji imajo regije zakonsko pravico, da se same dogovarjajo o sodelovanju s tujimi partnerji na trgovinsko-gospodarskem, znanstveno-tehničnem, humanitarnem, kulturnem in drugih področjih, zato je za podjetje, ki želi poslovati na določenem območju ruske države, zelo pomembno, da razvija poslovno sodelovanje s to regijo (Colnar Leskovšek, 2003, str. 14).

Ruska vlada je med letoma 2001 in 2003 sprejela paket ukrepov, s katerimi naj bi spodbudila licenciranje, olajšala registracijo podjetij in postavila pod drobnogled korupcijo državnih uradnikov. Ukrepi v zvezi z licenciranjem in registracijo so se izkazali za pozitivne, medtem ko se podkupljivost uradnikov ni zmanjšala. Za rešitev slednjega problema bi bilo v prvi vrsti potrebno poenostaviti upravne postopke, izločiti nepotrebne predpise in s tem narediti državno upravo bolj transparentno (Ahrend, Tompson, 2005, str. 39–49).

3.2.2. Strukturne reforme

Najbrž najbolj dramatična strukturna sprememba v ruskem postsovjetskem obdobju je bila privatizacija gospodarstva. Sočasno so potekale tudi ostale strukturne reforme, kot so liberalizacija cen, liberalizacija zunanje trgovine, odpiranje trga tujim investitorjem idr. (Ahrend, Tompson, 2005, str. 30–32)

Putinova administracija je dosegla opazen napredek pri strukturnih reformah – uredila je odnose med zvezo in regionalnimi oblastmi, znižala in poenostavila davčne stopnje, zmanjšala nadzor nad poslovanjem podjetij in reformirala sodstvo. Proces privatizacije še vedno poteka (Mrak et al., 2002, str. 383).

V letih, ki sledijo, Rusijo čaka nadaljevanje že začelih reform, obenem pa tudi nove reforme. Ena glavnih prioritet je izboljšanje kakovosti državnih institucij, saj so zaradi svoje velikosti izredno nefleksibilne, povrh tega pa tudi podvržene vplivom zasebnih interesov. Te slabosti neposredno vplivajo na sposobnost vpeljave reform, kar se kaže v (pre)počasnem prestrukturiranju (Ahrend, Tompson, 2005, str. 63–64).

3.2.3. Davčni sistem

V skladu z 12. členom Davčnega kodeksa RF sistem davkov in dajatev sestavljajo **zvezni, regionalni ter lokalni davki in dajatve**. Skupaj združuje 28 vrst davkov in dajatev (Dajatve, 2007; Adlešič, 2004, str. 72–75).

Nekaj podatkov o posameznih vrstah:

- Davek na dodano vrednost znaša 20 %, medtem ko se za izdelke za otroke in hrano uporablja zmanjšana stopnja 10 %. Zdravila in medicinski pripomočki so oproščeni davka pri uvozu. Za medpodjetniška posojila, transakcije, nakupe deležev podjetij se davek na dodano vrednost ne obračunava. Po novem se lahko računa za določene dogovore v zvezi s prenosom patentov, blagovnih znamk in za avtorske pravice, ravno tako pa velja tudi za določene kapitalske naložbe v obliki uvoženih osnovnih sredstev, razen za tehnološko opremo.
- Davek na dohodnino: 13 % davek na dohodnino velja za večino oblik prihodka. Odstotek je odvisen od progresivne lestvice, ki se giblje med 12–30 %.
- Davek na osebni dohodek, ki ga plača delodajalec: od delodajalcev se zahteva, da posebej plačajo socialne prispevke, vezane na osebni dohodek zaposlenega. S 1. 1. 2005 znaša davek 26 % do letnega zneska 280 tisoč rubljev. Za dohodek, ki presega 600 tisoč rubljev, delodajalec plača dodatna 2 %.
- Davek na dobiček podjetja je vezan na tri vrste davkov: zvezni 5 %, regionalni 17 % (z možnostjo zmanjšanja do 4 %) in lokalni davek 2 %. Maksimalni davek na dobiček znaša 24 %.
- Davek na promet je dodatni podjetniški davek na dobiček podjetij in znaša do 5 % dobička – to je še dodatni podjetniški davek na dobiček, ki ga je treba plačati poleg že rednega davka na dobiček. Natančna stopnja dodatnega podjetniškega davka je določena s strani lokalnih oblasti, ki so po navadi »lačne« prihodkov.
- Davek na premoženje pravnih oseb obdavčuje vsa osnovna sredstva, nematerialno aktivo, prihranke in stroške, ki so v bilanci plačnika.

Ruski davčni sistem še vedno predstavlja veliko oviro za tuje investitorje. Veliko število davkov, velike vsote davčnih bremen in neobstoj enotnega, preglednega davčnega sistema so ena izmed ključnih problematik. Pomembnejša ovira je tudi dejstvo, da se le redki izdatki štejejo kot znižanje obdavčljive osnove (Russia Country Review, 2007, str. 117).

“Zapletenost davčne zakonodaje ni pogojena le s federativnim državnim ustrojem RF, ampak tudi z nestabilnostjo pravnega urejanja na področju davčne zakonodaje (uvredba novih davkov, preklic prej veljavnih, pogoste spremembe davčnih stopenj in pravilnika plačil), skladnostjo s sistematično, izpolnjevanjem hierarhije pravnih norm itd. Položaj otežuje tudi velika količina upravnih podzakonskih aktov in nedoslednosti v pravni tehniki” (Adlešič, 2004, str. 70).

3.2.4. Carinski režim v Rusiji

Leta 2003 je bil v Rusiji sprejet nov carinski zakon, ki je stopil v veljavo s 1. 1. 2004. Ta je pomembno zmanjšal ovire za izvoznike iz EU na ruski trg, predvsem glede zahtevane dokumentacije, visokih dajatev in rokov, v katerih morajo sedaj carinski organi opraviti postopek (ta rok se je skrajšal z 10 na tri delovne dni) (Dračuk, 2004, str. 12). Poleg tega je reformiral celotni sistem carinskih organov, in sicer iz petstopenjskega na enostopenjski nadzor (Adlešič, 2004, str. 15). Zakon je bistveno bolj liberalen in zasnovan na evropskih standardih carinske zakonodaje.

Sprejetje tega pravnega dokumenta je izrednega pomena, saj je liberalizacija carinske zakonodaje eden izmed pogojev za sprejetje Ruske federacije v Svetovno trgovinsko organizacijo. RF je že sklenila dvostranski sporazum Svetovne trgovinske organizacije (v nadaljevanju STO) o dostopu na trg z Združenimi državami, podpisan 19. novembra 2006, sedaj pa jo čaka še zaključitev večstranskih pogajanj, da bo izpolnila vse potrebne pogoje za pristop k STO. Prva država članica EU, s katero je RF zaključila dvostranska pogajanja, je bila prav Slovenija. Pristop k STO bo izrednega pomena tudi za EU, saj bo članstvo Rusije pomembno znamenje za tuje vlagatelje ter bo povečalo trgovinsko izmenjavo z EU (Resolucija Evropskega parlamenta, 2007).

Ovir za vstop in poslovanje na ruskem trgu skorajda ni več. Carinska stopnja skupaj s pristojbino za carinjenje namreč znaša 5,15 % od vrednosti blaga. Kar zadeva izpeljavo carinskih postopkov, se je rok le-teh skrajšal z 10 na 3 dni, kar je ruski trg naredilo še privlačnejši (Kisovar, 2005, str. 39).

Kljub vsem pozitivnim spremembam carinskega režima pa še vedno obstaja kar nekaj negativnih plati. Ruski tarifni sistemi za plačilo carine ne ustrezajo mednarodnim normam, tuja certificiranja so večinoma zavrnjena, procedure za izdajo certifikatov za uvozne proizvode ali opremo pa so največkrat drage in trajajo dolgo časa (Dajatve, 2007).

3.3. Socialno in kulturno okolje Rusije

Po Hofstedejevem Štiridimenzionalnem modelu za proučevanje kulture je za Rusijo značilna visoka stopnja odmika moči, saj majhna skupina ljudi odloča o vsem v državi. Močna sta centralizem in avtoritizem. Prebivalci niso pripravljeni prevzemati tveganj. Vrednote, kot so solidarnost, skrb za šibkejša ter kakovost življenja, so zelo cenjene (Makovec Brenčič, Hrastelj, 2003, str. 55–56).

V zadnjem obdobju je v državi opaziti znatno povečanje srednjega sloja prebivalstva, ki predstavlja 35 % vsega prebivalstva. Pod pragom revščine živi četrtnina vseh prebivalcev, medtem ko jih 35 % pripada nižjemu sloju, ki ima le za najnujnejše življenjske potrebe. Sloju najbogatejših pripada 5 % prebivalcev, ki dejansko vodijo državo. V to je močno vpletena tudi mafija, ki naj bi po nekaterih podatkih nadzirala med 30 in 80 % gospodarstva v državi. Takšna razslojenost prebivalstva sili ljudi v sivo ekonomijo, ki naj bi je bilo med 23 % in 50 % BDP-ja (Kisovar, 2005, str. 27).

Velik problem v državi je korupcija na vseh ravneh oblasti, na kar opozarjajo tudi mednarodne institucije. Veliko Rusov vidi korupcijo kot edino pot do uspeha, po drugi strani pa cenijo dobre človeške vrednote. Za etično štejejo: držanje obljube, ohranjanje zaupanja, pošteno konkurenčnost, sorazmerno plačilo glede na vložen trud, osebno zaščito, manipuliranje s podatki, neupoštevanje nesmiselnih zakonov in regulacij. Za neetično pa imajo: maksimiranje dobička, velike razlike v plačah, črni trg, kriminal, neplačevanje dolgov in višanje cen. Podjetje mora biti tako pripravljeno tudi na plačevanje morebitnih podkupnin ključnim državnim uradnikom ali pa odgovornim osebam pri medorganizacijskem trženju, predvsem pri večjih podjetjih, kjer lastnik podjetja ni hkrati njegov upravitelj oziroma zastopnik (Kisovar, 2005, str. 27). Transparency International je na lestvici od 1 do 145 (1 – država z najmanj korupcije, 145 – največ korupcije) rangiral Rusijo na 90. mesto po stopnji korupcije (Russia Country Review, 2007, str. 117).

Medčloveški odnosi in osebno zaupanje so pri poslovanju na ruskem trgu ravno tako pomembni kot dobri poslovni odnosi, saj ruski partner zelo težko posluje s poslovnežem, ki mu ni všeč tudi po človeški plati. Z mlajšimi poslovneži se ta tradicija sicer nekoliko spreminja, vendar je še vedno močna. Podjetje, ki želi poslovati na ruskem trgu, se mora zavedati, da posle v Rusiji sklepamo z ljudmi in ne s podjetjem, v katerem je ta oseba zaposlena. Zato je osebni stik najpomembnejša garancija za zanesljivost poslovnega sodelovanja. Eden od načinov zblizevanja so pivska tovarištva z nagovori in zdravicami (Colnar Leskovšek, 2003, str. 31–39). Dostikrat se namreč posli sklepajo na družabnih dogodkih, ki zblížajo partnerje in tako utrdijo odnos med njimi. Tako nam je lahko takoj jasno, da medorganizacijsko trženje v Rusiji poteka na malo drugačen način kot v drugih razvitih evropskih državah.

Navzven dajejo Rusi občutek robotosti, v notranjosti pa so topli, čustveni in razumevajoči ljudje, ki jim je na prvem mestu družina. Zanje je značilno zavračanje predpisov; pogodbe so zanje zavezujoče, le dokler prinašajo koristi obema stranema. Pri pogajanjih dajejo prednost izvedenskim mnenjem, kompromis si razlagajo kot znak šibkosti. Pomemben jim je status pogajalca (Kisovar, 2005, str. 28).

