

Specifičnost organiziranja poslovnih tokov na področju obrambe

Štefan Bojnec

Univerza na Primorskem, Fakulteta za management Koper, Cankarjeva 5, 6104 Koper p.p. 345, Slovenija
stefan.bojnec@fm-kp.si; stefan.bojnec@siol.net

V prispevku analiziramo specifično organiziranje poslovnih tokov na področju obrambnega sektorja v primarni proizvodni dejavnosti, pod dobaviteljski in pod izvajalski dejavnosti ter v posredniški in trgovski vpetosti v obrambne verige. S pomočjo izvirne ankete izvedene v 64 slovenskih podjetjih na področju obrambno tehnološke in industrijske baze smo ugotovili, da so slovenska podjetja še zmeraj v pretežni meri usmerjena na domači trg. Redka podjetja so specializirana na tuje trge in na koriščenje možnosti ekonomije obsega večjega trga in zlasti koriščenja politik in ukrepov, ki izhajajo iz skupne evropske obrambne tehnološke in industrijske baze. Na drugi strani se je uvoz orožja in streliva, njunih delov in pribora v Slovenijo iz držav razširjene Evropske unije občutno povečal.

Ključne besede: sektor obrambe, poslovni tokovi, mednarodna menjava, Slovenija, Evropska unija

1 Uvod

Specifičnost organiziranja obrambnega sektorja Slovenije po članstvu v Severno atlantski zvezi (NATO) in v Evropski uniji (EU) ne izvira izključno iz domačih slovenskih politik, pač pa tudi zaradi vpliva politik in ukrepov EU ter njenih ustanov na krepitev skupne evropske obrambne tehnološke in industrijske baze (EDA, 2009a in 2009b). Zato v prispevku posebno pozornost posvečamo opredelitvi evropske obrambne tehnološke in industrijske baze z vidika specifičnosti organiziranja poslovnih tokov, kjer posebno mesto imajo dobavne in protidobavne verige v obrambnih industrijskih in storitvenih dejavnosti na domačem tržišču, z državami EU in z drugimi tretjimi državami. Direktne in indirektno povezanosti dejavnosti obrambne tehnološke in industrijske baze lahko imajo pomemben vpliv na poslovne povezave v celotnem slovenskem gospodarstvu, za proizvodnjo, dobavne in protidobavne verige, v katerih sodelujejo poleg proizvodnih podjetij različni posredniki in trgovci ter storitvene dejavnosti. To daje posebne možnosti in priložnosti malim in srednje velikim podjetjem.

Raziskave o tem so bile do sedaj relativno omejene (EDA, 2009b). Eden od pomembnih razlogov za to je pomanjkanje razpoložljivih podatkov. Statistični podatki o sektorju obrambe, zlasti na bolj dezagregirani ravni, se praktično do sedaj niso objavljali. Zanimivo pri tem je ugotoviti, da je več podatkov o slovenskem obrambnem sektorju možno najti v mednarodni statistiki kot v slovenski statistiki (Bojnec, 2009).

V tem prispevku se posebej želimo osredotočiti na specifičnost organiziranja poslovnih tokov na področju obrambnega sektorja posebej pri povezavah v proizvodnji, dobavi in proti-

dobavah, posredniških in trgovskih poslih. Poseben poudarek je namenjen analizi podobnosti in razlik v teh tokovih z domačim tržiščem v Sloveniji v primerjavi z drugimi državami EU in v primerjavi z drugimi tretjimi državami (EDA, 2009b). V nadaljevanju prispevka je analizirana tudi blagovna menjava na področju sektorja obrambe, vrednost izvoza in uvoza ter trgovinska bilanca Slovenije na obrambnem tržišču EU. Prispevek zaključuje s sklepi in implikacijami za obrambni sektor.

2 Metodologija in uporabljeni podatki

Kot metodološki prijemi so uporabljeni frekvenčna analiza podatkov iz lastno izvedene ankete in statistična analiza podatkov blagovne menjave na področju obrambnega sektorja iz sekundarnih baz podatkov. Za dosleden pregled in osvetlitev proučevane tematike so navedene tudi primerjave z drugimi državami.

