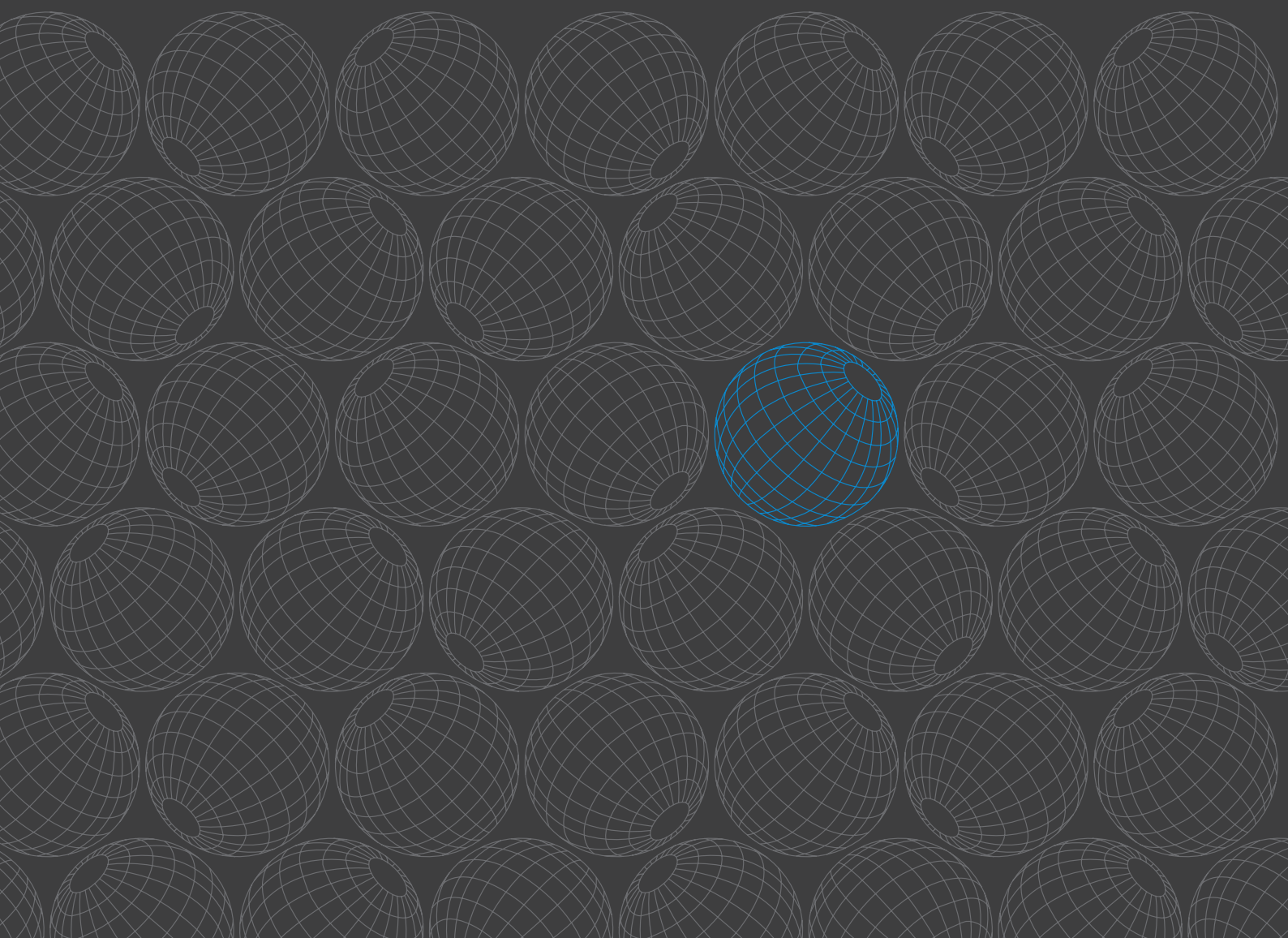


ANALIZA ANKETE  
»NALOŽBE IN PROJEKTI  
SLOVENSКИH PODJETIJ«  
DECEMBER 2017





**Center za mednarodno sodelovanje in razvoj (CMSR)** je samostojna raziskovalna in svetovalna neprofitna organizacija na področju mednarodnih ekonomskih odnosov. Republika Slovenija in SID - Slovenska izvozna in razvojna banka sta ustanovitelja zavoda s pravico javnosti, ki ga upravlja Svet Centra in vodi direktor.

CMSR opravlja temeljne in aplikativne raziskovalne, svetovalne, informativne, dokumentacijske, promocijske, izobraževalne, publicistične in posredniške dejavnosti na področjih, pomembnih za mednarodno razvojno sodelovanje.

---

CMSR, Kardeljeva ploščad 1  
1000 Ljubljana, Slovenija  
T: 01 56 81 372, 01 56 81 396  
F: 01 56 81 585  
[www.cmsr.si](http://www.cmsr.si), [info@cmsr.si](mailto:info@cmsr.si)

# 1 UVOD

Po podatkih UNCTAD se Slovenija v letu 2016 po višini neposrednih naložb v tujini (TNI), ki so znašale okoli 2.800 evrov na prebivalca, uvršča pod povprečje EU (je na 18. mestu med 28 državami EU) in tudi pod svetovno povprečje, saj delež neposrednih tujih naložb v BDP znaša le 13 odstotkov (je na 20. mestu med 28 državami EU).

**Tabela 1: Kumulativna vrednost in tok izhodnih TNI za države EU 28 v letu 2016**

Viri: UNCTAD

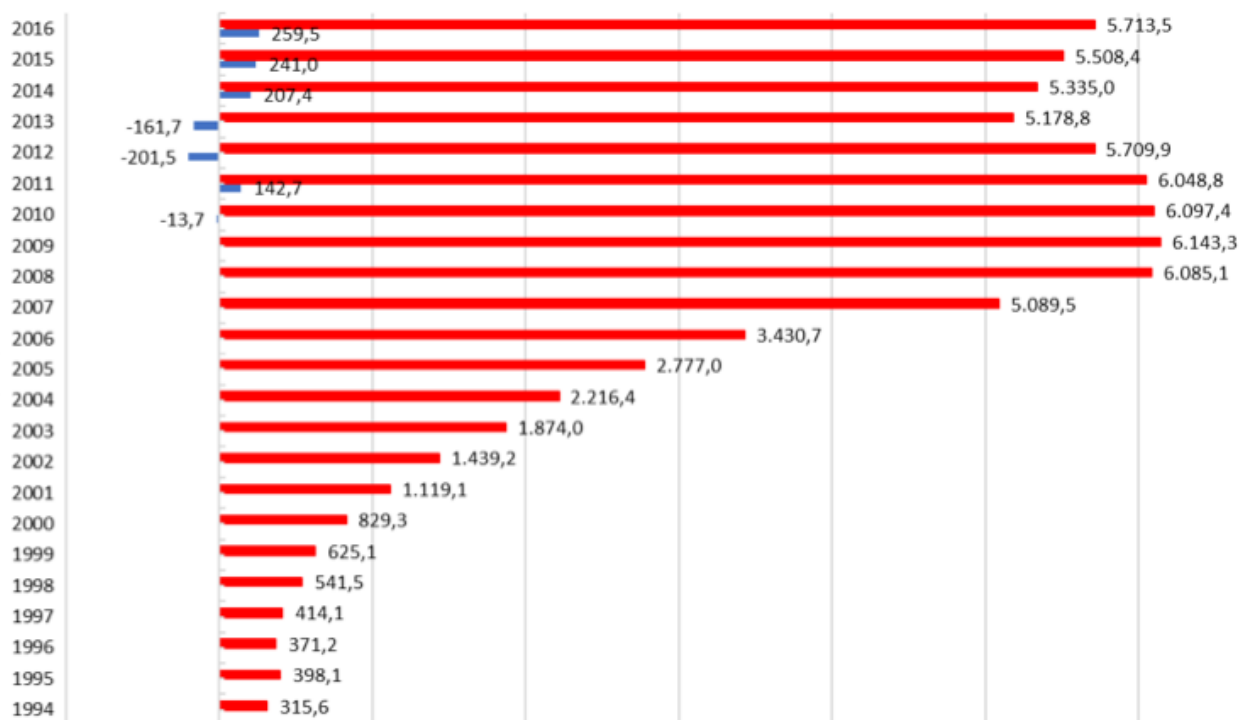
Država	Izhodni tok TNI v letu 2016				Kumulativna vrednost izhodnih TNI v letu 2016			
	Skupna vrednost v tekočih cenah (v mio USD)	Vrednost per capita v tekočih cenah (v USD)	Delež v svetovni vrednosti (v %)	Delež v BDP (v %)	Skupna vrednost v tekočih cenah (v mio USD)	Vrednost per capita v tekočih cenah (v USD)	Delež v svetovni vrednosti (v %)	Delež v BDP (v %)
<b>Svet</b>	<b>1.452.463</b>	<b>211</b>	<b>100,00</b>	<b>1,92</b>	<b>26.159.708</b>	<b>3.725</b>	<b>100,00</b>	<b>34,56</b>
<b>EU28</b>	<b>470.351</b>	<b>926</b>	<b>32,38</b>	<b>2,89</b>	<b>9.110.741</b>	<b>17.936</b>	<b>34,83</b>	<b>56,01</b>
Avstrija	-2.208	-258	-0,15	-0,57	200.212	23.363	0,77	52,05
Belgija	18.269	1.607	1,26	3,89	453.202	39.853	1,73	96,56
Bolgarija	190	27	0,01	0,38	2.114	298	0,01	4,24
Ciper	-422	-100	-0,03	-0,85	4.963	1.175	0,02	9,97
Češka	984	93	0,07	0,51	18.644	1.768	0,07	9,67
Danska	14.543	2.556	1,00	4,74	178.766	31.413	0,68	58,28
Estonija	479	366	0,03	2,10	6.449	4.926	0,02	28,32
Finska	22.760	4.120	1,57	9,72	120.791	21.867	0,46	51,56
Francija	57.328	856	3,95	2,34	1.259.385	18.807	4,81	51,34
Grčija	-638	-58	-0,04	-0,33	25.555	2.340	0,10	13,30
Hrvaška	5.376	6.117	0,37	27,52	169.668	193.046	0,65	868,39
Irska	44.548	9.450	3,07	15,15	832.742	176.653	3,18	283,24
Italija	22.794	381	1,57	1,24	460.393	7.699	1,76	25,15
Latvija	178	91	0,01	0,65	1.374	703	0,01	5,02
Litva	-136	-48	-0,01	-0,32	2.386	837	0,01	5,61
Luksemburg	31.643	54.912	2,18	54,28	230.037	399.202	0,88	394,58
Madžarska	-8.823	-898	-0,61	-7,13	25.029	2.548	0,10	20,24
Malta	-5.362	-12.778	-0,37	-53,14	65.521	156.146	0,25	649,35
Nemčija	34.558	428	2,38	1,01	1.365.375	16.923	5,22	39,79
Nizozemska	173.658	10.227	11,96	22,68	1.255.954	73.968	4,80	164,02
Poljska	6.436	167	0,44	1,38	24.790	642	0,09	5,33
Portugalska	1.583	154	0,11	0,78	55.848	5.420	0,21	27,57
Romunija	241	12	0,02	0,13	910	47	0,00	0,50
Slovaška	248	46	0,02	0,28	2.651	488	0,01	2,96

Država	Izhodni tok TNI v letu 2016				Kumulativna vrednost izhodnih TNI v letu 2016			
	Skupna vrednost v tekočih cenah (v mio USD)	Vrednost per capita v tekočih cenah (v USD)	Delež v svetovni vrednosti (v %)	Delež v BDP (v %)	Skupna vrednost v tekočih cenah (v mio USD)	Vrednost per capita v tekočih cenah (v USD)	Delež v svetovni vrednosti (v %)	Delež v BDP (v %)
Slovenija	98	48	0,01	0,23	5.739	2.773	0,02	13,13
Španija	41.789	907	2,88	3,41	516.059	11.203	1,97	42,11
Švedska	22.851	2.319	1,57	4,49	382.248	38.800	1,46	75,11
Velika Britanija	-12.614	-193	-0,87	-0,49	1.443.936	22.091	5,52	55,69

Po podatkih Banke Slovenije so slovenske naložbe v tujini konec leta 2016 dosegle kumulativno vrednost 5,71 milijarde evrov (standard BPM6) in bile glede na konec leta 2015 višje za 3,7 odstotka ali 205 milijonov evrov. V BDP so predstavljale 14,1 odstotka. Vrednost slovenskih neposrednih naložb v tujini se je od leta 1994 do leta 2016 letno povprečno povečala za 15,1 odstotka ali za nekaj več kot 300 milijonov evrov na dobre 5,7 milijarde evrov. Od leta 2009, ko so slovenske neposredne naložbe v tujini dosegle najvišjo vrednost, in sicer dobrih 6,1 milijarde evrov, so se do leta 2013 znižale na slabe 5,2 milijarde evrov, naraščajo pa ponovno od leta 2014 naprej.