Ruski kupci dajejo velik pomen kakovosti izdelka ali storitve, zato je kakovosten izdelek po konkurenčni ceni predpogoj za kakršnokoli poslovno sodelovanje. Kakovost izdelka ocenjujejo na podlagi naslednjih parametrov: 1. cena, 2. okolje, v katerem se prodaja in 3. blagovna znamka (Colnar Leskovšek, 2003, str. 39).

4. BILATERALNI EKONOMSKI ODNOSI RUSIJE IN SLOVENIJE

V zadnjih letih opazamo močno dinamiko v krepitvi gospodarskega sodelovanja med Republiko Slovenijo in Rusko federacijo. To sodelovanje je vsaj za sedaj še vedno osredotočeno na blagovno menjavo, v prihodnje pa je realno pričakovati krepitev slovenske navzočnosti na ruskem trgu tudi v obliki neposrednih tujih naložb in izvajanja investicijskih del. Razlogi za povečano dinamiko bilateralnega gospodarskega sodelovanja Slovenije z Rusijo so številni, nekateri od bolj pomembnih pa so naslednji (Mrak et al., 2002, str. 380):

- zelo dobri politični odnosi med državama,
- vzpostavljena institucionalna podlaga⁴,
- stabilizirane gospodarsko-politične razmere v Rusiji,
- jasno izražen interes slovenskega gospodarstva, da izkoristi nekatere od svojih primerjalnih prednosti na ruskem trgu.

4.1. Državni sporazumi med Republiko Slovenijo in Rusko federacijo

Republika Slovenija ima z Rusijo sklenjenih več bilateralnih sporazumov, ki urejajo gospodarsko sodelovanje med državama. Pomembnejši sporazumi so sledeči (Bilateralni sporazumi, 2007):

- Sporazum med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o vzajemnem spodbujanju in zaščiti investicij;

⁴ Leta 1993 je bil sklenjen Sporazum o trgovinskem in gospodarskem sodelovanju med Slovenijo in Rusijo. Iste leta je bil podpisan tudi Sporazum o vzajemnem ustanavljanju trgovinskih predstavništev Slovenije in Rusije. Konvencija o izogibanju dvojnemu obdavčevanju je bila podpisana septembra 1995, v veljavo pa je stopila s 1. januarjem 1998. Sporazum o vzajemni zaščiti in spodbujanju vlaganj med Slovenijo in Rusijo je bil podpisan v aprilu 2000. (Analiza srednjeročne ocene rizičnosti Rusije, 2002)

- Sporazum med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o trgovinskem in gospodarskem sodelovanju. Po tem sporazumu si državi priznavata status največjih ugodnosti pri uvozu, izvozu in tranzitu izdelkov, ki izvirajo iz njunega področja;
- Zakon o ratifikaciji Sporazuma med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o spodbujanju in medsebojni zaščiti naložb;
- Sporazum med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o vzajemnem ustanavljanju trgovinskih predstavništev;
- Sporazum o gospodarskem, znanstvenem-tehničnem in kulturnem sodelovanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije;
- Uredba o ratifikaciji protokola med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o ustanovitvi medvladne slovensko-ruske komisije za trgovinsko-ekonomsko in znanstveno-tehnično sodelovanje;
- Konvencija med Vlado Republike Slovenije in Vlado Ruske federacije o izogibanju dvojnemu obdavčevanju dohodka in premoženja.

4.2. Blagovna menjava med državama

Ugodni ekonomski kazalniki, predvsem zaradi visoke cene nafte, vstop Slovenije v Evropsko unijo in spremembe ruskih carinskih predpisov v smeri harmonizacije s priporočili Svetovne trgovinske organizacije so poleg drugih dejavnikov vplivali na to, da so se v zadnjih letih povečale možnosti slovenskih podjetij za poslovanje s to državo.

Obseg rusko-slovenske blagovne menjave se zato vsako leto povečuje, lani na primer za dobro petino, na 950 milijonov evrov. V Rusijo smo izvozili za 597,1 milijona evrov, iz Rusije pa uvozili za 352,9 milijona evrov. Po podatkih gospodarskega ministrstva v Rusiji kupimo največ surovin in polizdelkov, najpogosteje naftne pline in derivate ter surov aluminij. Tja pa prodajamo industrijske izdelke, zdravila, električne aparate in premazna sredstva (Blagovna menjava z Rusijo vse bližje milijardi evrov, 2007).

V letu 2006 so v slovenskem izvozu v Rusijo prevladovali naslednji izdelki: zdravila za prodajo na drobno (36,4 odstotka), električni aparati za žično telefonijo in telegrafijo (6 odstotkov), premazna sredstva (5,5 odstotka), elektrotermični aparati za gospodinjstvo (3,8 odstotka), človeška in živalska kri, antiserumi, cepiva in toksini (3,7 odstotka) in preparati za lase (2,8 odstotka). Najpomembnejši izvozniki v prvih sedmih mesecih leta 2006 so bili: Krka, d. d., Lek, d. d., Gorenje, d. d., Eurovek, d. o. o., Iskratel, d. o. o. in Helios, d. o. o. (Bilateralni odnosi, 2007).

V uvozu iz Rusije pa so v letu 2006 prevladovali naslednji proizvodi: naftni plini in drugi plinasti ogljikovodiki (39,4 odstotka), motorni bencin in druga lahka olja (30 odstotkov), ferozlitine (10,6 odstotka), surovi aluminij (7,1 %), heterociklične spojine s heteroatomami dušika (1,9 %) in kemična lesna celuloza, kavstična ali sulfatna (1,9 %). Iz Rusije so v prvih

sedmih mesecih leta 2006 največ uvažala naslednja podjetja: Geoplin, d. o. o., Petrol, d. d., Acroni, d. o. o., OMV Slovenija, d. o. o., Impol, d. d. in Julon, d. d. (Bilateralni odnosi, 2007).

Tabela 5: Vrednost slovenskega izvoza in uvoza ter saldo blagovne menjave z Rusko federacijo v letih 2003 do 2006

Leto	Izvoz (v mio EUR)	Uvoz (v mio EUR)	Saldo (v mio EUR)
2003	347,465	311,296	36,169
2004	420,198	299,578	120,620
2005	467,462	334,215	133,247
2006	597,088	352,893	244,195

Vir: Interna gradiva Urada RS za statistiko.

V nadaljevanju tega poglavja se bom (poleg ostalih virov) opiral predvsem na rezultate empirične raziskave, ki so jo v letu 2002 izvedli Mrak et al. (2002), saj je to zadnja obsežnejša raziskava slovenskih izvoznikov na ruski trg. Za potrebe le-te je bilo anketiranih 48 podjetij, nadaljnje pa izvedeni tudi globinski intervjuji.

Rezultati zgoraj omenjene raziskave prikazujejo:

- razloge za poslovanje slovenskih podjetij na ruskem trgu,
- povprečne izvozne cene,
- neposredne slovenske naložbe v Rusiji,
- razloge za naložbe na ruskem trgu.

Tabela 6: Najbolj in najmanj pomembni razlogi za poslovanje na posameznih trgih (1 – nepomembno, 5 – zelo pomembno)

Razlogi za poslovanje	Nekdanja YU	CEFTA	Rusija	EU
dobra plačilna disciplina	2,06	2,70	2,36	3,87
velike možnosti za rast prodaje	3,66	3,53	4,21	3,19
manjša lokalna in tuja konkurenca	3,15	2,63	2,81	2,09
manjše vstopne ovire	3,03	3,12	2,58	2,98
specifična narava proizvodov	3,28	2,84	3,15	3,12
drugo	2,75	3,75	3,20	3,14

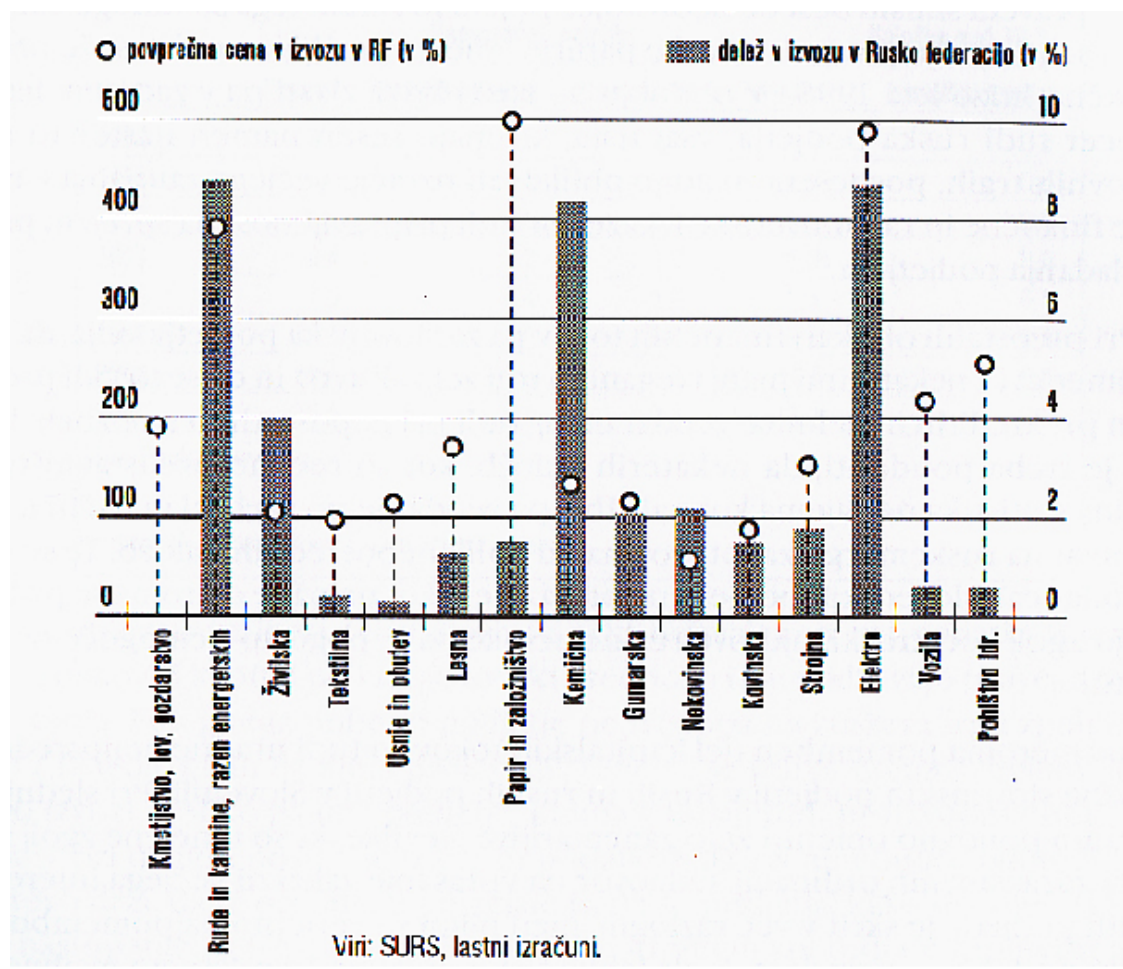
Vir: Mrak et al., 2002, str. 399.

Na ruskem trgu se je izkazalo kot najpomembnejše dejstvo, da obeta velike možnosti za rast prodaje (glej Tab. 6). “To dejstvo se sklada s prej omenjeno ugotovitvijo, da prav ta trg morda pomeni največji potencial rasti prodaje z dolgoročnega vidika za nekatera slovenska podjetja”

(Mrak et al., 2002, str. 400). Dobra plačilna disciplina je za slovenska podjetja najmanj pomemben razlog za poslovanje na ruskem trgu, saj se pred slabo plačilno disciplino običajno zavarujejo z najbolj varno obliko plačila – to je z avansom.

