





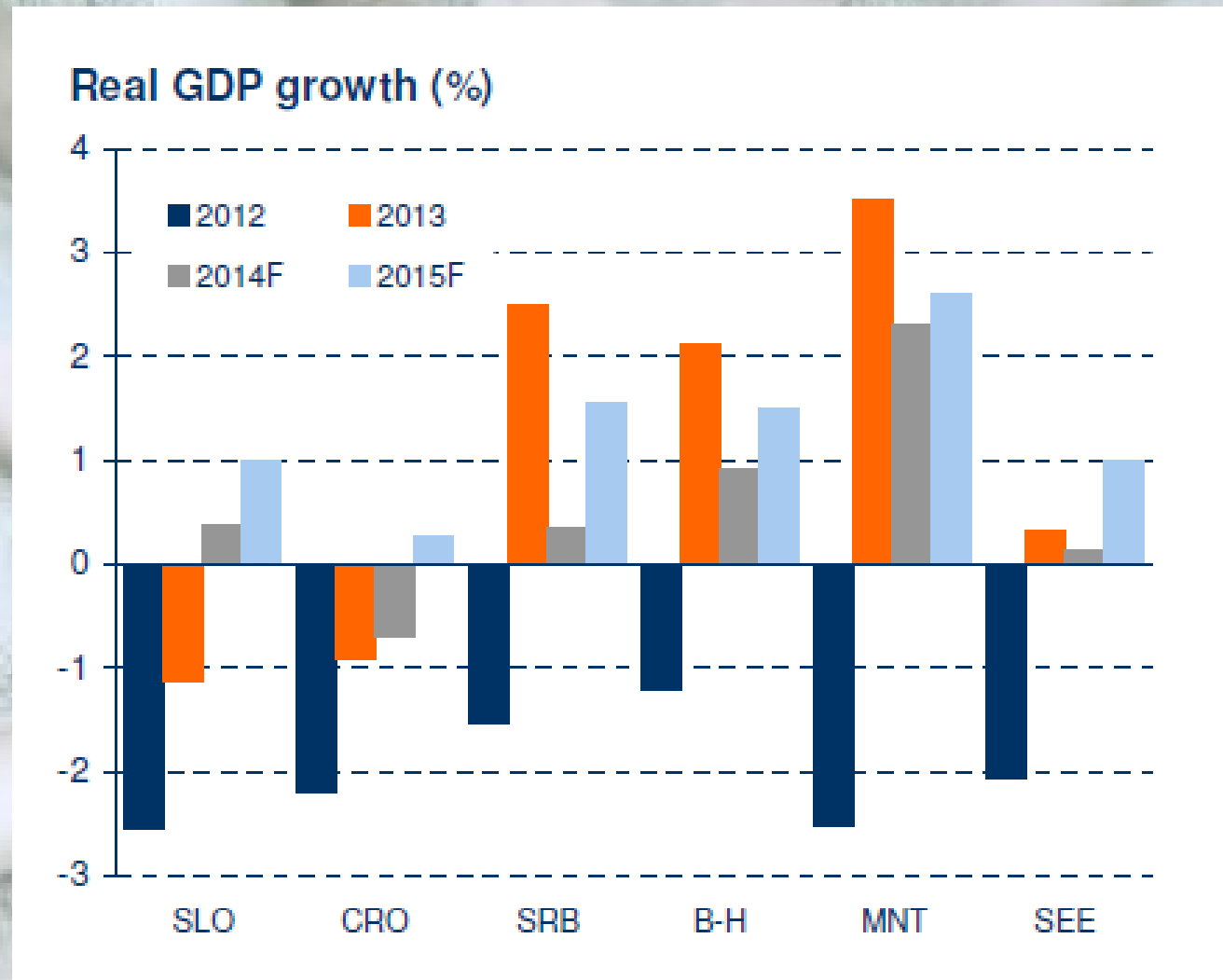
ZAHODNI BALKAN

- Države: Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija, Kosovo, Črna gora, Makedonija, Albanija
- št. prebivalcev: ~ **25,0** mio