Pri analizi in prikazu poslovnih tokov med podjetji v obrambnem sektorju gospodarstva uporabimo izvirne podatke, ki smo jih pridobili s pomočjo pisnega anketnega vprašalnika, ki je bil uspešno izveden v 64 podjetjih po vsej Sloveniji, ki se ukvarjajo s področjem obrambne tehnološke in industrijske baze. Vseh podjetij, ki so vključena na seznam podjetij na področju obrambne tehnološke in industrijske baze je v Sloveniji okrog 100 in v približno dve tretjini med njimi smo uspešno izvedli pisne ankete. Anketa v podjetjih po Sloveniji je bila izvedena v novembru in decembru 2007.

Relativna frekvenčna porazdelitev je uporabljena za porazdelitve anketiranih podjetij. Po številu zaposlenih in veli-

kosti prihodka je vključenih v analizo 48,4 % malih podjetij, 26,6 % je srednje velikih podjetij in 25,0 % je velikih podjetij. Podatki potrjujejo, da med podjetji v sektorju obrambe prevladujejo mala in srednje velika podjetja.

Glede na prevladujočo dejavnost je največ (60,9 %) storitvenih podjetij, 15,0 % so proizvodna podjetja in 14,1 % so predelovalna podjetja. Večina podjetij, ki se ukvarja z obrambno tehnološko in industrijsko bazo v Sloveniji to počne na področju svetovanja, vzdrževanja, informacijsko komunikacijske tehnologije, logistike, izobraževanja, raziskovanja, zagotavljanja infrastrukture in ostalih storitev za slovensko vojsko.

Pri analizi in prikazu vrednosti blagovne menjave ter trgovinske bilance na področju sektorja obrambe med Slovenijo in drugimi članicami razširjene EU-27 uporabljamo Eurostatovo Comext podatkovno bazo o mednarodni menjavi. Slovensko mednarodno trgovino vojaških proizvodov analiziramo s pomočjo vrednosti izvoza in uvoza ter primanjkljaja Slovenije v trgovini z orožjem in strelivi, njunimi deli in pribor z državami EU-27.

Pri sklepu ponudimo tudi izhodišča, kako bi se dalo zbrane podatke uporabiti pri nadaljnjem preučevanju obravnavane tematike ter izvedemo primerjavo z ugotovitvami študije za druge države, ki jo je objavila EDA (2009b).

3 Obrambno proizvodno-dobavne in proti dobavne verige

Analizirati in prikazati želimo specifičnost organiziranja obrambnega sektorja Slovenije in sicer obrambno proizvodno-dobavne in proti dobavne verige po članstvu Slovenije v NATU in v EU. Pri tem uporabljamo izvirne anketne podatke, ki smo jih pridobili v 64 uspešno izvedenih anketah v podjetjih na področju obrambe po vsej Sloveniji ob koncu leta 2007. Vsebinsko izhodišče pri izvedbi raziskave je proučevanje in identifikacija obstoječega stanja o vplivu politik in ukrepov EU ter njenih ustanov na krepitev skupne evropske obrambne tehnološke in industrijske baze, zlasti na značilnosti dobav in protidobav z državami EU.

Primarna proizvodnja

Pomen primarne proizvodnje v podjetju za potrebe industrijske in tehnološke baze po posameznih trgih se razlikuje med analiziranimi podjetji. Pomemben delež anketiranih podjetij (31,7 %) za nacionalni slovenski trg ne namenja prav nič svoje primarne proizvodnje povezane z industrijsko in tehnološko bazo. Na drugi strani 22,2 % anketiranih podjetij za nacionalni trg namenja 100 % svoje primarne proizvodnje povezane industrijsko in tehnološko bazo. Druga slaba polovica analiziranih podjetij ima v različnih deležih svoje primarne proizvodnje povezano z industrijsko in tehnološko bazo, ki je namenjena za nacionalni slovenski trg in za tuje trge (tabela 1).