Opravljen je bila tudi analiza povprečnih izvoznih cen (glej Slika 1), ki jih slovenska podjetja dosegajo pri izvozu v Rusko federacijo v primerjavi s povprečnimi cenami pri izvozu na vse preostale trge. Analiza je narejena na ravni devetmestne kombinirane nomenklature carinske tarife. Od skupno okrog 10.000 možnih različnih proizvodov po carinski nomenklaturi jih slovenska podjetja v Rusko federacijo izvažajo 1.506. S temi proizvodi torej slovenska podjetja opravijo 100 % vrednosti izvoza v Rusko federacijo in 82 % celotnega slovenskega izvoza (Mrak et al., 2002, str. 403).

Slika 1: Povprečne izvozne cene in izvozni deleži slovenskih podjetij v izvozu v Rusko federacijo po panogah v letu 2001 (n = 1506 KN-9 proizvodov)



Vir: Mrak et al., 2002, str. 403.

Slika 1 nazorno kaže, da v proizvodnih segmentih, v katerih je slovenski izvoz v Rusko federacijo bolj intenziven, slovenska podjetja dosegajo tudi bistveno višje izvozne cene od

izvoznih cen v skupnem izvozu. Gre predvsem za živilske, lesne, papirne, gumarske in kemične proizvode (predvsem kozmetika in farmacija) ter delno proizvode strojne in elektroindustrije (Mrak et al., 2002, str. 403).

4.3. Kapitalski tokovi med Slovenijo in Rusijo

Zanimivo je dejstvo, da ima v celotnem medsebojnem gospodarskem sodelovanju med Slovenijo in Rusko federacijo blagovna menjava približno 90-odstoten delež. To pomeni, da višje oblike gospodarskega sodelovanja, kot so neposredne tuje naložbe, proizvodna kooperacija in izvajanje investicijskih del, zavzemajo le desetino. Prav zato si obe državi prizadevata k zvišanju slednjega deleža. To prizadevanje se izraža s sestanki na najvišji državniški ravni, obiski poslovnih delegacij, podpisom deklaracije o prijateljskih odnosih in sodelovanju med državama idr (Adlešič, 2004, str. 12–13).

4.3.1. Finančne naložbe in neposredne tuje investicije

Zakonodaja Ruske federacije daje tujim investicijam nacionalni tretman in jih izenačuje z domačimi, vendar z nekaterimi izjemami omejevalnega (prepoved oz. omejitev investicij v določene proizvodnje) oziroma spodbujevalnega značaja (davčne in carinske olajšave). Od leta 2001 dalje velja sporazum med Slovenijo in Rusko federacijo o vzajemnem vzpodbujanju in zaščiti investicij. Nanaša se na vse vrste investicij, ki jih fizične in pravne osebe ene države vložijo na ozemlju druge države v skladu z njenimi predpisi. Pogodbenici zagotavljata vlagateljem iz druge države pogodbenice obravnavo, ki ni manj ugodna od tiste, ki jo priznavata svojim ali tujim vlagateljem iz katerekoli države. Isti tretman in ugodnosti priznavata tudi glede upravljanja, vzdrževanja naložb in razpolaganja z njimi (Adlešič, 2004, str. 56).

Tabela 7: Slovenske neposredne naložbe v Rusiji (v mio EUR) v obdobju 1993–2005

Slovenske neposredne naložbe v Rusiji (v mio EUR)				
Leto	SKUPAJ	Lastn. kapital	Terjatve	Obveznosti
1993	6,5	5,9	0,7	0,0
1994	3,9	0,5	4,6	1,2
1995	6,0	0,5	7,2	1,7
1996	8,8	0,5	9,3	1,0
1997	8,4	1,2	8,2	1,0
1998	7,9	-0,4	9,3	1,0
1999	10,3	3,2	7,5	0,4
2000	19,6	8,5	11,3	0,2
2001	39,2	16,7	23,2	0,7
2002	54,0	24,7	29,7	0,4
2003	64,8	37,9	27,0	0,1
2004	74,0	36,3	38,0	0,3
2005	83,9	40,8	43,6	0,6

Vir: Časovna serija podatkov o slovenskih neposrednih naložbah v Ruski federaciji.

Kljub neprestani rasti slovenskih neposrednih naložb v Rusijo je njihova vrednost relativno nizka, kar je predvsem posledica visokih carinskih ovir in logističnih stroškov. Poleg tega so razlog tudi zapleteni izvozni postopki ter naše nepoznavanje ruskega trga (Russia country report, 2006). Delež slovenskih neposrednih naložb v Rusijo je v letu 2004 znašal 3,4 % vseh slovenskih neposrednih naložb, kar pomeni, da se je v primerjavi z letom 2002 (3,8 %) celo zmanjšal (Neposredne naložbe 2004, str. 26).

Tabela 8: Število slovenskih gospodarskih družb z neposrednimi naložbami v Rusiji (prvo koleno) 1995–2004

Leto	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Št. družb	21	21	20	23	24	27	30	33	34	45

Vir: Neposredne naložbe 2004, str. 65.

Za učinkovito vlaganje na trgih Ruske federacije je po mnenju velike večine tako domačih kot tujih vlagateljev splošno institucionalno okolje mnogo preveč tvegano, kar se tiče tako pravil in postopkov kot tudi lastniške strukture podjetij, ki bi bila zanimiva za tuje vlagatelje. V obdobju po ruski krizi so se ruska podjetja, vsaj tista, ki imajo resen namen nastopiti na svetovnih trgih, pospešeno trudila oblikovati ozračje večjega zaupanja v njihove finančne in računovodske izkaze. Prav tako so bila pripravljena na sprejem pravil vladanja podjetjem. (Mrak et al., 2002, str. 403)

Najpomembnejši in seveda tudi največji finančni tokovi med Slovenijo in Rusijo so kreditni tokovi. SID banka (Slovenska izvozna in razvojna banka, d. d.) ima pri tem veliko vlogo, saj nudi ugodne dolgoročne vire sredstev domačim bankam, slovenskim podjetjem/izvoznikom, njihovim tujim kupcem/investitorjem ter bankam tujih kupcev slovenskega blaga/storitev, s čimer podpira mednarodne gospodarske posle in internacionalizacijo slovenskih podjetij (financiranje neposrednih naložb slovenskih podjetij v tujino).

SID banka, d. d., Ljubljana, nudi storitve financiranja tako posredno, kot neposredno (preko domačih in tujih poslovnih bank). Ocena obsega izvoza slovenskih podjetij v Rusko federacijo, financiranega s strani SID banke, je v lanskem letu znašala približno 15 % izvoza Republike Slovenije v Rusko federacijo, torej skoraj 90 mio EUR (SID banka, 2007).

4.3.2. Razlogi za naložbe na trgu Ruske federacije

Mrak et al. (2002) so poučevali tudi razloge za naložbe slovenskih podjetij na trgu Ruske federacije. Odgovori so pokazali, da velika večina slovenskih podjetij do leta 2005 še ni načrtovala neposrednih naložb v Ruski federaciji, tista, ki pa so take načrte vendarle imela, so nameravala vlagati predvsem v skladišča in trgovinska predstavništva, medtem ko so jih proizvodni obrati manj zanimali (Mrak et al., 2002, str. 408).

Tabela 9: Razlogi za investicijski vstop na ruski trg

Razlogi za investicijski vstop	
Visoki vstopni stroški (carine ipd.)	3,71
Slabe možnosti izterjave plačil	3,20
Velik obseg poslovanja	3,38
Nižji stroški dela in materiala	3,27
Lažji dostop do preostalih lokalnih trgov	3,69
Specifična narava proizvodov	2,75
Drugo	2,33

Vir: Mrak et al., 2002, str. 408.

Kot kaže Tabela 9, glavni razlog za potencialni investicijski način vstopa na ruski trg ostajajo visoki vstopni stroški (carine). Glede na to, da je bila anketa izvedena v letu 2002, s 1. 1. 2004 pa je stopil v veljavo nov carinski zakon, kateri je pomembno zmanjšal ovire za izvoznike iz EU na ruski trg, vstopni stroški najbrž niso več glavni motiv za investicije na ruskem trgu.

Mrak in ostali so v svojem delu mnenja, da sta nestabilnost ruskega trga in trenutno premajhen obseg poslovanja na tem trgu za sedaj prevladujoča dejavnika, ki slovenska podjetja odvrčata od pravega investicijskega vstopa.

Nadalje avtorji ugotavljajo, da naložbe v povečanje obsega proizvodnje v Sloveniji za potrebe izvoza v Rusko federacijo ne bi prinesle toliko pozitivnih učinkov ekonomij obsega, saj bi vpliv visokih carinskih stopenj, velike geografske oddaljenosti in visokih transportnih stroškov te pozitivne učinke izničil. »Glavni razlog za investicijski vstop slovenskih podjetij ni doseganje ekonomij obsega, ampak izogibanje visokim stroškom birokracije in logistike.« (Mrak et al., 2002, str. 409)

5. EMPIRIČNA RAZISKAVA

Z željo po pridobitvi novejših podatkov sem se odločil izvesti raziskavo, ki bi zajemala kar se da velik del slovenskih izvoznikov na trg Ruske federacije. Cilj anketiranja je bil pridobiti informacije glede projekcije načrtovanih oblik naložb do leta 2010; dejavnikov, ki odvrtaajo od vstopa na ruski trg in dejavnikov, ki vzpodbujajo k investicijskem vstopu; glavnih razlogov za sedanje in prihodnje sodelovanje na ruskem trgu ter pomembnosti, ki jo pripisujejo podjetja posameznim storitvam, ki jih bo nudil tehnološki park Vyazniki.

V svoji raziskavi sem izhajal iz anketnega vprašalnika raziskave leta 2002 in ohranil del vprašanj (vprašanja o načrtovanih vlaganjih in razlogih za poslovanje) zaradi kasnejše primerjave odstopanj ter ugotavljanja vzrokov.

5.1. Vzorec in pridobivanje podatkov

Raziskavo sem začel s pridobivanjem kontaktov slovenskih izvoznikov na trg Ruske federacije. Bazo vseh izvoznikov sem dobil s pomočjo podatkovne baze slovenskih izvoznikov SloExport na spletnem naslovu.

Število vseh slovenskih podjetij, prisotnih na ruskem trgu, je bilo 345, od tega 312 takih, ki se ukvarjajo zgolj z izvozom in na tem trgu niso bila naložbeno prisotna. V svoji raziskavi sem se osredotočil na slednje ter poslal anketne vprašalnike vsem 312 podjetjem.

Vprašalnike sem poslal ključnim osebam (direktorjem, direktorjem izvoza, vodjem prodaje ali direktorjem divizij za vzhodno Evropo) po elektronski pošti in si na ta način precej olajšal proces pridobivanja informacij.