### Slika 1: Gibanje slovenskih neposrednih tujih naložb v tujini od leta 1994 do leta 2016 (v mio EUR)

Viri: Banka Slovenije



Tudi v letu 2016 je bilo največ slovenskih neposrednih naložb usmerjenih v države nekdanje Jugoslavije, ki so imele v celotnih naložbah v tujini 62,3-odstotni delež. Pri tem je kot največja prejemnica slovenskih naložb na prvem mestu ostala Hrvaška (1,6 milijarde evrov; kumulativna vrednost), sledile so Srbija (dobra milijarda evrov), Bosna in Hercegovina (BiH) (515 milijonov evrov) in Makedonija (416 milijonov evrov). Na petem mestu je bila Ruska federacija (392 milijonov evrov). Na prvih pet držav odpade kar 69,1 odstotka vseh slovenskih neposrednih naložb v tujini. V letu 2016 je bila najvišja letna rast dosežena pri naložbah v Rusko federacijo (28-odstotno povečanje), Kitajsko (24-odstotno povečanje), Italijo (24-odstotno povečanje) in Češko (18-odstotno povečanje). Gledano absolutno so se najbolj povečale naložbe v Hrvaško (za 125 milijonov evrov), Rusko federacijo (za 87 milijonov evrov) in BiH (za 33 milijonov evrov).

V sektorski strukturi slovenskih neposrednih naložb v tujini imajo največji delež storitve, in sicer 51 odstotkov konec leta 2016 (zmanjšanje za 3,3 odstotne točke v primerjavi z letom 2015), sledijo industrija s 32,6 odstotka (povečanje za 2,2 odstotne točke) in nepremičnine s 16,4 odstotka (povečanje za 0,9 odstotne točke). Glavne dejavnosti (po BPM6), v katere slovenska podjetja največ vlagajo v tujini, so predelovalne dejavnosti (32,3 odstotka), trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil (19 odstotkov) ter finančne in zavarovalniške dejavnosti (13,2 odstotka). Glede na dvomestne oddelke dejavnosti (po BPM6) pa so slovenska podjetja doslej največ vlagala v trgovino na drobno, razen z motornimi vozili (13,6 odstotka vseh naložb), dejavnosti finančnih storitev, razen zavarovalništva in pokojninskih skladov (12,1 odstotka), proizvodnjo električnih naprav (9,1 odstotka), farmacijo (8,4 odstotka), proizvodnjo farmacevtskih surovin in preparatov (8,4 odstotka), dejavnosti upravljanja podjetij ter podjetniško in poslovno svetovanje (5,4 odstotka), posredovanje in trgovino na debelo, razen z motornimi vozili (4,5 odstotka), in telekomunikacijske dejavnosti (3,7 odstotka).

Analiza lastniške strukture slovenskih podjetij, ki vlagajo v tujino, kaže, da je bilo v letu 2016 23,5 odstotka slovenskih naložb v tujini tujega izvora (podjetja v večinskem tujem lastništvu), preostalih 76,5 odstotka naložb pa je bilo v celoti slovenskega izvora. V letu 2016 so slovenska podjetja, ki vlagajo v tujino, dosegla pozitiven finančni rezultat. Po izgubah v obdobju 2009–2014, ki so dosegle kumulativno vrednost 1,4 milijarde evrov, so podjetja ponovno začela dosegati dobičke, ki so v letu 2016 znašali 37,1 milijona evrov. Vrednost dobičkov, reinvestiranih v letu 2016, je bila po sedmih letih ponovno pozitivna in je znašala 19,1 milijona evrov. Povprečna donosnost slovenskih naložb v tujini v letu 2016 je bila 2,5-odstotna, kar je nad povprečjem za obdobje 2009–2016 (2,2-odstotna donosnost).

## 2 NAMEN IN CILJ

**Namen analize** je s pomočjo anketnega vprašalnika preveriti, kakšna so bila vlaganja slovenskih podjetij v tujini po letu 2007 in kako so bila financirana, kakšni so investicijski načrti slovenskih podjetij za prihodnost, kakšni so razlogi za vlaganja v tujini in s kakšnimi ovirami se podjetja srečujejo pri tem. S pomočjo anketnega vprašalnika se preverja tudi ustreznost hipotez, postavljenih v analizi strukture in dinamike dodane vrednosti v slovenskem izvozu v obdobju 2010–2016 ter v analizi verig vrednosti proizvodnje in izvoza.

**Cilj analize** je na podlagi analize rezultatov, pridobljenih s pomočjo anketnega vprašalnika, ugotoviti, ali slovenska podjetja v prihodnje načrtujejo krepitev poslovanja na tujih trgih, ali prek izvoza ali prek neposrednih naložb.

# 3 METODOLOGIJA

**Metodologija** – uporabljen je bil strukturirani anketni vprašalnik zaprtega tipa s samo enim vprašanjem odprtega tipa, ki je bilo hkrati neobvezno. Vprašalnik je bil dostopen na spletu v obliki spletne ankete, do katere je podjetje dostopalo z dodeljeno unikatno spletno povezavo in jo izpolnjevalo neposredno na spletu, lahko pa jo je tudi natisnilo in izpolnjeno poslalo po elektronski ali navadni pošti. Vprašalnik je imel skupno 29 vprašanj, ki so bila razdeljena v posamezne skupine, in sicer »Splošni podatki«, »Vlaganja na tuje trge po letu 2010«, »Izvoz na tuje trge«, »Investicijski načrti za v prihodnje«, »Razlogi za neposredna vlaganja v tujini«, »Ovire za neposredna vlaganja v tujini« in »Morebitne pripombe ali komentarji podjetja« (glej prilogo). Nekatera vprašanja so vsebovala trditve z odgovori na podlagi Likertove lestvice, pri nekaterih vprašanjih pa smo preverjali dejavnost podjetij v treh obdobjih, in sicer pred krizo (leto 2007 ali 2008), med njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje).

**Vzorčni okvir** je vključeval seznam 3.730 poročevalcev. To so bila podjetja ali samostojni podjetniki, seznam pa ni vključeval podjetij v likvidaciji ali v stečaju. Uporabljena je bila baza podjetij, ki jo je CMSR oblikoval skupaj s Skupino SID banka. Podatki, pridobljeni na podlagi anketnega vprašalnika, so zaupni, zato so v analizi predstavljeni rezultati v agregirani obliki.

V nadaljevanju je predstavljena analiza rezultatov anketnega vprašalnika. Pri njej je izpuščeno vprašanje številka 6, katerega rezultati so predstavljeni v analizi »Domača dodana vrednost v slovenskem izvozu«, in sicer v poglavju 8, »Domača dodana vrednost na ravni izvoznih podjetij«, na straneh od 30 do 34. Izpuščena je tudi analiza vprašanj 14., 15., 16., 17., 18., 19. in 20., saj so ta del komplementarne analize, ki je ne izvaja CMSR.

# 4 ANALIZA REZULTATOV

Anketni vprašalnik je bilo poslan skupno 3.730 naslovnikom, od katerih je vprašalnik v celoti izpolnilo 333 podjetij (8,9 odstotka). Nepopolnih odzivov je bilo 235. Tabela 2 prikazuje podjetja, ki so izpolnila anketni vprašalnik, in sicer glede na njihovo starost, število zaposlenih, prihodke od prodaje v letu 2016 in delež prihodkov od izvoza v celotnih prihodkih.

**Tabela 2: Splošni podatki podjetij, ki so izpolnila anketni vprašalnik**

Viri: Anketni vprašalnik

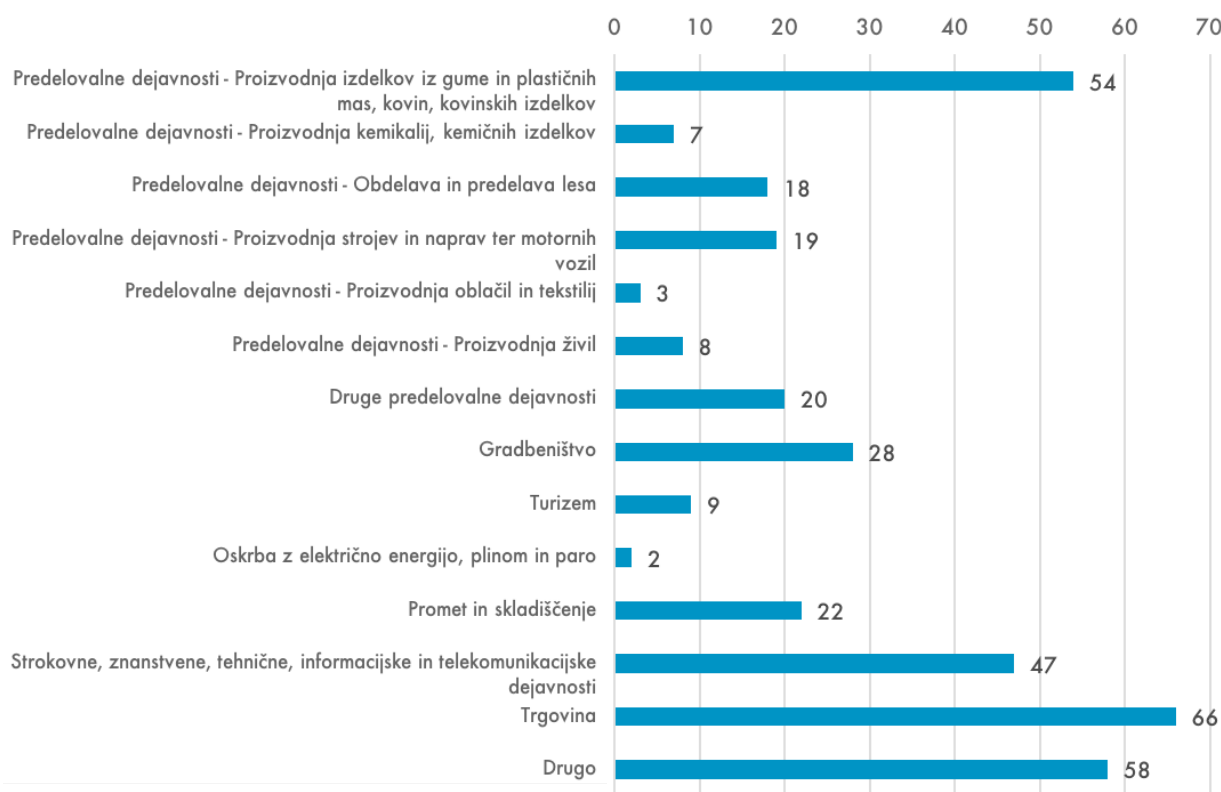
	Število podjetij	Odstotek
<b>Po starosti podjetja</b>		
do 2 leti	3	0,90
nad 2 do 5 let	12	3,60
nad 5 do 11 let	60	18,02
nad 11 do 20 let	63	18,92
nad 20 let	195	58,56
<b>Po številu trenutno zaposlenih</b>		
do 10	82	24,62
nad 10 do 50	140	42,04
nad 50 do 250	88	26,43
nad 250	23	6,91
<b>Po prihodkih od prodaje v letu 2016</b>		
do 2 mio €	122	36,64
nad 2 mio € do 8,8 mio €	124	37,24
nad 8,8 mio € do 35 mio €	66	19,82
nad 35 mio €	21	6,31
<b>Po deležu prihodkov od izvoza v celotnih prihodkih</b>		
Podjetje ne izvažata	76	22,82
do 20%	87	26,13
nad 20% do 40%	35	10,51
nad 40% do 60%	38	11,41
nad 60% do 80%	33	9,91
nad 80%	64	19,22