Tabela 1: Relativna frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij po deležu primarne proizvodnje v podjetju za potrebe industrijske in tehnološke baze za domači trg, tržišča držav EU-26 in za druga tržišča tretjih držav

Relativna frekvenčna porazdelitev podjetij (N=64, %)	Nacionalni trg	EU-26	Drugo
Do 10 %	49,2	69,9	76,2
Nad 10 do 30%	6,4	12,6	4,8
Nad 30 do 50%	8,0	11,1	6,4
Nad 50 do 70%	4,8	0,0	9,5
Nad 70 do 90%	9,5	4,8	1,6
Nad 90 do 100%	22,2	1,6	1,6

Vir: Rezultati izvedene ankete.

Anketirana podjetja so si v pogledu udeležbe na drugih tržiščih EU-26 bolj podobna, saj so deleži bolj skoncentrirani kot na domačem tržišču, saj je še veliko več anketiranih podjetij, kot v primeru domačega tržišča, ki prav nič svoje primarne proizvodnje nimajo povezane z industrijsko in tehnološko bazo na tržiščih drugih držav EU-26 (65,1 %). Druga analizirana podjetja se v različnih deležih vključujejo na tržišča drugih držav EU-26, vendar je delež podjetij, ki v pretežni meri izvažajo proizvode svoje primarne proizvodnje za industrijsko in tehnološko bazo na tržišča EU-26 relativno nizek (6,4 % oziroma 12,7 % s tistimi podjetji, ki dosegajo ravno polovični delež prodaje na trge EU-26).

Za druga tržišča tretjih držav je delež primarne proizvodnje, ki ga podjetja namenijo za potrebe industrijske in tehnološke baze še najbolj skoncentriran, saj 66,7 % anketiranih podjetij ne namenja nič od svoje primarne proizvodnje. Na drugi strani je vsaj 50 % celotne primarne proizvodnje namenilo za druga tržišča tretjih držav 15,9 % anketiranih podjetij. Povprečen delež primarne proizvodnje podjetja, ki je namenjen za druga tržišča tretjih držav, znaša nekaj več kot 13 %. Podjetja so si glede deleža primarne proizvodnje vezane na industrijsko in tehnološko bazo, ki ga namenijo za tržišča tretjih držav, so si statistično še najbolj podobna, vendar po ne vključenosti v te tokove.

Pod dobaviteljska ali pod izvajalska dejavnost

Poleg primarne proizvodnje v podjetju za potrebe industrijske in tehnološke baze so pomembne pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti podjetja po posameznih treh regionalnih tržnih segmentih (nacionalni trg, tržišča drugih držav EU-26 in tržišča tretjih držav). Delež anketiranih podjetij, ki pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti ne izvajajo za domači trg je zelo velik (55,6 %) (tabela 2). Prav tako je precej visok tudi delež anketiranih podjetij (25,4 %), ki so za domači trg namenila 100 % svoje pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti. V povprečju anketirana podjetja okrog 34 % pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti namenjajo za domača tržišča. Standardni odklon (44 odstotnih točk) kaže na precejšnjo razpršenost podjetij okoli povprečne vrednosti za

deleža pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti, ki ga podjetja namenijo za domača tržišča.

Tabela 2: Relativna frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij po deležu obrambne pod dobaviteljske in pod izvajalske dejavnosti podjetju za domači trg, tržišča držav EU-26 in za druge trge tretjih držav

Relativna frekvenčna porazdelitev N= 64 (%)	Nacionalni trg	EU-26	Drugo
Do 10 %	60,4	77,8	85,7
Nad 10 do 30%	1,6	8,0	12,7
Nad 30 do 50%	4,8	1,6	0,0
Nad 50 do 70%	3,2	1,6	0,0
Nad 70 do 90%	4,8	11,1	0,0
Nad 90 do 100%	25,4	0,0	1,6

Vir: Rezultati izvedene ankete.

Za tržišča držav EU-26 ni namenilo nič svoje pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti 76,2 % anketiranih podjetij. Vsaj 50 % pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti je za tržišča EU-26 namenilo manj kot 14 % anketiranih podjetij. Rezultati ankete kažejo relativno nizek povprečni delež pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti, ki je namenjena za tržišča EU-26 (13,1 %).