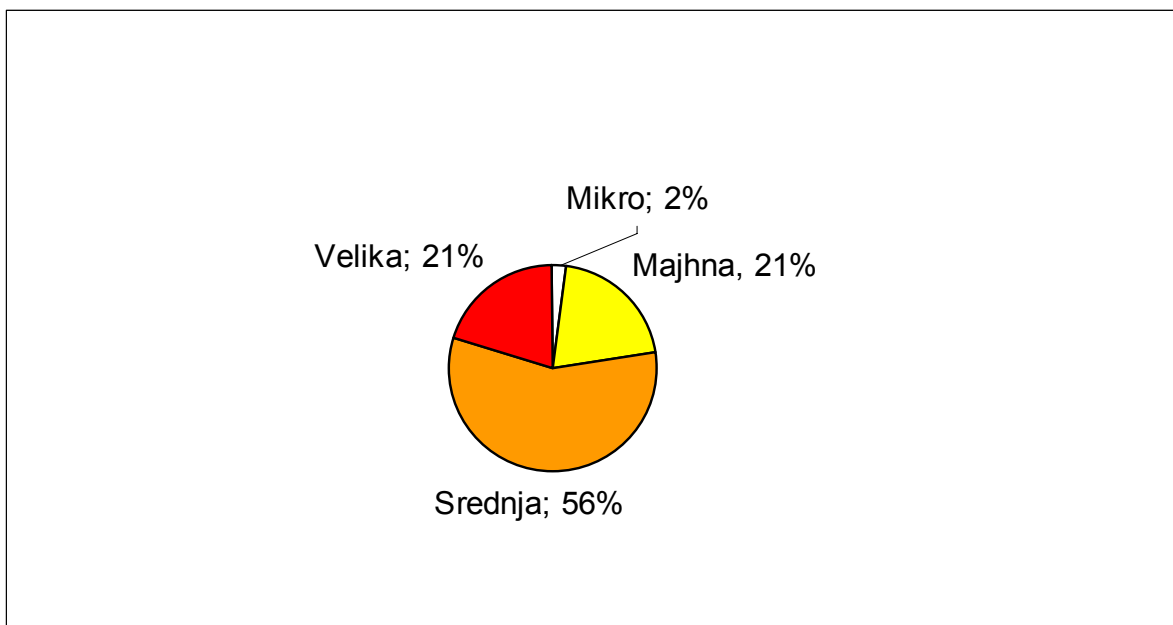
Kmalu se je izkazalo da je baza slovenskih izvoznikov zelo slabo posodobljena, saj je bilo med temi 312 podjetji kar nekaj takih, ki ne le trenutno, temveč tudi v preteklosti nikoli niso bila prisotna na ruskem trgu. V nekaterih primerih so podjetja sodelovala zgolj posredno (preko drugih evropskih družb) z Rusijo, pa so bila kljub temu evidentirana na SloExport portalu kot izvozniki v Rusijo.

Nekatera podjetja so del svetovnih koncernov in na zastavljena anketna vprašanja niso mogla odgovoriti. Spet druga podjetja (npr. Droga Kolinska, d. d.) so zaradi svoje velikosti problematična za anketiranje, saj bi moral vprašanja v zvezi s prihodnjimi naložbami nasloviti lastnikom, ostala vprašanja pa upravi. Lahko bi bilo dobiti odgovore s strani direktorja izvoza, a najbrž ne bi bili relevantni. Torej: zelo težko bi bilo dobiti odgovore, ki odsevajo “mnenja” podjetja.

Poleg omenjenih sem se obrnil tudi na 26 podjetij, ki jim je bil preteklega leta na Gospodarski zbornici Slovenije predstavljen načrtovani projekt podjetja Trimco, d. d. – tehnološki park Vyazniki. Vsem tem podjetjem sem poslal anketne vprašalnike, ki so poleg vprašanj o ruskem trgu vsebovali še dodatno vprašanje o pomembnosti storitev, ki jih bo nudil Tehnološki park.

Odgovore na posredovani vprašalnik sem dobil od 44 podjetij (13 % odziv kontaktiranih podjetij), od katerih jih je bilo 11 iz prej omenjene skupine. Izmed vseh anketiranih podjetij je le eno z manj kot desetimi zaposlenimi, dve podjetji pa zaposlujeta preko 1000 ljudi. Glede na klasifikacijo Statističnega urada RS ⁵ je struktura velikosti anketiranih podjetij prikazana na Sliki 2.

Slika 2: Velikost anketiranih podjetij



Vir: Anketni rezultati.

Glede na dejavnost moja raziskava zajema podjetja iz trgovine, petrokemije, kemične, lesne, tekstilne, prehranske industrije, elektroindustrije, kovinskopredelovalne industrije ter storitvena podjetja.

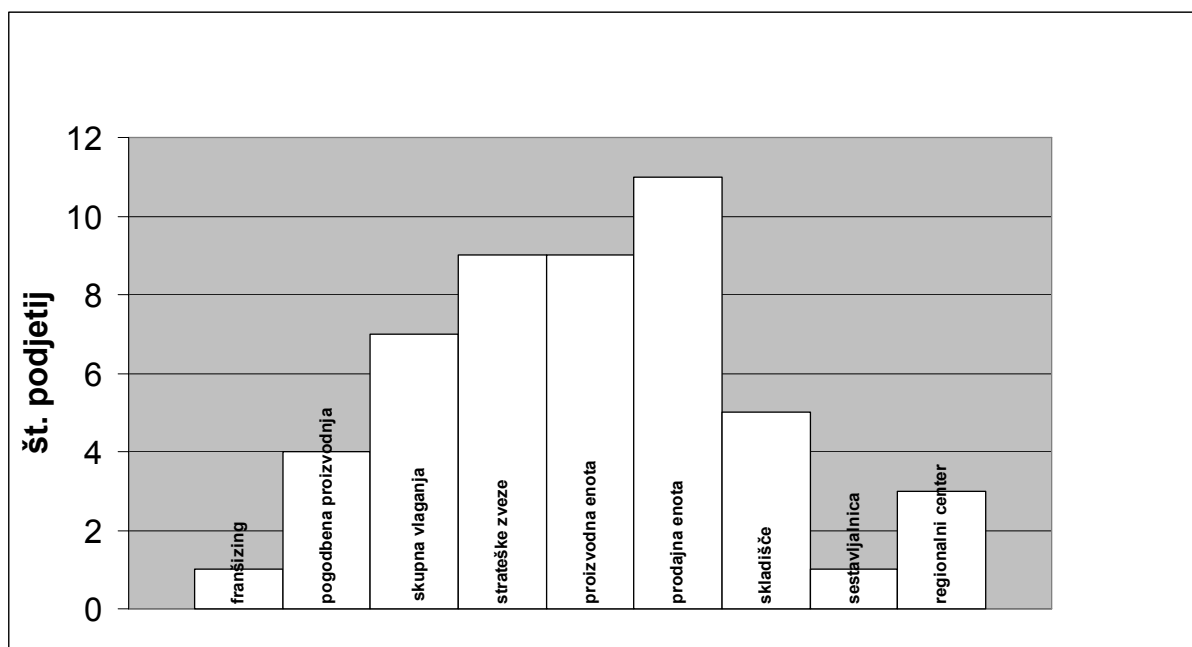
⁵ Statistični urad RS uporablja za določanje velikosti podjetij kriterij števila zaposlenih. Mikropodjetja zaposlujejo do 9 zaposlenih, majhna od 10 do 49, srednja 50 do 249 ter velika preko 250.

5.2. Načrtovane naložbe

Od vseh 44 podjetij jih je kar 20 izrazilo, da do leta 2010 načrtuje naložbe na ruski trg. Izmed **pogodbenih oblik vstopa** (franšizing, pogodbeno proizvodnja, skupna vlaganja, strateške zveze) je največ podjetij (9) izrazilo namere po strateških zvezah, izmed **naložbenih oblik vstopa** (proizvodna enota, prodajna enota, skladišče, sestavljalnica, regionalni center) pa večina (11) načrtuje investicije v prodajne enote (glej Slika 3).

Glede na raziskavo, izvedeno v letu 2002, ko velika večina slovenskih podjetij do leta 2005 še ni načrtovala neposrednih naložb v RF, ugotavljam, da se ruski trg le nekako “približuje” slovenskim podjetjem (glede na naložbene načrte anketiranih). Pozitivna sprememba se kaže tudi v vse večjih namerah po ustanavljanju proizvodnih obratov.

Slika 3: Načrtovane oblike vlaganj (pogodbene in naložbene) do leta 2010



Vir: Anketni rezultati.

Na podlagi anketnih odgovorov o odstotku prodaje (delež celotne prodaje) in vrednosti prodaje na ruski trg ter bonitetnih podatkov IBON (čisti dobiček, čisti prihodki od prodaje leta 2006) lahko povzamem sledeče:

- podjetja, katerih čisti dobiček in čisti prihodki od prodaje so (v povprečju) najvišji, načrtujejo do leta 2010 skupna vlaganja na ruskem trgu;
- podjetja z najvišjim odstotkom in vrednostjo prodaje na ruski trg (merjeno v povprečju) pa načrtujejo investicije v regionalne centre.

Nadalje sem s T-testom preveril hipotezo, da se zgolj večja podjetja odločajo za investicijski vstop na ruski trg, torej, da je zainteresiranost za investicijski vstop premo sorazmerna z velikostjo podjetja. Za kriterij velikosti sem uporabil naslednje kazalce (leto 2006):

- čisti dobiček;
- čisti prihodki od prodaje;
- število zaposlenih;
- odstotek prodaje na ruski trg v celotni prodaji;
- vrednost prodaje na ruski trg

Tabela 10: Povprečne vrednosti izbranih kazalcev in enostranske stopnje značilnosti

Kazalci	Investicijski vstop		Enostranska stopnja značilnosti (P)
	DA	NE	
	Povpr. vrednost	Povpr. vrednost	
Čisti dobiček (v 1000 EUR)	1679,0	- 944,6	0,0422
Čisti prihodki od prodaje (v 1000 EUR)	25660,4	15711,5	0,0629
Število zaposlenih	225,2	197,7	0,3791
% prodaje na ruski trg v celotni prodaji	14,0	4,1	0,0482
Vrednost prodaje na ruski trg (v 1000 EUR)	4662,2	670,3	0,0396

Vir: Lastni izračuni.

Tabela 10 prikazuje rezultate obdelave anketnih odgovorov v zvezi s prej omenjeno hipotezo. Glede na odgovore o načrtovanem investicijskem vstopu do leta 2010 sem podjetja razdelil v dve skupini: skupino, ki načrtuje investicije na trg Ruske federacije in skupino, ki jo investicijski vstop ne zanima. Na tej podlagi sem pridobil podatke o povprečnih vrednostih izbranih kazalcev za obe skupini in vrednosti enostranskih stopenj značilnosti (P).

