

**CENTER POSLOVNE ODLIČNOSTI  
EKONOMSKE FAKULTETE UNIVERZE V LJUBLJANI**



**SEKTORSKA ANALIZA PREDVIDENIH POSLEDIC TRGOVINSKIH  
SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN**

dr. Jože P. Damijan  
dr. Črt Kostevc  
dr. Tjaša Redek

Ljubljana, februar 2019

CENTER POSLOVNE ODLIČNOSTI  
EKONOMSKE FAKULTETE

## **SEKTORSKA ANALIZA PREDVIDENIH POSLEDIC TRGOVINSKIH SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN**

dr. Jože P. Damijan  
dr. Črt Kostevc  
dr. Tjaša Redek

Ljubljana, februar 2019

### **Pojasnilo o omejitvi odgovornosti**

Center poslovne odličnosti Ekonomske fakultete (CPOEF) je analizo izdelal po naročilu Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo (naročnik). Analiza je v celoti neodvisna od interesov naročnika ali z njim povezanih oseb. CPOEF kot pravna oseba in avtorji analize kot posamezniki ne prevzemamo odgovornosti za morebitne negativne posledice te analize za naročnika ali z njim povezane osebe.

## Kazalo

<b>POVZETEK</b> .....	<b>I</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>V</b>
<b>1 UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2 OBSEG IN STRUKTURA TRGOVINSKE MENJAVE MED SLOVENIJO IN DRŽAVAMI ASEAN</b> .....	<b>1</b>
2.1 OBSEG TRGOVINE .....	1
2.2 STRUKTURA TRGOVINE PO PROIZVODIH .....	4
<b>3 DOSEDANJE ŠTUDIJE UČINKOV TRGOVINSKEGA SPORAZUMA EU - ASEAN</b> .....	<b>10</b>
3.1 BOUMELLASSA IN SOAVTORJI (2006) .....	10
3.2 ECORYS (2009) ŠTUDIJA .....	10
3.3 EVROPSKA KOMISIJA (2018) ŠTUDIJA UČINKOV LIBERALIZACIJE TRGOVINE EU-SINGAPUR .....	11
3.4 EVROPSKA KOMISIJA (2018) ŠTUDIJA UČINKOV LIBERALIZACIJE TRGOVINE EU-VIETNAM .....	11
3.5 ÖFSE (2018) ŠTUDIJA LIBERALIZACIJE TRGOVINE EU-VIETNAM .....	12
<b>4 ANALIZA VPLIVA SPORAZUMA EU - ASEAN NA SLOVENSKO GOSPODARSTVO S POMOČJO MODELSKE SIMULACIJE</b> .....	<b>12</b>
4.1 STRUKTURA GTAP MODELA .....	13
4.2 OMEJITVE ANALIZE Z GTAP MODELOM .....	14
4.3 NOVOSTI V RAZLIČICI 9 GTAP BAZE .....	15
4.4 IMPLEMENTACIJA GTAP MODELA .....	15
4.5 SIMULACIJE UČINKOV ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE EU-ASEAN .....	16
4.5.1 <i>Uporabljeni scenariji</i> .....	17
4.6 REZULTATI SIMULACIJ .....	19
4.6.1 <i>Učinki na ravni celotnega gospodarstva</i> .....	19
4.6.2 <i>Sektorski učinki</i> .....	21
4.6.2.1 Učinki na dodano vrednost .....	22
4.6.2.2 Učinki na konkurenčnost in zunanjo trgovino .....	24
4.6.2.3 Učinki na zaposlenost .....	27
4.6.3 <i>Učinki na okolje</i> .....	29
<b>5 MOŽNOSTI IZKORIŠČANJA SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN</b> .....	<b>31</b>
5.1 OVIRE IN PRILOŽNOSTI SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN Z VIDIKA SLOVENSkih PODJETIJ .....	31
5.1.1 <i>Opis metodologije in vzorca</i> .....	31
5.1.2 <i>Pomen izbranih držav ASEAN kot trgov za slovenska podjetja</i> .....	35
5.1.3 <i>Pomen posameznih dejavnikov, ki vplivajo na mednarodne trgovinske tokove</i> .....	41
5.1.4 <i>Analiza morebitnih učinkov sporazumov z izbranimi državami ASEAN po mnenju podjetij</i> .....	42
5.2 KVALITATIVNA ANALIZA UČINKOV SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN .....	53
5.2.1 <i>Opis metodologije</i> .....	53
5.2.2 <i>Povzetek rezultatov kvalitativne analize</i> .....	56
5.2.3 <i>Pomen trgov izbranih držav ASEAN</i> .....	58
5.2.4 <i>Ovire pri poslovanju na trgih ASEAN</i> .....	61
5.2.5 <i>Vloga e-poslovanja</i> .....	64
5.2.6 <i>Poznavanje in predviden vpliv sporazumov</i> .....	67
5.2.7 <i>Priporočila za državo</i> .....	69
<b>6 PRILOGE</b> .....	<b>71</b>
6.1 PRILOGA 1: REGIJSKA IN SEKTORSKA AGREGACIJA ZA GTAP MODEL .....	71
6.2 PRILOGA 2: PANOŽNA AGREGACIJA ZA GTAP MODEL .....	72
6.3 PRILOGA 3: NECARINSKE OMEJITVE V SIMULACIJAH .....	73
6.4 PRILOGA 4: DEKOMPONIZIJA UČINKOV 1. SCENARIJA PO ČLANICAH ASEAN .....	74
6.5 PRILOGA 5: POVZETEK VPRAŠALNIKA .....	79
<b>7 LITERATURA</b> .....	<b>81</b>

## Kazalo tabel

TABELA 1: DELEŽI PANOG V TRGOVINI SLOVENIJE Z DRŽAVAMI ASEAN PO 2-MESTNIH PANOGAH KOMBINIRANE NOMENKLATURE V LETU 2018* (v %) .....	4
TABELA 2: PET NAJVEČJIH PROIZVODNIH SKUPIN V IZVOZU V POSAMEZNE DRŽAVE ASEAN V 2018 .....	8
TABELA 3: PET NAJVEČJIH PROIZVODNIH SKUPIN V UVOZU IZ POSAMEZNIH DRŽAV DRŽAVE ASEAN V 2018 (MIO €) .....	9
TABELA 4: TEHTANA POVPREČJA CARINSKIH STOPENJ MED SLOVENIJO IN ASEAN V GTAP BAZI (v %) .....	17
TABELA 5: SCENARIJI ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE EU-ASEAN .....	18
TABELA 6: SPREMEMBE CARINSKIH STOPENJ EU - VIETNAM FTA (v %) .....	18
TABELA 7: SIMULACIJA UČINKOV ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE MED EU IN ASEAN PO TREH SCENARIJIH NA BDP IN AGREGATNI IZVOZ .....	19
TABELA 8: SPREMEMBA BDP IN AGREGATNEGA IZVOZA PO SIMULIRANEM 1. SCENARIJU SPORAZUMA S ČLANICAMI ASEAN (DEKOMPOZICIJA PO ČLANICAH ASEAN) .....	20
TABELA 9: SIMULACIJA UČINKOV ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE MED EU IN ASEAN PO TREH SCENARIJIH NA REGIONALNO TRGOVINO .....	21
TABELA 9: SPREMEMBA DODANE VREDNOSTI PO SEKTORJIH PO TREH SCENARIJIH ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE (v %) .....	22
TABELA 10: SPREMEMBA INDEKSA TRŽNIH CEN PO SEKTORJIH PO TREH SCENARIJIH ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE (v %) .....	23
TABELA 11: SPREMEMBA OBSEGA IZVOZA PO SEKTORJIH PO OBEH SCENARIJIH ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE (v %) .....	24
TABELA 12: SPREMEMBA OBSEGA UVOZA PO SEKTORJIH PO OBEH SCENARIJIH ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE (v %) .....	25
TABELA 13: SPREMEMBA IZVOZNIH CEN PO SEKTORJIH PO OBEH SCENARIJIH ZUNANJETRGOVINSKE LIBERALIZACIJE (v %) .....	26
TABELA 14: SIMULACIJA VPLIVA SPORAZUMA Z DRŽAVAMI ASEAN NA ZAPOSLENOST (KVALIFICIRANA IN NEKVALIFICIRANA DELOVNA SILA) PO SPREMEMBI ŠTEVILA DELOVNIH MEST .....	29
TABELA 15: SIMULACIJA VPLIVA ASEAN SPORAZUMA NA EMISIJE CO <sub>2</sub> .....	30
TABELA 16: VELIKOSTNA STRUKTURA PODJETIJ V MEDNARODNI MENJAVI TER PRISPEVEK POSAMEZNEGA VELIKOSTNEGA RAZREDA K CELOTNI MENJAVI (v 1000 €), 2017 .....	32
TABELA 17: VREDNOST IN STRUKTURA (v %) SLOVENSKEGA IZVOZA IN UVOZA PO DRŽAVAH .....	40
TABELA 18: POVZETEK REZULTATOV POGLOBLJENIH INTERVJUJEV .....	56
TABELA 19: ODSOTOK PODJETIJ, KI UPORABLJA POSAMEZNO TEHNOLOGIJO INDUSTRIJE 4.0, KI OMOGOČA DIGITALIZACIJO POSLOVANJA ALI E-POSLOVANJE (V ANALIZO ZAJETA PODJETJA BREZ FINANČNEGA SEKTORJA IN Z VSAJ 10 ZAPOSLENIMI) .....	66

## Kazalo slik

SLIKA 1: DELEŽ TRGOVINE Z ASEAN V CELOTNEM IZVOZU/UVOZU SLOVENIJE V OBDOBJU 2000 - 2018 (v %)	1
SLIKA 2: ZUNANJA TRGOVINA SLOVENIJE IN DRŽAVAMI ASEAN V OBDOBJU 2000 - 2018 (v MIO EVROV)	2
SLIKA 3: DELEŽI DRŽAV V SKUPNI TRGOVINI SLOVENIJE Z DRŽAVAMI ASEAN, 2018 (v %)	2
SLIKA 4: DINAMIKA TRGOVINE S POSAMEZNI MI DRŽAVAMI ASEAN, 2010-2018 (v MIO EVROV)	3
SLIKA 5: STRUKTURA SLOVENSKEGA IZVOZA V DRŽAVE ASEAN PO POGAVLJIH KOMBINIRANE NOMENKLATURE ZA LETO 2017*	7
SLIKA 6: STRUKTURA SLOVENSKEGA UVOZA IZ DRŽAV ASEAN PO POGAVLJIH KOMBINIRANE NOMENKLATURE ZA LETO 2017*	7
SLIKA 7: STRUKTURA RESPONDENTOV PO VELIKOSTI	34
SLIKA 8: STRUKTURA VZORCA PO PANOGAH	34
SLIKA 9 :STRUKTURA PODJETIJ GLEDE NA TIP PROIZVODA, KI GA PRODAJAJO *	35
SLIKA 10: POMEN POSAMEZNIH TRGOV KOT PRODAJNIH TRGOV: ODPSTOTEK PODJETIJ, KI SO IZBRALA DOLOČEN POMEN TRGA GLEDE NA PRISOTNOST NA TRGU **	37
SLIKA 11: POMEN POSAMEZNIH TRGOV KOT NABAVNIH TRGOV: ODPSTOTEK PODJETIJ, KI SO IZBRALA DOLOČEN POMEN **	39
SLIKA 12: POMEN POSAMEZNIH DEJAVNIKOV PRI MEDNARODNEM POSLOVANJU*	41
SLIKA 13: KAKO DOBRO POZNATE POGAJANJA IN SPORAZUME Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN? ODPSTOTEK RESPONDENTOV, KI JE IZBRAL DOLOČEN ODGOVOR*	43
SLIKA 14: PRIČAKOVAN VPLIV SPORAZUMOV O PROSTI TRGOVINI Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN *	45
SLIKA 15: PRIČAKOVAN VPLIV SPORAZUMOV Z IZBRANIMI DRŽAVAMI ASEAN PO MNENJU PODJETIJ, KI SO NA IZVOZNI ALI UVOZNI STRANI PRISOTNA NA TEH TRGIH*	46
SLIKA 16: RAZLOGI ZA NEPRISOTNOST NA TRGIH IZBRANIH DRŽAV ASEAN*	50
SLIKA 17: INTERES PODJETIJ ZA VSTOP NA TRGE IZBRANIH DRŽAV ASEAN ZARADI VELJAVNOSTI SPORAZUMOV	51
SLIKA 18: KAKO MENITE, DA BODO SPORAZUMI IN NJHOVA UPORABA VPLIVALA NA NASLEDNJE KATEGORIJE, KI SE LAHKO DOTIKAJO VAŠEGA POSLOVANJA. SE BO STANJE IZBOLJŠALO ALI POSLABŠALO?	52
SLIKA 19: ŠTEVILO RAZISKAV, KI JE VSEBOVALO DOLOČENO ŠTEVILO INTERVJUJEV	54

## POVZETEK

**Obseg trgovine z državami ASEAN** je dokaj majhen, saj te države spadajo med manj pomembne slovenske zunanjetrgovinske partnerje, ki se po obsegu ne uvrščajo med 30 največjih slovenskih izvoznih trgov. S 125 mio evrov skupnega izvoza v prvih 11 mesecih leta 2018 dosegajo države ASEAN skupaj le 0.44% celotnega slovenskega izvoza. Po svojem pomenu za slovenski izvoz se tako ASEAN države uvrščajo daleč za članicami EU, nekdanjimi jugoslovanskimi republikami, Kitajsko, Rusijo, Švico, pa tudi Japonsko. Podobno je tudi na uvozi, kjer države ASEAN s 135 mio evrov skupnega uvoza v prvih 11 mesecih leta 2018 dosegajo skupaj le 0.44% celotnega slovenskega uvoza.

Saldo slovenske trgovine z državami ASEAN je tradicionalno negativen, vendar se negativni saldo po letu 2012 giblje na ravni pod 20 mio evrov letno.

V strukturi slovenskega izvoza prevladujejo farmacevtski proizvodi (16%), kotli, stroji in mehanske naprave (13%), električni stroji in oprema (11%), igrače in rekviziti za šport (9%) ter optični, fotografski, merilni, medicinski ali kirurški in drugi aparati (7%). Slovenija pa iz ASEAN držav uvaža predvsem mineralna goriva, ki imajo četrtninski delež. Sledijo kavčuk in izdelki iz gume (15%), kotli in stroji (9%), električni stroji in oprema (7%) ter izdelki iz papirja in kartona (6%).

**Učinki in koristi liberalizacije medsebojne trgovine.** Za namen analize gospodarskih učinkov sporazumov med EU in članicami ASEAN tako na agregatnem kot sektorskem nivoju smo posledice njegove implementacije analizirali s simulacijo različnih scenarijev liberalizacije blagovne in storitvene menjave s pomočjo GTAP modela globalnih trgovinskih tokov.

Analizirali smo simulirane spremembe v zunanjetrgovinskih odnosih med EU in **zgolj tistim delom članic ASEAN, ki so k pogajanjem z EU pristopila** (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini in Indonezija), kar pomeni, da v simulacijah nismo upoštevali nikakršnih sprememb v trgovinskih odnosih med EU in Laosom, Mjanmarjem, Kambodžo in Brunejem).

Glede na to, da je v primeru **Vietnama in Singapurja<sup>1</sup> že prišlo do konca pogajanj**, smo pri simulacijah v čim večji meri **upoštevali dejansko izpogajane elemente** zunanjetrgovinske liberalizacije trgovine z EU, pri ostalih članicah ASEAN, ki se o liberalizaciji trgovine še pogajajo, pa smo predvideli različne scenarije liberalizacije medsebojne trgovine z EU. Scenariji obsegajo bolj konzervativne (Simulacija 1) ali pa bolj optimistične predpostavke o obsegu blagovne liberalizacije v Simulaciji 2 (**97% carinska liberalizacija in 50% znižanje necarinskih ovir trgovine s storitvami**) ter najbolj optimistične predpostavke liberalizacije trgovine s storitvami v Simulaciji 3 (**75% znižanje necarinskih ovir trgovine s storitvami**). Hkrati pa smo, podobno kot že ECORYS (2009) študija, predvideli tudi pozitivne učinke

---

<sup>1</sup> V primeru Singapurja še ni bilo narejene kvantifikacije sprememb trgovinske politike, ki bi lahko služila za modeliranje šokov, tako da smo upoštevali predvideno popolno carinsko liberalizacijo, pri necarinskih omejitvah pa smo ohranili pristop z različnimi scenariji liberalizacije.

splošnega olajšanja trgovinskega poslovanja med EU in ASEAN v višini med 1 in 2% povečanja učinkovitosti pri trgovanju.

V Tabeli so predstavljene glavne ugotovitve analize gospodarskih učinkov na narodnogospodarskem nivoju. Iz tabele je razvidno, da naj bi po vseh treh scenarijih prišlo do blagega dviga obsega bruto domačega proizvoda Slovenije skozi celotno obdobje (horizont) analize. **V 10 letih modelske napovedi naj bi se BDP Slovenije zaradi posledic predvidenih sporazumov dvignil za približno tretjino odstotka**, nekoliko manj pa naj bi se povečal agregatni izvoz. **Pri slednjem gre za prepletanje robustnega dviga izvoza Slovenije v ASEAN in blagega padca izvoza v preostale članice EU.** Do slednjega pride zaradi delne preusmeritve uvoznih virov preostanka EU od slovenskih na vire članic ASEAN, ki bi vsled zunanjetrgovinske liberalizacije postale relativno ugodnejše.

**Tabela P1: Povzetek narodnogospodarskih učinkov liberalizacije trgovine z ASEAN**

	Scenarij 1 90% carinska liberalizacija, 25% liberalizacija storitev, 1% pospeševanje	Scenarij 2 97% carinska liberalizacija, 50% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje	Scenarij 3 97% carinska liberalizacija, 75% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje
Rast BDP v %			
Slovenija	0.35	0.27	0.34
EU	0.51	0.52	0.80
ASEAN	3.08	7.84	10.21
Vietnam	13.82	19.34	25.83
Hrvaška	1.32	0.23	0.89
Rast izvoza v %			
Slovenija	0.44	0.18	0.12
EU	1.22	1.59	1.67
ASEAN	3.33	4.04	6.07
Vietnam	-3.02	-8.67	-10,17
Hrvaška	-2.84	0.47	-2.17

Analiza sektorskih učinkov je izpostavila tveganja predvsem v sektorjih **predelave hrane, tekstila, obleke in obutve in trgovine**, kjer bi lahko prišlo do manjšega upada proizvodnje, po drugi strani so potencialni **pozitivni učinki sporazuma koncentrirani v sektorjih ostalih predelovalnih dejavnosti, proizvodnje ostalih strojev, kovinske industrije, kemične industrije in lesne industrije.**

#### **Pričakovani učinki sporazumov med slovenskimi podjetji.**

Za potrebe analize pričakovanih potencialnih učinkov od sporazumov z izbranimi državami ASEAN med slovenskimi podjetji smo izvedli anketo. Sodelovalo je 260 slovenskih podjetij, od tega okoli 16% iz predelovalnih dejavnosti, sledi trgovina, vidnejši delež pa je bil še delež logistike, IKT, itd. Po velikosti so prevladovala podjetja z več kot 10 zaposlenimi. Rezultati kažejo, da so **slovenska podjetja orientirana predvsem na trg EU15, domači trg, trg ostalih EU držav ter trge bivše Jugoslavije.** Bolj oddaljeni trgi se jim zdijo manj pomembni, velika večina podjetij (v povprečju okoli 70 %) z njimi sploh ne sodeluje.

Podjetja kot **najbolj pomemben dejavnik v mednarodni menjavi omenjajo prosto menjavo blaga in storitev**, kar vključuje carine, postopke, itd. Po pomenu sicer sledijo **prost pretok**

**podatkov in njihova zaščita, varovanje pravic intelektualne lastnine, podpore majhnim in zaščita pred močjo velikih podjetij.** Pomembno je tudi e-poslovanje (veljavnost pogodb in podpisov), e-trgovina blaga in storitev. Vseeno pa po pomenu najbolj izstopa »prosta trgovina«, kar je pričakovano, saj je na eni strani veliko trgovine z blagom, na drugi strani pa so številni drugi dejavniki vezani na samo trgovino z blagom in storitvami in se pojavljajo kot dodaten dejavnik.