Še večji delež anketiranih podjetij (82,5 %) za druga tržišča tretjih držav ne nameni nič svoje pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti in le 1,6 % anketiranih podjetij v celoti nameni dobaviteljske in pod izvajalske dejavnosti. Povprečni delež pod dobaviteljske ali pod izvajalske dejavnosti, ki jo anketirana podjetja namenijo za druga tržišča tretjih držav je relativno nizek (4,5 %). Omenjeni podatki kažejo relativno nizko povezanost slovenskih podjetij v pod dobaviteljske in pod izvajalske dejavnosti v okviru obrambnih poslov s tujino (EU 26 in tržišča drugih tretjih držav).

Posredniška (trgovska) dejavnost

Vpetost anketiranih podjetij v obrambne verige kot posrednik (trgovec) je prikazana v tabeli 3. Največ anketiranih podjetij (51,6 %) ni vpeta v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg. Na drugi strani pa je veliko tudi takih podjetij (31,3 %), pri katerih vpetost v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg znaša 100 %. Drugih nekaj več kot 17 % podjetij je v različnem deležu vpeto v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg. Z vsaj 50 % deležem je v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg vpetih dobrih 40 % vseh anketiranih podjetij. Anketirana podjetja so povprečno okrog 38 % vpeta v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg, s tem, da obstaja relativno visoka variabilnost in bipolarnost med podjetji okrog tega povprečja glede posredniške (trgovske) dejavnosti.

Tabela 3: Relativna frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij po deležu vpetosti podjetja v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za domači trg, tržišča držav EU-26 in za druge trge tretjih držav

Relativna frekvenčna porazdelitev N= 64 (%)	Nacionalni trg	EU-26	Drugo
Do 10 %	56,3	86,0	87,5
Nad 10 do 30%	1,6	4,7	3,1
Nad 30 do 50%	7,9	1,6	1,6
Nad 50 do 70%	0,0	0,0	3,1
Nad 70 do 90%	3,2	4,7	4,7
Nad 90 do 100%	31,3	3,1	0,0

Vir: Rezultati izvedene ankete.

Še večji je delež anketiranih podjetij (79,7 %), ki niso vpeta v obrambne verige kot posrednik (trgovec) na tržiščih držav EU-26. Na drugi strani je relativno nizek delež anketiranih podjetij (3,1 %), ki so povsem specializirana v obrambne verige kot posrednik (trgovec) na tržiščih držav EU-26. Druga anketirana podjetja (manj kot 18 %) so v različnih deležih vpetih v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za tržišča držav EU-26. Izrazito asimetrična frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij z veliko koncentracijo pojava pri nizkih vrednostih potegne za seboj nizko povprečno vrednost (9,6 %) za vpetost anketiranih podjetij v obrambne verige kot posrednik (trgovec) za tržišča držav EU-26 z sorazmerno nizko variabilnostjo deležev anketiranih podjetij.

Frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij po deležih vpetosti podjetja v obrambne verige kot posrednik (trgovec) na drugih tržiščih tretjih držav je še najbolj skoncentrirana, saj večina anketiranih podjetij (84,4 %) ni vpeta v te tokove. Na drugi strani nismo identificirali nobenega podjetja, ki bi bilo popolnoma specializirano s to dejavnostjo na te trge. Povprečna vrednost vpetosti anketiranega podjetja v obrambne verige kot posrednik (trgovec) na drugih tržiščih tretjih držav je najnižja (7,97 %), kar velja tudi za variabilnost posameznih deležev anketiranih podjetij za vpetost okoli povprečnega deleža, kar potrjuje, da se anketirana podjetja glede te značilnosti ne razlikujejo značilno med seboj, saj so relativno nizko vpeta v te tokove na drugih tržiščih tretjih držav.

Anketirana podjetja so na različne načine vpeta v obrambne verige kot posrednik (trgovec) pri nakupih iz tujine in pri sodelovanju v proti dobavah (tabela 4). Pomemben del anketiranih podjetij (49,2 %) ni vpetih kot kupec na tržiščih držav EU-26, medtem ko je 15,9 % takih podjetij, ki so v celoti specializirana (100 %) v nakupe na tržiščih držav EU-26. Druga anketirana podjetja so dokaj enakomerno porazdeljena po vmesnih vrednostih deležev nakupov na tržiščih držav EU-26. Povprečno anketirano podjetje opravi okrog 33 % nakupov na tržiščih držav EU-26.