Makroekonomski podatki, 2013

- stopnje rasti BDP: od -1,0 do + 4,0 % (HRV - KOS)
- BDP na preb. (po kupni moči): 5.600 - 15.800 € (BiH - HRV)
- delež sive ekonomije v BDP: 30 - 36 % (HRV - MAK)
- priliv NTI: 145 - 950 mio € (BiH - ALB)
- inflacija: - -1,2 - 7,8 % (BiH - SRB)
- nezaposlenost: 14,0 - 31,0 % (ALB - KOS)
- bruto plače: 290 - 1.040 € (ALB - HRV)
- rang na "Doing Business 2014" (WB): 25/189 - 131/189 (MAK-BiH)

Napovedi rasti BDP, 2014

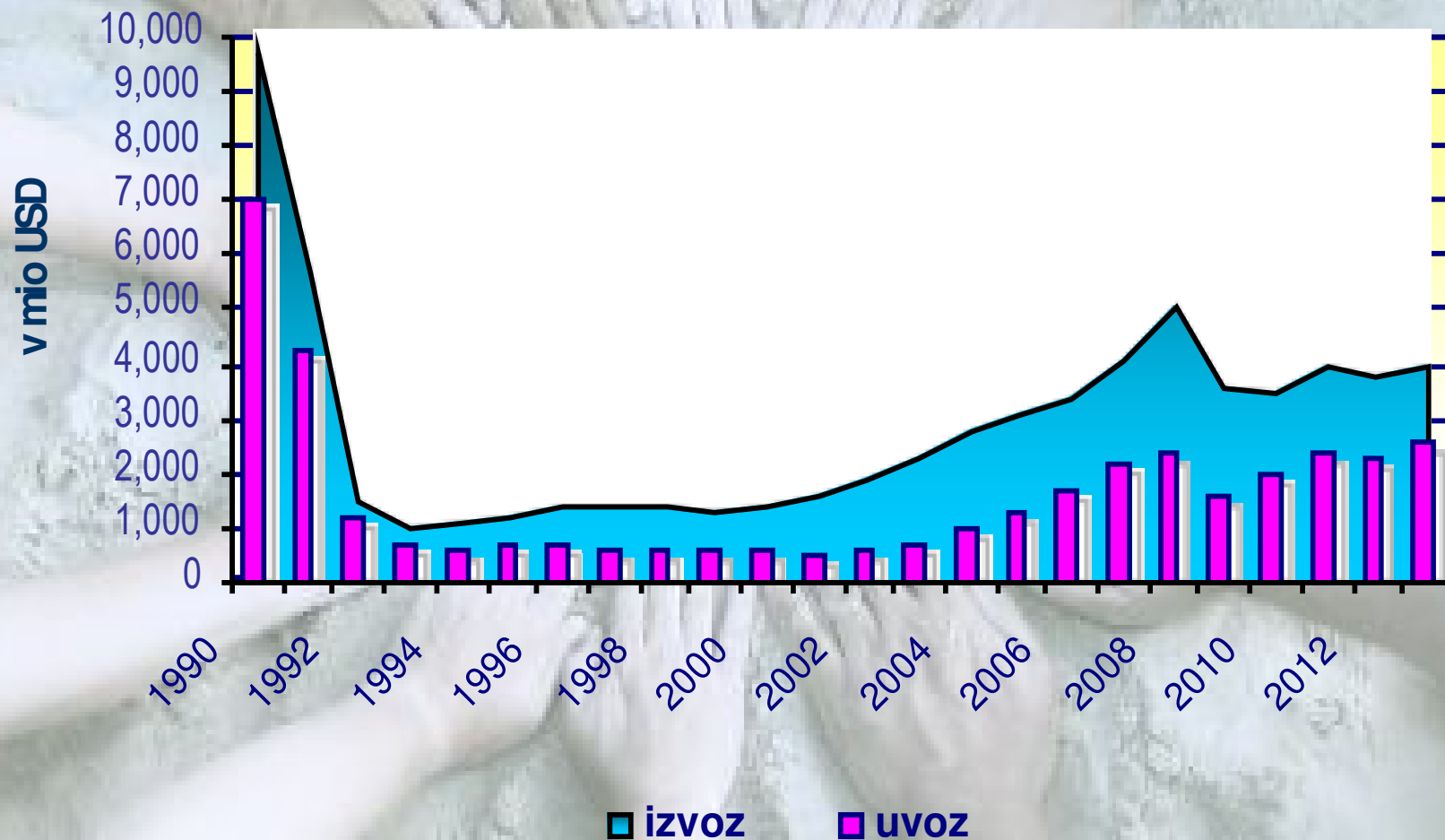


Vir: Hypo Alpe-Adria Bank d.d.

Poslovanje na Zahodnem Balkanu

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">• poznavanja trga, jezika, kulture• bližnji, "naravni" trgi• SLO kot blagovna znamka, "jugonostalgija"• poslovna in investicijska prisotnost SLO podjetij, dostopi• razumevanje tranzicijskih procesov• podobni poslovni modeli, prenos izkušenj	<ul style="list-style-type: none">• poenostavljen, "domač" pristop, ravnanje po občutku• podcenjevanje partnerjev• precenjevanje lastne kapacitete• nepovezanost in neizkoriščanje sinergij z ostalimi SLO podjetji• primanjkljaj podrobnejših tržnih analiz, zanemarjanje marketinga• ne-zavarovanje komercialnih tveganj
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none">• približevanje EU• poznavanje Slovencev, tradic. povezave, interes za sodelovanje• prilagajanje poslovnega okolja• spodbude za tuje investitorje• cenejša kvalificirana delovna sila, prenos proizvodnje• nagnjenost