Največ podjetij je starih več kot 20 let, in sicer 195 ali 58,6 odstotka. Sledijo podjetja, stara med 11 in 20 let (18,9 odstotka), in podjetja, stara od 5 do 11 let (18 odstotkov). Le 12 podjetij (3,6 odstotka) je bilo starih od 2 do 5 let, 3 podjetja (0,9 odstotka) pa mlajša od 2 let. Glede na število zaposlenih je na anketni vprašalnik odgovorilo največ malih podjetij (140 ali 42 odstotkov), sledijo srednja podjetja (88 ali 26,4 odstotka) in mikropodjetja (82 ali 24,6 odstotka), najmanj pa je sodelovalo velikih podjetij (23 ali 6,9 odstotka). Največje število podjetij je imelo prihodke od prodaje med 2 in 8,8 milijona evrov (37,2 odstotka) oziroma nižje od 2 milijonov evrov (36,6 odstotka), sledijo podjetja s prihodki med 8,8 milijona in 35 milijonov evrov (19,8 odstotka) in podjetja s prihodki, višjimi od 35 milijonov evrov (6,3 odstotka). Večina podjetij je bilo izvoznih, in sicer 257 podjetij (77,2 odstotka), preostala podjetja v letu 2016 niso izvažala. Med izvoznimi podjetji je bilo največ takih, pri katerih je bil delež prihodkov od izvoza v celotnih prihodkih nižji od 20 odstotkov (87 podjetij), in takih, ki so imela ta delež višji od 80 odstotkov (64 podjetij).

## Slika 2: Porazdelitev števila podjetij glede na dejavnosti

Viri: Anketni vprašalnik



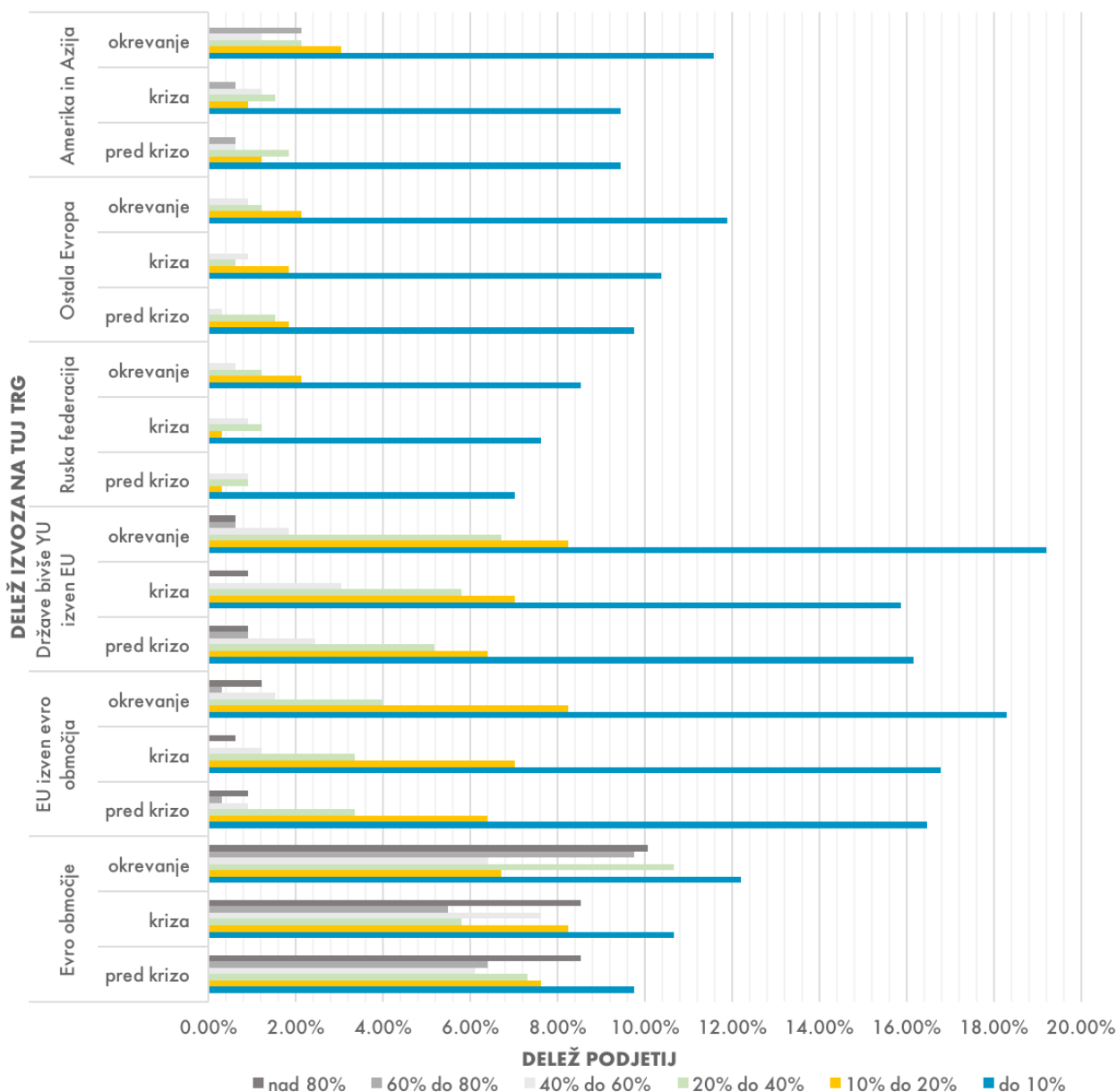
Slika 2 prikazuje porazdelitev podjetij glede na dejavnosti, pri čemer je bilo nekaj podjetij aktivnih v več panogah. 18 podjetij je izbralo 2 dejavnosti, 2 podjetji pa 3. Največ podjetij se je ukvarjalo s trgovino (19,8 odstotka), proizvodnjo izdelkov iz gume in plastičnih mas, kovin, kovinskih izdelkov (16,2 odstotka), strokovnimi, znanstvenimi, tehničnimi, informacijskimi in telekomunikacijskimi dejavnostmi (14,1 odstotka), gradbeništvom (8,4 odstotka) ter prometom in skladiščenjem (6,6 odstotka). 17,4 odstotka podjetij je izbralo odgovor »drugo«, med drugimi dejavnostmi pa so bile največkrat navedene razne inženirske dejavnosti in tehnično svetovanje.

V okviru sklopa vprašanj, ki so se nanašala na izvoz, je na vprašanje »Ali ste od vključno leta 2007 izvažali na tuje trge?« pritrnilno odgovorilo 216 podjetij (64,9 odstotka), preostalih 117 podjetij ni izvažalo. Naslednje vprašanje se je nanašalo na geografsko porazdelitev izvoza, pri čemer smo upoštevali tri obdobja, in sicer pred krizo (leto 2007 ali 2008), med njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje). Podjetja so imela na izbiro šest regij, in sicer evroobmočje, države EU zunaj evroobmočja, države nekdanje Jugoslavije zunaj EU, Rusko federacijo, preostalo Evropo ter Ameriko in Azijo. Za posamezno regijo so za vsa tri obdobja izbirala delež izvoza, ki je usmerjen v določeno regijo. Na izbiro so imela te odgovore: do 10 odstotkov, 10–20 odstotkov, 20–40 odstotkov, 40–60 odstotkov, 60–80 odstotkov in več kot 80 odstotkov. Rezultati so prikazani v Sliki 3.

Glede evroobmočja se pojavljata dve skrajnosti – največ podjetij je izbralo ali odgovor 1, to je delež izvoza do 10 odstotkov, ali odgovor 6, to je delež izvoza, višji od 80 odstotkov, kar je veljalo za vsa tri obravnavana obdobja. Pred krizo je delež podjetij, ki so v evroobmočje izvažala do 10 odstotkov celotnega izvoza, znašal 15,3 odstotka, med njo 16,7, po njej pa 18 odstotkov. Delež podjetij, ki so v evroobmočje izvažala več kot 80 odstotkov celotnega izvoza, je pred krizo znašal 13,1 odstotka, med njo 13,1, po njej pa 15,3. V celotnem obdobju se je najbolj povečalo število podjetij, ki na trge evroobmočja izvažajo 20–40 odstotkov celotnega izvoza (njihov delež je narasel z 10,8 na 16,2 odstotka). To velja tudi za podjetja, ki na trge evroobmočja izvažajo 60–80 odstotkov celotnega izvoza (njihov delež je narasel z 9,5 na 14,4 odstotka). Pri državah EU zunaj evroobmočja je največ podjetij izbralo odgovor 1, to je delež izvoza do 10 odstotkov. Pred krizo je delež podjetij, ki so izbrala ta odgovor, znašal 25,2 odstotka, med njo se ni spremenil, po njej pa je narasel na 27,9 odstotka. Na drugem mestu je bil delež podjetij, ki na trge držav EU zunaj evroobmočja usmerjajo 10–20 odstotkov celotnega izvoza, ki je pred krizo znašal 9,9 odstotka, med njo 11,3 in po njej 13,1. Tudi pri državah nekdanje Jugoslavije zunaj EU je največ podjetij izbralo odgovor 1, to je delež izvoza do 10 odstotkov, sledil je odgovor 2, to je 10–20 odstotkov. Delež podjetij, ki so izbrala odgovor 1, je pred krizo znašal 24,3 odstotka, med njo 23,9 in po njej 28,8, delež podjetij, ki so izbrala odgovor 2, pa je pred krizo znašal 9,5 odstotka, med njo 10,4 in po njej 12,6. Delež podjetij, ki so izvažala na trg Ruske federacije, je bil največji pri odgovoru 1. Pred krizo je na trg Ruske federacije do 10 odstotkov celotnega izvoza namenilo 11,7 odstotka podjetij, prav toliko med njo, po njej pa 13,1 odstotka teh. Na trge preostale Evrope je največji delež podjetij namenjalo do 10 odstotkov celotnega izvoza, in sicer pred krizo 15,8 odstotka podjetij, med njo 16,7 in po njej 18,5. Enako velja za trge Amerike in Azije, kjer se je delež podjetij, ki so tja namenjala do 10 odstotkov svojega izvoza, v obravnavanem obdobju s 14,4 odstotka povečal na 18 odstotkov.