Kot kažejo rezultati anket, je poznavanje pogajanj in sporazumov z državami ASEAN zelo slabo. **V celoti 72 % respondentov sploh ne pozna ali pa slabo pozna pogajanja / sporazume** z državami ASEAN. Poznavanje vsebine se izboljšuje z velikostjo podjetja, vendar pa je tudi med velikimi podjetji 60 % takih, ki sporazumov/ pogajanj sploh ne poznajo ali pa slabo poznajo. Glede na pomen teh trgov oziroma obseg menjave slovenskih podjetij s temi trgi, pomanjkanje poznavanja (verjetno zaradi pomanjkanja zanimanja) ne preseneča. Tudi poglobljeni intervjuji so pokazali, da podjetja ne spremljajo teh pogajanj.

Podjetja **pričakujejo od sporazumov blago pozitiven učinek od liberalizacije trgovine.** Pri oceni učinkov na gospodarstvo kot celoto se pričakuje blago pozitiven učinek, čeprav večina respondentov ne pričakuje nobenega učinka. Nekoliko bolj izrazito pozitiven učinek se pričakuje za velika podjetja, medtem ko po mnenju respondentov na njihova podjetja praktično ne bo vpliva.

**Kvalitativne ocene na podlagi poglobljenih intervjujev** potrjujejo rezultate ankete med slovenskimi podjetji. Trgi držav ASEAN so za slovenska podjetja manj zanimivi zaradi oddaljenosti in s tem povezanimi stroški transporta, nepoznavanja poslovne kulture ter konkurence. Zaradi majhnega pomena teh trgov tudi sporazumi ne bodo imeli po prepričanju podjetij večjega vpliva na slovensko gospodarstvo. Ključni rezultati so predstavljeni v Tabeli P2.

**Tabela P2: Povzetek rezultatov poglobljenih intervjujev**

Vprašanje	Ugotovitve
Pomen trga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trgi za podjetja v povprečju manj pomembni</li> <li>- Velik (500 milijonov) in notranje poenoten trg ASEAN predstavlja velik potencial, ki pa ga podjetja še ne izkoriščajo</li> <li>- Izjemno hitra gospodarska rast (7%) predstavlja dodaten potencial</li> <li>- Trgi so oddaljeni, razdalja je ovira (tako fizična razdalja kot poznavanje trga), podjetja imajo malo izkušenj ali pa zelo omejene izkušnje</li> <li>- Posamezni uspešni primeri sodelovanja</li> <li>- Veliko podjetij brez neposrednega stika s temi trgi, tudi velika podjetja imajo samo posredni stik s temi trgi preko drugih podjetij (tudi evropskih iz ostalih držav)</li> <li>- Za določene panoge trgi pomembni, posamezno podjetje lahko predstavlja velik (prevladujoč) del vse trgovine z neko državo</li> </ul>
Ovire in potencialne prednosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fizična oddaljenost trgov in racionalnost poslovanja zaradi visokih transportnih stroškov</li> <li>- Nepoznavanje trgov in stroški, povezani s premagovanjem teh ovir (kulturne značilnosti, način poslovanja, poslovno okolje, jezik, pomen lokalnih predstavništva, itd.)</li> <li>- Prisotnost preko lokalnih partnerjev/lokalnih pisarn, ki pomagajo pri postopkih in dokumentaciji zaradi poznavanja lokalnih zahtev</li> </ul>



Vprašanje	Ugotovitve
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrativne ovire so lahko resen problem, tudi zaradi nepoznavanja</li> <li>- Ovira veliko število lokalnih proizvajalcev, ki proizvajajo cenovno konkurenčne izdelke, več priložnosti tam, kjer so nišni proizvodi, pomembna kvaliteta in znamka</li> <li>- Kot prednost se pojavi cenjenost evropskih proizvodov</li> <li>- Ponekod ovira politična nestabilnost in vloga države v gospodarstvu</li> <li>- Pomembno, da podjetja vztrajajo, se tudi povežejo</li> <li>- Pomanjkanje ustrezno usposobljenega lokalnega kadra (na trgih ASEAN)</li> </ul>
E-poslovanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podjetja tudi v Sloveniji in EU zelo malo uporabljajo e-poslovanje</li> <li>- Od e-oblik pomembna e-pošta (ki ni pravo e-poslovanje)</li> <li>- Posebnih varnostnih protokolov nimajo</li> </ul>
Javna naročila	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nekatera podjetja že sedaj sodelujejo na javnih naročilih v teh državah, pri čemer so ta naročila na različnih nivojih</li> <li>- Vloga države pomembna tudi širše – predvsem zaradi dovoljenj in administrativnih ovir (sploh za nekatere panoge)</li> <li>- V povprečju podjetja ne bodo zaradi sporazumov bolj zainteresirana za javna naročila v teh državah</li> </ul>
Poznavanje pogajanj in morebitni učinki sporazumov	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podjetja pogajanja slabo spremljajo ali ne spremljajo</li> <li>- Pri obveščanju nekateri omenijo vlogo panožnih združenj</li> <li>- Razlog: nizek pomen teh trgov za podjetja</li> <li>- Podjetja ne zaznavajo večjih težav s carinami in administrativnimi postopki</li> <li>- Večjega vpliva sporazumov ne pričakujejo</li> </ul>
Podpora države	<p>Podjetja pogrešajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistematično strategijo prodora na tuje trge, ki bi se izvajala dlje časa in bi bila ustrezno finančno in predvsem tudi organizacijsko podprta ves čas;</li> <li>- Večje zavedanje države o pomenu bolj oddaljenih trgov</li> <li>- Vzpostavitev predstavništva, ki bi temeljila na gospodarski diplomaciji, ne politični</li> <li>- Gospodarske delegacije lahko pomagajo prodirati na trge, predvsem pomembne v tistih dejavnostih, kjer je večja vloga države</li> </ul>

## SUMMARY

**Slovenian trade with the EU is low in value in comparison with other countries.** ASEAN economies in general are among the less important trade partners, since none of the countries is among the top 30 trade partners (considering the value of trade). In the first 11 months of 2018 the total exports to ASEAN economies was 125 million euros, which represented only 0.44% of total Slovenian exports in the same period. Therefore, the countries of ASEAN are by their importance as Slovenian exporting partners far behind the European countries, former Yugoslav countries, as well as behind China, Russia, Switzerland, Japan. Similarly, ASEAN represented in the first 11 months of 2018 with a total value of 135 million euros only 0.44% of total Slovenian imports.

The trade balance with ASEAN is traditionally negative, but the difference has remained below 20 million since 2012.

Slovenia exports to ASEAN primarily pharmaceutical products (16% of total exports to ASEAN), boilers, machines and mechanical equipment (13%), electrical machinery and equipment (11%), toys and sports equipment (9%) and optical, photographic, measurement, medicine and other apparatus (7%). The main import goods from ASEAN to Slovenia are: mineral fuels (around 25% of total imports from ASEAN countries), rubber and rubber products (15%), boilers, machines and mechanical equipment (9%), electrical machinery and equipment (7%) and paper and cardboard products (6%).

**The impacts and mutual benefits of EU and ASEAN trade.** To study the economic effects of bilateral trade liberalization at both aggregate and sectoral level GTAP model was used. Only the effects of the agreements between EU and those ASEAN member countries that are already in the process or have concluded negotiations with the EU (Singapore, Malaysia, Vietnam, Thailand, Phillipines, Indonesia). This implies that Laos, Mjanmar, Kambodia and Brunei were excluded from the analysis.

In the case of Vietnam and Singapore the negotiations have already concluded. For Vietnam, the data about the level of trade liberalization has already been known and the data was used in the simulation of the effects of the agreement. In the case of Singapore, the details that could be used as inputs to GTAP modeling had not been known, therefore full tariff liberalization was assumed, but different levels of non-tariff liberalization were included as part of different scenarios.

The scenarios vary from more conservative (Scenario 1, 90% tariff removal, 25% services liberalization, 1% trade facilitation), to more liberal tariff liberalization, but less liberalization in non-tariff barriers (Scenario 2, 97% tariff removal, 50% services liberalization, 2% trade facilitation) and to the most liberal scenario 3, which assumes 97% tariff removal, 75% services liberalization, and 2% trade facilitation. In addition, similarly as the ECORYS (2009) study, positive effects of trade facilitation were included into simulations, where these effects range from 1 to 2 % increase in trade efficiency.

Table S1 presents the main simulation results. The results show that trade liberalization would, regardless of the scenario, lead to a slight increase in GDP over the entire period

of 10 years. But the overall effects are low. The cumulative increase of GDP is estimated at around a third of a percent (0.3%) over the period of 10 years. Exports is also expected to increase, with a percentage change being only slightly lower than GDP growth. This discrepancy results from the effects of trade diversion – an increase in trade with ASEAN countries due to trade liberalization on the one hand, but a slight decrease of exports to other EU economies due to the competitive advantages of ASEAN members in some products, at the moment exported to the EU by Slovenia.

**Table S1: A summary of key results of macroeconomic simulations of the effects of trade liberalization with selected ASEAN members on Slovenia**

	Scenario 1 90% tariff removal, 25% services liberalization, 1% trade facilitation	Scenario 2 97% tariff removal, 50% services liberalization, 2% trade facilitation	Scenario 3 97% tariff removal, 75% services liberalization, 2% trade facilitation
GDP growth , %			
Slovenia	0.35	0.27	0.34
EU	0.51	0.52	0.80
ASEAN	3.08	7.84	10.21
Vietnam	13.82	19.34	25.83
Croatia	1.32	0.23	0.89
Exports growth, %			
Slovenia	0.44	0.18	0.12
EU	1.22	1.59	1.67
ASEAN	3.33	4.04	6.07
Vietnam	-3.02	-8.67	-10,17
Croatia	-2.84	0.47	-2.17

The sectoral overview shows that food processing, textiles and shoe production, retail trade could be affected negatively, while positive effects are expected primarily in other manufacturing sub-sectors, machinery, metal, chemical and wood processing sectors.

#### **The expected impacts of trade liberalization with ASEAN among Slovenian companies.**

To assess the expected effects of trade liberalization with selected ASEAN countries among Slovenian companies, a survey was conducted. In total 260 Slovenian companies participated, of which about 16% were from manufacturing, followed by retail trade, and also logistics, ICT, etc. Companies with more than 10 employees dominated. The results show that Slovenian companies are mainly oriented towards the EU15 market, the domestic market, other EU markets and the markets of the former Yugoslavia. More distant markets are much less important, the vast majority of companies (on average about 70%) are not present in those markets at all (not just ASEAN, also Japan, China, US, Mercosur, etc.).

Companies perceive free trade in goods and services, which includes customs, procedures, etc. as the most important factor in international trade. Companies also acknowledge the importance data and their protection, protection of intellectual property rights, supports for small businesses and protection against the power of large

companies. E-commerce (including the validity of contracts and signatures), e-commerce of goods and services is also important. However, the most important aspect, as expected, is "free trade", which is expected, due to the importance of trade in goods (and also, but less, services). On the other hand, other of the aforementioned factors are also linked to trade of goods and services as additional potential obstacles.

In general, the survey results show that the companies have very little knowledge about the negotiations and agreements with ASEAN countries. Altogether, 72% of respondents admit to have either no knowledge or have poor knowledge about the negotiations / agreements with selected ASEAN countries. Awareness of the negotiations/agreements improves with the size of the company, but even among large companies there are around 60% of companies that have either no knowledge or have poor knowledge about the negotiations / agreements with selected ASEAN countries. Given the importance of these markets or the volume of Slovenian trade with these markets, the lack of knowledge (probably because of lack of interest) is not surprising. In-depth interviews have also shown that companies are not following the information about the negotiations.

Companies expect agreements to have a positive effect primarily in relation to trade liberalization. In assessing the impact on the economy as a whole, the respondent do expect a very mildly positive impact, a slightly more positive impact is expected for large company, while the majority of respondents do not expect any influence on their companies (it is important to note that this is not an important market for most companies).

Qualitative assessments based on in-depth interviews confirm the results of the survey among Slovenian companies. The markets of ASEAN countries are less attractive for Slovenian companies due to the distance and the related costs of transport, lack of knowledge of business culture and competition. Due to the low importance of these markets for companies at large, respondents feel that agreements will on average not, have a marked impact on the Slovenian economy. The key results of the interviews are summarized in Table P2.

**Table S2: A summary of key results of the interviews**

Question	Main findings
The importance of the market	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ASEAN markets on average less important</li> <li>- But the ASEAN is a large and internally unified market (500 million in population) – as such represents a large potential</li> <li>- Rapid economic growth (7%) represents an additional potential</li> <li>- But markets are distant, distance is an obstacle (both physical distance and market knowledge); companies have little experience or very limited experience there</li> <li>- Successful selected examples of cooperation</li> <li>- Many companies without direct contact with these markets, even large companies can have only indirect contact with these markets through other companies (also European from other countries)</li> <li>- For specific industries, markets are important; thus in the data an individual company can represent a large (dominant) part of all trade</li> </ul>

Question	Main findings
Obstacles and potential advantages	<p>with a country</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- market distance and profitability of trade due to high transport costs main obstacle</li> <li>- Lack of knowledge of the markets and costs associated with market penetration and overcoming barriers are an important obstacle (cultural characteristics, business practices, business environment, language, the importance of local representative offices, etc.)</li> <li>- Presence through local partners / local offices that assist in procedures and documentation to understand local requirements can be helpful</li> <li>- Administrative barriers can be a serious problem, also because of lack of knowledge about them</li> <li>- Local competition is strong, many local producers producing price-competitive products, companies see more opportunities where niche products, important quality and brand</li> <li>- European products have an advantage due to perceived value (quality)</li> <li>- Cooperation hampered by political instability and the strong role of the state in the economy</li> <li>- It is important that companies persist in order to succeed</li> </ul>
E-business	<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-commerce is very low in general both in companies in Slovenia and the EU as well</li> <li>- Important e-mails (but this is not real e-commerce)</li> <li>- Companies do not have special security protocols</li> </ul>
Public procurement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Some companies are already participating in public procurement at different levels of state hierarchy</li> <li>- On average, companies will not be more interested in public procurement in these countries due to agreements</li> </ul>
Knowledge/ awareness about the negotiations	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Low awareness about the negotiations</li> <li>- Expected due to low importance of these markets</li> <li>- To obtain information about negotiations, some mention the role of industry associations</li> <li>- Companies do not report having at the moment any major problems with customs and administrative procedures</li> <li>- Companies do not expect a greater impact of the agreements</li> </ul>
The role of the state	<p>Companies miss:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A systematic national strategy of foreign markets' penetration, which would be valid for a longer period of time would be adequately financially and, above all, also organizationally supported at all times;</li> <li>- Greater awareness of the importance of more distant markets</li> <li>- Establishment of representative organs/units, based on economic diplomacy, not political representatives</li> <li>- Economic delegations/visits can help to penetrate the markets, especially important in those activities where the role of the state is</li> </ul>

## 1 UVOD

Okvir za bodoče gospodarsko sodelovanje med EU in članicami ASEAN EU je sestavljen iz treh sporazumov (Sporazum o partnerstvu in sodelovanju, ki je okvirni sporazum, Sporazum o prosti trgovini in Sporazum o zaščiti naložb). Namen študije je analizirati učinke sporazumov o prosti trgovini državami ASEAN na slovensko gospodarstvo. Pri tem analiziramo učinke spremembe v zunanjetrgovinskih odnosih med EU in zgolj tistim delom članic ASEAN, ki so k pogajanjem z EU pristopila (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajski, Filipini in Indonezija), ne analiziramo pa sprememb v zunanjetrgovinskih režimih z Laosom, Mjanmarjem, Kambodžo in Brunejem.

Učinke potencialnih sporazumov med članicami EU in članicami ASEAN na slovensko gospodarstvo ocenjujemo na dva načina. V prvem delu s pomočjo modelskega orodja (GTAP, verzija 9), ki smo ga nekoliko nadgradili z namenom ocene tudi učinkov na zaposlenost, simuliramo kvantitativne učinke zniževanja carinskih in necarinskih ovir. Simuliramo učinke treh scenarijev. Ocenjujemo učinke na celotno gospodarstvo ter na posamezne panoge, in sicer na konkurenčnost, zunanjo trgovino, BDP in zaposlenost. Hkrati pa ocenjujemo tudi potencialne učinke na okolje.

V drugem delu pa s pomočjo kvalitativne analize ocenjujemo, kakšne koristi slovenska podjetja pričakujejo od obeh sporazumov in zakaj se pričakovanja glede koristi bodo ali ne bodo uresničila.

Struktura študije je naslednja. V drugem poglavju analiziramo sedanji obseg in strukturo medsebojne trgovine med Slovenijo in državami ASEAN. Tretje poglavje predstavlja ugotovitve dosedanjih študij učinkov sporazuma na EU in države partnerice. Četrto poglavje analizira učinke sporazumov z državami ASEAN na Slovenijo s pomočjo modelskih simulacij. V petem poglavju s pomočjo kvalitativne analize analiziramo možnosti dejanskega izkoriščanja prednosti obeh sporazumov za slovensko gospodarstvo.

V povzetku so povzete ključne ugotovitve študije.

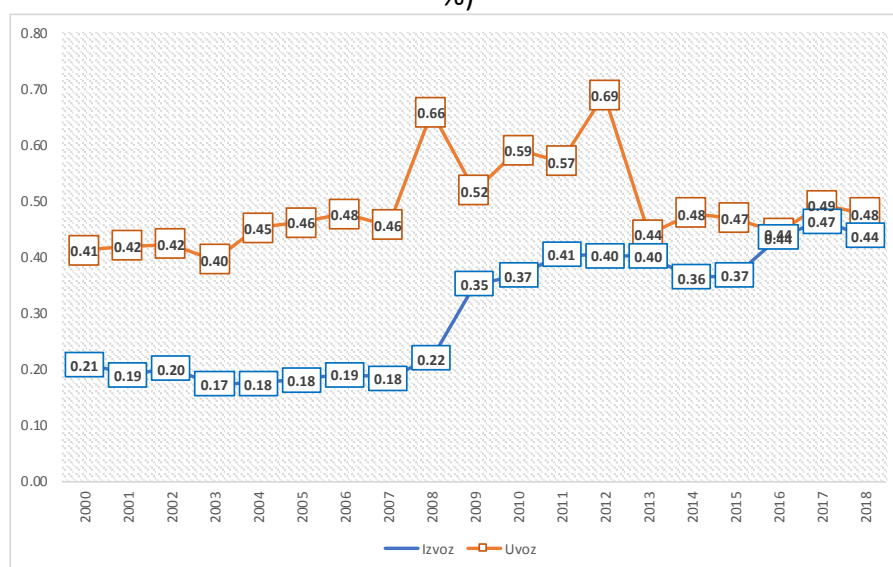
## 2 OBSEG IN STRUKTURA TRGOVINSKE MENJAVE MED SLOVENIJO IN DRŽAVAMI ASEAN

### 2.1 Obseg trgovine

V tej analizi med članicami ASEAN upoštevamo samo 6 članic ASEAN, ki so pristopile k pogajanjem z EU (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini in Indonezija), kar pomeni, da v analizi ne zajemamo Laosa, Mjanmarja, Kambodže in Bruneja.

Države ASEAN spadajo med manj pomembne slovenske zunanjetrgovinske partnerje, saj se po obsegu ne uvrščajo med 30 največjih slovenskih izvoznih trgov. S 125 mio evrov skupnega izvoza v prvih 11 mesecih leta 2018 dosegajo države ASEAN skupaj le 0.44% celotnega slovenskega izvoza. Po svojem pomenu za slovenski izvoz se tako ASEAN države uvrščajo daleč za članicami EU, nekdanjimi jugoslovanskimi republikami, Kitajsko, Rusijo, Švico, pa tudi Japonsko. Podobno je tudi na uvozi, kjer države ASEAN s 135 mio evrov skupnega uvoza v prvih 11 mesecih leta 2018 dosegajo skupaj le 0.44% celotnega slovenskega uvoza.

Slika 1: Delež trgovine z ASEAN v celotnem izvozu/uvozu Slovenije v obdobju 2000 - 2018 (v %)



\* Podatki za 2018 so za prvih 11 mesecev.