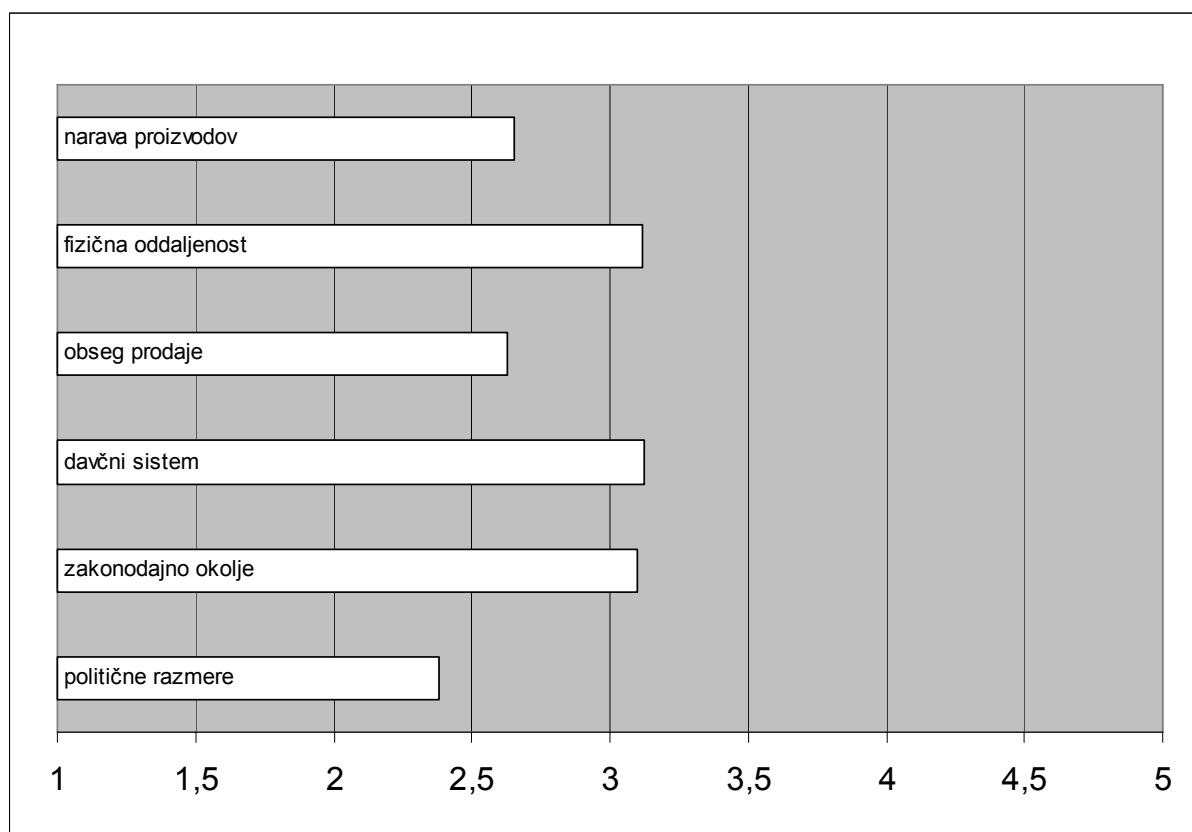
Pri treh kazalcih (čisti dobiček, odstotek prodaje na ruski trg v celotni prodaji, vrednost prodaje na ruski trg) sem s T-testom pokazal statistično značilne razlike. Na tej podlagi ugotavljam, da višji kot so omenjeni kazalci, bolj je določeno podjetje nagnjeno k naložbenim dejavnostim na trgu Ruske federacije. V primeru večjega vzorca bi najbrž lahko pokazal tudi vpliv vrednosti čistih prihodkov na naložbene odločitve podjetja, kjer se zdaj kaže zgolj tendenčni vpliv.

5.3. Dejavniki, ki odvrtaajo od naložbenega vstopa

Pri ocenjevanju dejavnikov, ki odvrtaajo od naložbenega vstopa na trg RF, so slovenska izvozna podjetja z vrednostmi od 1 (nestrinjanje) do 5 (popolno strinjanje) vrednotila naslednje dejavnike:

- politične razmere v Rusiji;
- kompleksno pravno-zakonodajno okolje;
- davčni sistem (velike davčne obremenitve);
- premajhen obseg prodaje;
- fizična oddaljenost trga (visoki stroški nadzora, potovanj, ...);
- specifična narava proizvodov ter
- drugo.

Slika 4: Dejavniki, ki slovenska podjetja odvrtaajo od naložbenega vstopa na trg RF



Vir: Anketni rezultati.

Pri preučevanju dejavnikov sem izračunal povprečja vseh anketnih odgovorov. Iz dobljenih povprečij najbolj izstopajo velike davčne obremenitve (3,12), fizična oddaljenost trga (3,11) in kompleksno pravno-zakonodajno okolje (3,09).

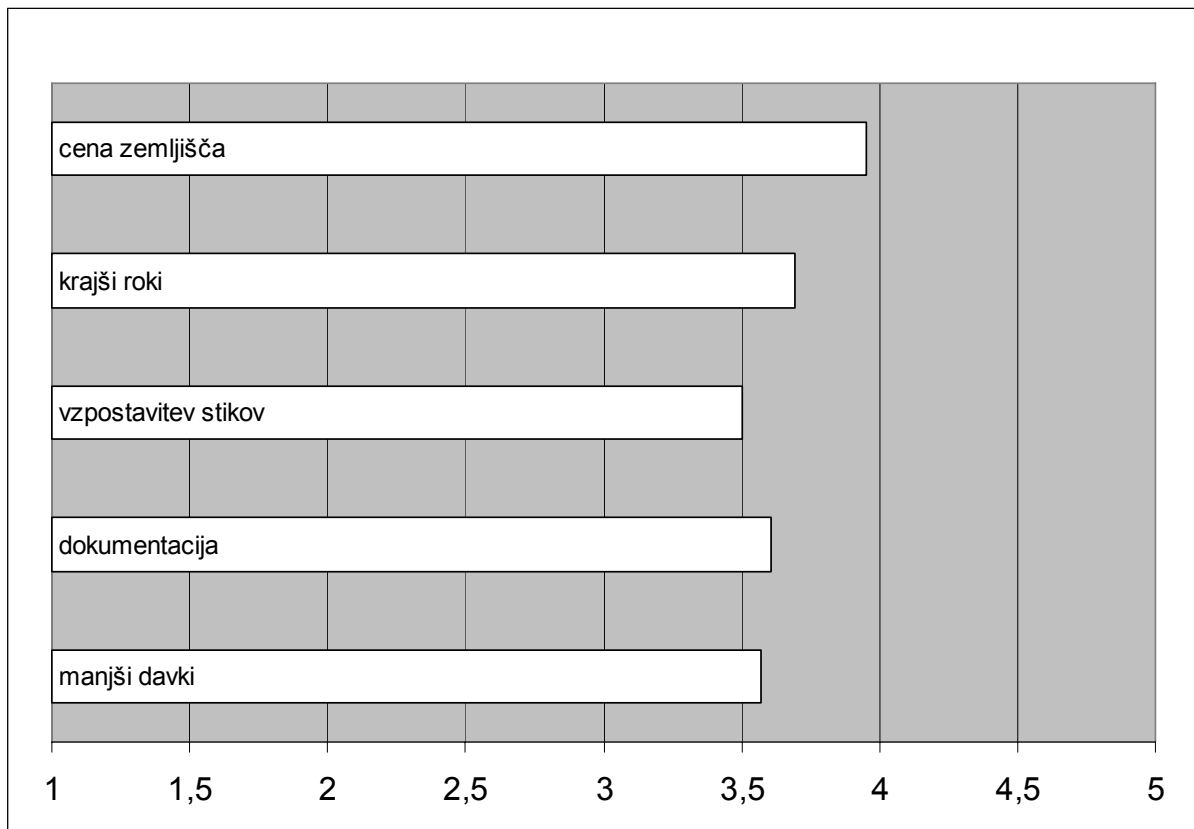
Pod možnost "drugo" so podjetja omenjala tudi korupcijo ter probleme z zagotavljanjem servisnih storitev.

5.4. Spodbude k investicijskemu vstopu

V anketnem vprašalniku so podjetja odgovarjala na vprašanje o spodbudah k investicijskemu vstopu in ocenjevala naslednje:

- zmanjšanje davčnih bremen;
- pomoč pri pridobivanju dokumentacije za registracijo podjetja;
- vzpostavitev stikov z lokalnimi organi in strokovnjaki;
- skrajšanje časovnih rokov pridobivanja dovoljenj;
- cenovno ugodno zemljišče in infrastruktura;
- drugo

Slika 5: Spodbude k investicijskemu vstopu



Vir: Anketni rezultati.

Iz dobljenih povprečij anketnih odgovorov je razvidno, da so vsa precej visoka, med njimi pa izstopa "cenovno ugodno zemljišče in infrastruktura" (3,95).

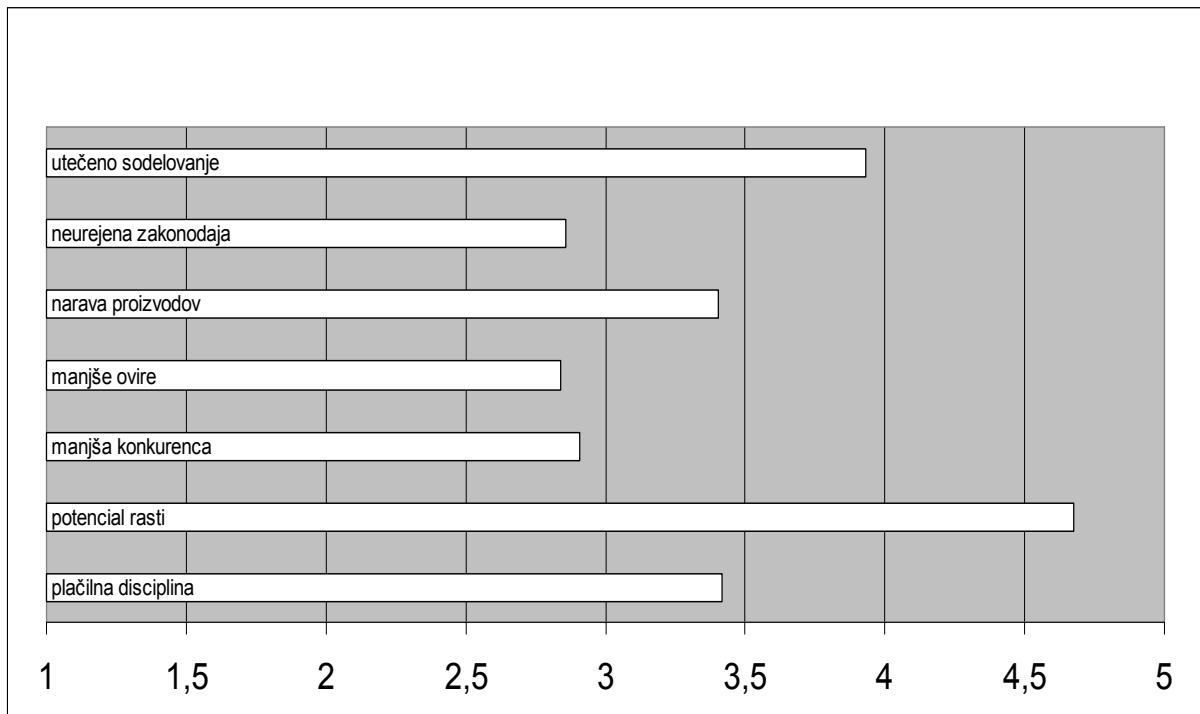
Zanimivo je, da so pri ocenjevanju dejavnikov, ki odvrčajo, podjetja pripisala največjo pomembnost velikim davčnim obremenitvam, pri spodbudah pa je razvidno, da na prvo mesto ne postavljajo zmanjšanja davčnih bremen, marveč cenovno ugodno zemljišče ter infrastrukturo.

5.5. Razlogi za poslovanje

Ocenjevani so bili tudi razlogi za poslovanje na trgu RF, in sicer:

- dobra plačilna disciplina;
- velik potencial rasti prodaje;
- manjša lokalna in tuja konkurenca;
- manjše vstopne ovire;
- specifična narava proizvodov;
- neurejena lokalna zakonodaja;
- utečeno poslovno sodelovanje;
- drugo

Slika 6: Razlogi za poslovanje na trgu RF



Vir: Anketni rezultati.

Anketni rezultati dajejo jasno sliko, da slovenski izvozniki kot najpomembnejši razlog za poslovanje na trgu RF štejejo velik potencial rasti prodaje (4,67). Tudi v raziskavi, izvedeni leta 2002, je bilo ugotovljeno, da prav ruski trg morda pomeni z dolgoročnega vidika za slovenska podjetja največji potencial rasti prodaje.