Kar 66,7 % anketiranih podjetij ne opravi nobenih nakupov na drugih tržiščih tretjih držav in le 1,6 % anketiranih podjetij na drugih tržiščih tretjih držav opravi 100 % svojih nakupov. Druga podjetja so ponovno dokaj enakomerno porazdeljena po vrednosti deležev nakupov, ki jih anketirana

podjetja opravijo na drugih tržiščih tretjih držav. Povprečno anketirana podjetja opravijo dobrih 17 % nakupov na drugih tržiščih tretjih držav.

Tabela 4: Relativna frekvenčna porazdelitev anketiranih podjetij po deležu nabav in proti dobav podjetja za tržišča EU-26 in za druga tržišča tretjih držav

Relativna frekvenčna porazdelitev N= 64 (%)	Kupuje iz tujine		Sodeluje v proti dobavah	
	EU-26	Drugod	EU-26	Drugod
Do 10 %	55,6	73,0	85,7	92,1
Nad 10 do 30%	3,2	6,4	3,2	4,8
Nad 30 do 50%	9,5	3,2	0,0	1,6
Nad 50 do 70%	7,9	6,3	1,6	0,0
Nad 70 do 90%	7,9	9,6	6,4	0,0
Nad 90 do 100%	15,9	1,6	3,2	1,6

Vir: Rezultati izvedene ankete.

Velik delež anketiranih podjetij (77,8 %) ni vpeto s proti dobavami na tržiščih držav EU-26 in le 3,2 % je popolnoma specializiranih v proti dobave za tržišča držav EU-26. To kaže na relativno nizko vpetost slovenskih podjetij v proti dobavne posle, kjer bi lahko Slovenija v bistveno večji meri izkoristila možnosti ekonomije obsega večjega trga in zlasti koriščenja politik in ukrepov, ki izhajajo iz skupne evropske obrambne tehnološke in industrijske baze. Druga slaba petina anketiranih podjetij je z različnimi deleži vključena v proti dobave za tržišča držav EU-26.

Večina anketiranih podjetij (85,7 %) ne opravi nobene proti dobave na drugih tržiščih tretjih držav in le 1,6 % anketiranih podjetij je popolnoma specializirana v proti dobave na ta tržišča. Druga anketirana podjetja so z manjšim deležem vpeta v proti dobave na druga tržišča tretjih držav. Povprečno anketirano podjetje opravi slabe 4 % proti dobav na drugih tržiščih tretjih držav. Rezultati potrjujejo relativno nizko vpetost slovenskih podjetij v proti dobavne posle na tržišča držav EU-26 in na druga tržišča tretjih držav.

4 Mednarodna trgovina vojaških proizvodov

Predhodne raziskave slovenske blagovne menjave so prikazale rezultate na agregirani ravni trgovinske klasifikacije (Bojnec in Novak, 2004, 2005a, 2005b, 2006). Iz njih ni možno razbrati mednarodne trgovine proizvodov na področju obrambnega sektorja. Poleg tega pa vojaški proizvodi, to je proizvodi, ki se pretežno uvrščajo v poglavje 93 Kombinirane nomenklature 'Orožje in strelivo, njeni deli in pribor' so spadali po slovenski statistiki med proizvode, za katere so na oddelku za statistiko zunanje trgovine v Sloveniji uporabljali princip aktivne zaščite podatkov. Takšna naj bi bila praksa tudi v večini drugih držav članic EU. Za proizvode, ki se uvrščajo v poglavje 93 Kombinirane nomenklature, slovenska statistika objavlja samo

skupno vrednost blagovne menjave na ravni celotnega poglavja, brez členitve podatkov po državah trgovinskih partnericah in brez prikaza količinskih oziroma vrednostnih podatkov. Podatki o blagovni menjavi s posameznimi proizvodi (tarifnimi postavkami) iz poglavja 93 Kombinirane nomenklature slovenska statistika ne objavlja, ker so podatki o izvozu in uvozu vojaških proizvodov zaradi uporabe principa aktivne zaščite podatkov zaupni. Zato smo pregledali tudi Eurostatovo Comext podatkovno bazo, kjer pa so prikazani podatki o trgovini za poglavje 93 Kombinirane nomenklature (Bojnec, 2009).

