

Gospodarska vlaganja na območje nekdanje Jugoslavije

zamujena priložnost?!

IZVLEČEK

Pri širjenju političnega in gospodarskega vpliva Slovenije se nemalokrat srečamo z različnimi preprekami. Da bi bilo le-teh čim manj, je potrebno na državnem nivoju zagotoviti zadostno in ustrezno podporo ter ugodne pogoje za prodor na tuje trge.

Ključne besede:

nekdanja Jugoslavija, Balkan, gospodarsko sodelovanje, Slovenija.

ABSTRACT

The Economic Investments in Former Yugoslavia: Opportunity Already Lost?

Political and economic expansion of influence over the Slovenian national borders frequently comes across different obstacles. In order to minimize them, it is necessary to ensure (at the state level) sufficient support environment and favourable conditions for the breakthrough to the foreign markets.

Key words:

former Yugoslavia, Balkan, economic co-operation, Slovenia.

Avtor besedila in fotografij:

ANDREJ HARAKOVIČ, univ. dipl. geog.,
Oddelek za geografijo, Filozofska fakulteta,
Ljubljana, Slovenija

E-pošta: andrej.herakovic@ff.uni-lj.si

COBISS I.04 strokovni članek

Razvoj države je močno povezan z njeno lego in položajem, velikostjo, politično ureditvijo in močjo njenega gospodarstva. Glede na to, da se uspešna mednarodna trgovina in povezovanja največkrat začenjajo s sosednjimi državami, je ena izmed priložnosti internacionalizacije slovenskega vpliva tudi širjenje le-tega na jug oziroma jugovzhod. Omenjena smer je zanimiva še toliko bolj, ker se trgi držav na tem območju (Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija in Kosovo, Črna gora, Makedonija) v veliki meri šele vzpostavljajo in krepijo po burnih procesih in dogodkih, ki so se vrstili ob razpadu nekdanje skupne države. Območje je zanimivo tudi zaradi geografske, kulturne in jezikovne bližine.

Slovensko gospodarstvo je premajhno, da bi zasedalo "velika polja" v svetovnem smislu, kljub vsemu pa dovolj veliko, da lahko izkoristi tiste malenkosti, ki posamezno državo, njeno prebivalstvo in gospodarstvo delajo opazno, prepoznavno in uspešno. Hkrati lahko vse prednosti postanejo tudi nevarnosti, če jih ne znamo pravilno uporabljati. Rešitev se nakuže v dveh preprostih besedah: privlačnost in uspešnost. Katere so tiste privlačne lastnosti Slovenije in Slovencev, ki jih lahko "uspešno" izvozimo?



Skupna dediščina kot prednost?!

Relativno uspešnemu nastopu Slovenije na območju nekdanje Jugoslavije je botrovalo več dejavnikov: tranzitna lega, izkušnje glede delovanja sedanjih držav iz nekdanje skupne države, socialne vezi, jezikovna bližina, počasna, a stalna umiritev razmer ter sorazmerna nenasičenost trgov.

Slovenski kapital prihaja na območje nekdanje Jugoslavije z investicijami podjetij, ki se uveljavljajo na teh trgih, z vlaganjem v vrednostne papirje, da vsakoletnega vložka prek turizma niti ne omenjamo.

Po podatkih Banke Slovenije (1) se vložki vsako leto povečajo v znatni meri, zato skupna vrednost investicij na ta območja pomembno vpliva na končno uspešnost slovenskega gospodarstva. Obenem na tem območju nismo neznani in so zato izhodišča nekoliko boljša. Dejanska uspešnost posamezne investicije je povsem odvisna od posameznega primera, njegove velikosti in teže ter širših interesov.