6. PROBLEMI, S KATERIMI SE SREČUJEJO SLOVENSKA PODJETJA NA RUSKEM TRGU

Podjetja se pri investiranju preko državnih meja soočajo z dvema skupinama ovir; zunanjim oziroma tistim, ki izvirajo iz zunanjega okolja, ter notranjim oziroma tistim, ki izhajajo iz lastnosti podjetja. Kriterij take delitve je možnost vplivanja podjetij na ovire oziroma sposobnost premagovanja ovir. Odpravljanje notranjih ovir je navadno v domeni menedžmenta podjetja, medtem ko je premagovanje zunanjih ovir v domeni ekonomske politike vključenih držav (Jaklič, Svetličič, 2005, str. 109).

Pomemben dejavnik pri poslovanju z Rusijo je velikost države. Ker ima ta trg ogromen potencial, je za podjetja zelo privlačen, obenem pa tudi zelo tvegan. Ena od ključnih ovir so visoki stroški pridobivanja posla. Že samo zaradi tega je velika večina slovenskih podjetij nesposobna vstopiti na ruski trg, saj bi bili stroški takega vstopa morda lahko celo višji od prihodnjih koristi.⁶ Temu je seveda treba dodati še to, da so zaradi fizične oddaljenosti ruskega trga tudi stroški nadzora oziroma učinkovite spremljave sklenjenih poslov/projektov zelo visoki in zatorej pomenijo dodatno oviro za relativno manjša slovenska podjetja (Mrak et al., 2002, str. 409). Povezanost med velikostjo podjetja ter nagnjenostjo k naložbeni dejavnosti je potrdila tudi moja raziskava.

Za slovenska podjetja je lahko problematična sama velikost poslov/projektov. To velja tako za čiste izvozne posle kakor tudi za gradbene projekte in inženiringe. V Rusiji so posli, ki se sklepajo, običajno večji od milijona evrov, neredko pa presegajo zneske 10 milijonov evrov (Mrak et al., 2002, str. 410). Pri tem se seveda takoj postavi vprašanje, katero oziroma koliko slovenskih podjetij je sploh sposobnih izpeljati takšne posle oziroma projekte.

Velike probleme predstavljajo tudi majhna učinkovitost lokalnih državnih uradov, samovoljnost uradnikov, dolgotrajni postopki, neodločnost in protislovne informacije, ki lahko zmedejo ali ohromijo poslovanje podjetja na tem trgu. Podjetje mora biti tako pripravljeno tudi na plačevanje morebitnih podkupnin ključnim državnim uradnikom ali pa odgovornim osebam pri medorganizacijskem trženju (Kisovar, 2005, str. 27). Po mnenju velike večine tako domačih kot tujih vlagateljev je splošno institucionalno okolje mnogo preveč tvegano, kar se tiče tako pravil in postopkov kot tudi lastniške strukture podjetij, ki bi bila zanimiva za tuje vlagatelje (Mrak et al., 2002, str. 403). Tudi rezultati moje raziskave so pokazali, da je kompleksno pravno-zakonodajno okolje eden glavnih dejavnikov, ki odvrčajo slovenska podjetja od morebitnih naložb na ruski trg. Poleg neobstoja enotnega in preglednega davčnega sistema predstavljajo veliko število davkov in velike vsote davčnih bremen neizogibno oviro na trgu RF.

⁶ Stroški pridobivanja poslov (potovanja, pridobivanje informacij itd.) lahko presežejo pričakovane dobičke – neto sedanja vrednost takega posla je lahko negativna.

Iz omenjenih problemov izhaja potreba po domačih strokovnjakih, brez katerih je skoraj nemogoče obvladati vse pravne in davčne ovire. Veliko lahko k uspešnosti pripomorejo tudi dobre zveze na visokih ravneh državne uprave.

7. TRIMO, D. D., IN TEHNOLOŠKI PARK VYAZNIKI

7.1. Predstavitev podjetja Trimo, d. d.

Trimo je eno vodilnih evropskih podjetij na področju ognjevarnih panelov za strehe in fasade ter proizvajalec jeklenih montažnih zgradb doma in v tujini. Vizija, ki jo zasledujejo v podjetju, je postati vodilni evropski ponudnik celovitih rešitev na področju jeklenih zgradb.

Prvi koraki Trima so se začeli s prodajo streh in fasad, kasneje so svojo dejavnost razširili tudi na montažo, v letu 2005 pa so svoje aktivnosti usmerili v celovite rešitve.

V podjetju zagotavljajo originalne in celovite rešitve na področju:

- jeklenih montažnih zgradb,
- streh in fasad,
- jeklenih konstrukcij,
- kontejnerjev in
- zvočnoizolativnih sistemov.

Trimo se postavlja z dolgoletno tradicijo, saj njegovi začetki segajo v leto 1961. Danes je sodobno organizirano in visokotehnološko usposobljeno podjetje, ki uspešno posluje in svojim kupcem zagotavlja funkcionalne in estetsko dovršene izdelke.

7.2. Trimove izkušnje v Rusiji

Družba Trimo je v Rusiji prisotna več kot 30 let, od leta 2001 pa na tem trgu deluje preko lastnih podjetij Trimo Rus in Trimo VSK. Odvisna družba Trimo VSK obsega 15 lastnih predstavništev s preko 200 zaposlenimi. Letno zgradi več kot 300 objektov na območju celotne Rusije (Družba Trimo predstavila tehnološki park v Rusiji, 2007).

Po besedah Tatjane Fink sodi ruski trg med Trimove glavne trge, na njem namreč ustvarijo prek 15 odstotkov prometa, zato so se leta 2001 odločili, da poleg dolgoletnega izvoza začnejo tudi z naložbami na ruski trg (Fink, 2006).

Trg Ruske federacije je za slovenska podjetja eden najbolj perspektivnih. Obseg blagovne menjave je že presegel 1 mlrd USD (Obvestila Izvoznega okna, 2007). Po mnenju strokovnjakov Gospodarske zbornice Slovenije (GZS) pa je kljub kar 38-odstotni rasti našega izvoza v Rusijo prostora za naša podjetja tam še veliko več. »Naših naložb tam ni dovolj, saj našim podjetjem manjka tako kadrov kot poguma, neredko tudi zaradi strahu pred tamkajšnjo

lokalno administracijo in težav s pridobivanjem vseh potrebnih dokumentov,« ugotavlja Esad Ajeti, predstavnik GZS v Rusiji. (Glavič, 2006)

7.3. Tehnološki park Vyazniki

Rešitev problema (pre)majhnega števila slovenskih naložb na ruski trg naj bi bil tehnološki park Vyazniki, ki ga je v Vladimirski regiji nedaleč od Moskve začel graditi Trimo, d. d.

Vladimirska regija meji na Moskovsko regijo, zavzema približno 30.000 km² in ima okoli 1,5 mio prebivalcev. Zaradi bližine Moskve ima zelo ugodno geografsko lego saj čez njen teritorij potekajo vse najpomembnejše prometne poti. Trenutno se vrednost novih tujih investicij v regiji ocenjuje na 250 mio USD, podjetja s tujim kapitalom pa proizvedejo četrtno proizvodnje v regiji (Obvestila Izvoznega okna, 2007). Trimov park se bo razprostiral na več kot 100 hektarih zemljišča 280 km vzhodno od Moskve ter 110 km zahodno od Nižnega Novgoroda in bo imel izjemno logistično pozicijo, saj meji na avtocesto in centralno železniško progo Moskva–Nižni Novgorod.

Po besedah Damirja Kočana, direktorja za Vzhodno Evropo, bo tehnološki park, ki se gradi v sodelovanju z lokalno oblastjo, podjetjem zagotavljal enake pogoje poslovanja kot v Evropi (Glavič, 2006). Trimo, d. d., bo poskrbel za celotno komunalno infrastrukturo, podjetjem, ki se bodo odločila za gradnjo lastne proizvodnje v tehnološkem parku, pa bodo nudili paket storitev, od projektiranja, potrjevanja dokumentacije z lokalnimi organi do izvedbe in predaje objekta na "ključ", svetovanja pri izbiri kadrov, svetovanja v začetni fazi delovanja podjetja itd. Na ta način bo Trimo s svojimi izkušnjami pripomogel k lažjemu vstopu in poslovanju slovenskih podjetij na ruskem trgu (Obvestila Izvoznega okna, 2007).

Trimov tehnološki park Vyazniki bo imel status posebne ekonomske cone, saj regija vodi aktivno politiko pridobivanja tujih investicij in tujim podjetjem nudi posebne davčne olajšave pri naložbah v infrastrukturo in v proizvodne zmogljivosti, in sicer petletno oprostitev davka na premoženje (znaša 2,2 %) in nižjo davčno stopnjo na davek na dobiček (zmanjšanje za 4 do 7 odstotnih točk) (Obvestila Izvoznega okna, 2007).

V parku bo poleg obilice sodobno opremljenih proizvodno-skladiščnih objektov po meri zainteresiranih podjetij tudi več restavracij in celo hotel, kar pomeni, da bo urejen na ravni podobnih parkov v Evropi.

7.4. Utemeljitev poimenovanja »tehnološki« park

Pojem 'znanstveni park' (angl. science park) se v različni literaturi uporablja za različne oblike parkov: raziskovalni, tehnološki, visokotehnološki park, inovacijski center in tehnološki inkubator.

Ne glede na poimenovanje je vsem znanstvenim parkom skupno dvoje (Zhang, 2005, str. 140):

- vključujejo na znanju temelječa podjetja in tehnološko intenzivne aktivnosti,
- namenjeni so pomoči rasti na znanju temelječih podjetij in prenosom tehnologije

Zavoljo razlikovanja med različnimi poimenovanji parkov je Lowe predlagal (Lowe, 1985, str. 39):

- Raziskovalni park je 'najčistejša' oblika; nahaja se v neposredni bližini univerze. Glavna aktivnost je povezovanje akademskega znanja z industrijo za razvoj visokih tehnologij. Univerza ima v parku tudi upravljavsko vlogo.
- Znanstveni park je podoben raziskovalnemu, ker poleg raziskav v njem poteka tudi razvoj. Vključuje lahko tudi produkcijo prototipov.
- Tehnološki park pa združuje (dobesedno: nastanjuje) podjetja, ki sodelujejo pri komercializaciji visoke tehnologije. Produkcija poteka v polnem obsegu. Akademska prisotnost je nizka ali pa je sploh ni.

Luger in Goldstein sta tehnološke parke definirala kot pospeševalce razvoja inovacij in tehnološko orientiranih poslovnih idej (Luger, Goldstein, 1991).

Kakorkoli že, težko je potegniti strogo ločnico med posameznimi oblikami parkov. Na splošno:

- V raziskovalnih parkih potekajo aktivnosti, ki kreirajo novo znanje.
- Tehnološki parki opravljajo aplikacijo in komercializacijo tega znanja.
- Znanstveni parki so po svojem delovanju nekje vmes med prvima dvema vrstama parkov.

Luger in Goldstein sta mnenja, da so industrijski parki, 'office' parki in poslovni inkubatorji manj tehnološko intenzivni v primerjavi z znanstvenimi ali raziskovalnimi parki. Po njunem mnenju je proizvodnja glavna dejavnost industrijskih parkov, administracija in prodaja glavni funkciji 'office' parkov, poslovni inkubatorji pa ponujajo prostor novim in majhnim podjetjem (Luger, Goldstein, 1991).

Trimov park v Vladimirski regiji bi bilo tako najbolj smotrno poimenovati poslovni park, namreč, tehnološki park je znanstvena oblika parka in se povsod v literaturi uporablja v povezavi z inovacijami ter komercializacijo visokih tehnologij. Glede na to, da bo glavna

funkcija Trimovega parka zagotavljanje »paketa storitev« domačim in tujim podjetjem (ne glede na njihovo dejavnost), bi ga bilo, oziraje se na definicije Lugerja in Goldsteina ter primere iz prakse, najbolj korektno poimenovati poslovni park.