### Slika 3: Usmerjenost izvoza na tuje trge po deležih v posameznih obdobjih

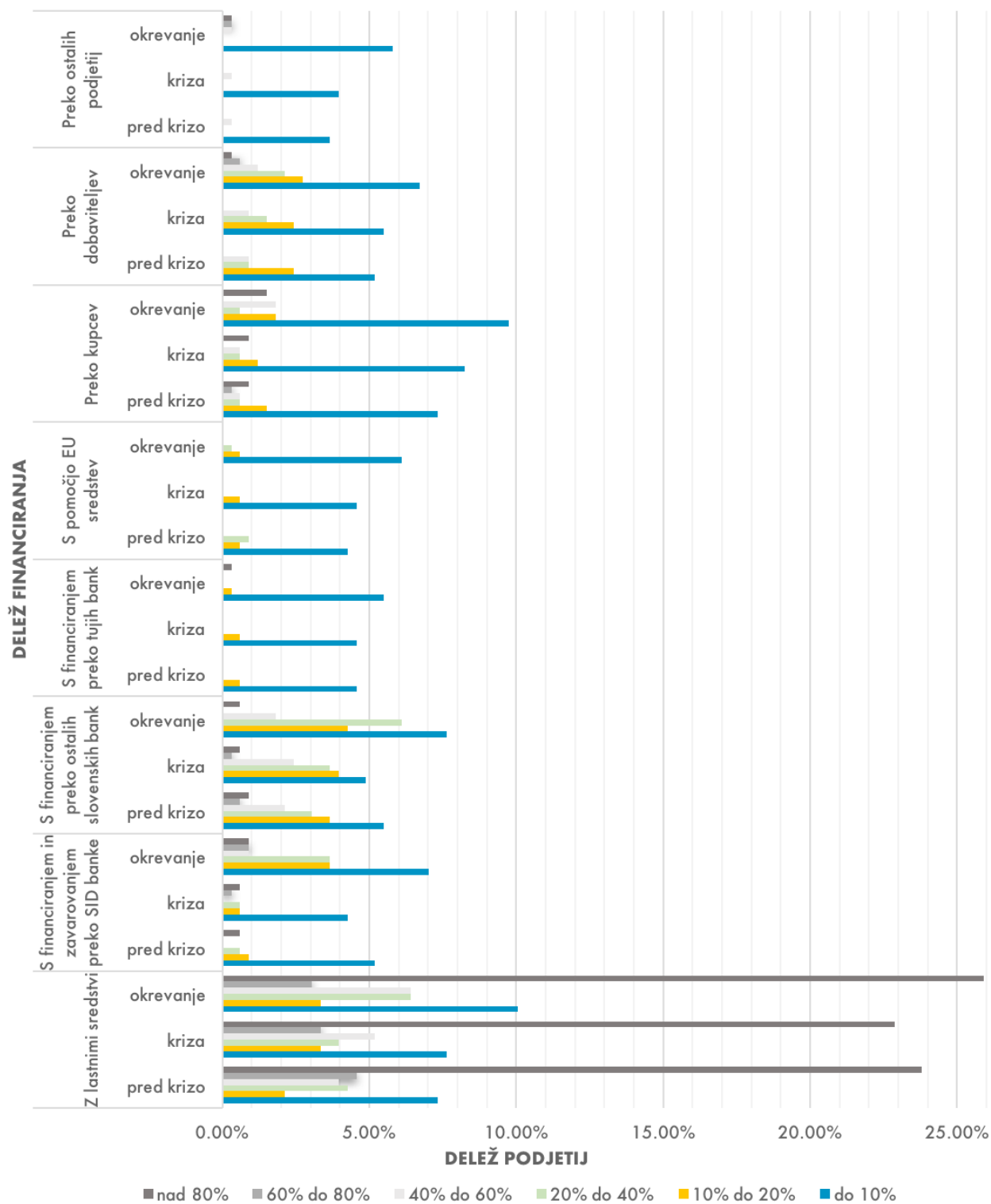
Viri: Anketni vprašalnik



Podjetja, ki so od vključno leta 2007 izvažala na tuje trge, so odgovarjala tudi na vprašanje o tem, kako so financirala svoj izvoz, kar prikazuje Slika 4.

## Slika 4: Načini financiranja izvoza po obdobjih

Viri: Anketni vprašalnik



Podjetja so lahko izbirala med temi odgovori: z lastnimi sredstvi, s financiranjem in zavarovanjem prek SID banke, s financiranjem prek drugih slovenskih bank, s financiranjem prek tujih bank, s pomočjo sredstev EU, prek kupcev, prek dobaviteljev in prek drugih podjetij. Tudi pri tem vprašanju smo preverjali tri obdobja, pred krizo (leto 2007 ali 2008), med njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje), podjetja pa so za vsako vrsto financiranja v posameznem obdobju lahko izbirala med temi odgovori: do 10 odstotkov, 10–20 odstotkov, 20–40 odstotkov, 40–60 odstotkov, 60–80 odstotkov in več kot 80 odstotkov. Analiza odgovorov je pokazala, da pri financiranju izvoza izrazito izstopa »financiranje izvoza z lastnimi sredstvi«, in sicer v vseh treh obdobjih. Največ podjetij je namreč izbralo odgovor 6, to je financiranje izvoza z lastnimi sredstvi več kot 80 odstotkov. Pred krizo je delež teh podjetij znašal 35,6 odstotka, med njo 34,2, po njej pa 38,7. S financiranjem in zavarovanjem prek SID banke je svoj izvoz do 10 odstotkov pred krizo financiralo 7,7 odstotka podjetij, med njo 6,3 in po njej 10,4. Nekoliko višji je bil delež podjetij, ki so svoj izvoz do 10 odstotkov financirala prek drugih slovenskih bank, in sicer pred krizo 9,5 odstotka teh, med njo 8,6 in po njej 12,6 odstotka, medtem ko so bili deleži podjetij, ki so svoj izvoz do 10 odstotkov financirala prek tujih bank, taki: pred krizo 6,8 odstotka, med njo 6,8 in po njej 8,1. Deleži podjetij, ki so svoj izvoz do 10 odstotkov financirala s pomočjo sredstev EU, so bili: pred krizo 6,3 odstotka, med njo 6,8 in po njej 9. Večji je delež podjetij, ki so do 10 odstotkov svoj izvoz financirala prek kupcev, in sicer je bilo pred krizo takih podjetij 10,8 odstotka, med njo 12,2 po njej pa 14,4, nižji pa delež podjetij, ki so svoj izvoz do 10 odstotkov financirala prek dobaviteljev (pred krizo 7,7 odstotka, med njo 8,1 in po njej 9,9) ali prek drugih podjetij (pred krizo 5,4 odstotka, med njo 5,9 in po njej 8,6).

V okviru sklopa vprašanj, ki so se nanašala na vlaganja v tujini, je na vprašanje »Ali ste od vključno leta 2007 vlagali na tuje trge?« pritrnilno odgovorilo 96 podjetij (28,8 odstotka), preostalih 237 podjetij pa na tuje trge ni vlagalo. Podjetja, ki so vlagala na tuje trge, so odgovarjala na vprašanje o obliki svoje neposredne naložbe v tujini. Izbirala so med investicijami od začetka (angl. greenfield investment), združitvami in prevzemi (angl. mergers and acquisitions) in skupnimi vlaganji (angl. joint ventures). Preverjali smo tri obdobja, pred krizo (leto 2007 ali 2008), med njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje), podjetja pa so za vsako vrsto naložbe v posameznem obdobju lahko izbirala med temi odgovori: do 10 odstotkov, 10–20 odstotkov, 20–40 odstotkov, 40–60 odstotkov, 60–80 odstotkov in več kot 80 odstotkov.

Podjetja so se večinoma odločala za investicije od začetka. Pred krizo je bilo takih podjetij 54 (26 podjetij je izbralo skupna vlaganja, 13 pa združitve in prevzeme), med njo 48 (25 podjetij je izbralo skupna vlaganja, 15 pa združitve in prevzeme), po njej pa 61 (34 podjetij je izbralo skupna vlaganja, 22 pa združitve in prevzeme). Največ podjetij je izbralo delež do 10 odstotkov vseh naložb. Pri investicijah od začetka je delež teh podjetij pred krizo znašal 21,7 odstotka, med njo 18,9 in po njej 17,9. Za naložbe v obliki združitev in prevzemov do 10 odstotkov se je pred krizo odločilo 10,4 odstotka podjetij, ki so odgovarjala na to vprašanje, med njo 9,4, po njej pa 13,2, medtem ko je bil ta delež podjetij pri skupnih vlaganjih nekoliko višji, in sicer je pred krizo znašal 15,1-odstotka, med njo 15,1 po njej pa 13,2.

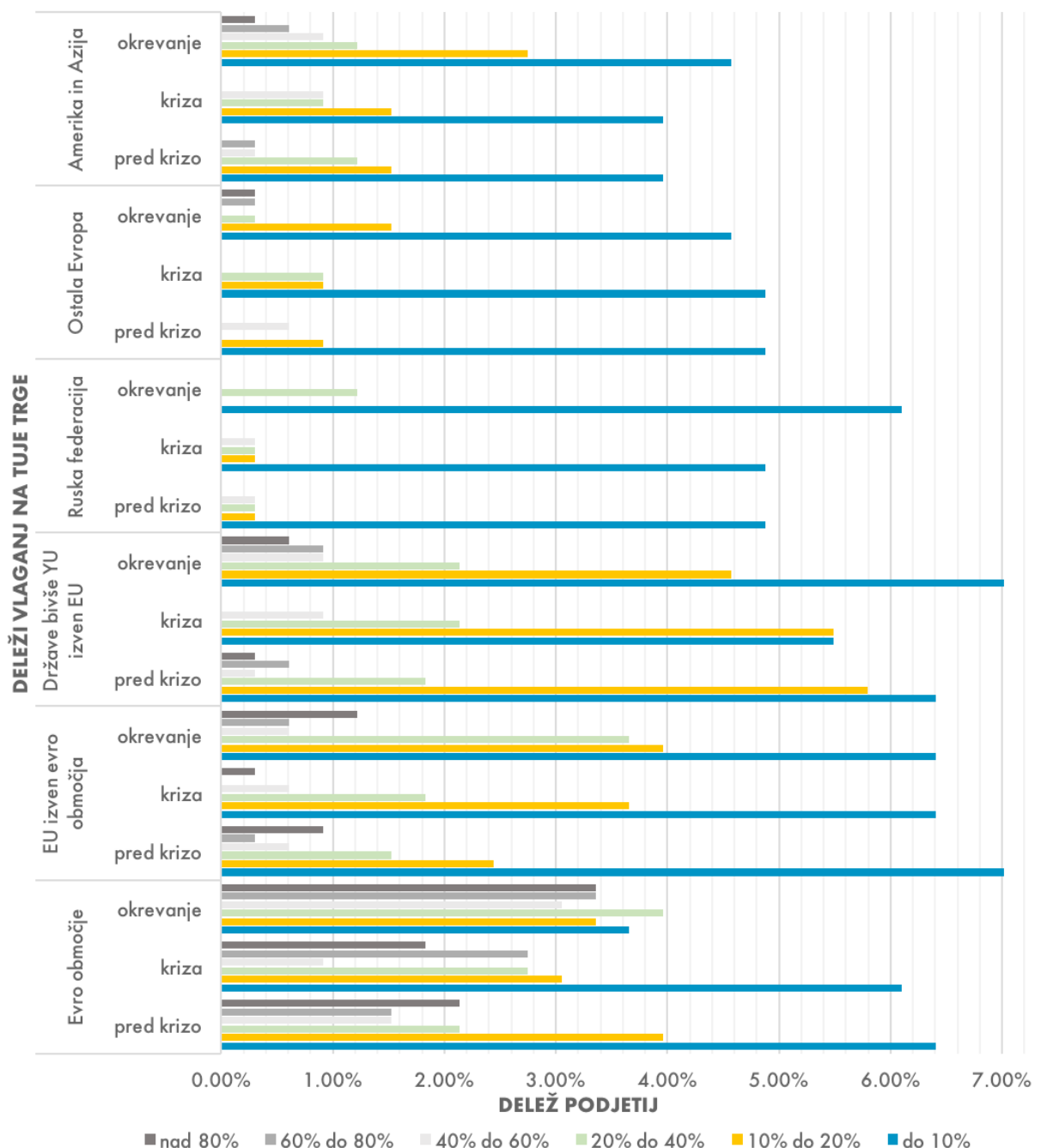
Vprašalnik se je nanašal tudi na geografsko porazdelitev neposrednih naložb v tujini, pri čemer smo upoštevali tri obdobja, in sicer pred krizo (leto 2007 ali 2008), med

njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje). Podjetja so imela na izbiro šest regij, in sicer evroobmočje, države EU zunaj evroobmočja, države nekdanje Jugoslavije zunaj EU, Rusko federacijo, preostalo Evropo ter Ameriko in Azijo. Za posamezno regijo so za vsa tri obdobja izbirala delež naložb, ki je bil usmerjen v določeno regijo. Na izbiro so imela te odgovore: do 10 odstotkov, 10–20 odstotkov, 20–40 odstotkov, 40–60 odstotkov, 60–80 odstotkov in več kot 80 odstotkov. Rezultate prikazuje Slika 5.