Kljub vsemu je potrebno dodati, da so trgi in območja nekdanje skupne države za slovensko gospodarstvo pomembni, saj:

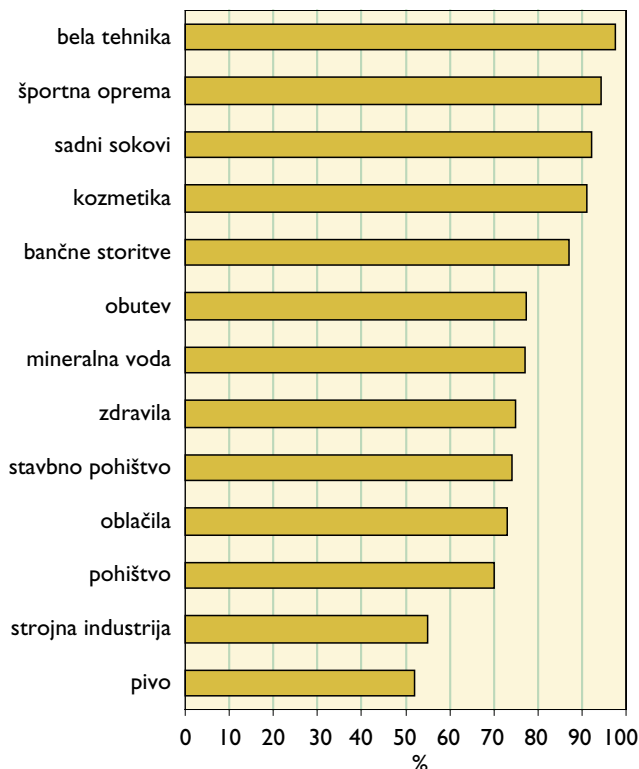
- je skupina teh trgov v celoti desetkrat večja od našega domačega,
- na njih še ni popolne zasičenosti s proizvodi in storitvami,
- ima območje kot celota velik potencial,
- smo geografsko zelo blizu.

Desetletja po drugi svetovni vojni je bila Slovenija ciljno območje številnih ekonomskih doseljencev z območij nekdanje skupne države. Bila je gospodarsko najbolj razvit del te skupnosti, obenem pa se je bilo zaradi različnih vzrokov veliko lažje seliti z enega dela države na drugega kot preko meja v tujino. Posledično živi danes v Sloveniji veliko priseljencev in njihovih potomcev (prva, druga, tretja generacija), ki še vedno ohranjajo in negujejo stike ter povezave z območjem svojega izvora. S pomočjo tovrstnih stikov se lahko na omenjena območja prenašajo informacije o slovenskem gospodarstvu, njegovem delovanju, njegovih proizvodih, blagovnih znamkah idr. Prenašanje tovrstnih informacij je danes še toliko pomembnejše, saj se potencialno lahko na ta način predvsem pri tamkajšnjemu mlademu prebivalstvu, ki v preteklosti ni imelo "jugoslovanske izkušnje", vzpostavijo pozitivni vrednostni vzorci o slovenskem gospodarstvu in njegovih blagovnih znamkah. Za mlajše generacije je Slovenija samo ena izmed mnogih tujih držav, kjer je moč kupiti različne proizvode. Zato bi morali biti tudi slovenski proizvodi predstavljeni kot proizvodi z zahoda - tako po izvoru kot tudi kakovosti.

Kljub vsemu lahko še vedno z veliko mero gotovosti trdimo, da so na območju nekdanje Jugoslavije slovenska podjetja in njihove blagovne znamke prepoznavne in cenjene ter med prebivalstvom še vedno uživajo relativno veliko stopnjo zaupanja (slika 1, kjer so prikazani rezultati raziskave Centra za marketing Mark-plan in Gral- Iteco; 4). Na območju Srbije so slovenski izdelki še vedno zelo dobro sprejeti in zaželeni. Takšno stanje oziroma njegova izhodišča so za slovenska podjetja optimistična, vendar se te razmere ob neaktivnem pristopu (zlasti glede prepoznavnosti) ne bodo obdržale dalj časa, saj obstaja velika verjetnost, da bodo slovenska podjetja izrinjena zaradi bolj vsečne in cenejše tuje konkurence.