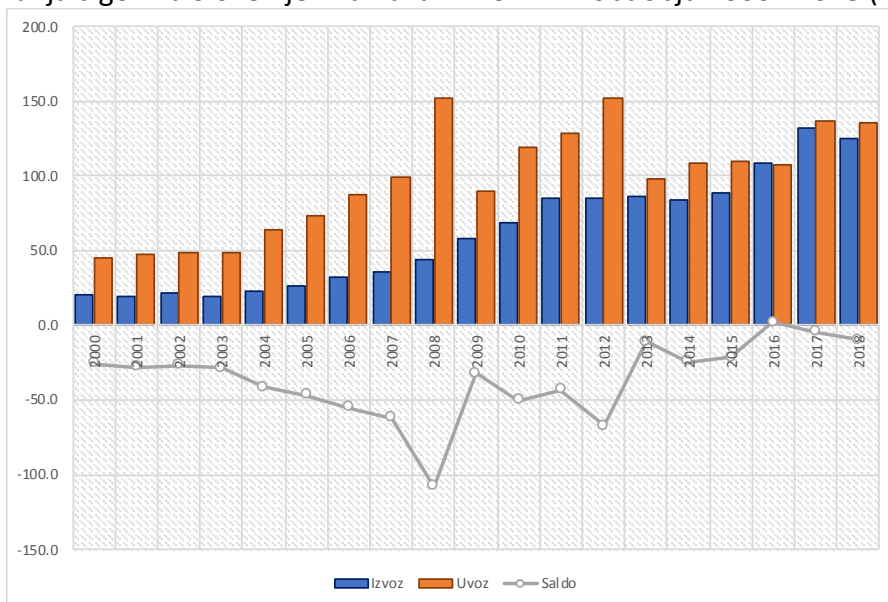
Vir: SURS, lastni izračuni.

Izvozni delež v države ASEAN je dokaj stabilen in se je po letu 2008 podvojil iz 0.2% na dobrih 0.4% celotnega slovenskega izvoza. Pri uvozu je bilo moč opaziti nihanja takoj po začetku finančne krize, ko se je delež povečal, po letu 2012 pa se je spet ustalil na ravni med 0.45% in 0.50% celotnega slovenskega uvoza. Vsekakor pa države ASEAN tako v absolutnem kot relativnem merilu ne predstavljajo zelo pomembnega trga za slovenske izvoznike.

V Sliki 2 je prikazana dinamika absolutnega obsega skupne slovenske zunanje trgovine z državami ASEAN v letih 2000 - 2018. Razvidno je, da se je v času finančne krize po letu 2008

skupni uvoz iz teh držav začasno povečal do ravni 150 mio evrov letno, upadel in se nato postopno povečal do sedanje ravni okrog 135 mio evrov. Izvoz je v zadnjem desetletju trendno in stabilno naraščal in se povečal iz 50 na sedanjih 125 mio evrov.

Slika 2: Zunanja trgovina Slovenije in državami ASEAN v obdobju 2000 - 2018 (v mio evrov)

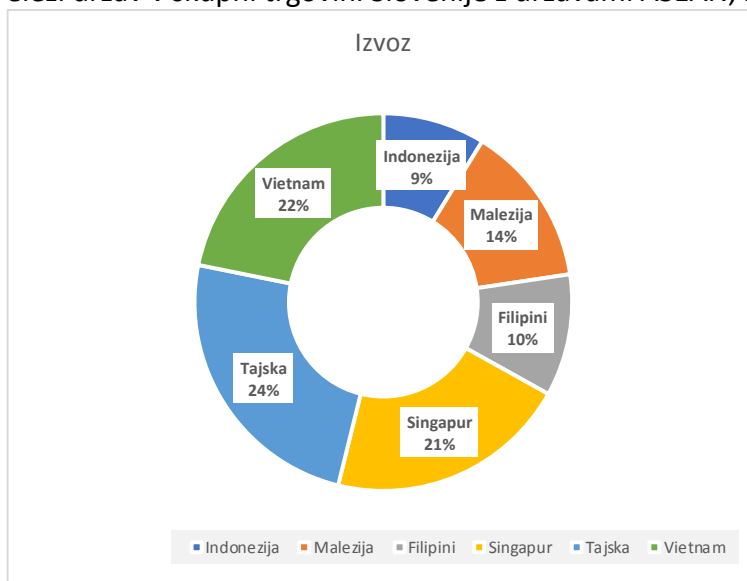


\* Podatki za 2018 so za prvih 11 mesecev.

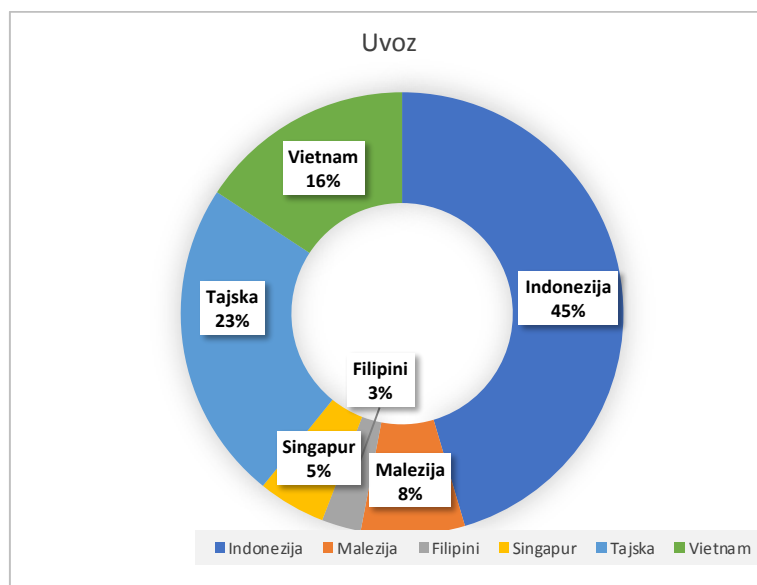
Vir: SURS

Saldo slovenske trgovine z državami ASEAN je tradicionalno negativen, vendar se negativni saldo po letu 2012 giblje na ravni pod 20 mio evrov letno. Izjema je bilo obdobje 2005-2012, ko se je uvoz iz držav ASEAN močno povečal in se je negativni saldo gibal na ravni med 50 in 100 mio evrov letno.

Slika 3: Deleži držav v skupni trgovini Slovenije z državami ASEAN, 2018 (v %)





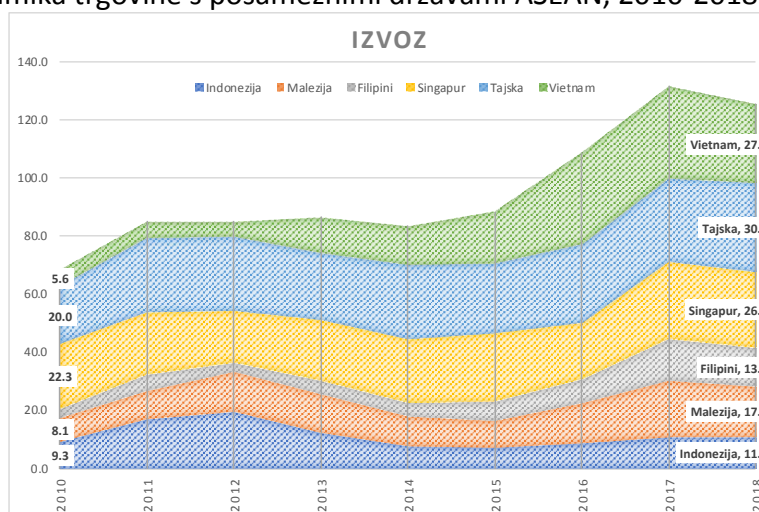


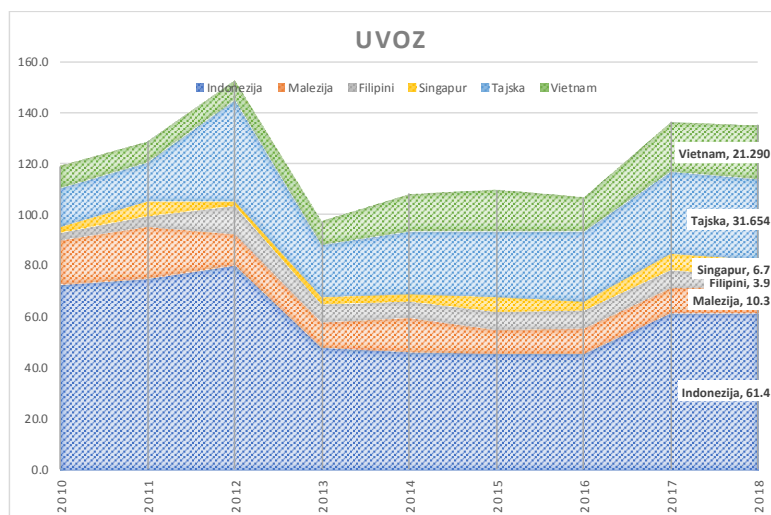
Vir: SURS, lastni izračuni.

Na izvozni strani je trgovina z državami ASEAN dokaj enakomerno porazdeljena, pri čemer imajo tri države (Singapur, Tajska in Vietnam) vsaka po nekaj več kot 20% delež, ostale tri države (Indonezija, Filipini in Malezija) pa vsaka okrog 10% delež. Na uvozni strani je koncentracija trgovine bolj očitna, saj skoraj polovico uvoza (45%) iz držav ASEAN prihaja iz Indonezije, delež Tajske je 23%, Vietnam pa 16%. Ostale tri države predstavljajo skupaj le 16% celotnega uvoza iz držav ASEAN.

Velja pogledati še dolgoročno dinamiko zunanje trgovine s posameznimi državami. Razvidno je, da je bil po letu 2010 izvoz v Indonezijo, Singapur in Tajsko dokaj stabilen, medtem ko se je hitreje povečevala dinamika izvoza v Filipine in Malezijo, predvsem pa v Vietnam. Izvoz v Vietnam se le med letoma 2010 in 2018 povečal kar za 5-krat. Na uvozni strani se v zadnjih letih hitreje povečuje uvoz iz Indonezije, Tajske in Vietnam, uvoz iz ostalih držav pa ostaja na nizki, vendar stabilni ravni.

Slika 4: Dinamika trgovine s posameznimi državami ASEAN, 2010-2018 (v mio evrov)





Vir: SURS, lastni izračuni.

## 2.2 Struktura trgovine po proizvodih

V tabeli 1 in slikah 4 in 5 je predstavljena struktura slovenske trgovine z državami ASEAN po poglavjih Kombinirane nomenklature proizvodov (KN) v letu 2018. V strukturi slovenskega izvoza prevladujejo farmacevtski proizvodi (16%), kotli, stroji in mehanske naprave (13%), električni stroji in oprema (11%), igrače in rekviziti za šport (9%) ter optični, fotografski, merilni, medicinski ali kirurški in drugi aparati (7%).

Tabela 1: Deleži panog v trgovini Slovenije z državami ASEAN po 2-mestnih panogah Kombinirane nomenklature v letu 2018\* (v %)

KN 2-mestna panoga	izvoz	uvoz
01 Žive živali	0.04	
02 Meso in užitni klavnični proizvodi	0.26	
03 Ribe, raki, mehkužci in drugi vodni nevretenčarji		0.30
04 Mlečni izdelki, ptičja jajca, naravni med, užitni proizvodi živalskega izvora, ki niso navedeni in ne zajetni na drugem mestu	0.61	
05 Proizvodi živalskega izvora, ki niso navedeni in ne zajeti na drugem mestu	0.12	
06 Živo drevje in druge rastline, čebulice, korenine in podobno, rezano cvetje in okrasno listje		
07 Užitne vrtnine, nekateri koreni in gomolji	0.00	
08 Užitno sadje in oreščki, lupine agrumov ali melon	0.05	0.18
09 Kava, pravi čaj, mate čaj in začimbe		1.87
10 Žitarice		
11 Proizvodi mlinke industrije, slad, škrob, inulin, pšenični gluten	2.54	0.00
12 Oljna semena in plodovi, razno zrnje, semena in plodovi, industrijske in zdravilne rastline,...	0.66	0.00
13 Šelak, gume, smole in drugi rastlinski sokovi in ekstrakti		0.00
14 Rastlinski materiali za pletarstvo, rastlinski proizvodi, ki niso omenjeni na drugem mestu		0.02
15 Masti in olja, voski, živalskega in rastlinskega izvora in proizvodi njihovega razkrajjanja, predelane užitne masti		0.44
16 Izdelki iz mesa, rib, rakov, mehkužcev ali drugih vodnih nevretenčarjev		0.06
17 Sladkor in sladkorni proizvodi		0.13
18 Kakav in kakavovi izdelki	0.00	

## Sektorska analiza učinkov trgovinskih sporazumov z državami ASEAN

<b>KN 2-mestna panoga</b>	<b>izvoz</b>	<b>uvoz</b>
19 Izdelki iz žit, moka, škroba ali mleka, slaščičarski izdelki	0.00	0.08
20 Proizvodi iz vrtnin, sadja, oreškov ali drugih delov rastlin	0.01	0.24
21 Razna živila	0.42	0.15
22 Pijače, alkoholne tekočine in kis	0.01	0.38
23 Ostanke in odpadki živilske industrije, pripravljena krma za živali	0.73	0.11
24 Tobak in tobačni nadomestki		
25 Sol, žveplo, zemljine in kamen, sadra, apno in cement	0.00	0.05
26 Rude, žlindre in pepeli	0.02	2.75
27 Mineralna goriva in olja, proizvodi njihove destilacije, bituminozne snovi in mineralni voski	0.28	25.63
28 Proizvodi kemične industrije ali podobnih industrij	0.12	0.02
29 Organski kemijski proizvodi	2.61	0.46
30 Farmaceutski proizvodi	16.30	0.87
31 Gnojila	0.15	
32 Ekstrakti za strojenje ali barvanje, tanini in njihovi derivati, barve, pigmenti in druga barvila, pripravljena premazna sredstva in laki, kiti in druge tesnilne mase, tiskarske barve in črnila	3.22	0.02
33 Eterična olja in rezinoidi, parfumerijski, kozmetični in toaletni izdelki	0.57	0.28
34 Mila, organska površinsko aktivna sredstva, pralni in mazalni preparati, za loščenje ali čiščenje, voski, sveče, paste za modeliranje in zobarski voski ter zobarski preparati na osnovi sadre	0.26	0.12
35 Beljakovinske snovi, modificirani škrobi, lepila, encimi	0.06	0.05
36 Razstreliva, pirotehnični proizvodi, vžigalice, piroforne zlitine, vnetljivi preparati		
37 Proizvodi za fotografske in kinematografske namene		
38 Razni proizvodi kemijske industrije	0.80	0.63
39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	4.27	3.32
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	2.29	15.47
41 Surove kože z dlako ali brez dlake (razen krzna) in usnje	0.02	0.05
42 Usnjeni izdelki, sedlarski in jermenarski izdelki, predmeti za potovanje, ročne torbe in podobni izdelki, izdelki iz živalskih črev	0.02	0.48
43 Naravno ali umetno krzno, krzneni izdelki		
44 Les in lesni izdelki, lesno oglje	2.33	0.13
45 Pluta in plutasti izdelki		
46 Izdelki iz slame, esparta in drugih materialov za pletarstvo, košarski in pletarski izdelki		0.00
47 Celuloza, lesna ali iz drugih vlaknastih celuloznih materialov, papirni ali kartonski odpadki in ostanke		0.07
48 Papir in karton, izdelki iz papirne mase, papirja ali kartona	6.08	6.65
49 Tiskane knjige, časopisi, slike in drugi proizvodi grafične industrije, rokopisi, tipkana besedila in načrti	0.05	0.08
50 Svila		
51 Volna, fina ali groba živalska dlaka, preja in tkanine iz konjske žime		
52 Bombaž	0.07	0.40
53 Druga rastlinska tekstilna vlakna, papirna preja in tkanine iz papirne preje		0.07
54 Filamenti iz umetnih in sintetičnih vlaken	1.50	0.01
55 Umetna in sintetična vlakna, rezana		1.84
56 Vata, klobučevina in netkani material, specialne preje, vrvi, motvozi, konopci in prameni ter proizvodi iz njih	0.27	
57 Preproge in druga talna prekrivala		
58 Specialne tkanine, taftane tkanine, čipke, tapiserije, pozamenterija, vezanine	0.00	
59 Tekstilni materiali, impregnirani, premazani, prevlečeni, prekriti ali laminirani, tekstilni izdelki, primerni za tehnične namene	0.17	
60 Pleteni ali kvačkani materiali	0.52	0.02

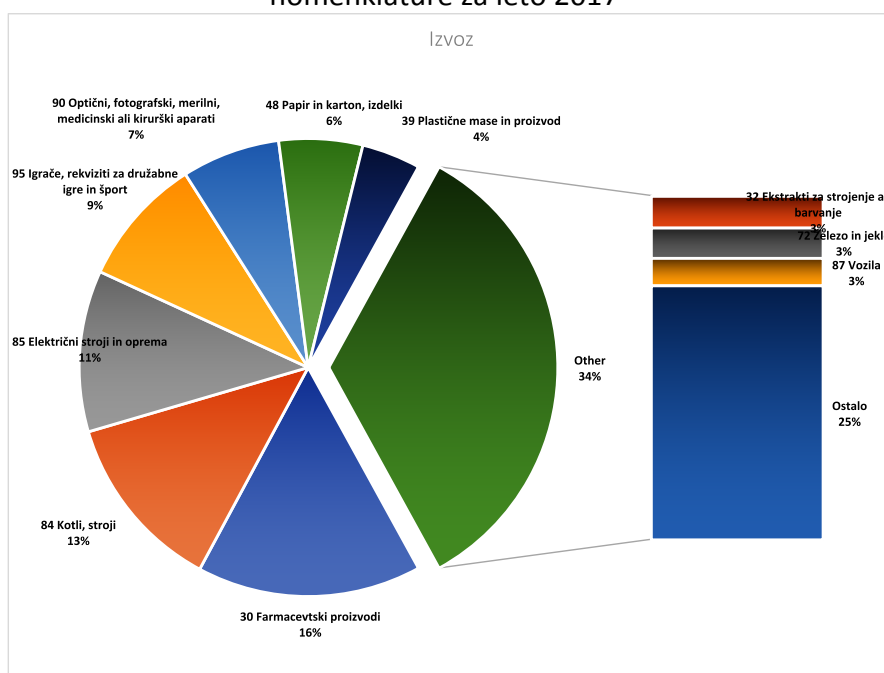
Sektorska analiza učinkov trgovinskih sporazumov z državami ASEAN

KN 2-mestna panoga	izvoz	uvoz
61 Oblačila in pribor za oblačila, pleteni ali kvačkani	0.04	0.21
62 Oblačila in pribor za oblačila, razen pletenih in kvačkanih izdelkov	0.04	0.10
63 Drugi gotovi tekstilni izdelki, kompleti, ponošena - izrabljena oblačila in izrabljeni tekstilni izdelki, krpe	0.01	0.18
64 Obutev, gamaše in podobni izdelki, deli teh izdelkov		3.42
65 Klobuki, kape in druga pokrivala ter njihovi deli		0.01
66 Dežniki, sončniki, sprehajalne palice, palice-stolčki, biči, korobači in njihovi deli		
67 Preparirano perje in puh in izdelki iz perja in puha, umetno cvetje, lasuljarski izdelki		0.05
68 Izdelki iz kamna, sadre, cementa, betona, azbesta, sljude ali podobnih materialov, keramični izdelki, steklo in stekleni izdelki	0.46	0.18
69 Keramični izdelki	0.01	0.05
70 Steklo in stekleni izdelki	0.10	1.44
71 Naravni in kultivirani biseri, dragi in poldragi kamni, plemenite kovine, kovine, platirane s plemenitimi kovinami, in izdelki iz njih, imitacije nakita, kovanci	0.01	0.50
72 Železo in jeklo	3.11	2.02
73 Izdelki iz železa in jekla	1.45	3.95
74 Baker in bakreni izdelki	0.01	0.00
75 Nikelj in nikljevi izdelki		
76 Aluminij in aluminijasti izdelki	0.15	0.01
78 Svinec in svinčeni izdelki	0.00	
79 Cink in cinkovi izdelki		
80 Kositer in kositrni izdelki		
81 Druge navadne kovine, kermeti, njihovi izdelki	0.15	
82 Orodje, nožarski izdelki, žlice in vilice iz navadnih kovin, njihovi deli iz navadnih kovin	0.54	0.27
83 Razni izdelki iz navadnih kovin	1.09	0.30
84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	12.97	9.17
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvoka ter deli in pribor za te izdelke	11.72	6.81
86 Tirna vozila in njihovi deli, železniški in tramvajski tirni sklopi in pribor ter njihovi deli, mehanična in elektromehanska signalna oprema za promet vseh vrst	0.11	0.00
87 Vozila, razen železniških ali tramvajskih tirnih vozil, ter njihovi deli in pribor	2.83	4.30
88 Zrakoplovi, vesoljska vozila in njihovi deli	0.06	0.12
89 Ladje, čolni in plavajoče konstrukcije		0.01
90 Optični, fotografski, kinematografski, merilni, kontrolni, precizni medicinski ali kirurški instrumenti in aparati, njihovi deli in pribor	7.14	0.85
91 Ure in njihovi deli	0.52	0.07
92 Glasbila, njihovi deli in pribor		0.09
93 Orožje in strelivo, njuni deli in pribor		
94 Pohištvo, posteljina, žimnice, nosilci za žimnice, blazine in podobni polnjeni izdelki, svetilke in pribori za njih, neomenjeni drugje, osvetljeni znaki, montažne zgradbe	0.65	1.35
95 Igrače, rekviziti za družabne igre in šport, njihovi deli in pribor	9.39	0.90
96 Razni izdelki	0.01	0.18
97 Umetniški predmeti, zbirke in starine		0.00
98 Sestavni deli celovitega industrijskega obrata, ki se uvrščajo v Poglavlja 63, 68, 69, 70, 72, 73, 76, 82, 84, 85, 86, 87, 90, 94, 99		
99 Blago iz Uredbe Sveta (ES) št.1186/2009 in nerazvrščeno		

\* Podatki za prvih 11 mesecev 2018.