Tabela 5 prikazuje gibanje izvoza, uvoza in primanjkljaja Slovenije v trgovini z orožjem in strelivi, njunimi deli in priborom (poglavje 93 Kombinirane nomenklature) z državami razširjene EU-27. Primanjkljaj se je močno povečal v letu 2007, kar je povezano z močno povečanim uvozom za tehnološko modernizacijo slovenske vojske, ki izhaja iz obveznosti članstva Slovenije v NATO in EU. Iz tabele 5 je razvidno povečevanje uvoza in s tem tudi povečevanje primanjkljaja Slovenije v trgovini z orožjem z državami EU-27. Slovenski uvoz iz drugih držav razširjene EU-27 se pojavlja bolj pogosto in na večjem številu proizvodov ter v večjem obsegu in vrednosti, kot to velja za slovenski izvoz v te države.

Med slovenskimi izvoznimi proizvodi je po vrednosti izvoza pomembna skupina 9306 – bombe, granate, torpedi, mine, rakete in podobno ter njihovi deli; naboji, drugo strelivo in projektili ter njihovi deli, vključno s šibrami in čepi za naboj. Občasen pomembnejši izvoz se je pojavil tudi pri skupini 9305 – deli in pribor izdelkov iz tarifnih števil 9301 do 9304 ter v letu 2007 za druge proizvode, med katerimi gre zlasti za nenavedene proizvode, ki so na seznamu zaupnih proizvodov.

Med uvoznimi proizvodi so prav tako opazna določena spreminjanja v času. Med pomembnejšimi skupinami uvoznih proizvodov so 9306 – bombe, granate, torpedi, mine, rakete in podobno ter njihovi deli; naboji, drugo strelivo in projektili ter njihovi deli, vključno s šibrami in čepi za naboj, 9302 – revolverji in pištole, razen tistih, ki se uvrščajo v tarifno številko 9303 ali 9304 ter drugi nenavedeni proizvode na seznamu zaupnih proizvodov.

Kljub temu, da deleži izvoza in deleži uvoza kažejo določene strukturne podobnosti, deleži trgovinskega primanjkljaja potrjujejo, da obstajajo razlike v velikost oziroma vrednosti slovenskega izvoza in uvoza za posamezne skupine orožja. Vrednost uvoza je namreč večja kot to velja za vrednost izvoza. V deležu trgovinskega primanjkljaja imajo največji delež proizvodne skupine 9306 – bombe, granate, torpedi, mine, rakete in podobno ter njihovi deli; naboji, drugo strelivo in projektili ter njihovi deli, vključno s šibrami in čepi za naboj; nadalje drugi nenavedeni proizvodi, ki so na seznamu zaupnih proizvodov, kakor tudi občasno 9302 – revolverji in pištole, razen tistih, ki se uvrščajo v tarifno številko 9303 ali 9304.

Povečani uvoz vojaških proizvodov bi lahko bil povezan s povečanim izvozom vojaških in zlasti civilnih proizvodov v okviru sistema proti dobav. To je eno od področij, ki je specifično po organiziranosti poslovnih tokov, ki izvira iz politik in ukrepov EU ter njenih ustanov na krepitev skupne evropske obrambne tehnološke in industrijske baze (EDA, 2009a in 2009b).

Tabela 5: Izvoz in uvoz ter primanjkljaj Slovenije v trgovini z orožjem in strelivi, njunimi deli in priborom z državami EU-27 (v stalnih 1999 evrih).