Preglednica 1: Slovenske neposredne naložbe (v mio €) na območju nekdanje Jugoslavije od 1994 do 2005 (1, 2, 3).

država/leto	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hrvaška	157,3	178,3	190,5	219,6	292,9	307,7	380,2	452,2	527,4	609,8	679,1	789,3
Bosna in Hercegovina	12,0	12,6	14,1	17,7	21,5	32,4	67,9	109,5	171,2	206,7	217,0	277,1
Srbija in Črna gora	22,7	42,1	27,7	26,7	29,9	28,2	31,9	49,0	94,5	205,5	291,6	501,1
Makedonija	13,0	16,5	18,5	17,5	21,4	39,2	50,1	53,3	61,4	79,4	91,6	111,8
ostale države sveta	83,6	132,8	119,8	134,7	177,1	217,2	295,2	475,2	607	747,5	951,6	1290,6



Slika 1: Delež oseb v Srbiji, ki bi kupovale oziroma uporabljale izdelke/storitve iz Slovenije (4).

Prednosti in ovire v novih družbenih razmerah

S pomočjo socialnih mrež posameznikov ali skupin se lahko vzpostavlja komunikacija in nadalje tudi sodelovanje na vseh ravneh, ko bodo te skupine uvidele interes za sodelovanje. Vendar tu mnogokrat nastanejo težave, ker se s strani državnega aparata takšne možnosti prevečkrat zanemarljivo. K sreči so prejšnja obdobja stakla mnogo socialnih in družbenih vezi, ki se po razpadu države niso povsem pretrgale in zanemarile. Nekateri so jih uspeli izkoristiti bolje kot drugi.

Postavi se vprašanje, kako je stare vezi poskušala oplemeniti država? Enoznačnega odgovora ni, pogledi so lahko celo diametralno nasprotni. Kljub vsemu pa podatki kažejo, da se Slovenija ne zna postaviti za svoje interese, interese svojih državljanov ter nenazadnje interese lastnega gospodarstva. To se v veliki meri odraža takrat, ko pride do konflikta interesov med posameznimi vplivnimi sferami. Vse prevečkrat zaradi neodločnosti, majhne vplivnosti, nedorečenih ciljev in interesov naše gospodarstvo potegne krajši konec. Med najodmevnejše tovrstne izkušnje se uvrščajo

Terme Čatež (Sunčani Hvar), težave avtoprevoznikov s prevozom naftnih derivatov prek ozemlja Hrvaške, problemi bank pri nastopanju na teh trgih, pozivanje k bojkotom slovenskih izdelkov, težave Fructala, Radenske, ovire Mobitela za pridobivanje koncesije za mobilnega operaterja na Kosovu itd. Takšnih in podobnih "incidentov" je veliko. Gre predvsem za zadeve z večjo politično težo. Pri manjših poslih se težave pojavljajo v manjši meri in so medijsko manj zanimive, vendar niso zanemarljive. S takšnimi dejavnimi posamezne države kažejo "mišice", navidezno ščitijo svoje gospodarstvo in/ali pa so preprosto preveč pod vplivom interesov tujih konkurentov (velikih igralcev), ki so bolj spretno spojeni s političnimi krogi znotraj posamezne države.

V dobršni meri na medsebojne odnose vplivajo tudi različne lokalne politike s specifičnimi interesi. Mnogokrat se izrablja nevednost prebivalstva za obračunavanje s političnimi nasprotniki ali pa za vsaj navidezno zaščitniško in domoljubno dejanje posameznikov oziroma potrošnikov. Ponavadi se takšna dejanja srednjeročno in dolgoročno ne obnesejo, na kratek rok lahko prinesejo akterjem koristi, vlagateljem pa škodo. Včasih se zdi, da so takšni ukrepi naperjeni samo proti Sloveniji in njenemu gospodarstvu, ker prevzema domača podjetja ali poskuša s t. i. *green field* investicijami (investiranje v izgradnjo novega

Ne smemo pozabiti, da Slovenija posreduje večinoma končne izdelke in ne znanja, da podružnice slovenskih podjetij na tem območju zaenkrat še ne ustvarjajo novega znanja in proizvodov. Prav tako se vse preveč pojavlja nestabilnost znotraj posameznih držav, saj se nikoli ne ve, ali se bodo notranjepolitične razmere na posameznih območjih zaostrovale in ali so dolgoročno gledano lahko stabilne. Iz tega izvirajo tudi drugi problemi, ki se kažejo v pomanjkanju demokratičnih in preglednih postopkov glede odločanja in dodeljevanja poslov. To gre v veliki meri na roko tistim, ki imajo moč vplivanja – na primer mednarodnim mirovnim silam in državam, ki jih pošiljajo. Morebiti obstaja možnost na tem področju tudi za Slovenijo, saj je bil pred kratkim na Kosovo poslan bataljon slovenskih vojakov?