k podjetništvu• dobri politični odnosi	<ul style="list-style-type: none">• nizka kupna moč, plačilna nedisciplina• implementacija poslovne zakonodaje, birokratizacija• korupcija, VIP, neformalni sektor• konkurenca tretjih držav• nasičen, konkurenčen trg• necarinske ovire• makroekonomska in polit. tveganja

Blagovna menjava exYU - Slovenija, v USD



Glavni blagovne skupine v menjavi Slovenija - Zahodni Balkan, 2013

IZVOZ (3.028 mio €):

- zdravila
- olja iz nafte in bitumna
- električna energija
- osebni avtomobili
- avtomobilske gume
- gospodinjski el. aparati
- deli za motorna vozila
- živila
- preparati za lase
- časopisni papir

UVOZ (1.904 mio €):

- črpalke in kompresorji
- deli za motorna vozila
- odpadki kovin
- električna energija
- aluminij, pločevina
- hladilniki
- izolirana žica in kabli
- olja iz nafte
- les
- vino

Zahodni Balkan - Slovenija, nekaj številok

- delež izvoza: 14,0 % (3,0 mlrd €) ↘
- delež uvoza: 8,6 % (1,9 mlrd €) ↗
- število izvoznikov: ~ 8.000 ; SLO “multinacionalke”
- blagovne skupine: zdravila, avtomobili, gume, el. energija, hrana, gosp. aparati / črpalke, kompresorji, avto deli, odpadki kovin, el.energija, kovine, kemični izdelki)
- stopnja rasti izvoza 2013: + 2,4 % (MAK & HRV ↗) (KOS ↘)
- stopnja rasti uvoza 2013: + 9,6 % (MAK, SRB, HRV ↗) (ČG ↘)
- delež NTI (dec.2013): 70 % (3,6 mlrd € ↘); ČG, MAK ↗
- rang: HRV & SRB - prva liga
BIH & MAK - “druga” liga
ČG & KOS & ALB - “ostalo”