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Izvoz (1999 evri)	11256	31287	119471	335961	178885	124739	208572	314167	1461359
Delež po skupinah proizvodih (%)									
9301	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
9302	0,0	0,0	13,7	0,4	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0
9303	0,0	21,5	5,0	7,2	13,7	20,4	1,1	2,4	0,4
9304	9,2	0,0	4,4	0,0	3,5	10,9	14,2	3,9	0,8
9305	45,1	0,0	0,0	7,7	70,1	55,0	8,4	8,2	0,9
9306	45,6	78,5	73,1	80,3	8,0	6,6	64,7	47,8	2,2
Drugo	0,0	0,0	3,7	4,4	1,2	7,1	11,6	37,6	95,6
Skupaj (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Uvoz (1999 evri)	1959130	1805483	3201126	2030376	2116371	3056329	6864546	5452725	13856253
Delež po skupinah proizvodih (%)									
9301	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
9302	18,9	12,0	50,3	16,0	15,1	21,9	3,8	5,5	2,5
9303	14,4	19,5	9,0	11,4	22,0	12,5	4,6	6,4	4,7
9304	6,5	6,3	5,2	15,5	7,0	5,2	2,1	6,4	3,3
9305	1,1	1,0	1,3	3,1	7,3	1,9	0,7	2,8	1,2
9306	45,4	53,4	31,2	42,2	38,6	31,5	15,0	16,6	23,9
Drugo	13,7	7,8	3,0	11,7	9,9	27,0	73,9	62,3	64,4
Skupaj (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bilanca (1999 evri)	-1947874	-1774196	-3081655	-1694415	-1937486	-2.931.590	-6655974	-5138558	-12394894
Delež po skupinah proizvodih (%)									
9301	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
9302	-19,0	-12,2	-51,8	-19,1	-16,2	-22,8	-3,9	-5,8	-2,8
9303	-14,5	-19,5	-9,2	-12,2	-22,7	-12,2	-4,7	-6,6	-5,2
9304	-6,5	-6,4	-5,2	-18,6	-7,3	-5,0	-1,7	-6,5	-3,6
9305	-0,9	-1,0	-1,4	-2,2	-1,5	0,4	-0,4	-2,5	-1,2
9306	-45,4	-53,0	-29,5	-34,7	-41,5	-32,6	-13,4	-14,7	-26,4
Drugo	-13,8	-7,9	-2,9	-13,2	-10,8	-27,9	-75,9	-63,8	-60,7
Skupaj (%)	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0	-100,0

9301 - Vojaško orožje, razen revolverjev, pištol in orožja iz tarifne številke 9307: – Artilerijsko orožje (npr. topovi, havbice in možnarji).

9302 - Revolverji in pištole, razen tistih, ki se uvrščajo v tarifno številko 9303 ali 9304.

9303 - Drugo strelno orožje in podobne priprave, ki delujejo z vžigom eksplozivne polnitve (npr. športne puške, šibrenice ter lovske in športne karabinke; strelno orožje, ki se polni od spredaj; signalne pištole in druge priprave, predvidene za izstreljevanje samo signalnih raket; pištole in revolverji za izstreljevanje maneverskega streliva; pištole s privezanim klinom za humano ubijanje živali; metalnice ladijskih vrvi).

9304 - Drugo orožje (npr. vzmetne, zračne in plinske puške in pištole; gumijevke), razen orožja iz tarifne številke 9307.

9305 - Deli in pribor izdelkov iz tarifnih števil 9301 do 9304.

9306 - Bombe, granate, torpedi, mine, rakete in podobno ter njihovi deli; naboji, drugo strelivo in projektili ter njihovi deli, vključno s šibrami in čepi za naboje.

Opomba: Nominalne evro vrednosti so deflacionirane z letnimi povprečnimi harmoniziranimi indeksi cen potrošnih dobrin (1999=100) za evro območje.

Vir: Lastni izračuni iz Eurostat Comext podatkovne baze in Eurostat statistike (2008).

5 Sklep

V obrambnem sektorju v Sloveniji imajo pomembno vlogo mala in srednje velika podjetja. Večina podjetij v obrambnem sektorju je na področju storitev. Povezanost anketiranih podjetij z domačim tržiščem je bipolarna. Velik delež je podjetij, ki z domačimi podjetji in z domačim tržiščem niso povezana. Bistveno večji pa je delež podjetij, ki so v celoti povezana z domačim tržiščem. Za druga anketirana podjetja velja različna intenzivnost povezanosti z domačim in tujimi tržišči. V povezanosti podjetij s tržišči EU-26 in z drugimi tržišči tretjih držav velja, da večina anketiranih podjetij na teh tržiščih sploh ni dejavna. Omenjena ugotovitev je podobna z ugotovitvijo EDA (2009b), ki prav tako ugotavlja povezanost slovenskih podjetij obrambnega sektorja z domačim slovenskim tržiščem in zaenkrat premajhno povezanost z možnimi tujimi poslovnimi partnerji zlasti z državami članicami EU.