Vir: SURS

Slika 5: Struktura slovenskega izvoza v države ASEAN po poglavjih Kombinirane nomenklature za leto 2017\*

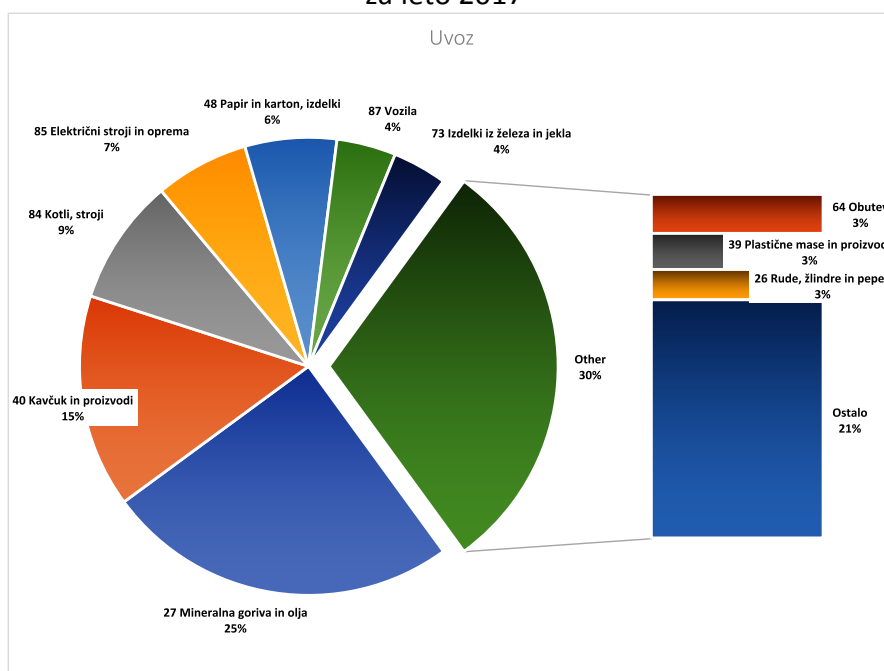


\* Podatki za prvih 11 mesecev 2018.

Vir: SURS

Slovenija iz ASEAN držav uvaža predvsem mineralna goriva, ki imajo četrtni delež. Sledijo kavčuk in izdelki iz gume (15%), kotli in stroji (9%), električno stroji in oprema (7%) ter izdelki iz papirja in kartona (6%). Ostali izdelki predstavljajo 38% celotne vrednosti uvoza.

Slika 6: Struktura slovenskega uvoza iz držav ASEAN po poglavjih Kombinirane nomenklature za leto 2017\*



\* Podatki za prvih 11 mesecev 2018.

Vir: SURS

Struktura trgovine s posamičnimi državami ASEAN se med seboj močno razlikuje. Kot kaže tabela 2, so glavni slovenski izvozni proizvodi v Indonezijo kotli in stroji (36%), sledijo optični in drugi precizni aparati (15%). V Malezijo slovenska podjetja največ izvažajo izdelke iz papirja in kartona (24%) ter kotle in stroje (16%). Glavni izvozni izdelki na Filipine so igrače in športni rekviziti (37%) in farmacevtski izdelki (20%). Največji proizvodni skupini v izvozu v Singapur sta električni stroji in oprema (26%) ter igrače in športni rekviziti (24%). V Tajsko in v Vietnam slovenska podjetja največ izvozijo farmacevtskih izdelkov (17% oziroma 33%), ostali izdelki predstavljajo manj kot po 10% izvoza.

Tabela 2: Pet največjih proizvodnih skupin v izvozu v posamezne države ASEAN v 2018

<b>Indonezija</b>		<b>mio €</b>	<b>Delež (%)</b>
1	84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	4.0	36.2
2	90 Optični, fotografski, kinematografski, merilni, kontrolni, precizni medicinski ali kirurški ins	1.7	15.3
3	39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.1	10.2
4	72 Železo in jeklo	0.7	6.2
5	87 Vozila, razen železniških ali tramvajskih tirnih vozil, ter njihovi deli in pribor	0.6	5.1
<b>Skupaj</b>			<b>73.0</b>
<b>Malezija</b>		<b>mio €</b>	
1	48 Papir in karton, izdelki iz papirne mase, papirja ali kartona	4.2	24.3
2	84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	2.9	16.4
3	30 Farmacevtski proizvodi	1.9	11.1
4	39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.9	10.8
5	44 Les in lesni izdelki, lesno oglje	1.4	8.2
<b>Skupaj</b>			<b>70.9</b>
<b>Filipini</b>		<b>mio €</b>	
1	95 Igrače, rekviziti za družabne igre in šport, njihovi deli in pribor	4.8	36.8
2	30 Farmacevtski proizvodi	2.6	19.5
3	85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvok	1.1	8.4
4	90 Optični, fotografski, kinematografski, merilni, kontrolni, precizni medicinski ali kirurški ins	1.1	8.4
5	48 Papir in karton, izdelki iz papirne mase, papirja ali kartona	0.9	6.5
<b>Skupaj</b>			<b>79.6</b>
<b>Singapur</b>		<b>mio €</b>	
1	85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvok	6.69	25.7
2	95 Igrače, rekviziti za družabne igre in šport, njihovi deli in pribor	6.32	24.3
3	84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	3.34	12.8
4	40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.22	4.7
5	83 Razni izdelki iz navadnih kovin	1.19	4.6
<b>Skupaj</b>			<b>72.0</b>
<b>Tajska</b>		<b>mio €</b>	
1	30 Farmacevtski proizvodi	5.11	16.8
2	85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvok	3.56	11.7
3	84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	3.44	11.3
4	32 Ekstrakti za strojenje ali barvanje, tanini in njihovi derivati, barve, pigmenti in druga barvil	3.23	10.6
5	11 Proizvodi mlinске industrije, slad, škrob, inulin, pšenični gluten	3.19	10.4
<b>Skupaj</b>			<b>60.8</b>
<b>Vietnam</b>		<b>mio €</b>	
1	30 Farmacevtski proizvodi	9.14	33.4
2	29 Organski kemijski proizvodi	2.99	10.9
3	84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	2.36	8.6
4	90 Optični, fotografski, kinematografski, merilni, kontrolni, precizni medicinski ali kirurški ins	1.82	6.6
5	85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvok	1.72	6.3
<b>Skupaj</b>			<b>65.8</b>

\* Podatki za prvih 11 mesecev 2018.

Vir: SURS

Tabela 3: Pet največjih proizvodnih skupin v uvozu iz posameznih držav države ASEAN v 2018 (mio €)

<b>Indonezija</b>	<b>mio €</b>	<b>Delež (%)</b>
27 Mineralna goriva in olja, proizvodi njihove destilacije, bituminozne snovi in mineralni voski	34.6	56.4
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	10.6	17.3
48 Papir in karton, izdelki iz papirne mase, papirja ali kartona	8.6	14.0
39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.1	1.8
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvočni	0.8	1.3
		<b>90.9</b>
<b>Malezija</b>	<b>mio €</b>	
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	3.1	30.7
70 Steklo in stekleni izdelki	1.9	18.8
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvočni	1.3	12.6
94 Pohištvo, posteljnina, žimnice, nosilci za žimnice, blazine in podoni poljnjeni izdelki, svetilniki	0.6	6.1
72 Železo in jeklo	0.6	5.5
		<b>73.6</b>
<b>Filipini</b>	<b>mio €</b>	
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvočni	1.487	38.3
39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.016	26.2
15 Masti in olja, voski, živalskega in rastlinskega izvora in proizvodi njihovega razkrajanja, praški	0.393	10.1
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	0.347	8.9
84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	0.109	2.8
		<b>86.4</b>
<b>Singapur</b>	<b>mio €</b>	
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	2.126	31.8
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvočni	1.814	27.1
30 Farmacevtski proizvodi	1.174	17.6
95 Igrače, rekviziti za družabne igre in šport, njihovi deli in pribor	0.497	7.4
90 Optični, fotografski, kinematografski, merilni, kontrolni, precizni medicinski ali kirurški instrumenti	0.395	5.9
		<b>89.8</b>
<b>Tajska</b>	<b>mio €</b>	
84 Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli	11.263	35.6
87 Vozila, razen železniških ali tramvajskih tirnih vozil, ter njihovi deli in pribor	4.911	15.5
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	2.886	9.1
85 Električni stroji in oprema ter njihovi deli, aparati za snemanje ali reprodukcijo slike in zvočni	2.730	8.6
39 Plastične mase in proizvodi iz plastičnih mas, kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	2.081	6.6
		<b>75.4</b>
<b>Vietnam</b>	<b>mio €</b>	
73 Izdelki iz železa in jekla	4.241	19.9
64 Obutev, gamaše in podobni izdelki, deli teh izdelkov	3.981	18.7
26 Rude, žlindre in pepeli	3.718	17.5
09 Kava, pravi čaj, mate čaj in začimbe	2.394	11.2
40 Kavčuk in proizvodi iz kavčuka in gume	1.786	8.4
		<b>75.7</b>

\* Podatki za prvih 11 mesecev 2018.

Vir: SURS

Tudi na uvozni strani je struktura trgovanih izdelkov med državami ASEAN različna, hkrati pa je uvoz precej bolj koncentriran. Glavni uvozni izdelki iz Indonezije so mineralna goriva in olja (56%) ter kavčuk in izdelki iz gume (17%). Iz Malezije največ uvažamo kavčuk in izdelke iz gume (31%) ter steklo in izdelke iz stekla (19%). Največji proizvodni skupini pri uvozu iz Filipinov sta električni stroji in oprema (38%) in plastične mase in izdelki (26%, iz Singapurja pa kavčuk in izdelki iz gume (32%), električni stroji in oprema (27%) in farmacevtski izdelki (18%). Iz Tajske največ uvažamo kotle in stroje (36%) ter vozila (16%), iz Vietnama pa izdelke iz železa in jekla (20%), obutev (19%) in rude (18%).

### 3 DOSEDANJE ŠTUDIJE UČINKOV TRGOVINSKEGA SPORAZUMA EU - ASEAN

Za razliko od drugih pogajanj o prostotrgovinskih sporazumih med EU in različnimi skupinami držav, je o učinkih prostotrgovinskega sporazuma z državami ASEAN zelo malo empiričnih študij. Od petih študij sta dve že precej stari, medtem ko ostale tri novejšje. V nadaljevanju na kratko povzemamo njihove ključne ugotovitve.

#### 3.1 Boumellassa in soavtorji (2006)

Ena zgodnejših študij, ki jih je v pripravi na pogajanja naročila Evropska komisija, je bila študija Boumellassa, Decreux in Fontagne (2006). Gre za oceno ekonomskih učinkov trgovinske integracije med EU in članicami ASEAN temelječo na treh scenarijih potencialne liberalizacije in uporabi CEP II-jevega CGE modela MIRAGE. Prvi scenarij predvideva polno carinsko liberalizacijo pri blagovni trgovini in odstranitev 50% necarinskih omejitev trgovine s storitvami. Drugi scenarij iz liberalizacije izloča posebno občutljive sektorje za EU in ASEAN in tretji scenarij, ki poleg navedenega upošteva tudi učinke ostalih sporazumov, v katere so vključene članice EU in ASEAN. Študija predvideva, da bi se vsi ukrepi vezani na sporazum začeli uvajati leta 2008 in bili v celoti implementirani do 2015.

Ocena učinkov omenjenih scenarijev na blaginjo članic ASEAN je v razponu med 0.4% (Singapur) in 8.3% (Malezija), medtem ko bi bile koristi za EU občutno manjše pri 0.1%. Pri članicah ASEAN so avtorji tri četrtine vseh koristi pripisovali liberalizaciji trgovine s storitvami.

#### 3.2 ECORYS (2009) študija

ECORYS (2009) predstavlja enega najzgodnejših poskusov ocene učinkov zunanjetrgovinske liberalizacije na gospodarstva članice EU in ASEAN. V skladu s TSIA (Trade Sustainability Impact Assessment) metodologijo študija vključuje tako kvalitativno kot kvantitativno analizo posledic sporazuma. Kvalitativna analiza temelji na poglobljenih intervjujih z lokalnimi eksperti in drugimi deležniki, kvantitativna pa na aplikaciji standardnega CGE modela zunanjetrgovinske liberalizacije EU in članic ASEAN. Kvantitativni del študije predvideva tri potencialne scenarije zunanjetrgovinske liberalizacije:

- **Scenarij 1 (Omejen FTA):** 90% znižanje carin v blagovni menjavi, 25% znižanje omejitev v storitveni menjavi in 1% olajšanje splošnih pogojev trgovanja;
- **Scenarij 2 (Ambiciozni FTA):** 97% znižanje carin v blagovni menjavi, 75% znižanje omejitev v storitveni menjavi in 2% olajšanje splošnih pogojev trgovanja;
- **Scenarij 3 (Ambiciozni plus FTA):** 97% znižanje carin v blagovni menjavi, 75% znižanje omejitev v storitveni menjavi, 2% olajšanje splošnih pogojev trgovanja in dodatno znižanje ovir za 1% v določenih sektorjih;

Splošne ugotovitve študije govorijo v prid sklenitvi sporazuma. Dolgoročni učinki bi lahko pomenili do 29.5 mlr. USD višji BDP za EU in med 725 mio do 21.5 mlr. USD višji BDP za



države ASEAN. BDP EU po naj bi po različnih scenarijih kot posledice zunanjetrgovinske liberalizacije dolgoročno zrastle med 0.02 in 0.2%, medtem ko so največje koristi pričakovane za Vietnam (med 1.92% in 15.27%). Sektorska analiza izpostavlja največja tveganja za EU pri izdelkih iz usnja, elektronski opremi, tekstilu in oblačilih, največji potencial pa naj bi obstajal v segmentih vozil, strojev in opreme ter predelane hrane.

### **3.3 Evropska komisija (2018) študija učinkov liberalizacije trgovine EU-Singapur**

Ob sklenitvi pogajanj med EU in Singapurjem leta 2015 je postal jasen načrt liberalizacije trgovine med članicami EU in Singapurjem. Na podlagi informacij, ki so postale znane po podpisu, so pri Evropski komisiji (2018) analizirali potencialne učinke Sporazuma.

Študija obravnava širok spekter potencialnih sprememb, ki jih sporazum prinaša v gospodarske odnose med podpisnicami: trgovina, zaščita investitorjev, javna naročila, zaščita pravic intelektualne lastnine, tržna konkurenca itd. Učinke na bilateralno trgovino študija simulira s pomočjo gravitacijskega modela trgovine in primerjave sporazuma z učinki, ki ga je imel podoben dogovor s EU s Korejo. Avtorji študije ocenjujejo, da bi se lahko bilateralna trgovina v obe smeri povečala za okoli 10%, a ocenjujejo, da nimajo dovolj podatkov za natančnejšo analizo. Agregatno naj bi se trgovina EU povečala zgolj za 0.2%, BDP pa za 0.06%, v primeru Singapurja pa bi 1.1% rast trgovine vodila v 0.27% rast BDP.

### **3.4 Evropska komisija (2018) študija učinkov liberalizacije trgovine EU-Vietnam**

Potem ko so bili znani dovolj detajlni obrisi izpogajanega Sporazuma med EU in Vietnamom, je Direktorat za zunanjo trgovino pri Komisiji pripravil študijo učinkov liberalizacije trgovine med EU in Vietnamom na gospodarstva članic. Osnovni pristop, ki ga avtorji študije uporabljajo je CGE model, ki pa ga dopolnijo z analizo učinkov liberalizacije sistema javnega naročanja, povečanja tokov neposrednih investicij, zaščito pravic intelektualne lastnine, regulatornega zblíževanja in drugih.

Avtorji s pomočjo dinamičnega GTAP modela najprej naredijo projekcijo globalnega gospodarstva do leta 2020, potem pa modelirajo 15-letni horizont pričakovanih sprememb, ki naj bi jih prinesla liberalizacija trgovine. Podobno kot v tej študiji, njihove simulacije vključujejo liberalizacijo carin, po drugi strani pa predvidevajo zgolj neznatno znižanje necarinskih omejitev (0.32% za blago in 2% pri storitvah).

Študija se osredotoča izključno na bilateralne odnose med EU in Vietnamom in predvideva zelo odločen napredek pri le-teh. Izvoz EU v Vietnam naj bi se povečal za 29% glede na njegovo predvideno vrednost, če do sporazuma ne bi prišlo, izvoz iz Vietnama v EU pa bi se povečal za 18%. Ločeno ocenjujejo tudi, da bo prišlo do povečanja tokov neposrednih tujih investicij v Vietnam in odprtja trga javnih naročil.

### 3.5 ÖFSE (2018) študija liberalizacije trgovine EU-Vietnam

Avstrijska fundacija za razvojne raziskave (ÖFSE, 2018) je opravila ločeno študijo učinkov sporazuma med EU in Vietnamom. Njihova analiza učinkov sporazuma bazira na kombinaciji kvalitativne in kvantitativne analize posledic sporazuma na EU in Vietnam. Prva gradi na pregledu literature in intervjujih z evropskimi in vietnamskimi deležniki, druga pa na ÖFSE-jevi različici globalnega trgovinskega modela (CGE model). Študija je dopolnjena z analizo sektorskih učinkov.

ÖFSE (2018) študija učinkov sporazuma ima dve posebnosti, ki se nanašata na zasnovo CGE modela kot tudi na specifikacije uporabljenih simulacij. V študiji uporabljen CGE model tako bazira na dohodkovno-potrošnem okvirju in ne modelu polne zaposlitve. Medtem ko klasični modeli temeljijo na mikroekonomski osnovi in se osredotočajo na realokacijske učinke gospodarstva, do katerih prihaja zaradi začetnega zunanjskega šoka, in vpliv le-teh na produktivnost. V študiji uporabljen model dinamiko črpa iz multisektorskega dohodkovno-izdatkovnega okvirja na blagovnih trgih in iz nje izhajajoče spremembe produktivnosti. Druga posebnost pristopa ÖFSE študije pa je v tem, da v simulacijah predvidevajo zgolj liberalizacijo blagovnih trgov in nobenih dodatnih sprostitev ovir na področju trgovine s storitvami ali kapitalskih tokov. Nenazadnje študijo od primerljivih ločuje tudi to, da obravnava zgolj bilateralno sprostitev trgovine med EU in Vietnamom, ne pa tudi ostalimi članicami ASEAN.

Simulacije učinkov na gospodarstvu EU in Vietnoma kažejo, da naj bi bil vpliv na rast BDP v EU rahlo negativen, medtem ko naj bi liberalizacija trgovine z EU povzročila 0.48-odstotno rast BDP Vietnoma. Zelo blaga naj bi bila tudi rast BDP v ostalih državah ASEAN in na Japonskem. Do rasti v Vietnamu naj bi prišlo zaradi hkratne rasti plač in profitov v podjetjih, negativno pa bi na rast vplivala izguba carinskih in davčnih prihodkov. Do največjega povečanja trgovine (dobrih 7%) naj bi prišlo med Vietnamom in EU, medtem ko bi trgovina med EU in ostalimi članicami ASEAN in Japonsko malenkost upadla. Najpomembnejši pozitivni sektorski učinki za Vietnam naj bi se zgodili v storitvenih sektorjih, tekstilu, oblekah in obutvi, negativni vplivi bi bili vidni predvsem pri vozilih, strojih in hrani.

## 4 ANALIZA VPLIVA SPORAZUMA EU - ASEAN NA SLOVENSKO GOSPODARSTVO S POMOČJO MODELSKE SIMULACIJE

V nadaljevanju študije so predstavljeni rezultati učinkov prostotrgovinskega sporazuma EU-ASEAN na slovensko gospodarstvo, izvedeni s pomočjo simulacij z globalnim trgovinskim modelom GTAP (Global Trade Analysis Project), ki ga pripravlja Center for Global Trade Analysis na Purdue University (ZDA).