Pred krizo je največje število podjetij vlagalo v evroobmočje, in sicer 58, sledijo države nekdanje Jugoslavije zunaj EU (51 podjetij), države EU zunaj evroobmočja (42 podjetij), Amerika in Azija (24 podjetij), preostala Evropa (21 podjetij) in Ruska federacija (19 podjetij). Večinoma je šlo pri vseh regijah za deleže do 10 odstotkov vseh naložb, izjema so države nekdanje Jugoslavije zunaj EU, pri katerih je bil pomemben tudi 10–20-odstotni delež, ki ga je izbralo 17,9 odstotka podjetij (do 10 odstotkov vseh naložb je v to regijo usmerilo 20,8 odstotka podjetij). Med krizo je bil vrstni red enak – evroobmočje (57 podjetij), države nekdanje Jugoslavije zunaj EU (46 podjetij), države EU zunaj evroobmočja (42 podjetij), Amerika in Azija (24 podjetij), preostala Evropa (22 podjetij) in Ruska federacija (19 podjetij). Enako velja za deleže celotnih naložb, usmerjene v posamezne regije, saj je ponovno na prvem mestu 10 odstotni delež, pri državah nekdanje Jugoslavije zunaj EU pa sta enako pomembna 10 odstotni in 10–20-odstotni delež. Po krizi se je število podjetij po vseh regijah povečalo, nekoliko pa se je spremenil tudi njihov vrstni red. Še vedno največ podjetij vlaga v evroobmočje (69 podjetij), sledijo države nekdanje Jugoslavije zunaj EU (54 podjetij), države EU zunaj evroobmočja (54 podjetij), Amerika in Azija (34 podjetij), Ruska federacija (25 podjetij) in preostala Evropa (23 podjetij). Medtem ko so se deleži naložb, usmerjenih v evroobmočje, dokaj enakomerno porazdelili med vsemi šestimi mogočimi odgovori, pri preostalih regijah še vedno prevladuje delež do 10 odstotkov.

## Slika 5: Usmerjenost naložb na tuje trge po deležih v posameznih obdobjih

Viri: Anketni vprašalnik

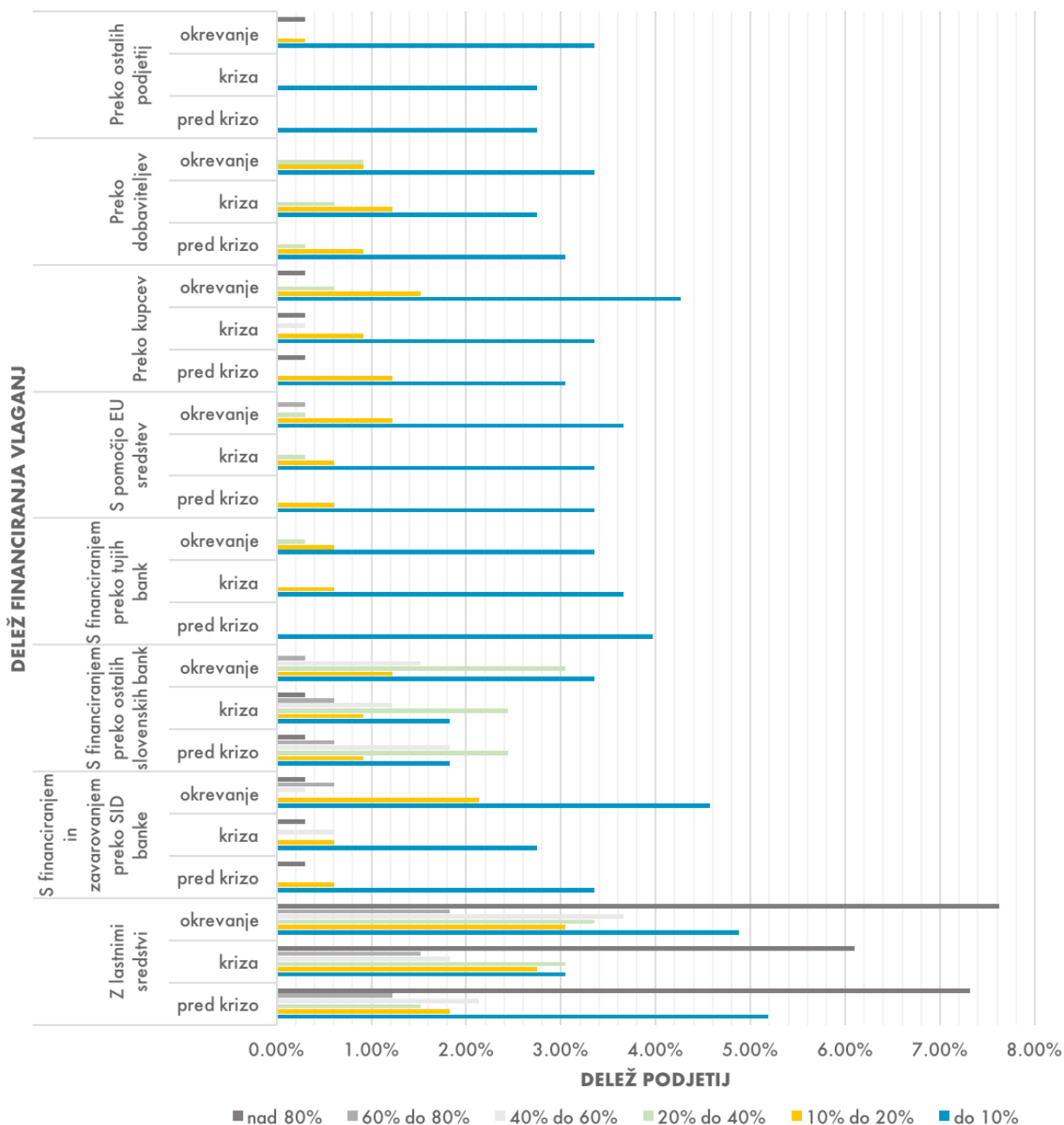


Pri podjetjih, ki so od vključno leta 2007 vlagala na tuje trge, smo preverjali tudi način financiranja neposrednih naložb v tujini. Podjetja so imela na izbiro te načine financiranja: z lastnimi sredstvi, s financiranjem in zavarovanjem prek SID banke, s financiranjem prek drugih slovenskih bank, s financiranjem prek tujih bank, s pomočjo sredstev EU, prek kupcev, prek dobaviteljev in prek drugih podjetij, pri čemer so podjetja za vsako vrsto financiranja v posameznem obdobju lahko izbrala enega od teh odgovorov: do 10 odstotkov, 10–20 odstotkov, 20–40 odstotkov, 40–60 odstotkov, 60–80 odstotkov in več kot 80 odstotkov. Tudi pri tem vprašanju smo preverjali tri obdobja, pred krizo (leto 2007 ali 2008), med njo (leto 2009 ali 2010) in v obdobju okrevanja (leto 2013 ali pozneje). Podobno kot pri financiranju izvoza tudi pri financiranju naložb v tujini

izrazito izstopa »financiranje z lastnimi sredstvi«, in sicer v vseh treh obdobjih. Pred krizo je bilo takih podjetij 136, med njo je število padlo na 60, po njej pa narastlo na 81. Pred krizo je največji delež podjetij (22,6 odstotka) izbralo odgovor 6, to je financiranje naložb z lastnimi sredstvi več kot 80 odstotkov, na drugem mestu je bil odgovor 1, do 10 odstotkov (16 odstotkov podjetij). Med krizo je 18,9 odstotka podjetij z lastnimi sredstvi financiralo do 80 odstotkov vrednosti naložbe, 9,4 odstotka teh do 10 odstotkov in 9,4 odstotka teh od 20–40 odstotkov vrednosti naložbe. Po krizi je 23,6 podjetij z lastnimi sredstvi financiralo do 80 odstotkov vrednosti naložbe, 15,1 odstotka teh do 10 odstotkov, 11,3 odstotka teh od 40–60 odstotkov, 10,4 odstotka teh pa od 20–40 odstotkov. Na drugem mestu je bilo financiranje prek drugih slovenskih bank, za katero se je pred krizo odločilo 27 podjetij, med njo 24, po njej pa 32. Za financiranje in zavarovanje prek SID banke se je pred krizo odločilo 14 podjetij, med njo 14 in po njej 16. Načine financiranja naložb v tujini v vseh treh obdobjih prikazuje Slika 6.