Slovenski izvoz, po državah, 2013

rang	država	mio €	delež (%)
1.	Nemčija	4.449	20,6
2.	Italija	2.494	11,5
3.	Avstrija	1.844	8,5
4.	Hrvaška	1.441	6,7
5.	Francija	1.154	5,3
6.	Ruska Federacija	1.019	4,7
7.	Srbija	665	3,1
8.	Poljska	652	3,0
9.	Madžarska	632	2,9
10.	Bosna in Hercegovina	604	2,8
TOP 10		14.954	69,1

Slovenski uvoz, po državah, 2013

rang	država	mio €	delež (%)
1.	Nemčija	4.244	19,1
2.	Italija	3.469	15,6
3.	Avstrija	2.521	11,4
4.	Hrvaška	1.065	4,8
5.	Madžarska	1.050	4,7
6.	Francija	963	4,3
7.	Nizozemska	667	3,0
8.	Češka Republika	580	2,6
9.	Kitajska	539	2,4
10.	Poljska	497	2,2
TOP-10		15.595	70,1

Slovenske izhodne investicije

5.121 mio €, stanje 31. dec 2013

rang	država	mio €	delež (%)
1.	Hrvaška	1.425	27,8
2.	Srbija (Kosovo?)	1.194	23,3
3.	Bosna in Hercegovina	470	9,2
4.	Makedonija	393	7,7
5.	Ruska Federacija	365	7,1
6.	Nizozemska	181	3,5
7.	Liberija	179	3,5
8.	Črna gora	134	2,6
9.	Nemčija	77	1,5
10.	Avstrija	61	1,2
TOP-10		4.479	87,4

Vir: Banka Slovenije

Poslovne priložnosti za slovenska podjetja

- energetika & okolje
- infrastruktura ↗
- multiplikatorji* ↘
 - IKT
 - kovinska - avtomobilska
 - lesna
 - (*finančni sektor, trgovina*)
 - tehnološki & inovacijski “poligon”, razvojna partnerstva
- MRS - medn. razvojno sodelovanje ↗ ↗ ↗
- EU sredstva - projekti (SI-K Exportcoop SEE)

Problemi nastopa na trgih Zahodnega Balkana

▪ institucionalno:

- razne “uredbe”, “navodila”, “postopki” (*slabovidni Črnogorci*)
- protekcionistične prakse (postopki, razpisi)
- implementacija zakonodaje
- birokracija

▪ poslovno:

- identifikacija partnerjev (baze podatkov, primerljivost)
- plačilna disciplina, izterjava
- javno mnenje (ekonomski patriotizem)
- uporaba dnevnih politik (“Konzum”, “ribiške cone”, ... ?)
- korupcija ?

▪ usklajenost, sodelovanje doma:

- gradbena operativa (?), energetiki, IKT, lesarji, grozdi, ...
- sejmi ?
- “pool” slovenskih strokovnjakov - priložnost?

Pričakovanja - poizvedbe slovenskih podjetij

- poslovno okolje:
 - zakonodaja (ustanavljanje, izvajanje del, delovna dovoljenja, zaščita interesov), davki (povračila), spodbude (lokalno, SLO - MRS, EU), izterjava, tržne analize, razpisi
- poslovni partnerji & poslovne priložnosti:
 - regionalno - sektorsko
 - lokalno - slovensko (*match-making*)

vedno **INDIVIDUALNO**

redko povratna informacije

Mreže & metode

- **GZS**: “ostanki” predstavništev GZS,
zbornični sistem(i) (sektorji & regije),
SPK (slovenski poslovni klubi),
državne institucije,
izkušnje slovenskih podjetij,
svetovalci & “prjatli”,
povezovanje in koordinacija s podpornim okoljem v
SLO (= multiplikacija učinka)

SODELOVANJE - KOORDINACIJA - FINANCIRANJE

Mreže & metode

- individualno:

- kontakt (uporaba omrežja) - pridobitev podatkov - povezava naprej - individualni program (?)