Sledi analiza strukture GTAP modela, prednosti in omejitve, ki izhajajo iz uporabe GTAP modela. Sledi identifikacija simuliranih scenarijev in rezultati simulacij učinkov sporazuma **EU-ASEAN** na slovensko gospodarstvo.

## 4.1 Struktura GTAP modela<sup>2</sup>

GTAP (Global Trade Analysis Project) je več-proizvodni, več regijski GCE model komparativne statike v svetovnem gospodarstvu. Posamezna modelska regija lahko predstavlja eno državo ali pa kompozit skupine držav kot na primer Evropska Unija.

Vsaka modelska regija proizvaja lastno različico vsakega proizvoda, ki pa je nepopoln substitut različicam drugih regij. V vsaki regiji proizvodi nastajajo v panogah, ki proizvajajo en sam proizvod iz domačih in uvoženih surovin in primarnih proizvodnih dejavnikov (izobrazena in neizobrazena delovna sila, kapital, zemlja in naravni viri). Proizvod vsake panoge je obdavčen z ad-valorem davkom. Nadalje imajo vsi inputi v proizvodnji kompozitne dobrine in tudi vsi primarni faktorji predvidene faktorje tehnične učinkovitosti. Uporabnik lahko spreminja nastavitve teh spremenljivk pri oblikovanju različnih scenarijev. Struktura modela je povzeta po Hertel in Tsigas (1997).

Vsak primarni proizvodni dejavnik je podjetju na voljo iz fiksnega obsega dejavnika v regiji. Izobrazena in neizobrazena delovna sila ter kapital so popolnoma mobilni med panogami, medtem ko je ponudba zemlje na voljo s transformacijsko elastičnostjo 1. Naravni viri so praktično neelastični za posamezno regijo (torej efektivno fiksni). Posledično so plače obeh vrst delovne sile ter cena kapitala enake med panogami, najemnina za zemljo in naravne vire pa variirata med panogami.

Končni proizvodi posamezne regije so lahko uporabljeni kot input v nadaljnji proizvodnji, potrošeni v končni potrošnji ali pa izvoženi. Končna potrošnja se nadalje deli v tri kategorije: investicijsko potrošnjo, državno potrošnjo in privatno potrošnjo. Vse tri vrste potrošnje trošijo v CES<sup>3</sup> kombinaciji domače proizvodnje in uvoženih proizvodov. Kompozitni indeks potrošnje za investicije je v fiksnem razmerju do agregatnih investicij, kompozitni indeks v državni potrošnji je določen z maksimizacijo Cobb-Douglas funkcije. Za privatno potrošnjo pa maksimiramo funkcijo konstantnih razlik v elastičnosti (CDE funkcija).

Agregatna potrošnja države in privatna potrošnja sta določeni z alokacijo neto domačega proizvoda med državno in privatno potrošnjo ter varčevanjem, tako da je njun obseg rezultat maksimizacije Cobb-Douglas funkcije koristnosti. Posledično so državna potrošnja, zasebna potrošnja in varčevanje enaki fiksnim deležem domačega proizvoda. Tokovi tujega dohodka so v GTAP nastavljeni na 0, tako da je domači dohodek države enak donosom primarnih proizvodnih dejavnikov ter neto davčnim prihodkom (davčnim prihodkom, zmanjšanim za podeljene subvencije).

Agregatne investicije določata dva mehanizma. Prvič, globalno neto varčevanje je alocirano med modelske regije s fiksnimi deleži. Drugič, elastičnost bodočih pričakovanih stopenj donosa lahko določimo in za vsako regijo postavljamo tako, da se izenačijo bodoči pričakovani donosi med regijami. Investicije ne dodajajo k trenutnemu obsegu kapitala,

---

<sup>2</sup> Damijan, Kostevc, Redek (2014): Vpliva Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) na slovensko gospodarstvo.

<sup>3</sup> CES – Constant Elasticity of Substitution.

temveč pomagajo oblikovati bodoči obseg kapitala, kar pomembno determinira potreben obseg investicij.

Izvoz se deli na dve kategoriji: proizvode, ki so izvoženi neposredno drugim regijam in izvoz v svetovni "sklad" storitev prevoza in transportnih zavarovanj, s pomočjo katerih pride do prevoza mednarodno trgovanih proizvodov od vira do cilja. Svetovni sklad predstavlja Cobb-Douglas agregat prispevkov vseh panog in vseh regij za transport in transportna zavarovanja. Prispevki večine panog bodo enaki nič, vendar pa bodo storitve kot so trgovina, transport in zavarovanje močno prispevale v sklad. Količina transportnih in zavarovalniških storitev je sorazmerna prevoženi količini blaga in podvržena spremembam v učinkovitosti prevoza določenega blaga na določeni poti.

GTAP model torej predvideva obstoj transportnih stroškov v mednarodni trgovini (stroški prevoza in zavarovanja blaga med prevozom) ter tudi eksplicitno modelira obstoj transportnega sektorja. Podatki o višini stroškov transporta bazirajo na razliki med FOB in CIF ceno za določeno proizvodno skupino in se lahko spreminjajo v skladu s simuliranimi spremembami v parametrih modela. V vseh simulacijah bodo torej eksplicitno modelirani in v rezultatih predvideni stroški trgovine med posameznimi regijami.

Skupen uvoz posameznega proizvoda v določeni regiji je CES kompozit uvoza iz vseh ostalih regij. Cene, ki določajo alokacijo uvoza, so izvozne cene v izvozni regiji plus izvozni davki minus subvencije plus cena mednarodnega prevoza in zavarovanj plus uvozne carine. Izbira virov uvoza se zgodi na ravni cele regije, medtem ko se izbira med domačimi in uvoženimi produkti (agregiranimi po vseh virih) zgodi na nivoju posameznega agenta, torej podjetja ali končnega potrošnika.

## 4.2 Omejitve analize z GTAP modelom

Standardni GTAP modela, ki je uporabljen v pričujoči študiji, v svoji zasnovi ne predvideva pozitivne dinamike rasti med dohodkom, varčevanjem in akumulacijo kapitala, prav tako pa ne vključuje prelivanja znanja in splošne rasti produktivnosti na dolgi rok. Gre za komparativno statičen model, ki je osredotočen zgolj na koristi agregatnega gospodarstva, ki izhajajo iz boljše alokacije resursov, uvozne učinkovitosti (zniževanje stroškov materialov in inputov) in učinkov na pogoje menjave.<sup>4</sup>

Dodatna pomanjkljivost osnovnega GTAP modela je, da izvorno ne predvideva neposrednih tujih investicij (NTI). Za GTAP model je na sploh značilna mednarodna nemobilnost produkcijskih faktorjev. Večina obstoječih študij prav tako ne predvideva sprememb v dinamiki tokov neposrednih investicij oziroma le-te obravnava povsem ločeno od trgovinskih sporazumov. Podobno ni sprememb v obsegu razpoložljivega kapitala predvidela tudi nobena druga obstoječa študija učinkov trgovinske integracije EU-ASEAN, ki bazira na GTAP modelu. Vezano na to omejitev GTAP modela velja omeniti tudi, da je trgovina s storitvami v ključnem delu (60% obsega trgovine) odvisna od vzpostavljene prisotnosti ponudnika na

---

<sup>4</sup> Damijan, Kostevc, Redek (2014): Vpliva Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) na slovensko gospodarstvo.

ciljnem trgu. Slednje pomeni, da bi eksplicitno modeliranje rasti obsega kapitala, še posebej v storitvenem sektorju, lahko v znatnem obsegu pojasnjevalo tudi trgovinske tokove blaga in storitev.

Nadalje model ne predvideva obstoja stroškov makroekonomske prilagoditve na novo gospodarsko strukturo po zunanjetrgovinski liberalizaciji. Če gospodarstvo prizadene zunanji šok, kot je denimo znižanje carin ali trgovinskih ovir oziroma povečanje mednarodne konkurence, ta model predvideva, da se novo makroekonomsko ravnotežje vzpostavi tako, da bolj konkurenčne panoge absorbirajo produkcijske faktorje iz panog, ki jih liberalizacija prizadene. Bolj konkurenčne panoge povečajo obseg proizvodnje in absorbirajo vso delovno silo in kapital, ki »se sprosti« v prizadetih panogah ob zunanjem šoku, zaradi česar ne pride do povečanja brezposelnosti. Tako v skladu s konstrukcijo modela ni predvideno dolgotrajno povečanje brezposelnosti, niti niso predvideni stroški, vezani na pre zaposlitev tistih, ki izgubijo službo, med panogami, niti na realokacijo kapitala. Z ozirom na slednje v izračune tudi niso vključeni izgubljeni davčni prihodki države oziroma nadomestila za brezposelnost, ki bi sledila v času trajanja brezposelnosti.

Ključna pomanjkljivost, ki je lastna veliki večini študij učinkov zunanjetrgovinskih liberalizacij (TTIP, CETA, TPP), je tudi predpostavka polne zaposlenosti oziroma popolnoma mobilne delovne sile, kar rezultira v neobstoju brezposelnosti in nezmožnosti merjenja vpliva bilateralnega trgovinskega sporazuma na brezposelnost. To je velika pomanjkljivost GTAP modela, saj ne omogoča neposrednega simuliranja učinkov sporazuma EU-ASEAN na zaposlenost.

V naši aplikaciji GTAP modela se tej slabosti modela poskušamo izogniti s posrednim izračunavanjem učinkov na zaposlenost, in sicer ob predpostavki konstantne produktivnosti polno zaposlenega delavca.

### **4.3 Novosti v različici 9 GTAP baze**

GTAP 9 v primerjavi s predhodno različico ponuja novejšo podatke o trgovini ter strukturi gospodarstev. Poleg dosedanjih podatkov za leti 2004 in 2007, so bili dodani podatki še za leto 2011. Regionalna disagregacija je bila razširjena na 140 držav in 57 sektorjev. Omogočeno je ločevanje med ad-valorem carinami in specifičnimi carinami, podatki o delovni sili so razširjeni na pet kategorij zaposlenih in v bazo so dodani podatki o CO<sub>2</sub> emisijah po državah.

### **4.4 Implementacija GTAP modela**

GTAP modeli temeljijo na obravnavi agregatnih gospodarskih sektorjev in agregiranih globalnih regij. Razlog je v tem, da je ob uporabi input-output tabel in mreže mednarodne trgovine s končnimi in vmesnimi proizvodi potrebno zmanjšati kompleksnost dejanskih gospodarskih dogajanj na raven, ki ji model lahko sledi. Zaradi tega smo dimenzionalost "globalnega gospodarstva" zožili iz 140 na 15 regij in iz 57 gospodarskih sektorjev na 30 novih (agregiranih sektorjev). Kot ključne izmed regij smo izpostavili »regije« EU25, ASEAN (ločeno Vietnam), Slovenijo in za primerjavo s slednjo še Hrvaško. Izbiro regij in gospodarskih

sektorjev so diktirale trenutne geostrateške in gospodarske razmere, ki ustvarjajo evropsko in slovensko gospodarsko okolje. Regionalna in sektorska agregacija, ki ju uporabljamo v simulacijah, sta predstavljeni v Prilogi 1 in Prilogi 2.

Osnovna GTAP agregacija bazira na podatkih za leto 2011, kar pomeni, da podatki še ne zajemajo hrvaškega članstva v integraciji. Da bi posodobili GTAP bazo, torej upoštevali, da je Hrvaška del EU in da bo tako del nastajajočega območja proste trgovine v okviru EU-ASEAN smo sledili študiji Boyerja in Schuschnyja (2010), ki obravnavata potencialne učinke integracije med ASEAN in EU. Tudi mi izvedemo posodabljanje baze v dveh fazah: v prvem koraku je simulirana integracija med Hrvaško in ostalimi 27 članicami EU s pomočjo "altermax" zaprtja modela (Malcolm, 1998). Altermax modul zapiranja (market clearinga) v modelu omogoča, da se vzpostavi novo stabilno modelsko ravnotežje oziroma rekalkulacija modela z vključitvijo Hrvaško v sistem carinske unije EU ter da se ponastavijo vzorci trgovine in proizvodnje med tako nastalo 28-erico. V drugi fazi je novo-kalibriran model uporabljen za analizo vpliva sprejema sporazuma na gospodarstva članic ASEAN in EU. Glede na relativno pomembnost Hrvaške za slovensko gospodarstvo, je omenjena predsimulacija ključnega pomena za oceno posledic formacije čezatlantske cone proste trgovine med EU in ASEAN na Slovenijo.

#### **4.5 Simulacije učinkov zunanjetrgovinske liberalizacije EU-ASEAN**

V nadaljevanju predstavljamo učinke prostotrgovinskega sporazuma med članicami EU in državami ASEAN na podlagi simulacij različnih scenarijev liberalizacije v CGE modelu GTAP platforme. Za boljši vpogled v stanje carinske zaščite v trgovini med Slovenijo in članicami ASEAN podajamo v Tabeli 4 tehtana povprečja carinskih stopenj po GATP panogah (storitvene panoge so izzetem saj v trgovini s storitvami ni tarifnih omejitev).

Iz Tabele 4 je razvidno, da je na strani uvoza največja stopnja zaščite v Sloveniji<sup>5</sup> za blago, ki prihaja iz ASEANa v usnjarski industriji, panogah predelane hrane, obleke in obutve, tekstila, pijače in tobaka in ribolova. Na strani slovenskega izvoza so na trgih ASEAN najbolj obremenjene panoge ostale predelovalne industrije, pijače in tobaka, tekstila ter obleke in obutve.

---

<sup>5</sup> Carinske stopnje so v skladu s Skupno zunanjetrgovinsko politiko določene na ravni celotne EU, v primeru Tabele 4 pa gre za tehtana povprečja realiziranih carinskih stopenj, ki veljajo za slovensko trgovino s članicami ASEAN.

**Tabela 4: Tehtana povprečja carinskih stopenj med Slovenijo in ASEAN v GTAP bazi (v %)**

	Uvozne carine Slovenija	Uvozne carine ASEAN
Kmetijstvo	1.142	4.76
Ostali primarni proizvodi	0	0.388
Gozdarstvo	0.296	0
Ribolov	3.119	6.583
Predelana hrana	8.662	4.677
Pijače in tobak	6.599	18.899
Tekstil	6.791	9.936
Obleke in obutev	6.949	9.027
Ostala predelovalna ind.	0.897	18.968
Usnje	9.26	6.557
Papirna in založniška ind.	0	4.932
Železne kovine	0	6.422
Mineralni izdelki	2.64	5.234
Naftni derivati in oglje	0	0
Lesna industrija	0.009	4.622
Kemična industrija	0.303	5.674
Kovine in kovinski proizvodi	0.084	9.835
Motorna vozila	6.187	14.499
Elektronske naprave	0.809	0.545
Ostali stroji	0.014	5.142

Vir: GTAP in lastni izračuni

#### 4.5.1 Uporabljeni scenariji

Pri oblikovanju scenarijev smo sledili scenarijem, ki so jih uporabili tako v ECORYS (2009) študiji kot tudi v končnem poročilu za Evropsko Komisijo TSIA (2009), pri čemer pa smo dodatno upoštevali dejstvo, da so se pogajanja z Vietnamom zaključila leta 2015. Za Vietnam smo tako povzeli agregatne učinke liberalizacije trgovine z EU kot jih povzema študija ÖFSE (2018) in jih predstavljamo v Tabeli 5.

**Tabela 5 opisuje tri scenarije**, na podlagi katerih smo simulirali učinke zunanjetrgovinske liberalizacije med EU in ASEAN. Po prvem scenariju naj bi prišlo do 90% znižanja carinskih stopenj blagovne menjave ter 25% znižanja necarinskih omejitev pri trgovini s storitvami. Podobno kot pri končnem poročilu TSIA smo upoštevali tudi splošno olajšanje trgovinskih postopkov (uspešna harmonizacija, implementacija in monitoring necarinskih omejitev, skrajšanje in poenostavitev postopkov) za 1% v blagovnih sektorjih. V drugem scenariju smo predvideli 97% znižanje carinskih ovir blagovne menjave, 50% znižanje ovir v trgovini s storitvami in 2% učinek hitrejših/lažjih trgovinskih postopkov. Zadnji scenarij pa predvideva poleg 97% znižanja carin pri trgovini z blagom in 2% učinka pospeševanja trgovine tudi 75% znižanje necarinskih ovir pri trgovini s storitvami. V vseh treh scenarijih predpostavljamo, da za Vietnam velja poseben režim liberalizacije blagovne menjave kot je opisan v Tabeli 5.



**Tabela 5: Scenariji zunanjetrgovinske liberalizacije EU-ASEAN<sup>6</sup>**

Scenarij	Carinska liberalizacija blagovne menjave	Liberalizacija storitvene menjave	Pospeševanje trgovine	Vietnam
Scenarij 1	90%	25%	1%	Tabela 6
Scenarij 2	97%	50%	2%	Tabela 6
Scenarij 3	97%	75%	2%	Tabela 6

Vir: ECORYS (2009) in lastni prikaz

Podobno kot v večini sorodnih študij je tudi v tem primeru ključnega pomena ocena višine carinskega ekvivalenta necarinskih omejitev pri trgovini s storitvami. Tudi tukaj sledimo študiji ECORYS (2009), ki povzema izračune J. Francois, et al. (2007), o višini necarinskih omejitev prevedenih v ekvivalente carin za trgovine med EU in ASEAN. Slednje bazirajo na ocenjenih nivojih potencialne trgovine, ki bi izhajala iz gravitacijskega modela med posameznima partnericama, in primerjavo le-teh z dejansko trgovino med partnericama. Osnova za domet liberalizacije trgovine je storitvena trgovina med EU članicami, ki predstavlja ciljno vrednost popolnoma proste storitvene trgovine. S simulacijami tako simulirajo delež odpravljenih razlik med trenutnimi necarinskimi omejitvami storitvene trgovine in višinami necarinskih omejitev med članicami EU. Upoštevana znižanja necarinskih omejitev (podana v ekvivalentu carin) so predstavljena v Prilogi 2 (Tabela A2).

**Tabela 6: Spremembe carinskih stopenj EU - Vietnam FTA (v %)**

Panoga	Carine Vietnam	Carine EU
Kmetijstvo	92,86%	99.36%
Ribištvo	100 %	100%
Primarne dobrine	95%	100%
Prehranska industrija	100 %	98%
Pijače in tobak	100 %	100%
Tekstil	100 %	100%
Obleke	100 %	100%
Lesnopredelovalna industrija	100 %	100%
Kemijska	100 %	100%
Avtomobilska	100 %	100%
Stroji	100 %	100%
Elektronika	100 %	100%
Ostala predelovalna industrija	100 %	100%
Storitve	-	-

VIR: ÖFSE (2018)

Poleg omenjene analize, ki skupino držav ASEAN, razen Vietnama, obravnava kot celoto, smo za osnovni scenarij (Scenarij 1) analizo ponovili tudi na dezagregirani sestavi držav, torej po posameznih državah ASEAN. V GTAP modelu smo tako namesto kot celoto obravnavali

<sup>6</sup> V primeru Singapurja še ni bilo narejene kvantifikacije sprememb trgovinske politike, ki bi lahko služila za modeliranje šokov, tako da smo upoštevali predvideno popolno carinsko liberalizacijo, pri necarinskih omejitvah pa smo ohranili pristop z različnimi scenariji liberalizacije.



ASEAN članice kot ločene entitete. Tovrsten pristop nam omogoča vpogled v to, katera država ASEAN in v kateri panogi bo imela največji vpliv na skupne in panožne učinke na slovensko gospodarstvo.

## 4.6 Rezultati simulacij

V nadaljevanju bodo predstavljeni učinki simuliranih sprememb zunanjetrgovinske politike EU in ASEAN na gospodarstva članic. V prvem podpoglavju tako predstavljamo agregatne učinke na dohodek (BDP) in celotni izvoz ter učinke na regionalno trgovino. V nadaljevanju bodo predstavljeni sektorski učinki na dodano vrednost, tržne cene, izvoz, uvoz, izvozne cene in zaposlenost.

### 4.6.1 Učinki na ravni celotnega gospodarstva

V Tabela 7 prikazujemo učinke, ki bi jih v skladu z napovedanimi tremi scenariji liberalizacije trgovine med EU in ASEAN imela implementacija prostotrgovinskega sporazuma med obema integracijama. Za Slovenijo vsi trije scenariji napovedujejo šibko gospodarsko rast v višini približno tretjine odstotka v prihodnjem desetletju. Nekoliko močnejši učinki se pričakujejo za preostale članice EU s približno pol odstotno rastjo. Znatno močnejši pa bi bili učinki za ASEAN, še posebej Vietnam, kjer bi se v naslednjem desetletju gospodarstvo lahko povečalo celo za eno četrtno.