## Slika 6: Načini financiranja naložb po obdobjih

Viri: Anketni vprašalnik



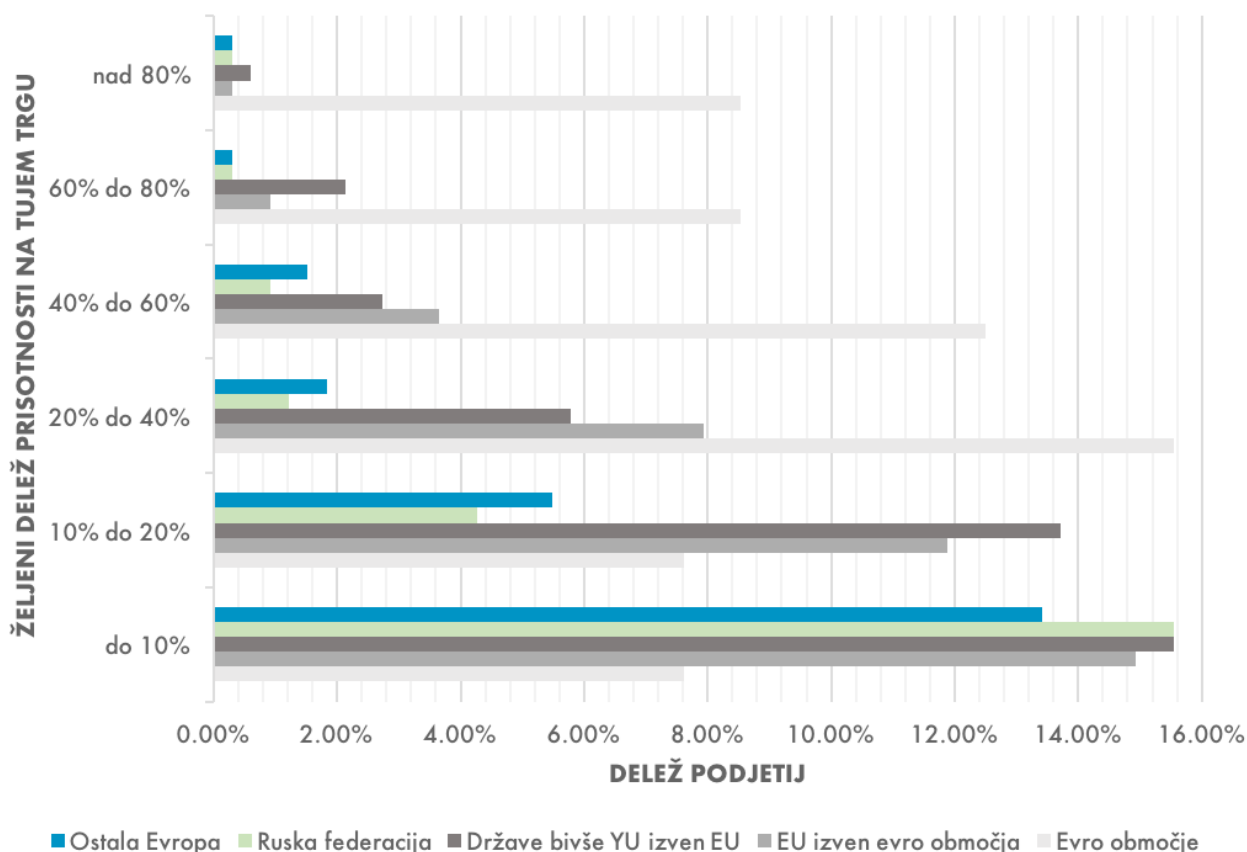


Na vprašanje »Ali nameravate v prihodnje okrepiti poslovanje na tujih trgih?« je 212 podjetij (63,7 odstotka) odgovorilo pritrdilno, 121 (36,3 odstotka) pa nikalno. Podjetja, ki nameravajo svoje poslovanje v tujini okrepiti, so v nadaljevanju izbirala način, na katerega bodo okrepila svoje poslovanje v tujini. Izbirala so lahko med temi odgovori: povečanje izvoza blaga in storitev, povečanje uvoza blaga in storitev, neposredne naložbe na tujih trgih, pridobivanje poslov in/ali projektov na javnih razpisih v tujini in skupno nastopanje (z domačimi ali tujimi podjetji) na tujih trgih. Mogočih je bilo več odgovorov. Največkrat je bilo izbrano povečanje izvoza blaga in storitev (197 podjetij), sledili so skupno nastopanje (z domačimi ali tujimi podjetji) na tujih trgih (89 podjetij), pridobivanje poslov in/ali projektov na javnih razpisih v tujini (57 podjetij), povečanje uvoza blaga in storitev (45 podjetij). Najmanjkrat so bile izbrane neposredne naložbe (26 podjetij). Glede vrednosti naložbe oziroma posla v tujini je največ podjetij izbralo vrednost do 0,5 milijona evrov (49,1 odstotka teh), sledijo vrednost od 1 milijona do 10 milijonov evrov (27,3 odstotka), vrednost od 0,5 do 1 milijona evrov (15 odstotkov) in vrednost od 10 do 30 milijonov evrov (3,6 odstotka), na zadnjem mestu pa so naložbe oziroma posli v vrednosti, višji od 30 milijonov evrov (1,4 odstotka).

V Sliki 7 je prikazana geografska porazdelitev krepitve poslovanja na tujih trgih, ki jo podjetja načrtujejo v prihodnjih letih. Največkrat izbrana regija je bilo evroobmočje, v katerem so tudi deleži prisotnosti dokaj enakomerno porazdeljeni. Sledijo države nekdanje Jugoslavije zunaj EU in EU zunaj evroobmočja, v katerih bodo podjetja krepila svojo prisotnost v višini do 20 odstotkov celotnega obsega poslovanja na tujih trgih. V regijah Amerika in Azija, preostala Evropa, Ruska federacija in drugih pa bodo podjetja svojo prisotnost večinoma okrepila na največ 10 odstotkov celotnega poslovanja.

### Slika 7: Geografska porazdelitev krepitve poslovanja na tujih trgih

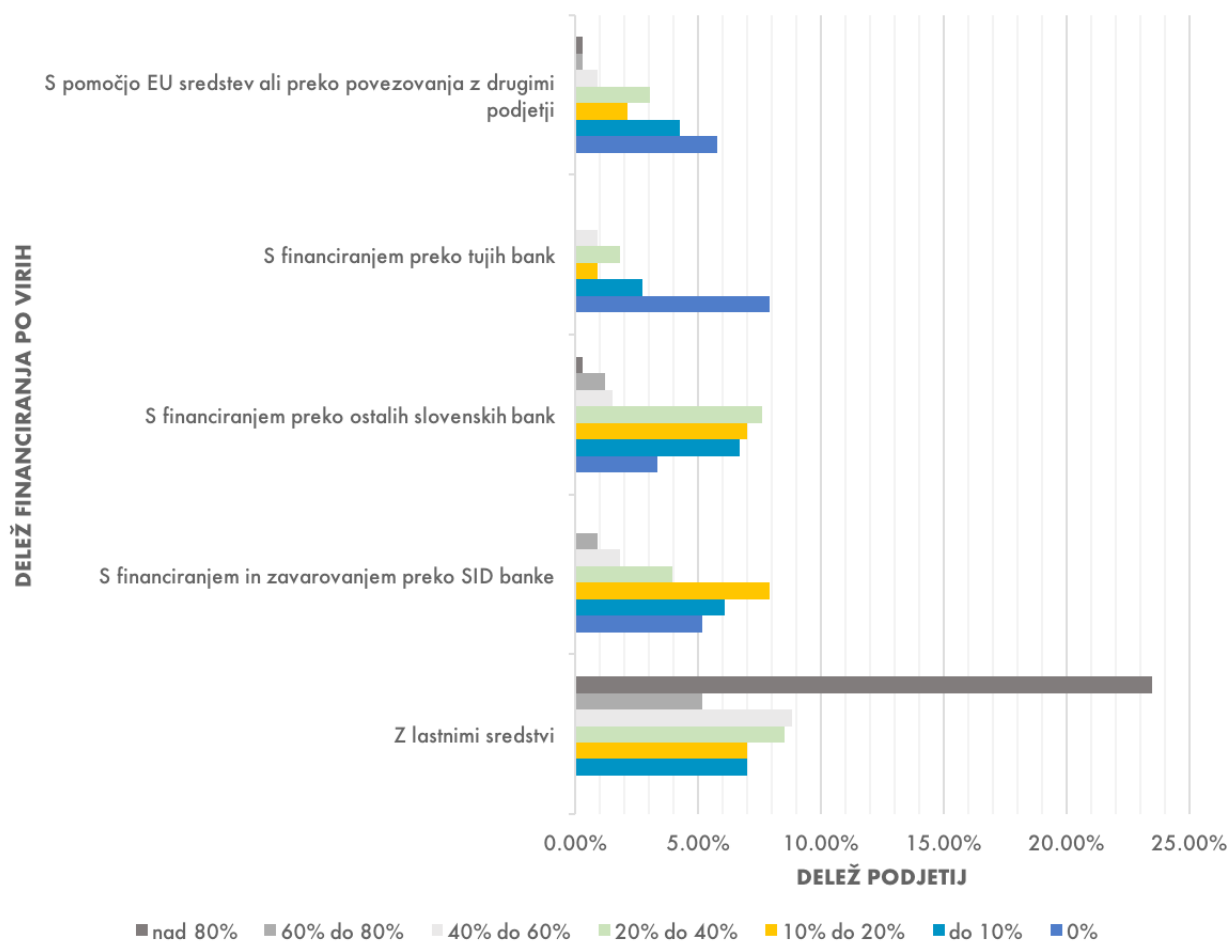
Viri: Anketni vprašalnik



Svojo krepitev poslovanja na tujih trgih bodo podjetja v prihodnjih letih financirala predvsem z lastnimi sredstvi, ki bodo večinoma pokrila več kot 80 odstotkov stroškov krepitev poslovanja na tujih trgih. Podjetja bodo uporabljala tudi financiranje prek SID banke in drugih slovenskih bank, medtem ko financiranja prek tujih banke večinoma ne bodo najemala, prav tako pretežno ne bodo uporabljala sredstev EU ali se povezovala z drugimi podjetji. Predvideni načini financiranja krepitev poslovanja na tujih trgih v prihodnjih letih so prikazani v Sliki 8.

## Slika 8: Načini financiranja krepitev poslovanja na tujih trgih

Viri: Anketni vprašalnik



Podjetja so s pomočjo petstopenjske Likertove lestvice ocenjevala navedene najpomembnejše razloge za neposredna vlaganja v tujino. Najbolje je bil ocenjen dejavnik »povečanje prodaje blaga in storitev«, ki mu je več kot polovica podjetij namenila najvišjo oceno 5 (popolnoma se strinjam), najslabše pa »izkoriščanje naravnih virov« (največkrat dodeljena ocena 1 – sploh se ne strinjam). V Sliki 9 so prikazani podrobnejši rezultati in ocene, dodeljene posameznim dejavnikom.

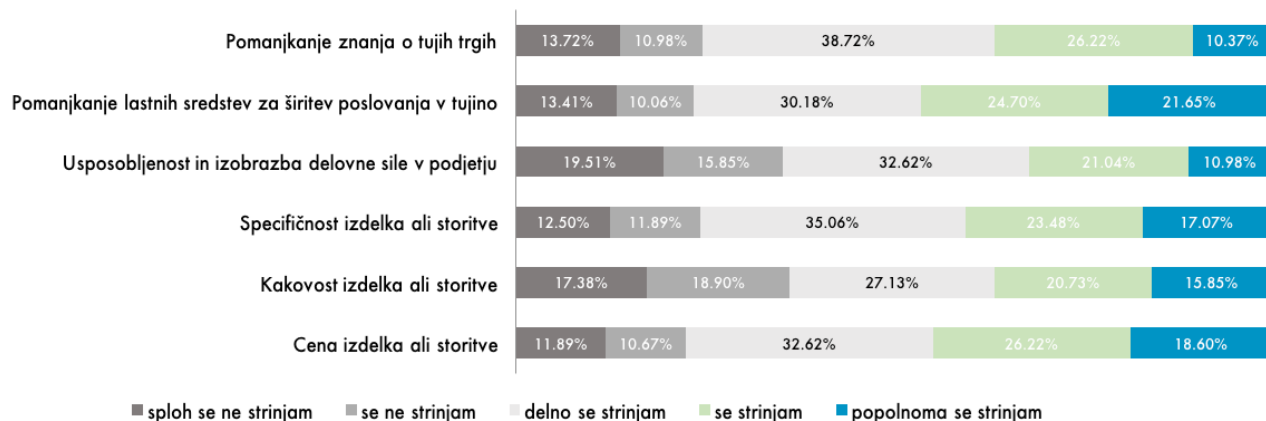
## Slika 9: Najpomembnejši razlogi za neposredna vlaganja v tujino