Ker pa je praksa na ruskem trgu drugačna (kaže, da je poimenovanje »tehnološki park« nekako v modi), so se v Trimu odločili, da park Vyazniki prav tako imenujejo tehnološki. Glavni razlog takega poimenovanja naj bi torej bila večja prepoznavnost parka.

7.5. Primerjava z ostalimi parki po svetu

Tehnološki park Vyazniki sem primerjal s primerljivimi parki po svetu, in sicer s petimi poslovnimi parki v kanadski regiji Halifax, poljskim parkom Vistula, industrijskim parkom Bchamoun iz Libanona in škotskim parkom Edinburgh. Moji izsledki so sledeči (Vir: Halifax business parks; Vistula park; Bchamoun industrial park; Edinburgh park):

- Ustanovitelji parkov so lahko univerze, regije, mesta, združenja podjetij ali pa posamezna podjetja.
- Podjetja, združena v park, so lahko: podjetja iz sorodnih dejavnosti (npr.: zgolj visokotehnološka podjetja), soodvisna (podjetja, ki drug drugega dopolnjujejo v proizvodno verigo) ali pa povsem nepovezana. Nekateri parki povezujejo podjetja iz dejavnosti, ki imajo na lokalnem območju velik potencial (npr: papirna industrija, predelava lesa in storitve v poljskem parku Vistula).
- Za pospeševanje razvoja parkov so »podnajemniki« deležni različnih vzpodbud: manjše davčne stopnje, izvzetje davkov, vzpodbude za zaposlovanje lokalnega prebivalstva (npr.: petletno izvzetje davka na premoženje, če podjetje zaposli od 20 do 50 ljudi). Trimov Tehnološki park Vyazniki bo podjetjem nudil posebne davčne olajšave pri naložbah v infrastrukturo in v proizvodne zmogljivosti, in sicer petletno oprostitev davka na premoženje (znaša 2,2 %) in nižjo davčno stopnjo na davek na dobiček (zmanjšanje za 4 do 7 odstotnih točk).
- Velikost današnjih poslovnih parkov variira od nekaj deset pa vse do več kot tisoč podjetij. Po pregledu velikega števila internetnih strani lahko zatrdim, da velikost parka pogojuje razvitost infrastrukture ter dodatne storitve, ki jih park nudi. V večjih parkih najdemo celo vrsto dodatnih objektov, kot so, hoteli, nakupovalni centri, SPA centri, restavracije, kavarne, konferenčni centri, športni objekti, zelene površine s trim stezami idr.
- Veliko parkov ponuja že zgrajene objekte, ki pa se vsekakor ne morejo primerjati z objekti, zgrajenimi po želji kupca. Velika prednost Trimovega parka je, da se bodo

podjetja nastanila v objekt, ki jim bo po velikosti, obliki, razporeditvi prostorov in namembnosti povsem ustrezal.

- »Storitve na ključ«, torej paket storitev, od projektiranja, potrjevanja dokumentacije z lokalnimi organi, do izvedbe in predaje objekta, bi lahko označil za pozitivno vrzel, saj nobeno drugo podjetje ali park ne ponuja tako širokega spektra storitev.

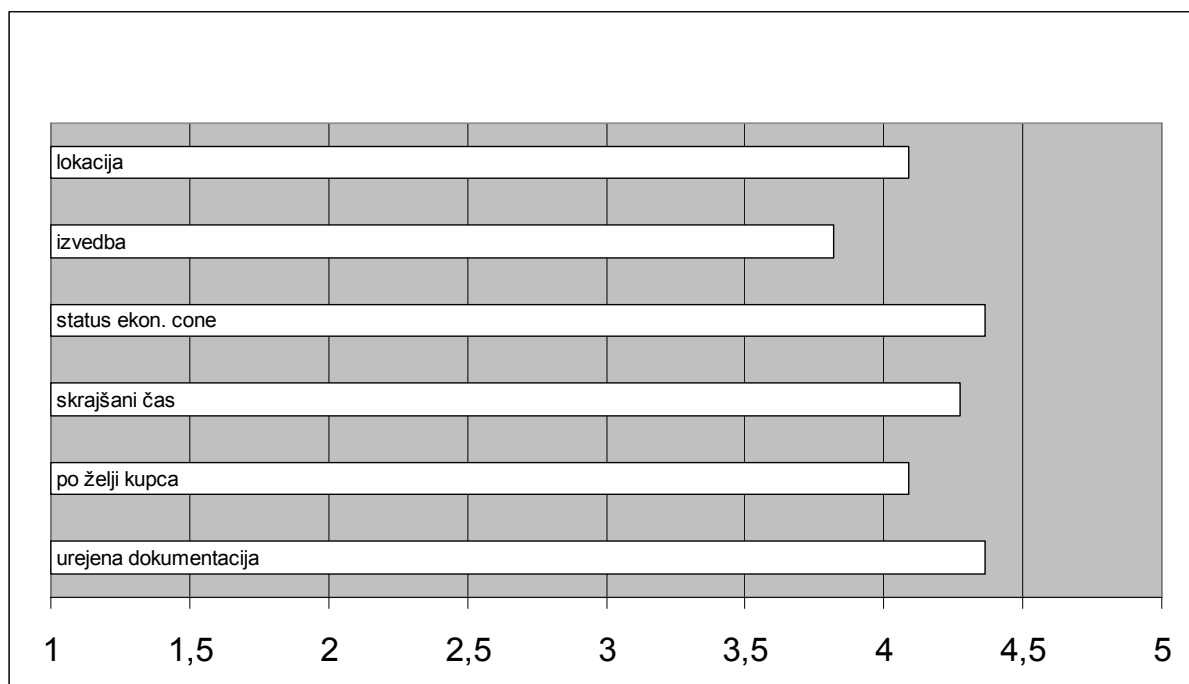
7.6. Prednosti za slovenska podjetja

Kot je bilo že prej omenjeno, mi je od 26 podjetij, ki jim je bil predstavljen načrtovani projekt – tehnološki park Vyazniki, uspelo dobiti 11 izpolnjenih anketnih vprašalnikov, ki so poleg vprašanj o ruskem trgu vsebovali še dodatno vprašanje o pomembnosti storitev, ki jih bo nudil tehnološki park.

Pri tem vprašanju so podjetja z vrednostmi od 1 do 5 ocenjevala, kakšno pomembnost pripisujejo posameznim storitvam, ki jih bo nudil Trimov tehnološki park:

- urejena dokumentacija;
- zemljišče z zgradbo po želji kupca in urejeno infrastrukturo;
- skrajšani čas potrjevanja projektov v Rusiji;
- lokacija s statusom »posebne ekonomske cone« (davčne olajšave);
- izvedba vašega projekta s strani uglednega evropskega podjetja in ne s strani lokalnih podjetij;
- geografska lokacija parka (bližina avtoceste, železnice).

Slika 7: Pomembnost storitev Tehnološkega parka



Vir: Anketni rezultati.

Sodeč po odgovorih, anketirani pripisujejo največji pomen “ureditvi dokumentacije” in “lokaciji s statusom posebne ekonomske cone” (obe postavki sta bili ocenjeni s 4,36). Visoko ocenjen (4,27) je bil tudi “skrajšani čas potrjevanja projektov v Rusiji”.

To še enkrat dokazuje veliko problematiko ruske administracije in (pre)visoke davčne obremenitve.

8. SKLEP

Moje delo izhaja iz ideje o postavitvi tehnološkega parka podjetja Trim, d. d. Podjetje si je v več kot treh desetletjih nastopanja na ruskem trgu nabralo znanje in izkušnje, s katerimi sedaj želi omenjeni trg približati zainteresiranim slovenskim podjetjem.

V devetdesetih letih so bile neposredne tuje naložbe v Rusijo glede na njeno velikost in gospodarski potencial zaradi politične nestabilnosti, gospodarske negotovosti, korupcije in visokih davčnih obremenitev nizke. Vse od ruske krize leta 1999 se stanje v državi izboljšuje – gospodarska rast je visoka, kupna moč hitro raste, inflacija je zmernejša in brezposelnost upada. V prihodnosti čaka Rusijo nadaljevanje že začetih reform, obenem pa tudi nove reforme, ki bodo olajšale poslovanje tujim podjetjem.

Obseg rusko-slovenske blagovne menjave se neprestano povečuje in bo v letu 2007 presegel vrednost milijardo evrov. Višje oblike gospodarskega sodelovanja, kot so neposredne tuje

naložbe, pa se ne povečujejo z zadostno hitrostjo (delež slovenskih neposrednih naložb v Rusijo se je v letu 2004 v primerjavi z letom 2002 celo zmanjšal).

Vzroki tega dejstva so številni: kompleksna in netransparentna ruska administracija, velike davčne obremenitve, fizična oddaljenost trga idr. Tudi zmanjšane carinske stopnje in krajši carinski postopki so olajšali poslovanje na trgu in s tem odvrnili marsikatero podjetje od investicijskega vstopa (iz raziskave v letu 2002 je razvidno, da so bile prav visoke carinske stopnje glavni razlog za potencialni investicijski način vstopa).

S svojo raziskavo sem ugotovil, da slovenski izvozniki kot najpomembnejši razlog za poslovanje na trgu Ruske federacije (še vedno) štejejo velik potencial rasti prodaje. Ugotovil sem pozitivno povezanost med velikostjo podjetja (kriteriji: čisti dobiček, odstotek prodaje na ruski trg v celotni prodaji, vrednost prodaje na ruski trg) in zainteresiranostjo za naložbeno dejavnost. Iz tega sklepam, da bi bilo za Trimo najbolje, če bi potencialne investitorje iskal zgolj med večjimi slovenskimi podjetji.

Slovenska podjetja od naložb odvrčajo (po pomembnosti): velike davčne obremenitve, fizična oddaljenost trga in kompleksno pravno-zakonodajno okolje. Če te anketne rezultate povežemo s tehnološkim parkom Vyazniki, ugotovimo, da bo ta park v marsičem olajšal investicijske vstopa na ruski trg. Investitorji bodo deležni davčnih olajšav, saj bo imel status posebne ekonomske cone, poleg tega pa jih bo "odrešil" vseh težav s pridobivanjem dokumentacije. Slednje dokazujejo tudi anketni rezultati, ki kažejo, da anketirani pripisujejo največji pomen prav "ureditvi dokumentacije" in "lokaciji s statusom posebne ekonomske cone".

Slovenskim podjetjem, ki želijo s svojo naložbeno dejavnostjo prodreti na ruski trg, a jih od tega odvrča kompleksno in netransparentno okolje, vsekakor priporočam nastanitev v tehnološkem parku Vyazniki, saj ponuja »storitve na ključ«, torej paket storitev, od projektiranja, potrjevanja dokumentacije z lokalnimi organi do izvedbe in predaje objekta. Ta paket storitev bi lahko označil za pozitivno vrzel, saj nobeno drugo podjetje ali park ne ponuja tako širokega spektra storitev.

Podjetju Trimo, d. d., svetujem, da preuči možnosti povezave s katero od bližnjih ruskih univerz, saj si s tem lahko zagotovi pritek novih znanj, obenem pa tudi večjo vključenost v lokalno skupnost. Glede na to, da je, po mnenju anketiranih, cena najboljša vzpodbuda za investiranje v park, predlagam previdnost pri določanju cenovne politike. Po nastanitvi določenega števila investorjev v park bo nujno posvečati pozornost razvoju dodatne infrastrukture, kot so hoteli, konferenčni centri, nakupovalni centri, SPA centri, restavracije, kavarne, športni objekti, zelene površine idr.