Druga podjetja, ki so poslovno povezana s tržišči držav EU-26 in z drugimi tržišči tretjih držav, pa so z njimi povezana z različno intenzivnostjo. Na sploh velja, da so slovenska podjetja, ki so vključena v obrambno tehnološko in industrijsko bazo, so močno povezana z domačim tržiščem v primarni proizvodnji, v proti dobavnih in v pod izvajalskih aktivnostih, pri posredniških in trgovskih poslih. Večja usmeritev na tuja tržišča daje priložnosti za slovensko gospodarstvo za večje in bolj transparentno koriščenje priložnosti, ki izhajajo iz politik in ukrepov skupne evropske obrambne industrijske in tehnološke baze.

Uvoz orožja in streliva, njunih delov in pribora v Slovenijo iz držav EU-27 se je povečal in zaradi tega se je povečal tudi trgovinski primanjkljaj pri teh proizvodih. V prihodnje bi zato bilo zaželeno večjo pozornost nameniti možnostim in priložnostim, ki jih Slovenija ima pri koriščenju protidobavnih poslov tako za vojaške kot zlasti za civilne namene, ki dajejo možnosti in poslovne priložnosti tudi malim in srednje velikim podjetjem.

Kot izhodišča za nadaljnje raziskovanje so zato možnosti in priložnosti dobavnih in protidobavnih poslov v obrambnih industrijskih in storitvenih dejavnosti za celotno slovensko gospodarstvo, ki izhajajo iz možnosti tehnološkega posodabljanja in internacionalizacije slovenskih podjetij preko investicijskih in podobnih vlaganj v slovensko gospodarstvo in

izvozne možnosti slovenskega gospodarstva v okviru sistema protidobav. Neposredni in posredni učinki iz obrambne tehnološke in industrijske baze bi lahko imeli pomemben ekonomski vpliv na celotno slovensko gospodarstvo, večjo zaposlenost in na skladnejši regionalni razvoj, saj obstajajo možnosti za vključitev podjetij v specifično organiziranje poslovnih tokov na področju obrambe in proti dobavnih poslov iz celotne Slovenije.

Literatura in viri

- Bojnec, Š. & Novak, M. (2004). Kakšna je slovenska blagovna menjava po tehnološki intenzivnosti?. *IB revija* 38(3): 37-56.
- Bojnec, Š. & Novak, M. (2005a). Ali znotrajpanožna trgovina prevladuje v slovenski blagovni menjavi?. *IB revija* 39(3): 22-40.
- Bojnec, Š. & Novak, M. (2005b). Metodologija za ugotavljanje konkurenčnih prednosti in pozicioniranje sektorjev slovenskega gospodarstva po konkurenčnosti blagovne menjave. *IB revija* 39(1-2): 4-25.
- Bojnec, Š. & Novak, M. (2006). Cenovna konkurenčnost slovenske zunanje trgovine. *IB revija* 40(3): 47-62.
- Bojnec, Š. (2009). Vloga in možnosti obrambnega sektorja za gospodarski razvoj Slovenije. *IB-revija* 43(1): 37-50.
- EDA (2009a). Spletna stran: www.eda.europe.eu. Bruselj: European Defence Agency.
- EDA (2009b). *Study on How to Measure Strengths and Weaknesses of the DTIB in Europe*, Final Report (Manchester, University of Manchester/Manchester Institute of Innovation Research in association with the Centre for Defence Economics/University of York and CNRS-GREDEG).
- Eurostat (2008). Comext Trade Dataset. Luxembourg: Eurostat Statistical Office of the European Communities.

Štefan Bojnec je redni profesor za ekonomijo in znanstveni svetnik ter prodekan za znanstveno raziskovalno delo študentov na Fakulteti za management Koper pri Univerzi na Primorskem. Njegova bibliografija obsega okrog 740 bibliografskih enot, od tega okrog 125 izvirnih znanstvenih člankov v znanstvenih revijah. V letu 2008 je prejel Zlato plaketo Univerze na Primorskem in državno Zoisovo priznanje za pomembne dosežke na področju ekonomije.