**Tabela 7: Simulacija učinkov zunanjetrgovinske liberalizacije med EU in ASEAN po treh scenarijih na BDP in agregatni izvoz**

	Scenarij 1 90% carinska liberalizacija, 25% liberalizacija storitev 1% pospeševanje	Scenarij 2 97% carinska liberalizacija, 50% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje	Scenarij 3 97% carinska liberalizacija, 75% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje
Rast BDP v %			
Slovenija	0.35	0.27	0.34
EU	0.51	0.52	0.80
ASEAN	3.08	7.84	10.21
Vietnam	13.82	19.34	25.83
Hrvaška	1.32	0.23	0.89
Rast izvoza v %			
Slovenija	0.44	0.18	0.12
EU	1.22	1.59	1.67
ASEAN	3.33	4.04	6.07
Vietnam	-3.02	-8.67	-10,17
Hrvaška	-2.84	0.47	-2.17

Vir: GTAP 9 in lastni izračuni

Učinki za EU in ASEAN so zelo podobnim tistim, ki so jih zaznale že dosedanje študije, pri čemer so agregatni učinki na Vietnam nekoliko močnejši, saj smo, poleg že izpogajanih

ukrepov na področju blagovne menjave, upoštevali tudi liberalizacijo storitvene menjave, česar ÖFSE (2018) študija ni predvidela.<sup>7</sup>

Podobno kot za rast BDP velja tudi za rast agregatne trgovine. Po modelskih napovedih naj bi se rahlo povečal slovenski skupni izvoz (za tretjino odstotka), skupni izvoz EU pa za trikrat bolj, vendar hgre v obeh primerih še vedno za dokaj nizko povečanje v 10-letnem obdobju. Po drugi strani so napovedi znatno bolj optimistične za članice ASEAN z izjemo Vietnama. Tem bi naj celotni izvoz porastel za 3% do 6%, izvoz Vietnama pa občutno upadel (med 3 in 10%).

**Tabela 8: Sprememba BDP in agregatnega izvoza po simuliranem 1. scenariju sporazuma s članicami ASEAN (dekompozicija po članicah ASEAN)**

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Rast BDP v %							
Slovenija	0.303	-0.031	0.029	0.119	0.010	0.190	-0.015
EU	0.469	0.017	0.048	0.195	0.028	0.180	-0.001
Hrvaška	1.161	-0.362	0.270	0.275	0.314	0.486	0.177
Rast izvoza v %							
Slovenija	0.208	0.039	0.029	0.045	0.019	-0.007	0.083
EU	0.936	0.066	0.188	0.122	0.051	0.315	0.195
Hrvaška	-3.354	0.993	-0.908	-0.705	-0.810	-1.499	-0.424

Vir: GTAP 9 in lastni izračuni

V Tabela 9 prikazujemo dekompozicijo vpliva prostotrgovinskih sporazumov s članicami ASEAN po posameznih članicah. Kljub temu, da je agregatni učinek (1. stolpec) malenkost drugačen (glede na Tabelo 7), kar je posledica sprememb v agregaciji modela, gre kvalitativno za zelo podobne rezultate simulacij. Ključne pozitivne učinke na slovenski BDP bosta z liberalizacijo trgovine prispevali Tajska (dve tretjini skupnega učinka vseh članic ASEAN) in Malezija (tretjina skupnega učinka ASEAN). Liberalizacija trgovine s Singapurjem in Vietnamom naj bi imela blago negativen vpliv na slovenski BDP, medtem ko naj bi bila učinka liberalizacije trgovine z Indonezijo in Filipini zelo majhna. Zelo podobne učinke je mogoče pričakovati tudi za preostalo EU (brez Hrvaške), saj tudi v tem primeru večina pozitivnih učinkov izhaja iz liberalizacije trgovine s Tajsko in Malezijo, medtem ko naj bi šibke negativne učinke prinesla sprostitev trgovine z Vietnamom. Hrvaška struktura gospodarstva je zelo različna od slovenske, zato so tudi učinki od liberalizacije trgovine s posameznimi članicami ASEAN zelo različni.

Pri izvozu Slovenije je slika skoraj diametralno nasprotna, saj naj bi največje povečanje izvoza prinesla prav sprostitev ovir v trgovini z Vietnamom, Malezijo in Singapurjem, medtem ko je zelo blage negativne učinke na izvoz mogoče pričakovati pri liberalizaciji trgovine s Tajsko. Pri ostalih članicah EU negativnih učinkov na izvoz ni pričakovati, največje pozitivne učinke pa naj bi prinesla sprostitev trgovine s Tajsko, Vietnamom in Indonezijo.

<sup>7</sup> Po drugi strani ECORYS (2009) ne upošteva dejanskih izpogajanih vrednosti kot izhajajo iz Sporazuma EU-Vietnam in ima nekoliko konzervativnejše predpostavke glede zunanjetrgovinske liberalizacije blagovne menjave EU-Vietnam.

Pri spremembah agregatnega izvoza gre za kompozicijski učinek sprememb izvoza po geografskih regijah ter tudi panožne strukture izvoza. V Tabela 9 tako prikazujemo spremembe slovenskega agregatnega izvoza po treh ključnih geografskih regijah.

**Tabela 9: Simulacija učinkov zunanjetrgovinske liberalizacije med EU in ASEAN po treh scenarijih na regionalno trgovino**

	Scenarij 1 90% carinska liberalizacija, 25% liberalizacija storitev, 1% pospeševanje	Scenarij 2 97% carinska liberalizacija, 50% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje	Scenarij 3 97% carinska liberalizacija, 75% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje
Skupen izvoz	0.44	0.18	0.12
Izvoz v ASEAN	17.36	52.71	28.29
Izvoz v EU	1.83	-0.21	-1.76
Izvoz v tretje države	-0.16	-0.46	-0.16
Skupen uvoz	-0.003	0.05	-0.002
Uvoz iz ASEAN	7.71	17.25	19.69
Uvoz iz EU	-0.14	-0.15	-2.38
Uvoz iz tretjih držav	0.23	0.20	0.26

Vir: GTAP 9, lastne simulacije

V vseh treh primerih se občutno povečata slovenski izvoz v in uvoz iz ASEAN, z izjemo prve simulacije pa se to zgodi tudi za ceno nižjega obsega menjave z EU. Po drugi strani se hkrati povečuje uvoz tudi iz preostanka sveta, medtem ko naj bi izvoz v tretje države upadel v vseh treh simulacijah. Pričakovati je torej mogoče, da naj bi največji (direktni) učinki na izvoz sledili iz bilateralne trgovine med Slovenijo in članicami ASEAN, pomembni pa so tudi posredni učinki prek trgovine s članicami EU in ASEAN. Povečanje slednje bi lahko delno izrinilo določen segment slovenske trgovine znotraj EU.

Ključno pri navedenem je vprašanje strukture trgovine in sektorskih učinkov, ki jih prinaša sporazum za Slovenijo.

#### 4.6.2 Sektorski učinki

Za agregatne učinke sporazuma ASEAN-EU je ključnega pomena sektorska struktura gospodarstev EU in ASEAN in posledično tudi sektorske spremembe, do katerih bi pripeljala implementacija Sporazuma. Za čimbolj objektivno presojo o priložnostih in nevarnostih, ki jih sporazum prinaša za slovensko gospodarstvo, v tem podpoglavju predstavljamo podrobno analizo sektorskih učinkov.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Podrobni sektorski učinki po posameznih državah so predstavljeni v Prilogi 4.

## 4.6.2.1 Učinki na dodano vrednost

Ključno za skupno oceno učinkov sporazuma na Slovenijo je poleg agregatnega učinka na rast bruto domačega proizvoda tudi gibanje proizvodnje in dohodka po posameznih panogah. V Tabela 10 tako predstavljamo pričakovane spremembe dodane vrednosti po treh scenarijih predvidene zunanjetrgovinske liberalizacije med EU in članicami ASEAN.

**Tabela 10: Sprememba dodane vrednosti po sektorjih po treh scenarijih zunanjetrgovinske liberalizacije (v %)**

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Usnje	-0.578	-0.487	-0.747
Tekstil	-0.547	-0.501	-0.609
Zračni prevoz	-0.039	-0.104	-0.54
Obleke in obutev	-0.384	-0.342	-0.393
Elektronske naprave	-0.112	0.015	-0.193
Predelana hrana	-0.181	-0.179	-0.15
Transport in komunikacije	0.032	0.066	-0.104
Poslovne storitve	-0.01	-0.075	-0.099
Naftni derivati in oglje	-0.073	-0.074	-0.09
Trgovina	-0.266	-0.491	-0.056
Infrastrukturne storitve	0.062	0.112	-0.047
Ostali primarni proizvodi	-0.024	-0.015	-0.046
Finančne storitve	0.016	0.121	-0.026
Kmetijstvo	-0.015	-0.009	0
Pijače in tobak	0	-0.006	0.003
Rekreacijske storitve	0.004	0.017	0.015
Ostale storitve	-0.034	-0.047	0.019
Mineralni izdelki	0.008	0.015	0.032
Gozdarstvo	0.031	0.062	0.049
Gradbeništvo	-0.027	-0.065	0.061
Papirna in založniška ind.	0.017	0.019	0.062
Lesna industrija	0.046	0.163	0.08
Kovine in kovinski proizvodi	0.066	0.123	0.108
Ribolov	0.072	0.099	0.111
Zavarovanje	-0.011	-0.155	0.115
Železne kovine	0.069	0.128	0.119
Motorna vozila	0.053	0.115	0.121
Kemična industrija	0.096	0.165	0.123
Ostali stroji	0.11	0.164	0.138
Ostala predelovalna ind.	0.289	0.352	0.34

Vir: GTAP 9, lastne simulacije

Modelske napovedi kažejo, da bodo učinki Sporazuma na sektorsko aktivnost v Sloveniji razmeroma nizki, saj je zgolj pri 8 do 10 panogah (od 30-ih) zaznati spremembe, ki so večje od desetine odstotka v desetletnem obdobju. Največje negativne učinke gre tako pričakovati v sektorju usnja, tekstila, obleke in obutev, trgovini in panogi predelane hrane, medtem ko so pozitivni učinki predvideni predvsem v ostali predelovalni dejavnosti, kemični industriji, kovinarstvu in motornih vozilih.

Amplituda učinkov je nekoliko višja pri bolj ambicioznih 2. in 3. scenariju, vendar gre kljub vsemu za zelo šibke učinke po posameznih sektorjih.

V nadaljevanju predstavljamo vpliv integracije na indeks tržnih cen po panogah. Analiza gibanja tržnih cen po panogah nam namreč ponuja informacijo o tržni dinamiki na sektorskih trgih. Kot je razvidno iz Tabela 11, je v večini sektorjev predviden rahel dvig cen, kar nakazuje, da naj bi bili po uveljavitvi Sporazuma pritiski presežnega povpraševanja nekoliko močnejši od učinka presežne ponudbe. Največje spremembe (Scenarij 1) je pričakovati v ribolovu, predelani hrani lesni industriji in gozdarstvu.

**Tabela 11: Sprememba indeksa tržnih cen po sektorjih po treh scenarijih zunanjetrgovinske liberalizacije (v %)**

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Zračni prevoz	-0.003	-0.024	-0.021
Motorna vozila	-0.005	-0.017	-0.018
Ostali primarni proizvodi	-0.007	-0.015	-0.013
Naftni derivati in oglje	-0.005	-0.013	-0.013
Železne kovine	0	-0.012	-0.011
Ostala predelovalna ind.	-0.006	-0.007	-0.009
Kovine in kovinski proizvodi	-0.001	-0.008	-0.007
Zavarovanje	0.013	-0.017	-0.007
Ostali stroji	-0.001	-0.003	-0.005
Transport in komunikacije	0.006	-0.01	-0.004
Infrastrukturne storitve	0.009	-0.006	-0.001
Tekstil	-0.005	0	0.001
Ostale storitve	0.008	0.001	0.004
Finančne storitve	0.016	0	0.006
Obleke in obutev	-0.003	0.009	0.012
Kmetijstvo	0.013	0.007	0.013
Pijače in tobak	0.014	0	0.014
Mineralni izdelki	0.011	0.007	0.014
Kemična industrija	0.013	0.014	0.019
Poslovne storitve	0.02	0.015	0.021
Gradbeništvo	0.015	0.016	0.022
Rekreacijske storitve	0.018	0.015	0.022
Papirna in založniška ind.	0.019	0.014	0.024
Elektronske naprave	0.005	0.04	0.027
Trgovina	0.016	0.018	0.028
Usnje	0.02	0.037	0.046
Gozdarstvo	0.026	0.034	0.047
Lesna industrija	0.042	0.061	0.081
Predelana hrana	0.042	0.065	0.09
Ribolov	0.047	0.076	0.099

Vir: GTAP 9, lastne simulacije

#### 4.6.2.2 Učinki na konkurenčnost in zunanjo trgovino

Najbolj neposredna mera spremembe konkurenčnosti slovenskih podjetij po panogah je gibanje izvoza po uveljavitvi sporazuma EU-ASEAN.

**Tabela 12: Sprememba obsega izvoza po sektorjih po obeh scenarijih zunanjetrgovinske liberalizacije (v %)**

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Obleke in obutev	-1.17	-1.056	-1.209
Usnje	-0.899	-0.745	-1.163
Tekstil	-0.806	-0.734	-0.906
Trgovina	-0.317	-0.569	-0.617
Zračni prevoz	-0.279	-0.461	-0.521
Finančne storitve	-0.218	-0.683	-0.395
Predelana hrana	-0.412	-0.388	-0.331
Elektronske naprave	-0.177	0.047	-0.318
Poslovne storitve	0.006	-0.52	-0.156
Infrastrukturne storitve	-0.078	-0.208	-0.15
Naftni derivati in oglje	-0.093	-0.058	-0.101
Transport in komunikacije	-0.034	-0.072	-0.073
Mineralni izdelki	-0.028	-0.028	-0.002
Ostali primarni proizvodi	-0.12	-0.09	0.022
Kmetijstvo	0.021	0.036	0.059
Gozdarstvo	0.017	0.107	0.064
Lesna industrija	0.037	0.184	0.071
Pijače in tobak	0.077	0.047	0.084
Papirna in založniška ind.	0.014	0.03	0.094
Ostale storitve	0.005	0.05	0.1
Kovine in kovinski proizvodi	0.084	0.159	0.136
Železne kovine	0.084	0.152	0.139
Kemična industrija	0.115	0.19	0.15
Motorna vozila	0.088	0.162	0.169
Ostali stroji	0.153	0.218	0.189
Rekreacijske storitve	-0.03	-0.333	0.196
Gradbeništvo	-0.014	0.245	0.222
Zavarovanje	0.149	0.982	0.926
Ribolov	0.992	1.15	1.266
Ostala predelovalna ind.	1.301	1.484	1.471

Vir: GTAP 9, lastne simulacije

Povečanje izvoza posamezne panoge tako lahko razumemo kot izkaz izboljšane izvozne konkurenčnosti, medtem ko krčenje obsega izvoza lahko pomeni slabšanje konkurenčnega položaja na izvoznih trgih (Tabela 12). Kot je razvidno iz Tabela 12, naj bi, odvisno od posameznega scenarija liberalizacije, v med 13 in 14 panogah prišlo do poslabšanja izvozne konkurenčnosti, v ostalih 16 do 17 panogah pa naj bi se konkurenčni položaj izboljšal. Posebej močan učinek je zaznati pri ribolovu, ostali predelovalni dejavnosti ter kemični industriji med panogami, za katere predvidevamo izvozno rast in oblekami in obutvijo, usnjarsko industrijo in tekstilno industrijo med panogami, ki naj bi doživele izvozno

kontrakcijo. Z vidika obsega sprememb so te nekoliko značajnejše kot v primeru dodane vrednosti, saj dosegajo do 1.5% v simuliranem desetletnem okviru.

Na strani uvoza so pričakovanja znatno bolj enostranska (Tabela 13), saj z izjemo tekstila, naftnih derivatov in zračnega prevoza pričakujemo povečanje uvoza v vseh preučevanih sektorjih. Kot je razvidno iz agregatnih podatkov, gre tukaj predvsem za povečanje uvoza iz ASEANa v Evropo in posledično Slovenijo zaradi občutne liberalizacije in poenostavitve carinskih in ostalih uvoznih postopkov. Največje spremembe pričakujemo v segmentu oblek in obutve, gradbeništva in trgovske dejavnosti. Magnituda učinkov je ponovno razmeroma skromna, saj gre za dobro tretjino odstotka v desetletnem obdobju.

**Tabela 13: Sprememba obsega uvoza po sektorjih po obeh scenarijih zunanjetrgovinske liberalizacije (v %)**

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Zračni prevoz	-0.080	-0.245	-0.249
Tekstil	-0.117	-0.104	-0.143
Naftni derivati in oglje	-0.021	-0.069	-0.070
Papirna in založniška ind.	0.025	0.011	0.009
Pijače in tobak	0.032	0.011	0.020
Ostali primarni proizvodi	0.032	0.030	0.026
Usnje	0.057	0.074	0.027
Kmetijstvo	0.028	0.029	0.032
Ostale storitve	0.043	0.043	0.032
Gozdarstvo	0.016	0.119	0.039
Mineralni izdelki	0.057	0.070	0.057
Kemična industrija	0.063	0.081	0.063
Predelana hrana	0.071	0.063	0.072
Lesna industrija	0.076	0.092	0.075
Infrastrukturne storitve	0.065	0.083	0.078
Ostali stroji	0.073	0.086	0.081
Ostala predelovalna ind.	0.079	0.076	0.084
Elektronske naprave	0.081	0.083	0.084
Motorna vozila	0.071	0.082	0.085
Ribolov	0.076	0.079	0.088
Kovine in kovinski proizvodi	0.085	0.104	0.094
Železne kovine	0.086	0.109	0.105
Poslovne storitve	0.041	0.101	0.107
Finančne storitve	0.066	0.129	0.127
Transport in komunikacije	0.078	0.169	0.17
Rekreacijske storitve	0.113	0.234	0.257
Zavarovanje	0.127	0.28	0.28
Gradbeništvo	0.16	0.314	0.313
Obleke in obutev	0.341	0.332	0.362
Trgovina	0.199	0.471	0.471

Vir: GTAP 9, lastne simulacije

Ena od ključnih indikatorjev izvozne konkurenčnosti slovenskega gospodarstva je tudi dinamika cen, ki jih slovenska podjetja dosegajo na izvoznih trgih. Izvozne cene po sektorjih

predstavljajo slovenskemu gospodarstvu lasten kompozit panožne in geografske izvozne strukture. Rezultati simulacij na izvozne cene, kot jih prikazujemo v Tabela 14, nakazujejo, da bi po najbolj konzervativnem scenariju v veliki večini slovenskih gospodarskih sektorjev prišlo do rasti povprečnih izvoznih cen. Ponovno gre za razmeroma šibke spremembe, a so, z izjemo zračnega prometa, le te pozitivne.

**Tabela 14: Sprememba izvoznih cen po sektorjih po obeh scenarijih zunanjetrgovinske liberalizacije (v %)**

	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Zračni prevoz	-0.012	-0.091	-0.088
Ostali primarni proizvodi	0.005	-0.007	-0.032
Usnje	0.006	-0.014	-0.018
Zavarovanje	0.020	-0.020	-0.014
Transport in komunikacije	0.017	-0.017	-0.012
Tekstil	0.007	-0.013	-0.01
Naftni derivati in oglje	0.015	-0.010	-0.010
Motorna vozila	0.016	-0.011	-0.008
Obleke in obutev	0.014	-0.01	-0.006
Elektronske naprave	0.023	0.001	0.001
Rekreacijske storitve	0.026	-0.004	0.003
Trgovina	0.026	-0.001	0.006
Kemična industrija	0.027	0.006	0.008
Poslovne storitve	0.03	0.003	0.009
Finančne storitve	0.031	0.003	0.009
Ostala predelovalna ind.	0.027	0.006	0.011
Železne kovine	0.026	0.006	0.011
Mineralni izdelki	0.027	0.008	0.011
Predelana hrana	0.023	0.004	0.012
Ostali stroji	0.027	0.007	0.012
Lesna industrija	0.03	0.007	0.013
Kovine in kovinski proizvodi	0.028	0.007	0.013
Papirna in založniška ind.	0.03	0.008	0.014
Pijače in tobak	0.029	0.008	0.015
Infrastrukturne storitve	0.03	0.014	0.015
Gradbeništvo	0.031	0.014	0.02
Kmetijstvo	0.026	0.015	0.025
Ostale storitve	0.036	0.018	0.025
Gozdarstvo	0.043	0.036	0.036
Ribolov	0.144	0.149	0.176

Vir: GTAP 9, lastne simulacije



Nekoliko drugačna zgodba sledi iz rezultatov simulacij 2. in 3. scenarija liberalizacije, kjer je 10 oziroma 9 sektorjev takšnih, da v njih napovedujemo padec izvoznih cen. V veliki večini sektorjev tako napovedujemo rast izvoznih cen, amplitude učinkov pa s poglobljanjem napovedana liberalizacije trgovine nekoliko rastejo.