Viri: Anketni vprašalnik



## Slika 10: Glavne notranje ovire pri mednarodnem poslovanju in vlaganjih v tujini

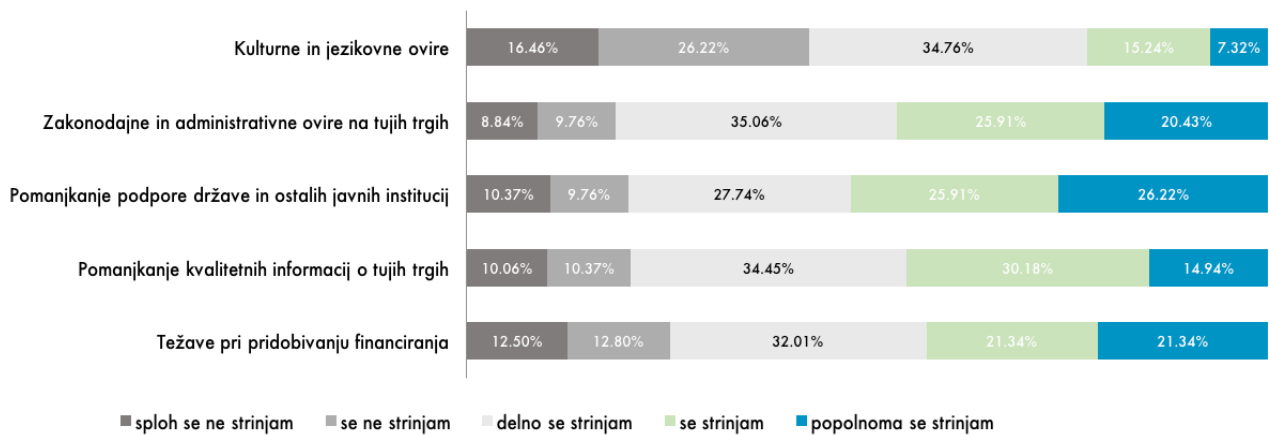
Viri: Anketni vprašalnik



S pomočjo petstopenjske Likertove lestvice smo ocenjevali tudi najpomembnejše ovire pri mednarodnem poslovanju in vlaganjih v tujini, tako notranje kot zunanje. Podjetja menijo, da sta najpomembnejši notranji oviri »pomanjkanje lastnih sredstev za širitev poslovanja v tujino« in »cena izdelka ali storitve«, kot najpomembnejšo zunanjo oviro pa navajajo »pomanjkanje podpore države in drugih javnih institucij«, sledijo »težave pri pridobivanju financiranja«, »zakonodajne in administrativne ovire na tujih trgih« in »pomanjkanje kakovostnih informacij o tujih trgih«. Podrobnejši rezultati glede notranjih in zunanjih ovir pri mednarodnem poslovanju in pri vlaganjih v tujini oziroma strinjanje in nestrinjanje podjetij z navedenimi dejavniki so prikazani v Slikah 10 in 11.

## Slika 11: Glavne zunanje ovire pri mednarodnem poslovanju in vlaganjih v tujini

Viri: Anketni vprašalnik



# 5 SKLEP

Po podatkih Banke Slovenije slovenske neposredne naložbe v tujini od leta 2014 (po predhodnem štiriletnem upadanju) ponovno naraščajo, kar je potrdila tudi analiza anketnega vprašalnika. Konec leta 2016 so neposredne naložbe dosegle kumulativno vrednost 5,71 milijarde evrov, kar pa je glede na svetovno povprečje in povprečje EU še vedno malo. Geografsko gledano je največ slovenskih neposrednih naložb usmerjeno na trge nekdanje Jugoslavije. Na prvem mestu je Hrvaška, na drugem Srbija, v zadnjih letih pa naraščajo tudi naložbe v Rusko federacijo. V sektorski strukturi slovenskih neposrednih naložb v tujini imajo največji delež storitve (51 odstotni), sledi industrija (32,6-odstotni delež).

CMSR je oktobra in novembra 2017 med slovenskimi podjetji izvedel anketo, s katero smo med drugim želeli ugotoviti, ali slovenska podjetja v prihodnje načrtujejo krepitev poslovanja na tujih trgih, ali prek izvoza ali prek neposrednih naložb. Od skupno 3.730 podjetij je anketni vprašalnik v celoti izpolnilo 333 podjetij. Anketni vprašalnik so reševala predvsem mala (42 odstotkov) in srednja podjetja (26,4 odstotka) ter mikropodjetja (24,6 odstotka), ki so pravzaprav pravi pokazatelj podjetniške strukture slovenskega gospodarstva. Šlo je večinoma za uveljavljena podjetja, ki so na trgu že več kot 20 let (58,6 odstotka), hkrati pa je za kakovost rezultatov pozitivno tudi to, da je bilo dobrih 77 odstotkov podjetij, ki so reševala vprašalnik, izvoznih. Ključna omejitev, zlasti pri razkrivanju načrtov podjetij za prihodnost, je bila razpoložljivost podatkov. Gre namreč za poslovno skrivnost, zato tudi podjetjem ni bilo treba razkrivati natančnih poslovnih števil, ampak so se samo opredelila, v kateri red velikosti spadajo njihovi poslovni rezultati.

Analiza odgovorov je pokazala, da je izvoz geografsko dobro porazdeljen in osredotočen na eno regijo, da kriza ni imela večjega vpliva na prerazporejanje izvoza po različnih regijah in da se geografska izvozna usmeritev podjetij bistveno ne spreminja. Glede financiranja izvoza podjetja pretežno uporabljajo lastna sredstva, s katerimi financirajo več kot 80 odstotkov svojega izvoza, druge instrumente pa (financiranje do 10 odstotkov izvoza) manj. Analiza je pokazala, da se je financiranje izvoza po krizi, v času okrevanja, pri vseh navedenih instrumentih financiranja povečalo.

Neposredne naložbe so se po krizi povečale, podjetja pa se večinoma odločajo za investicije od začetka (angl. *greenfield investment*). Podobno kot pri izvozu se geografska porazdelitev slovenskih neposrednih naložb v tujini v obravnavanem obdobju ni bistveno spreminjala. Države evroobmočja so regija, v katero je usmerjenih največ naložb podjetij, ki so odgovarjala na vprašalnik, sledijo države nekdanje Jugoslavije zunaj EU in države EU zunaj evroobmočja. Po krizi se je število podjetij po vseh obravnavanih regijah povečalo. Tudi za financiranje naložb se podjetja večinoma, podobno kot pri izvozu, odločajo predvsem za uporabo lastnih sredstev, kar velja za vsa tri obravnavana obdobja (pred krizo, med njo in po njej). Manj uporabljajo financiranje in zavarovanje prek SID banke in drugih slovenskih bank. Po krizi se je povečalo financiranje na vse navedene načine, največje pa je ostalo število podjetij, ki naložbe financirajo z lastnimi sredstvi.

Število anketiranih podjetij, ki se bodo v prihodnje odločala za neposredne naložbe v tujini, je majhno, saj je to možnost povečanja poslovanja na tujih trgih izbralo samo 26 podjetij. Več bo krepitev izvoza, skupnega nastopanja (z domačimi ali tujimi podjetji) na tujih trgih in pridobivanja poslov in/ali projektov na javnih razpisih v tujini. Relativno nizka je tudi vrednost načrtovanih naložb oziroma poslov v tujini, saj pri polovici primerov znaša manj kot 0,5 milijona evrov, pri slabi tretjini pa od 1 milijona evrov do 10 milijonov evrov, vendar je glede na velikost podjetij (večinoma mala podjetja), ki so reševala vprašalnik, razumljiva. Geografska usmeritev krepitev poslovanja v tujini se tudi v prihodnje ne bo bistveno spreminjala (evroobmočje in države nekdanje Jugoslavije zunaj EU), prav tako ne najpogostejši način financiranja poslovanja v tujini (lastna sredstva).

Čeprav podjetja svoj izvoz in naložbe pretežno financirajo z lastnimi sredstvi, pa prav pomanjkanje teh navajajo kot največjo notranjo oviro za širitev poslovanja v tujino. Kot najpomembnejšo zunanjo oviro navajajo pomanjkanje podpore države in drugih javnih institucij, kar je delno razumljivo, saj je politična podpora matične države pri vstopanju na določene trge (nekdanja Jugoslavija, nekdanja Sovjetska zveza in druge) lahko ključnega pomena. Podjetja kot eno od glavnih zunanjih ovir pri širitvi poslovanja v tujino navajajo tudi težave pri pridobivanju financiranja, o čemer je bilo tudi največ napisanega v okviru zadnjega odprtega vprašanja (»Morebitne pripombe, pojasnila in predlogi«).

# PRILOGA: VPRAŠALNIK »DODANA VREDNOST V IZVOZU TER NALOŽBE IN PROJEKTI SLOVENSКИH PODJETIJ V TUJINI«

Spoštovani,

**CMSR**, kot del skupine SID banka, izvaja raziskavo o **strukturi dodane vrednosti v slovenskem izvozu**, katere del je tudi **anketa o realiziranih in potencialnih neposrednih naložbah in projektih slovenskih podjetij v tujini**.

Globalna trgovina je vedno bolj kompleksna, kar se kaže v prepletenih verigah vrednosti. V ekonomiji se zato vedno bolj uveljavlja spoznanje, da denarna višina izvoznih tokov ni edino merilo izvozne uspešnosti, saj lahko zakriva strukturne pomanjkljivosti gospodarstva. Za snovanje dolgoročnih izvoznih strategij je zato nujno, da upoštevamo tudi strukturo dodane vrednosti izvoza in dinamiko, kako se spreminja v času.

Prosimo vas, da najkasneje do **17.11.2017** izpolnite spletni vprašalnik.

Za izpolnjevanje vprašalnika ne boste potrebovali več **15–20 minut**, saj v odgovorih ne potrebujemo natančnih računovodskih podatkov, na vsa vprašanja pa je moč odgovoriti z označitvijo enega ali več ustreznih odgovorov med predlaganimi odgovori.

**Za pomoč** pri izpolnjevanju se lahko kadarkoli obrnete neposredno na **CMSR** po elektronski pošti na **darja.zlogar@cmsr.si** ali po telefonu na **01/568-13-72 ali 01/568-13-96**.

Vse zbrane podatke obravnavamo v skladu z zakonskimi določili o strogi zaupnosti; zbirajo in uporabljajo pa se samo za statistične oziroma raziskovalne namene, rezultati pa se obravnavajo le v agregirani obliki.

V naprej se zahvaljujemo za vaše sodelovanje in vas lepo pozdravljamo!

S spoštovanjem,

Darja Žlogar

# **I. SPLOŠNI PODATKI**

## **1. Starost podjetja:**

- do 2 leti
- nad 2 do 5 let
- nad 5 do 11 let
- nad 11 do 20 let
- nad 20 let

## **2. Število trenutno zaposlenih v vašem podjetju:**

- do 10
- nad 10 do 50
- nad 50 do 250
- nad 250

## **3. Obseg prihodkov od prodaje vašega podjetja v letu 2016:**

- do 2 mio EUR
- nad 2 mio EUR do 8,8 mio EUR
- nad 8,8 mio EUR do 35 mio EUR
- nad 35 mio EUR



4. V katero panogo se uvršča vaše podjetje?

Možnih je več odgovorov.