Po primerjavi problematik, s katerimi se srečujejo slovenska podjetja na ruskem trgu in paketa storitev tehnološkega parka Vyazniki sklepam, da bo le-ta pospešil naložbeno dejavnost slovenskih podjetij na ruski trg.

LITERATURA

1. Adlešič Zlatko et al.: Ruska federacija vaš partner. Ljubljana : Center za mednarodno sodelovanje in razvoj, 2004. 80 str.
2. Ahrend Rudiger, Tompson William: Fifteen Years Of Economic Reform In Russia: What Has Been Achieved? What Remains To Be Done?. Paris : OECD, 2005. 71 str.
3. Colnar Leskovšek Tadeja: Strategija nastopa slovenskih podjetij na ruskem trgu. I. del. Ljubljana : Center za mednarodno konkurenčnost, 2003. 299 str.
4. Dračuk Gennadeovna Julija: Izvoz v Rusijo – Nov carinski zakon. Mednarodno poslovno pravo, Ljubljana, maj 2004, str. 12–14.
5. Dunning John: Multinational enterprises and the global economy. Wokingham : Addison-Weseley publishers Ltd., 1993. 687 str.
6. Fink Tatjana: Intervju. Dnevnik, Ljubljana, 20. 11. 2006, str. 18.
7. Glavič Bojan: Trimo v Rusiji postavlja tehnološki park. Dnevnik, Ljubljana, 17. 11. 2006, str. 22.
8. Hollensen Svend: Global marketing. A market-responsive approach. Harlow : Prentice Hall, 2001. 640 str.
9. Jaklič Andreja, Svetličič Marjan: Izhodna internacionalizacija in slovenske multinacionalke. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 2005. 162 str.
10. Kisovar Urban: Možnosti vstopa in trženja mulčerja in okopalnika podjetja Tehnos na ruskem trgu. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2005. 43 str.
11. Lowe Julian: Science parks in the UK. Lloyds bank review, London, 1985, 156, str. 31–42.
12. Luger Michael, Goldstein Harvey: Technology in the garden, Research parks and regional economic development. London : The University of North Carolina Press, 1991. 242 str.
13. Makovec Brenčič Maja, Hrastelj Tone: Mednarodno trženje. Ljubljana : GV Založba, 2003. 483 str.

14. Mrak Mojmir et al.: Gospodarsko sodelovanje med Republiko Slovenijo in Rusko federacijo. Prašnikar Janez, ur., Primerjajmo se z najboljšimi. Ljubljana : Časnik Finance, 2002, str. 379–415.
15. Rajić Igor: Internacionalizacija podjetij v farmacevtski panogi: primer Krke na trgu Ruske federacije. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2007. 86 str.
16. Svetličič Marjan: Zlate mreže transnacionalnih podjetij. Ljubljana : Delavska enotnost, 1985. 465 str.
17. Trtnik Andreja: Internacionalizacija slovenskih podjetij z neposrednimi naložbami v tujino. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2000. 113 str.
18. Zhang Yuehua: The science park phenomenon: development, evolution and typology, International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management. London, 2005, 5, str. 138–154.

VIRI

1. Analiza srednjeročne ocene rizičnosti Rusije. Ljubljana : CMSR (Center za mednarodno sodelovanje in razvoj), 2002.
2. Bchamoun industrial park. [URL: <http://www.bchamounpark.com/>], 12. 5. 2007.
3. Bilateralni odnosi. Izvozno okno. [URL: http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/bilateralni_ekonomski_odnosi/#13], 19. 4. 2007.
4. Bilateralni sporazumi. Izvozno okno. [URL: http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/bilateralni_ekonomski_odnosi/#15], 11. 4. 2007.
5. Blagovna menjava z Rusijo vse bližje milijardi evrov. [URL: <http://www.finance.si/index.php?MOD=show&id=180180.>], 19. 4. 2007.
6. Bonitete poslovanja. iBON, 2007.
7. Časovna serija podatkov o slovenskih neposrednih naložbah v Ruski federaciji. Interni podatki. Banka Slovenije.
8. Dajatve. Izvozno okno. [URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/poslovanje/dajatve/>], 9. 3. 2007.

9. Družba Trimo predstavila tehnološki park v Rusiji. [URL: <http://www.trimo.si/client/novice.php?id=1150>], 7. 5. 2007.
10. Edinburgh park. [URL: <http://www.edinburghpark.co.uk/>], 12. 5. 2007.
11. Gospodarska rast. Izvozno okno. [URL: http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/gospodarska_rast_proizvodnja/], 9. 3. 2007.
12. Halifax business parks. [URL: http://www.halifax.ca/business_parks/parks.html], 15. 5. 2007.
13. Interna gradiva Urada RS za statistiko, podatki o vrednosti slovenskega izvoza in uvoza ter saldo blagovne menjave z Rusko federacijo.
14. Neposredne naložbe 2004. Ljubljana : Banka Slovenije, december 2005. 92 str.
15. Obvestila Izvoznega okna. Izvozno okno. [URL: <http://www.izvoznookno.si/?act=8&act2=1&id=2006120709511347>], 23. 1. 2007.
16. Predstavitev države. Izvozno okno. [URL: <http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/predstavitev/>], 7. 3. 2007.
17. Resolucija Evropskega parlamenta. [URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2007-0262&language=SL&ring=A6-2007-0206>], 19. 6. 2007.
18. Russia Country Report 2006. The Economist Intelligence Unit. [URL: <https://portal.eiu.com/sso/cas/login?service=http%3A%2F%2Fwww%2Eeiu%2Ecom%2Fsso%2Fcas%2Fclient&brand=&renew=true>], 2. 4. 2007.
19. Russia Country Review. [URL: <http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=3&hid=17&sid=830e96ef-0bbb-4c5c-a270-508f4df6998e%40sessionmgr2>], 2007.
20. SID Banka, d. d. [URL: <http://www.sid.si/>], 27. 8. 2007.
21. SloExport – Podatkovna baza slovenskih izvoznikov [URL: <http://www.gzs.si/sloexport/>], 15. 5. 2007.
22. Statistični indikatorji. Izvozno okno. [URL: http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/statisticni_indikatorji/], 7. 3. 2007.

23. Vistula park. [URL:
<http://www.paiz.gov.pl/index/?id=c0560792e4a3c79e62f76cbf9fb277dd>], 15. 5. 2007.
24. Zunanja trgovina. Izvozno okno. [URL:
http://www.izvoznookno.si/podatki/rus/zunanja_trgovina/], 9. 3. 2007.

PRILOGE

PRILOGA 1: ANKETNI VPRAŠALNIK

1. Kolikšen delež vaše celotne prodaje ste v letu 2006 dosegli na ruskem trgu?

%

2. Kolikšna je bila vrednost vaše prodaje na ruskem trgu v letu 2006 (v evrih) ?

€

3. Ali načrtujete naložbe na ruski trg do leta 2010? Vpišite **X** v ustrezno polje.

DA
 NE

- Če ste odgovorili z **DA**, nadaljujte z vprašanjem št. 4
- Če ste odgovorili z **NE**, nadaljujte z vprašanjem št. 5

4. Kakšno vrsto naložbe načrtujete (odgovorite le če ste pri prejšnjem vprašanju odgovorili z DA)? Vpišite **X** v ustrezno polje.

- Pogodbene oblike vstopa:

Franšizing
 Pogodbena proizvodnja
 Skupna vlaganja
 Strateške zveze

- Naložbene oblike vstopa

Proizvodna enota
 Prodajna enota
 Skladišče
 Sestavljalnica
 Regionalni center
 Drugo: _____

5. Na lestvici od 1 do 5 ocenite v kolikšni meri se strinjate s tem, da naslednji dejavniki odvrčajo vaše podjetje od investicijskega vstopa na ruski trg (1 – se sploh ne strinjam, 5 –se popolnoma strinjam). Vpišite **X** v ustrezno polje.

	Se sploh ne strinjam			Popolnoma se strinjam	
	1	2	3	4	5
Politične razmere v Rusiji					
Kompleksno pravno-zakonodajno okolje					
Davčni sistem (velike davčne obremenitve)					
Premajhen obseg prodaje					
Fizična oddaljenost trga (visoki stroški nadzora, potovanj,...)					
Specifična narava vaših proizvodov					
Drugo:					

6. Na lestvici od 1 do 5 ocenite kaj bi vas vzpodbudilo k investicijskem vstopu? Vpišite **X** v ustrezno polje.

	Se sploh ne strinjam			Popolnoma se strinjam	
	1	2	3	4	5
Zmanjšanje davčnih bremen					
Pomoč pri pridobivanju dokumentacije za registracijo podjetja					
Vzpostavitev stikov z lokalnimi organi in strokovnjaki					
Skrajšanje časovnih rokov pridobivanja dovoljenj					
Cenovno ugodno zemljišče ter infrastruktura					
Drugo:					

7. Na lestvici od 1 do 5 ocenite glavne razloge za poslovanje na ruskem trgu. Vpišite **X** v ustrezno polje.

	Popolnoma nepomemben			Zelo pomemben	
	1	2	3	4	5
Dobra plačilna disciplina					
Velik potencial rasti prodaje					
Manjša lokalna in tuja konkurenca					
Manjše vstopne ovire					
Specifična narava vaših proizvodov					
Neurejena lokalna zakonodaja					
Utečeno poslovno sodelovanje					
Drugo:					

8. Na lestvici od 1 do 5 ocenite kakšno pomembnost pripisujete posameznim storitvam, katere bo nudil Trimov tehnološki park? Vpišite **X** v ustrezno polje.

	Popolnoma nepomembna			Zelo pomembna	
	1	2	3	4	5
Urejena dokumentacija					
Zemljišče z zgradbo po želji kupca ter urejeno infrastrukturo					
Skrajšani čas potrjevanja projektov v Rusiji					
Lokacija s statusom »posebne ekonomske cone« (davčne olajšave)					
izvedba vašega projekta s strani uglednega evropskega podjetja in ne s strani lokalnih podjetij					
geografska lokacija parka (bližina avtoceste, železnice)					
Drugo:					

PRILOGA 2: SEZNAM ANKETIRANIH PODJETIJ

AERO, d. d.
BELINKA BELLES, d. o. o.
BOSIO, d. o. o.
BREST POHIŠTVO, d. o. o.
DANFOSS TRATA, d. o. o.
DOMEL, d. d.
ELEKTROMATERIAL, d. d.
ETI, d. d.
ETOL, d. d.
FERROČRTALIČ, d. o. o.
FILC, d. d.
GEA, d. d.
GORENJE INDOP, d. o. o.
GRADLES, d. o. o.
HIDRIA AET, d. o. o.
HIDRIA IMP KLIMA d.o.o.
ILIRIJA, d. d.
ISKRAEMECO, d. d.
JUB, d. d.
JUTEKS, d. d.
KEMA PUCONCI, d. o. o.
KEMIPLAS, d. o. o.
KILI, d. o. o.
KLADIVAR ŽIRI, d. d.
KOGAST GROSUPLJE, d. d.
KOLEKTOR GROUP, d. o. o.
KOZMETIKA AFRODITA, d. o. o.
LAMA, d. d.
LISCA, d. d.
LIV HIDRAVLIKA, d. o. o.
LOHNKO – INŽENIRING, d. o. o.
NOŽI RAVNE, d. o. o.
ORAGO, d. o. o.
POHIŠTVO ISKRA, d. o. o.
PPG – HELIOS, d. o. o.
PRIMAT, d. d.
ROTO, d. o. o.
RUJZ DESIGN, d. o. o.
SIBO G, d. o. o.
SMARTEH, d. o. o.
SOLINE, d. o. o.
TANIN SEVNICA, d. d.
TIPRO KEYBOARDS, d. o. o.
TVM, d.o.o.