#### **4.6.2.3 Učinki na zaposlenost**

V zadnjem delu analiziramo učinke sprejema Sporazuma EU-ASEAN na gibanje števila delovnih mest po sektorjih slovenskega gospodarstva. V splošnem CGE modeli (tudi GTAP) temeljijo na popolnoma prožnih faktorskih trgih oziroma predpostavljajo polno zaposlenost v vseh sektorjih gospodarstva. Ponudba delovne sile se tako hipno prilagaja na tržno povpraševanje s prerazdeljevanjem med sektorji in prilagajanjem nominalne plače, ne pa z padanjem zaposlenosti. Oceno spremembe števila delovnih mest po panogah, ki jih bi lahko povzročila uveljavitev Sporazuma, tako podajamo na podlagi podatkov o spremembi proizvodnje panoge (proizvedena količina ali ustvarjena dodana vrednost) in predpostavko konstantne produktivnosti polno zaposlenega delavca v tej panogi. S pomočjo podatka o dodani vrednosti, ki jo ustvari povprečen delavec, in spremembi agregatne dodane vrednosti panoge lahko torej določimo, kakšna naj bi bila povprečna sprememba števila delovnih mest kot posledica uveljavitve Sporazuma.

Tabela 15 prikazujemo oceno vpliva vseh treh scenarijev zunanjetrgovinske liberalizacije na spremembo števila zaposlenih po panogah, pri tem pa ločujemo med nekvalificiranimi in kvalificiranimi delavci.

Rezultati simulacij kažejo, da naj bi bile posledice Sporazuma EU-ASEAN na slovenski trg delovne sile blago negativne, saj naj bi prišlo do padca števila zaposlenih med 20.52 in 80.77 zaposlenih. Največji padec (80.77 zaposlenih) je predviden v primeru tretjega, najbolj ambicioznega scenarija, najnižji učinek pa bi imel 2. scenarij. Največje negativne učinke med posameznimi panogami pričakujemo v trgovinski dejavnosti, kjer bi po najbolj ambicioznem scenariju liberalizacije lahko prišlo do izgube 60 delovnih mest. Podobno so učinki negativni tudi pri poslovnih storitvah, kjer drugi scenarij napoveduje do 80 delovnih mest manj kot pred Sporazumom. Najobčutnejše pozitivne učinke pa pričakujemo v kemični in kovinarski industriji. Pri obeh naj bi poglobljena zunanjetrgovinska liberalizacija prinesla dodatnih 40 delovnih mest. Z izjemo tretjega scenarija so izgube nekoliko močnejše na strani nekvalificirane delovne sile, vendar razliko niso velike. Velja opozorilo, da GTAP ne predvideva sprememb v zaposlenosti in so predstavljene aproksimacije zgolj ilustracija vplivov na trg zaposlenih in ne dejanska ocena.

**Tabela 15: Simulacija vpliva sporazuma z državami ASEAN na zaposlenost (kvalificirana in nekvalificirana delovna sila) po spremembi števila delovnih mest**

	Scenarij 1		Scenarij 2		Scenarij 3	
	nekv.	kval.	nekv.	kval.	Nekv.	kval.
Kmetijstvo	-1.83	-1.54	-1.10	-0.93	0.00	0.00
Ostali primarni proizvodi	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gozdarstvo	0.67	0.03	1.34	0.07	1.06	0.05
Ribolov	0.12	0.02	0.17	0.03	0.19	0.04
Predelana hrana	-7.67	-17.24	-7.58	-17.05	-6.35	-14.29
Pijače in tobak	0.00	0.00	-0.03	-0.06	0.01	0.03
Tekstil	-5.04	-11.33	-4.61	-10.38	-5.61	-12.61
Obleke in obutev	-3.40	-7.64	-3.03	-6.81	-3.48	-7.82
Ostala predelovalna ind.	3.36	7.56	4.09	9.20	3.95	8.89
Usnje	-6.25	-14.07	-5.27	-11.85	-8.08	-18.18
Papirna in založniška ind.	0.44	0.98	0.49	1.09	1.59	3.57
Železne kovine	2.06	4.64	3.82	8.60	3.55	8.00
Mineralni izdelki	0.17	0.38	0.31	0.71	0.67	1.51
Naftni derivati in oglje	-0.29	-0.66	-0.30	-0.66	-0.36	-0.81
Lesna industrija	1.24	2.78	4.38	9.85	2.15	4.83
Kemična industrija	8.57	19.28	14.74	33.15	10.99	24.71
Kovine in kov. proizvodi	6.69	15.05	12.47	28.06	10.95	24.64
Motorna vozila	2.26	5.09	4.91	11.04	5.16	11.62
Elektronske naprave	-9.23	-20.75	1.24	2.78	-15.90	-35.76
Ostali stroji	4.80	10.80	7.16	16.10	6.02	13.55
Infrastrukturne storitve	-1.16	-2.30	-2.79	-5.54	-2.02	-4.01
Gradbeništvo	9.40	8.44	19.38	17.40	17.91	16.08
Transport in komunik.	-6.40	-9.00	-17.08	-24.00	-17.08	-24.00
Zračni prevoz	-0.67	-0.94	-1.23	-1.73	-1.35	-1.90
Trgovina	-24.71	-12.47	-34.15	-17.23	-40.69	-20.53
Ostale storitve	0.85	5.60	3.62	23.81	4.04	26.61
Rekreacijske storitve	-0.30	-0.06	-2.22	-0.42	0.44	0.08
Poslovne storitve	-0.59	-5.11	-8.36	-72.05	-5.34	-46.02
Zavarovanje	0.04	0.19	0.33	1.45	0.32	1.37
Finančne storitve	-0.37	-1.58	-1.10	-4.74	-0.59	-2.56
SKUPAJ po kategoriji delovne sile	-27.23	-23.85	-10.40	-10.12	-37.84	-42.93
SKUPAJ	-51.07		-20.52		-80.77	

Vir: GTAP 9, SURS, lastne simulacije

#### 4.6.3 Učinki na okolje

V zadnjem delu kvantitativne analize se osredotočamo na potencialne vplive, ki bi jih sprejem in implementacija prostotrgovinskega sporazuma med EU in ASEAN lahko imela na okolje. V ta namen v tabeli spodaj podajamo vrednosti odstotnih sprememb CO<sub>2</sub> izpustov v desetletnem horizontu simulacij.

**Tabela 16: Simulacija vpliva ASEAN sporazuma na emisije CO<sub>2</sub>**

	Scenarij 1 90% carinska liberalizacija, 25% liberalizacija storitev, 1% pospeševanje	Scenarij 2 97% carinska liberalizacija, 50% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje	Scenarij 3 97% carinska liberalizacija, 75% liberalizacija storitev, 2% pospeševanje
Rast CO <sub>2</sub> izpustov v %			
Slovenija	0.21	0.16	0.20
EU	0.36	0.36	0.56
ASEAN	1.55	3.92	5.11

Vir: GTAP 9, SURS, lastne simulacije

Vrednosti izpustov CO<sub>2</sub> bi se v skladu s simulacijami malenkost povečale. Za Slovenijo bi, ob ocenjeni vrednosti emisij toplogrednih plinov iz leta 2016 (ekvivalent 6,547 kt CO<sub>2</sub>), prišlo do povečanja izpustov med 1.05 kt CO<sub>2</sub> in 1.37kt CO<sub>2</sub> v desetletnem obdobju.

## 5 Možnosti izkoriščanja sporazumov z izbranimi državami ASEAN

V nadaljevanju analiziramo možnosti potencialnih učinkov sporazumov z izbranimi državami ASEAN za slovensko gospodarstvo. V prvem delu analiziramo stališča slovenskih podjetij glede morebitnih ovir pri poslovanju z državami ASEAN ter potencialnih priložnosti, ki jih prinašata sporazuma. V drugem delu pa s pomočjo globinskih intervjujev analiziramo določena stališča bolj podrobno.

### 5.1 Ovire in priložnosti sporazumov z izbranimi državami ASEAN z vidika slovenskih podjetij

V nadaljevanju predstavljamo rezultate ankete med slovenskimi podjetji, s pomočjo katere smo skušali ugotoviti, kakšna so stališča slovenskih podjetij do sporazumov o sodelovanju z izbranimi državami ASEAN.

#### 5.1.1 Opis metodologije in vzorca

Namen anketiranja je bil pridobiti širšo sliko predvsem o mnenju podjetij o pomenu teh trgov, o pomenu različnih trgovinskih ovir ter o potencialnih učinkih sproščanja ovir na teh trgih. Metodološko vprašalnik sledi izhodiščem vprašalnikov iz Damijan et al. (2015), Redek et al. (v Prašnikar in Redek, 2016) ter Damijan et al. (2018), ki smo jih na podlagi preteklih izkušenj z anketiranjem ustrezno spremenili.

**Razlogov za bistveno spremembo vprašalnika je bilo več.** V preteklih analizah smo uporabili obsežne vprašalnike, vendar pa so bili odzivi slabi. Podjetja so nasploh obremenjena z rednimi aktivnostmi, ki so vezane na njihovo poslovanje, zato so tovrstnim **anketam nenaklonjena**. Kot drugo težavo, ki smo jo identificirali v preteklih povezanih analizah, smo identificirali **(zelo) slabo poznavanje problematike**, sploh za trge, ki so za Slovenijo manj pomembni in so morda slovenska podjetja zato od njih odvisna predvsem posredno. Prav tako je problem (tudi v podjetjih, ki neposredno delujejo na teh trgih) **nepoznavanje teh trgov**. Zaradi nepoznavanja so rezultati slabi, podjetja prekinejo (sicer časovno za njih zamudno) izpolnjevanje. Podjetja so zaradi **časovnih omejitev** nasploh **nenaklonjena anketam**.

V skladu z zgornjimi ugotovitvami smo pripravili **fokusiran, skrajšan in prilagojen vprašalnik**, ki smo ga uskladili z naročnikom. Cilj je bil pripraviti čim krajši vprašalnik, ki pa bo še vedno zajel ključne vidike. Vprašalnik se je zato osredotočil na:

- Ciljne trge nasploh (vse, ne le izbranih ASEAN) po pomenu;
- Morebitno prisotnost podjetja na trgih držav ASEAN;

Anketo smo izvajali med decembrom 2018 in januarjem 2019. Anketni vprašalnik je bil postavljen na portalu 1ka. Vabila smo poslali skupaj na 4 tisoč naslovov, ki smo jih pridobili iz SLOExport baze. Po dveh opomnikih smo anketiranje zaključili 20.1. 2019.

Na anketni vprašalnik je skupaj odgovorilo 264 podjetij. Velikostna struktura vzorca sicer ne ustreza velikostni strukturi slovenskih poslovnih subjektov nasploh, saj je med slovenskimi

poslovnimi subjekti kar 95 % podjetij mikro (0 do 9 zaposlenih), ki skupaj prispevajo približno 21 % vseh ustvarjenih prihodkov, sledijo mala podjetja (10-49 zaposlenih), ki jih je skupaj 3,7 %, prispevajo pa 20 % prihodkov. Srednja podjetja (50-249 zaposlenih) predstavljajo 1 % vseh podjetij, prispevajo pa četrtno dodane vrednosti, velika podjetja, ki jih je samo 0,2 % (okoli 400 podjetij, pa prispevajo tretjino vseh prihodkov in zaposlenosti (SURS, 2019).

Podatki o strukturi podjetij v zunanji trgovini kažejo, da vrednostno ustvarijo kar 40% vse menjave (izvoz in uvoz skupaj) velika podjetja, čeprav jih je po številu tako v izvozu kot tudi v uvozu najmanj, 0,9% med vsemi izvoznimi in 0,5 % med vsemi uvoznimi podjetji. Srednja podjetja prispevajo vrednostno 21% vse menjave, predstavljajo pa 3,4 oziroma 2,1 % vseh podjetij v izvozu/uvozu (Tabela 17).

**Tabela 17: Velikostna struktura podjetij v mednarodni menjavi ter prispevek posameznega velikostnega razreda k celotni menjavi (v 1000 €), 2017**

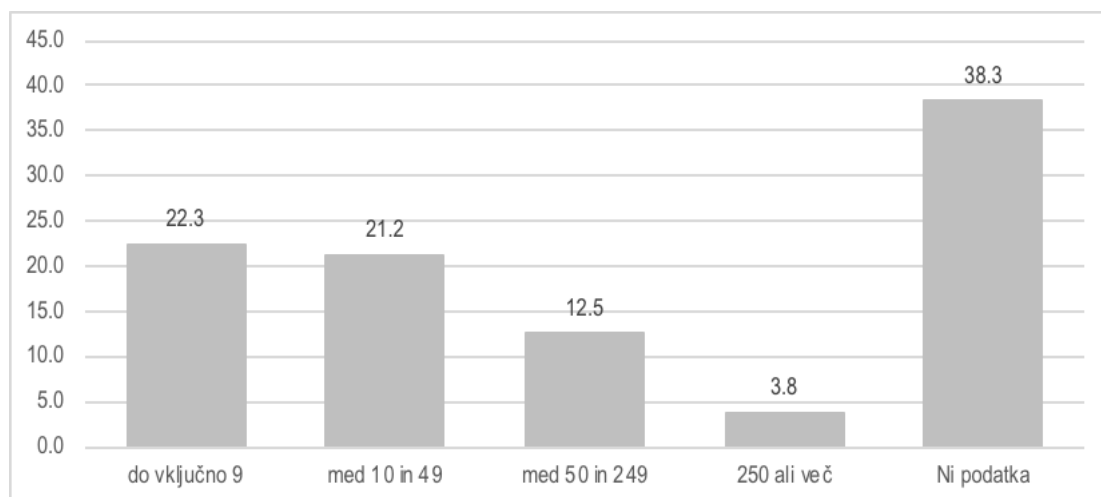
	Vrednost v 1000 EUR				Število podjetij			
	Izvoz	Uvoz	Skupaj	%	Izvoz	%	Uvoz	%
Velikost podjetja - SKUPAJ	28,265,07	27,606,24	55,871,31	1.00	26,007	100.00	59,05	100.00
Mikro podjetja (0-9)	3,274,46	4,472,00	7,746,46	13.80	18,454	0.71	35,81	0.61
Mala podjetja (10-49)	3,260,35	4,883,22	8,143,62	14.50	3,137	0.12	5,11	0.09
Srednje velika podjetja (50-249)	5,707,55	6,205,57	11,913,16	21.30	893	0.03	1,25	0.02
Velika podjetja (250 in več)	12,707,88	9,878,15	22,586,03	40.40	226	0.01	30	0.01
Ni podatka	3,314,74	2,167,28	5,482,02	9.80	3,297	0.13	16,56	0.28

Vir podatkov: (SURS, 2019).

Respondenti ankete po svoji velikostni strukturi (

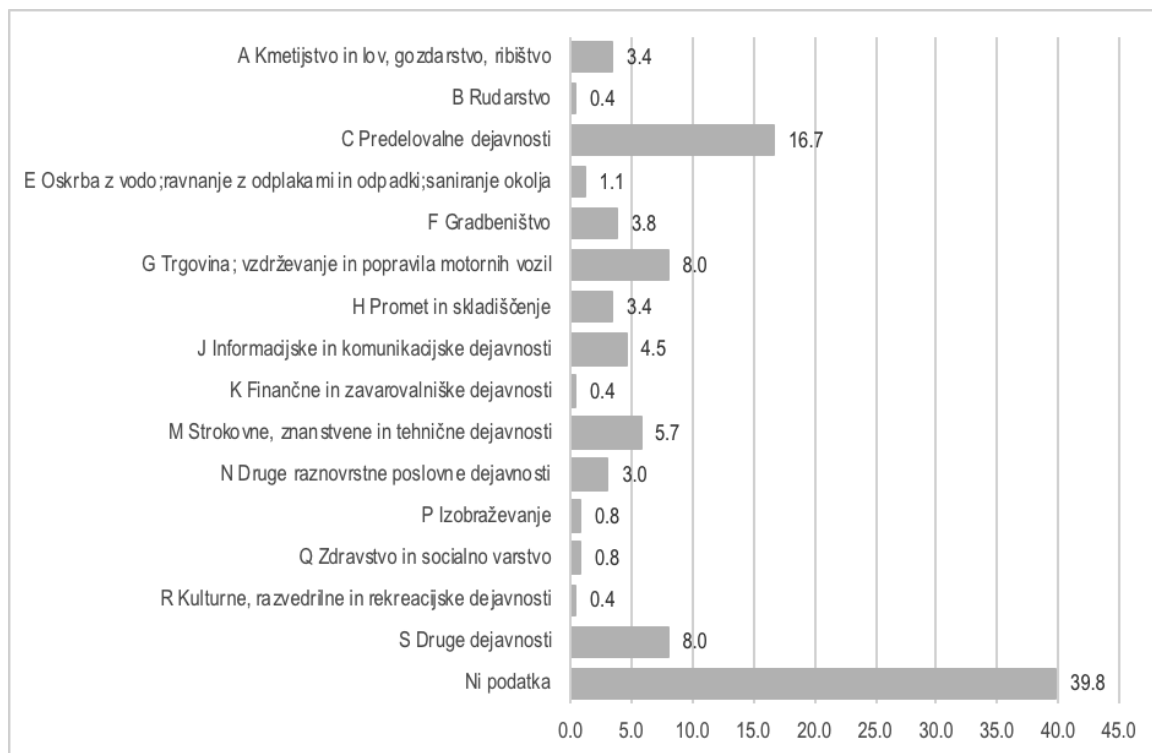
Slika 7) nekoliko odstopajo od tipične velikostne strukture v menjavi (Tabela 17). Večji je delež velikih podjetij, ki jih je v vzorcu slabe 4 %, večji je tudi delež srednjih podjetij (12,5 namesto 2-3 %), več je tudi majhnih podjetij, manj pa je mikro podjetij. Osemintrideset odstotkov podjetij ni podalo informacije o velikosti glede na število zaposlenih. Vendar pa upošteva še vrednostno strukturo v menjavi vzorec vseeno zajame velik del vse menjave. Upošteva podatke, mala, srednja in velika podjetja skupaj predstavljajo okoli 75 % vse vrednosti v menjavi, zato nekoliko večji delež večjih podjetij (in manjša pokritost mikro podjetij) ni zaskrbljujoč.

Slika 7: Struktura respondentov po velikosti



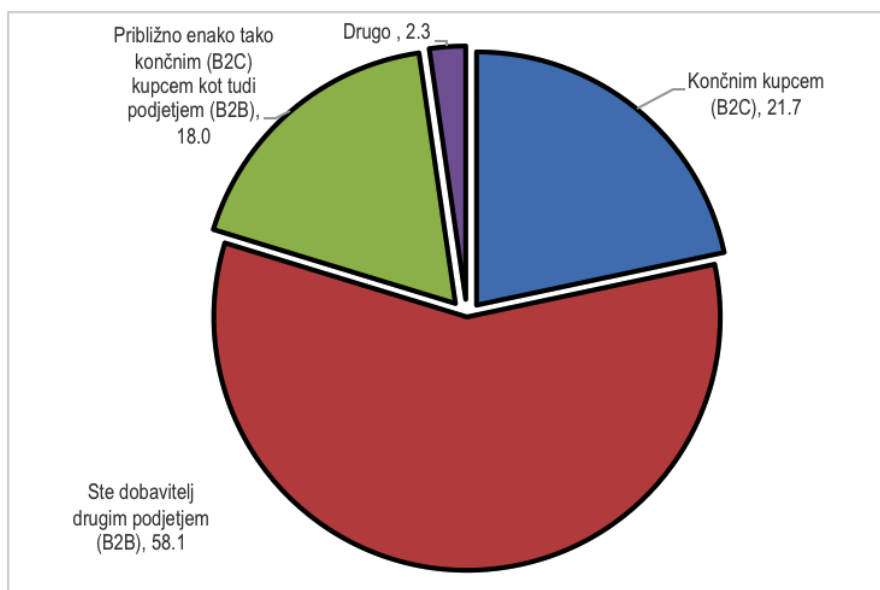
Slika 8 prikazuje panožno strukturo respondentov. Večina respondentov, ki so podali podatek o panogi, prihaja iz predelovalnih dejavnosti. Ta delež je s slabimi 17% sicer nekoliko manjši, kot je delež predelovalnih dejavnosti v BDP (okoli 20%, podatki SURS, 2018), nekoliko manj je tudi podjetij s področja trgovine (8 v primerjavi z 10%) ter gradbeništva (ki je tipično bolj vezano na domači trg).