- delegacije (in-out):

- “navadne” (sektorji, regije, ekspliciten interes, financiranje,)
- uradne / državne (nivo, manifestacija, deklaracija, “vzporedni programi”, financiranje)

- koristi:

- prvi stik - dopolnitev - frekvenca - iteracija - mreža (networking) - prepoznavnost - image - ... - posel

Tricks & Tips

- ustanoviti podjetje v Avstriji ali v Makedoniji ?
- kje graditi ?
- kam po električno ?
- kam po kredit ?
- kam po zaščito ?
- kje plačevati davke ?
- od kje na mednarodni trg ?
- kje se zadolžiti pri dobaviteljih ?

(WB Doing Business 2014: “Makedonija je ‘zakon’, potem Avstrija in Slovenija ...”)

Sterotipi ali resnice?

Si želijo biti kot Slovenci, a vedno končajo kot Srbi.
Kultivirani, a zahrbtni.

- pomen zunanjenega videza, etiketa
- formalna, zadržana poslovna komunikacija
- kramljanje - naokoli k stvari
- posli na podlagi poznanstev in družinskih vezi
- kravata za darilo ?
- jezik: čiste hrvaščine ne obvlada nihče



Sterotipi ali resnice?

Zabavni in gostoljubni, a preprosti in ne preveč brihtni.

- raznolikost (tri kulture)
- kava-kafa-kahva od 1592 (Pij, jej- potem posel)
- “šta ima?” ni formalnost
- točnost je relativna
- jezik: jugo-esperanto
- dva poljuba (levo, desno) vs. trije poljubi
- osebni odnos, darila, druženje
- izstopajoči poslovneži
- doma ne vedo kdo so, v tujini jih identiteta zaznamuje (ležerni flegmatiki, uživači)



“Nismo mi lijeni, to su Crnogorci, mi smo glupi”

Sterotipi ali resnice?

Lenuhi z velikimi brki, ki živijo visoko v gorah.

- bojvniška preteklost, klani, kult orožja, občutek za “dramo”



silni sokol



ljuta zmija

- točnost da, a čas za sestanek (“Sjedni, popij kafu!”)
- uniformirani poslovneži dvorijo damam
- trije poljubi (ne v poslovnem svetu)
- jezik: dalmatinski, s srbskim besednjakom
- “ludi” Slovenci
- Bosanac Crnogorcu: “Sjedni malo da ti nešto objasnim ...”

Sterotipi ali resnice?

Preprosti ljudje, ki imajo radi glasbo, a kradejo zgodovino Grkom.

- pod svobodnim soncem med Grki, Bolgari, Srbi, Albanci
- “jadna zemlja kojoj je Albanija zapad”
- navezovanje stikov: ni problem
- jezik: ni problem
- na sestanek s praznim želodcem in obilo časa
- pustite se pripeljati
- ne podarite ajvarja

Sterotipi ali resnice?

Slašničarji z veliko otroki.

- “šverckomerc” za prežvetje
- električni in vodni mrki, neobstoječi naslovi
- najprej predigra, potem k stvari
- prikimavanje je odkimavanje
- stari in mladi poslovneži
- jasna hierarhija
- pomen vizitk in mobilcev
- ne o Srbih in dekletih
- motivacija za delo je “relativna”
- islam: ni problem
- jezik: “jezik naših susjeda” in angleščina
- obljubljena dežela za kadilce
- Američani so ‘zakon’

Sterotipi ali resnice?

Tisti, ki mislijo, da je vse okoli njih njihovo in da se svet vrti okoli njih. Hrabri, a vedno izgubijo vojno,

-
-
-
-
-

Sterotipi ali resnice?

Prijazni, civilizirani, preprosti in skromni. Hkrati ceneni, strahopetni, a dobri v poslu.



GZS - CEMP

Matej.Rogelj@gzs.si