- Predelovalne dejavnosti - Proizvodnja izdelkov iz gume in plastičnih mas, kovin, kovinskih izdelkov
- Predelovalne dejavnosti - Proizvodnja kemikalij, kemičnih izdelkov
- Predelovalne dejavnosti - Obdelava in predelava lesa
- Predelovalne dejavnosti - Proizvodnja strojev in naprav ter motornih vozil
- Predelovalne dejavnosti - Proizvodnja oblačil in tekstilij
- Predelovalne dejavnosti - Proizvodnja živil
- Druge predelovalne dejavnosti
- Gradbeništvo
- Turizem
- Oskrba z električno energijo, plinom in paro
- Promet in skladiščenje
- Strokovne, znanstvene, tehnične, informacijske in telekomunikacijske dejavnosti
- Trgovina
- Drugo: \_\_\_\_\_

5. Delež prihodkov od izvoza v celotnih prihodkih od prodaje:

- Podjetje ne izvažata
- do 20%
- nad 20% do 40%
- nad 40% do 60%
- nad 60% do 80%
- nad 80%

## II. VLAGANJA NA TUJE TRGE PO LETU 2010

6. Pri vsaki navedeni trditvi označite, v kolikšni meri se strinjate z navedeno trditvijo. Izbirate lahko med naslednjimi ocenami: 5 – popolnoma se strinjam, 4 – se strinjam, 3 – delno se strinjam, 2 – se ne strinjam, 1 – sploh se ne strinjam.

- V minulih treh letih se je povečala tehnološka zahtevnost proizvodnje, ki je namenjena za izvoz. 1 2 3 4 5
- Zaradi izpolnjevanja izvoznih poslov smo v zadnjih letih najeli oziroma zaposlili visokokvalificirane delavce. 1 2 3 4 5
- V mednarodni proizvodni verigi smo podizvajalec. 1 2 3 4 5
- Smo organizator mednarodne proizvodne verige. 1 2 3 4 5
- Sodelujemo pri razvoju novih produktov in storitev za izvozne trge. 1 2 3 4 5
- Sodelujemo pri razvoju novih proizvodnih procesov za produkte in storitve, namenjene izvozu. 1 2 3 4 5

7. Ali ste od vključno leta 2010 vlagali na tuje trge? Če ste izbrali odgovor »ne«, se pomaknite na vprašanje številka 11.

- da
- ne

8. Na katere trge ste vlagali?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Evro območje
- EU izven evro območja
- Države bivše YU izven EU
- Ruska federacija
- Ostala Evropa
- Amerika in Azija

9. Opredelite obliko vaše neposredne naložbe.

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Investicije od začetka (angl. greenfield investment)
- Združitev in prevzem (angl. mergers and acquisitions)
- Skupna vlaganja (angl. joint ventures)

10. Kako ste financirali poslovanje na tujih trgih?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Z lastnimi sredstvi
- S financiranjem in zavarovanjem preko SID banke
- S financiranjem preko ostalih slovenskih bank
- S financiranjem preko tujih bank
- S pomočjo EU sredstev
- Preko kupcev
- Preko dobaviteljev
- Preko ostalih podjetij

### III. IZVOZ NA TUJE TRGE

11. Ali ste od vključno leta 2007 izvažali na tuje trge? Če ste izbrali odgovor »ne«, se pomaknite na vprašanje številka 21.

- da
- ne

12. Na katere trge je usmerjen vaš izvoz?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

1: do 10%

2: 10%-20%

3: 20%-40%

4: 40%-60%

5: 60%-80%

6: nad 80%

pred krizo  
(2007 ali 2008)

kriza  
(2009 ali 2010)

okrevanje  
(2013 ali kasneje)

- Evro območje
- EU izven evro območja
- Države bivše YU izven EU
- Ruska federacija
- Ostala Evropa
- Amerika in Azija

13. Kako financirate izvoz na tujih trgih?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Z lastnimi sredstvi
- S financiranjem in zavarovanjem preko SID banke
- S financiranjem preko ostalih slovenskih bank
- S financiranjem preko tujih bank
- S pomočjo EU sredstev
- Preko kupcev
- Preko dobaviteljev
- Preko ostalih podjetij

14. Kakšna je vaša finančna aktivnost pri izvoznem poslovanju?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Financirate dobavitelje dobav
- Financirate kupce prodaj

### 15. Kakšna je struktura vašega izvoza?

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Delež izvoza investicijskega blaga
- Delež najpomembnejših izvoznih produktov investicijskega blaga v celotnem izvozu
- Delež potrošniškega blaga
- Delež najpomembnejši izvoznih produktov potrošniškega blaga v celotnem izvozu
- Delež reprodukcijskega materiala
- Delež najpomembnejši izvoznih produktov reprodukcijskega materiala v celotnem izvozu

### 16. Dobavitelji

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Dobave iz tujine
- Domači dobavitelji
- Prvi največji domači dobavitelj blaga in storitev
- Drugi največji domači dobavitelj blaga in storitev
- Tretji največji domači dobavitelj blaga in storitev

17. Trg prvega najpomembnejšega (z največjo realizacijo) izvoznega produkta podjetja  
V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

pred krizo (2007 ali 2008)	kriza (2009 ali 2010)	okrevanje (2013 ali kasneje)
-------------------------------	--------------------------	---------------------------------

- Trg prvega najpomembnejšega (z največjo realizacijo) izvoznega produkta podjetja
- Delež najbolj kvalitetnega (po vaši oceni) produkta na trgu
- Delež največjega neposrednega konkurenta (istega cenovnega razreda) na trgu
- Delež vašega produkta na trgu
- Cenovni razred vašega produkta (zaostanek cenovnega razreda vašega produkta za cenovnim razredom najbolj kvalitetnega produkta)

18. Trg drugega najpomembnejšega (z drugo največjo realizacijo) izvoznega produkta podjetja  
V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

- |   | pred krizo<br>(2007 ali 2008) | kriza<br>(2009 ali 2010) | okrevanje<br>(2013 ali kasneje) |
|---|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| • Trg drugega najpomembnejšega (z največjo realizacijo) izvoznega produkta podjetja   |                               |                          |                                 |
| • Delež najbolj kvalitetnega (po vaši oceni) produkta na trgu   |                               |                          |                                 |
| • Delež največjega neposrednega konkurenta (istega cenovnega razreda) na trgu   |                               |                          |                                 |
| • Delež vašega produkta na trgu   |                               |                          |                                 |
| • Cenovni razred vašega produkta (zaostanek cenovnega razreda vašega produkta za cenovnim razredom najbolj kvalitetnega produkta) |                               |                          |                                 |

19. Število lastnih patentov podjetja

Pred krizo (2007 ali 2008)

Število lastnih patentov \_\_\_\_\_

20. Inovacijski potencial podjetja

V izbirnem oknu prosim izberite ustrezne deleže:

- 1: do 10%
- 2: 10%-20%
- 3: 20%-40%
- 4: 40%-60%
- 5: 60%-80%
- 6: nad 80%

- |  | pred krizo<br>(2007 ali 2008) | kriza<br>(2009 ali 2010) | okrevanje<br>(2013 ali kasneje) |
|--|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| • Izdatki za R&D (delež v EBITDA)  |                               |                          |                                 |
| • Delež doktorjev (III visokošolska stopnja) v razvoju                         |                               |                          |                                 |
| • Delež visokošolsko izobraženih z vsaj prvo stopnjo (inženirji) v proizvodnji |                               |                          |                                 |
| • Delež visokošolsko izobraženih z vsaj II stopnjo v komerciali                |                               |                          |                                 |



#### IV. INVESTICIJSKI NAČRTI ZA V PRIHODNJE

21. Ali nameravate v prihodnje okrepiti poslovanje na tujih trgih? Če ste izbrali odgovor »ne«, se pomaknite na vprašanje številka 26.

- da
- ne

22. Na kakšen način boste v prihodnje krepili svojo prisotnost na tujih trgih? Možnih je več odgovorov. Označite vse, ki ustrezajo.

- Povečanje izvoza blaga in storitev
- Povečanje uvoza blaga in storitev
- Neposredne naložbe na tujih trgih
- Pridobivanje poslov/projektov na javnih razpisih v tujini
- Skupno nastopanje (z domačimi ali tujimi podjetji) na tujih trgih

23. Na katerih tujih trgih želite biti prisotni v prihodnje? Prosimo, izberite primeren odziv za vsako trditev.

do 10% | 10–20% | 20–40% | 40–60% | 60–80% | nad 80%

- Evro območje
- EU izven evro območja
- Države bivše YU izven EU
- Ruska federacija
- Ostala Evropa
- Amerika in Azija
- Ostalo

24. Ocenite, kakšna bo vrednost vaše naložbe/posla v tujini? Izberite enega od naslednjih odgovorov.

- do 0,5 mio €
- od 0,5 do 1 mio €
- od 1 do 10 mio €
- od 10 do 30 mio €
- nad 30 mio €

25. Na kakšen način boste financirali krepitev poslovanja na tujih trgih? Prosimo, izberite primeren odziv za vsako trditev.

do 10% | 10–20% | 20–40% | 40–60% | 60–80% | nad 80%

- z lastnimi sredstvi.
- s financiranjem in zavarovanjem preko SID banke
- s financiranjem preko ostalih slovenskih bank
- s financiranjem preko tujih bank
- s pomočjo EU sredstev in/ali preko povezovanja z drugimi podjetji

## V. RAZLOGI ZA NEPOSREDNA VLAGANJA V TUJINI

26. Kateri so po vašem mnenju najpomembnejši razlogi za neposredna vlaganja v tujini? Pri tem uporabite lestvico od 1 do 5 (1 – sploh se ne strinjam; 2 – delno se strinjam; 3 – niti da niti ne; 4 – večinoma se strinjam; 5 – popolnoma se strinjam).

- |   |           |
|---|-----------|
| • Povečanje prodaje in blaga in storitev                                  | 1 2 3 4 5 |
| • Lažje spremljanje obstoječih kupcev                                     | 1 2 3 4 5 |
| • Znižanje transportnih stroškov  | 1 2 3 4 5 |
| • Znižanje proizvodnih stroškov   | 1 2 3 4 5 |
| • Izkoriščanje davčnih, carinskih in zakonodajnih prednosti v tuji državi | 1 2 3 4 5 |
| • Lažji prodor na tretje trge   | 1 2 3 4 5 |
| • Izkoriščanje naravnih virov   | 1 2 3 4 5 |

## VI. OVIRE PRI NEPOSREDNIH VLAGANJH V TUJINI

27. Katere so po vašem mnenju glavne notranje ovire pri mednarodnem poslovanju in pri vlaganjih v tujini? Pri tem uporabite lestvico od 1 do 5 (1 – ne vpliva, 5 – zelo močno vpliva)

- |   |           |
|---|-----------|
| • Cena izdelka ali storitve                                   | 1 2 3 4 5 |
| • Kakovost izdelka ali storitve                               | 1 2 3 4 5 |
| • Specifičnost izdelka ali storitve                           | 1 2 3 4 5 |
| • Usposobljenost in izobrazba delovne sile v podjetju         | 1 2 3 4 5 |
| • Pomanjkanje lastnih sredstev za širitev poslovanja v tujino | 1 2 3 4 5 |
| • Pomanjkanje znanja o tujih trgih                            | 1 2 3 4 5 |

28. Katere so po vašem mnenju glavne zunanje ovire pri mednarodnem poslovanju in pri vlaganjih v tujini? Pri tem uporabite lestvico od 1 do 5 (1 - ne vpliva, 5 - zelo močno vpliva)

- Težave pri pridobivanju financiranja 1 2 3 4 5
- Pomanjkanje kvalitetnih informacij o tujih trgih 1 2 3 4 5
- Pomanjkanje podpore države in ostalih javnih institucij 1 2 3 4 5
- Zakonodajne in administrativne ovire na tujih trgih 1 2 3 4 5
- Kulturne in jezikovne ovire 1 2 3 4 5

## **VII. MOREBITNE PRIPOMBE ALI KOMENTARJI PODJETJA**

29. Morebitne pripombe, pojasnila ali predlogi (vpišite vaš odgovor):