proizvodnega obrata in ne nakup že obstoječega podjetja ali obrata). Mogoče gre le za nevoščljivost ali pa tudi za oklepanje določenih vedenjskih in poslovnih vzorcev iz preteklosti. Posamezne poteze so lahko samo odraz še vedno nerešenih meddržavnih sporov, ki so nastali z osamosvojitvijo ali kmalu po njej. Eno glavnih vprašanj je, kako stvari reševati brez nepotrebnih zapletov in pri tem omogočiti lastnim potencialom, da svojo dejavnost širijo tam, kjer se jim zdi poslovne priložnosti dobre.



Slika 2: Pogovor, počitek in delo na ulici - balkanski stereotip ali resničnost (foto: Andrej Herakovič)?

Na napakah se (na)učimo?!

Odkar je Slovenija samostojna država, je očitno pomanjkanje strateškega načrtovanja za širjenje interesov države zunaj njenih meja, predvsem strategija kot taka ni konsistentna in jo zna vsaka naslednja vlada malce zamenjati ter prilagoditi svojim potrebam in željam. In ravno konsistentnost zagotavljanja ter spodbujanja gospodarske dejavnosti zunaj državnih meja bi morala biti ena izmed ključnih usmeritev gospodarske politike. Za uresničitev ciljev bi bilo potrebno izkoristiti socialne in druge mreže, ki so danes še dovolj močne, kar bi nam omogočilo, da bi še vedno dosegali zavidljivo stopnjo prepoznavnosti in ugleda.

Zavedati se moramo, da mlajše generacije (na območju nekdanje Jugoslavije), ki počasi prihajajo na fakultete, nimajo nobene izkušnje s Slovenijo. Če se slovensko gospodarstvo ne bo uspelo dobro zasidrati na teh območjih in s kakovostnimi izdelki sporočiti mladini, da je Slovenija privlačna, njeni proizvodi pa kakovostni, se nam dolgoročno gledano obetajo težave.

Vse znanje, ki smo ga v desetletjih skupnega bivanja nabrali, lahko izpuhti. Močno dvomim, da bo potem gospodarsko sodelovanje med Slovenijo in državami Balkana boljše. Zavedati se moramo tudi (9), da "ne bo nihče ničesar kupil zato, ker je slovensko. Kupil bo zato, ker je dobro – četudi je slovensko." In k temu je potrebno stremeti.



Literatura

1. Banka Slovenije 2004: Neposredne naložbe 1994-2003. Banka Slovenije. Ljubljana.
2. Banka Slovenije 2005: Neposredne naložbe 2004. Banka Slovenije. Ljubljana.
3. Banka Slovenije 2007: Neposredne naložbe 2005. Banka Slovenije. Ljubljana.
4. Beltram, M. 2002: Strategija vstopa slovenskih trgovskih podjetij na srbski trg: diplomsko delo. Ekonomska fakulteta. Ljubljana.
5. Dolinar, T. 2004: Pomen internacionalizacije za gospodarski razvoj Slovenije: diplomsko delo. Ekonomska fakulteta. Ljubljana.
6. Herakovič, A. 2005: Političnogeografski in gospodarski vidiki povezovanja Slovenije z državami nekdanje Jugoslavije: diplomsko delo. Filozofska fakulteta. Leskovec pri Krškem.
7. Medmrežje: Svetličič, M., Jaklič, A. 2001: Neposredne investicije Slovenije v državah nekdanje Jugoslavije: strateški ali defenzivni odziv? URL: <http://miha.ef.uni-lj.si/isee/clanki/NeposredneInvSlo.pdf> (citirano 14. 2. 2007).
8. Mrak, M., Rojec, M., Silva-Jáuregui, C. 2004: Slovenia: From Yugoslavia to the European Union. World Bank. Washington.
9. Crnkovič, M. 2007: Objektiv. Dnevnik (10. 3. 2007). Ljubljana.