Slika 8: Struktura vzorca po panogah





**Slika 9 :Struktura podjetij glede na tip proizvoda, ki ga prodajajo \***



\* N=217

Respondenti so večinoma del proizvodnih verig kot vmesni člen, skoraj 60 % jih je dobaviteljev drugim podjetjem. Približno 20 % jih prodaja končnim kupcem, nekaj manj pa tako končnim kupcem kot tudi drugim podjetjem.

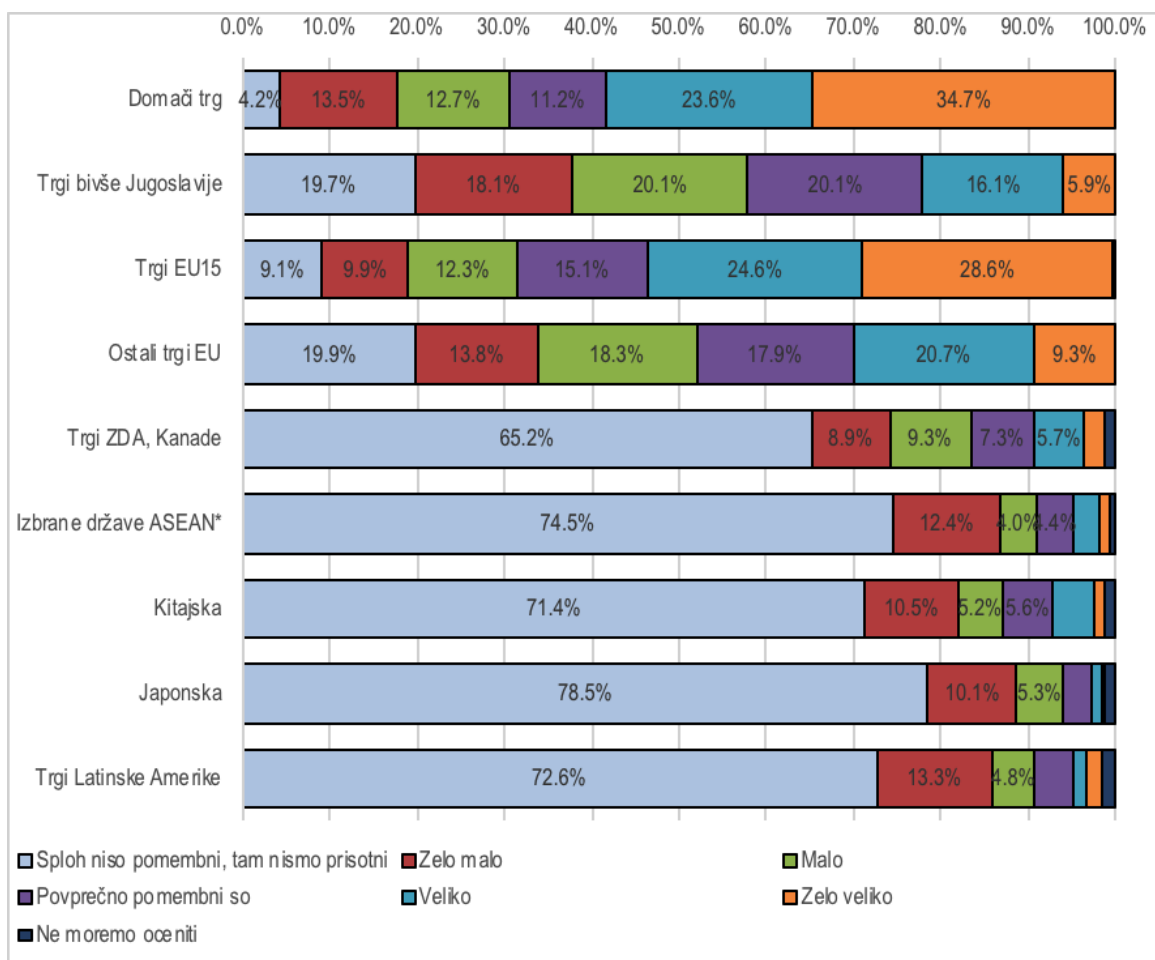
Respondenti, ki so prisotni na trgih izbranih držav ASEAN kot izvozniki, so bili v večji meri dobavitelji drugim podjetjem, približno 60 % podjetij, ki so bila zelo malo ali malo ali srednje prisotna na teh trgih, je bilo dobaviteljev. Podjetij, ki so jim ti trgi pomembni ali zelo pomembni, pa je bilo premalo (5 oziroma po 1 podjetje) za smiselno nadaljnjo delitev.

### 5.1.2 Pomen izbranih držav ASEAN kot trgov za slovenska podjetja

Slika 10 in

Slika 11 prikazujeta, kako močno so podjetja respondenti prisotna na določenih trgih. Podjetja prodajajo svoje izdelke predvsem na domačem in evropskem trgu. Več kot 55 % respondentov veliko ali zelo veliko proda na domačem trgu. Zgolj malenkost manj pomembni so trgi EU 15, saj te trge kot trge, ki so zelo pomembni ali pa pomembni, označuje okoli 53 % vseh respondentov. Ostali trgi EU so manj pomembni, okoli 40 % podjetij pravi, da so pomembni ali zelo pomembni. Le nekaj več kot 20 % slovenskih podjetij trdi, da so trgi bivše Jugoslavije kot prodajni trgi zelo pomembni ali pomembni. Bolj oddaljeni trgi so za večino slovenskih podjetij (za 65 % ali več) nepomembni, ker tam niso prisotni. Med bolj oddaljenimi trgi sta sicer kot prodajna trga najbolj pomembna trga ZDA in Kanade, sledi Kitajska. Izrazi? trgi držav ASEAN so pomembni ali zelo pomembni za skupaj 4 % respondentov. Rezultati ne presenečajo – tudi po agregatnih statističnih podatkih so najbolj pomembne države, v katere slovenska podjetja izvažajo svoje izdelke in storitve, države EU15, predvsem Nemčija, Avstrija, Italija in še nekatere.

**Slika 10: Pomen posameznih trgov kot prodajnih trgov: Odstotek podjetij, ki so izbrala določen pomen trga glede na prisotnost na trgu \*\***



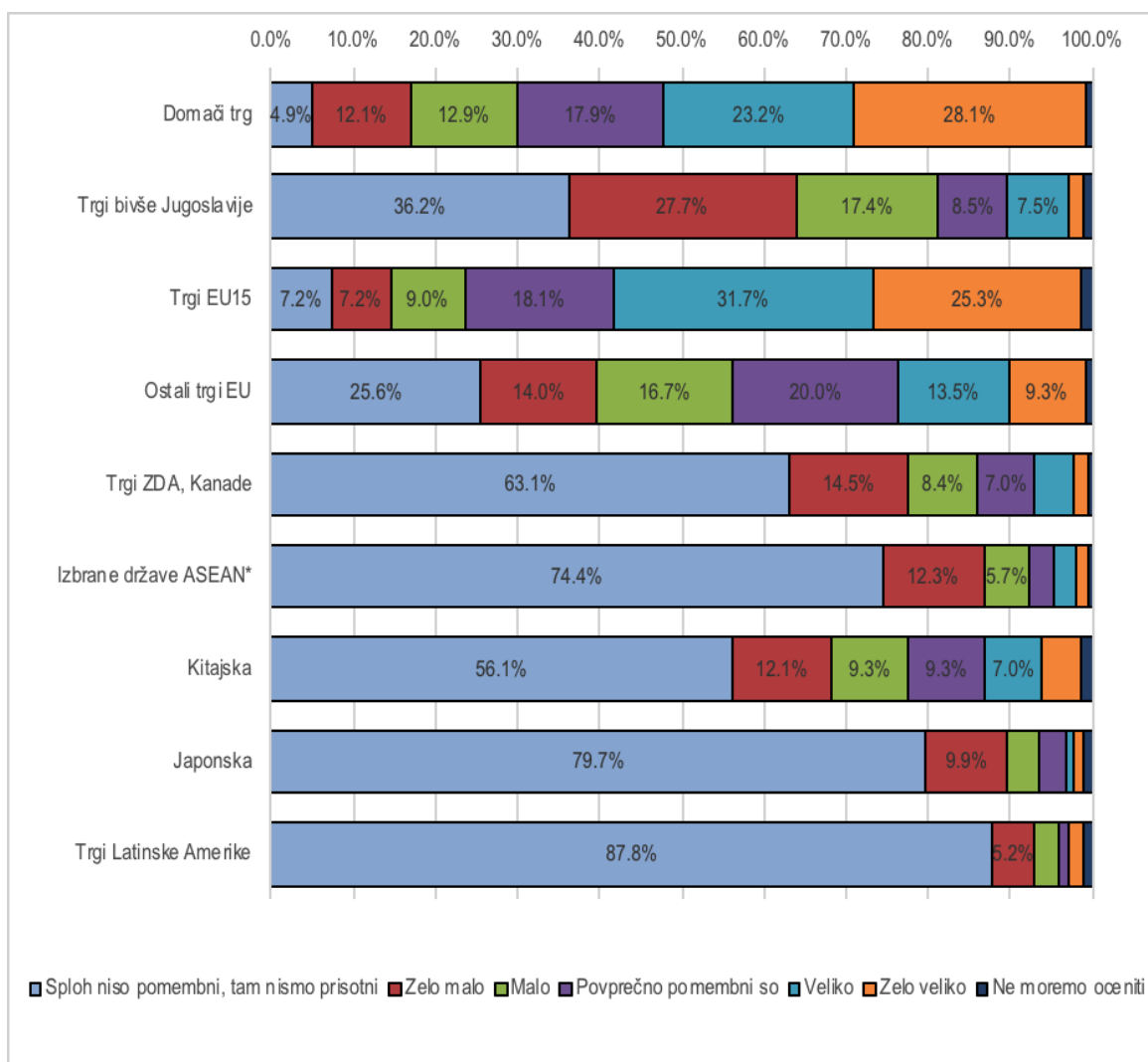
\*Izbrane države ASEAN: Singapur, Malezija, Vietnam, Tajsko, Filipini, Indonezija

\*\*N=247-259 (na posamezno podvprašanje je odgovorilo med 247 in 259 podjetij)

Podjetja respondenti so aktivna na tujih trgih tudi na uvozni strani (

Slika 11). Kot nabavni trgi so za respondente najbolj pomembni trgi EU 15, za katere kar 57 % respondentov pravi, da so pomembni ali zelo pomembni. Po pomenu kot nabavni trg sicer sledi domači trg, ki ga kot za zelo pomembnega ali pomembnega omenja dobrih 52 % respondentov. Po pomenu nato sledijo ostali trgi EU ter trgi držav bivše Jugoslavije. Med oddaljenimi trgi je tokrat Kitajska pred ZDA in Kanado. Izbrane države ASEAN so za skoraj tri četrtine podjetij nepomembne, respondenti teh trgov kot na nabavnih trgih niso prisotni. Samo dobre 4 odstotke respondentov meni, da so pomembni ali zelo pomembni kot nabavni trgi. Te ugotovitve ne presenečajo. Tekom kvalitativnih intervjujev (v nadaljevanju teksta) smo ugotovili, da so ti trgi za slovenska podjetja preveč oddaljeni tudi na nabavni strani (npr. dejavnost trgovine) za neposredno sodelovanje z njimi, poleg tega imajo številni dobavitelji iz teh držav predstavnštva v Evropi ali pa preko lokalnih dobaviteljev prodajajo ostalim distributerjem.

**Slika 11: Pomen posameznih trgov kot nabavnih trgov: Odstotek podjetij, ki so izbrala določen pomen \*\***



\*Izbrane države ASEAN: Singapur, Malezija, Vietnam, Tajsko, Filipini, Indonezija

\*\*N=247-259 (na posamezno podvprašanje je odgovorilo med 247 in 259 podjetij)

Podatki o relativnem pomenu posameznih trgov so skladni s pričakovanji. Uradni statistični podatki kažejo, da Slovenija največ, skupaj dobrih 52 % vsega izvoza izvozi v Nemčijo, Italijo, Hrvaško, Avstrijo, Francijo. Iz teh držav tudi največ uvozi, skupaj dobrih 55 % vsega uvoza. Izbrane države ASEAN (Tajska, Malezija, Indonezija, Vietnam, Singapur in Filipini) skupaj predstavljajo približno 0.4 % vsega izvoza ter tudi približno toliko uvoza. Kitajska je daleč najpomembnejša partnerica na vzhodu, saj predstavlja 1 % izvoza in 3 % uvoza (SURS, 2019).

Tabela 18: Vrednost in struktura (v %) slovenskega izvoza in uvoza po državah

	Izvoz	Uvoz	Izvoz (%)	Uvoz (%)
Države - SKUPAJ	28,265,070	27,606,242	100.0	100.0
DE Nemčija	5,703,864	5,253,180	20.2	19.0
IT Italija	3,252,537	4,341,277	11.5	15.7
HR Hrvaška	2,256,618	1,507,453	8.0	5.5
AT Avstrija	2,169,970	2,939,083	7.7	10.6
FR Francija	1,579,314	1,180,495	5.6	4.3
PL Poljska	868,262	813,219	3.1	2.9
XS Srbija	842,133	500,876	3.0	1.8
RU Ruska federacija	838,788	294,106	3.0	1.1
HU Madžarska	767,192	1,071,331	2.7	3.9
BA Bosna in Hercegovina	732,481	517,574	2.6	1.9
CZ Češka republika	685,082	721,941	2.4	2.6
US Združene države	559,508	380,867	2.0	1.4
ES Španija	554,443	504,057	2.0	1.8
GB Združeno kraljestvo	539,182	382,679	1.9	1.4
NL Nizozemska	529,995	914,773	1.9	3.3
Skupaj izbrane države ASEAN	131,935	136,202	0.5	0.5
TH Tajska	28,733	32,096	0.1	0.1
MY Malezija	19,566	9,897	0.1	0.0
ID Indonezija	10,575	61,566	0.0	0.2
VN Vietnam	32,055	19,478	0.1	0.1
SG Singapur	26,453	6,543	0.1	0.0
PH Filipini	14,553	6,622	0.1	0.0

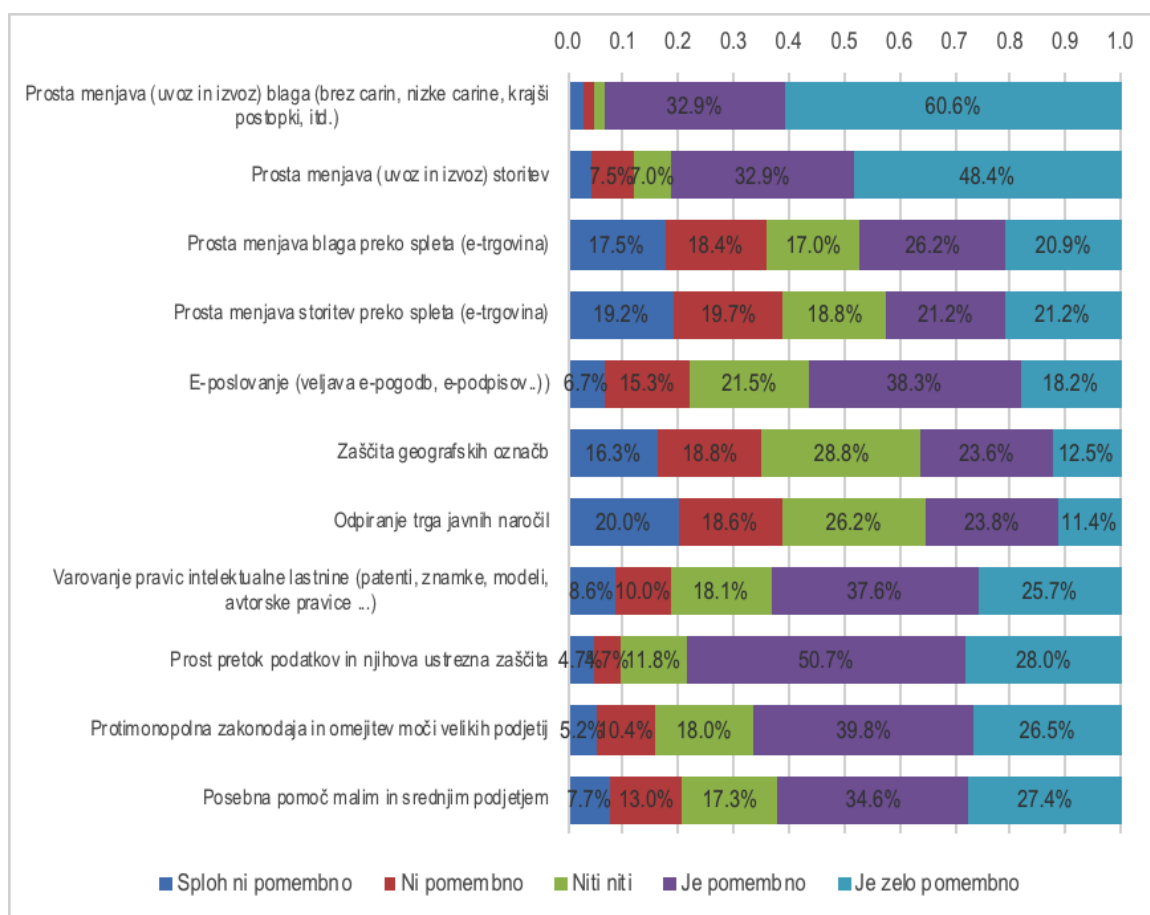
Vir: (SURS, 2019)

### 5.1.3 Pomen posameznih dejavnikov, ki vplivajo na mednarodne trgovinske tokove

V procesu mednarodne menjave kot ovire lahko delujejo številni dejavniki, od trgovinskih omejitev kot so na primer carine, kvote, preko regulative, administrativnih postopkov, zaščite pravic intelektualne lastnine, varstvo pogodbenih pravic, do na primer specifičnih dejavnikov, ki so pomembna za manjša podjetja, posebne proizvode, itd.

Podjetja kot najbolj pomemben dejavnik omenjajo prosto menjavo blaga in storitev, kar vključuje carine, postopke, itd.). Po pomenu sicer sledijo prost pretok podatkov in njihova zaščita, varovanje pravic intelektualne lastnine, podpore majhnim in zaščita pred močjo velikih podjetij (Slika 12). Pomembno je tudi e-poslovanje (veljavnost pogodb in podpisov), e-trgovina blaga in storitev. Vseeno pa po pomenu najbolj izstopa »prosta trgovina«, kar je pričakovano, saj je na eni strani veliko trgovine z blagom, na drugi strani pa so številni drugi dejavniki (od e-pogodb, podpisov, spodbud, varovanja pravic intelektualne lastnine, itd.) vezani na samo trgovino z blagom in storitvami in se pojavljajo kot dodaten dejavnik.

Slika 12: Pomen posameznih dejavnikov pri mednarodnem poslovanju\*



\*N=208-2016

Podjetja so imela sicer možnost navesti še druge dejavnike, vendar so to možnost izkoristila zgolj 4 podjetja, ki so navedla še cene surovin, željo po tem, da ne bi bilo carinskih

postopkov, težave s poreklom blaga ter kvaliteto storitev (pojasnila niso podali). Če te ugotovitve nekoliko dopolnimo z ugotovitvami iz intervjujev (ki jih podajamo sicer tudi posebej), podjetja za analizirane države v smislu ovir navedejo zanimive podrobnosti. Tako lahko omenimo, da je eno od podjetij razložilo, da je imelo težave s poreklom blaga, ki ni bilo iz ene od držav ASEAN (kot bi moralo biti glede na navedbe v dokumentaciji), pač pa iz Kitajske. Podjetja sama ne sodelujejo pri pripravi dokumentacije v državi izvora (carinski postopki), kar se je v tem primeru izkazalo za težavo. Številna podjetja pa so omenila, da so poslovni običaji v državah ASEAN drugačni, da se jih je treba navaditi, da je (za določene panoge) zelo pomembna vloga države.

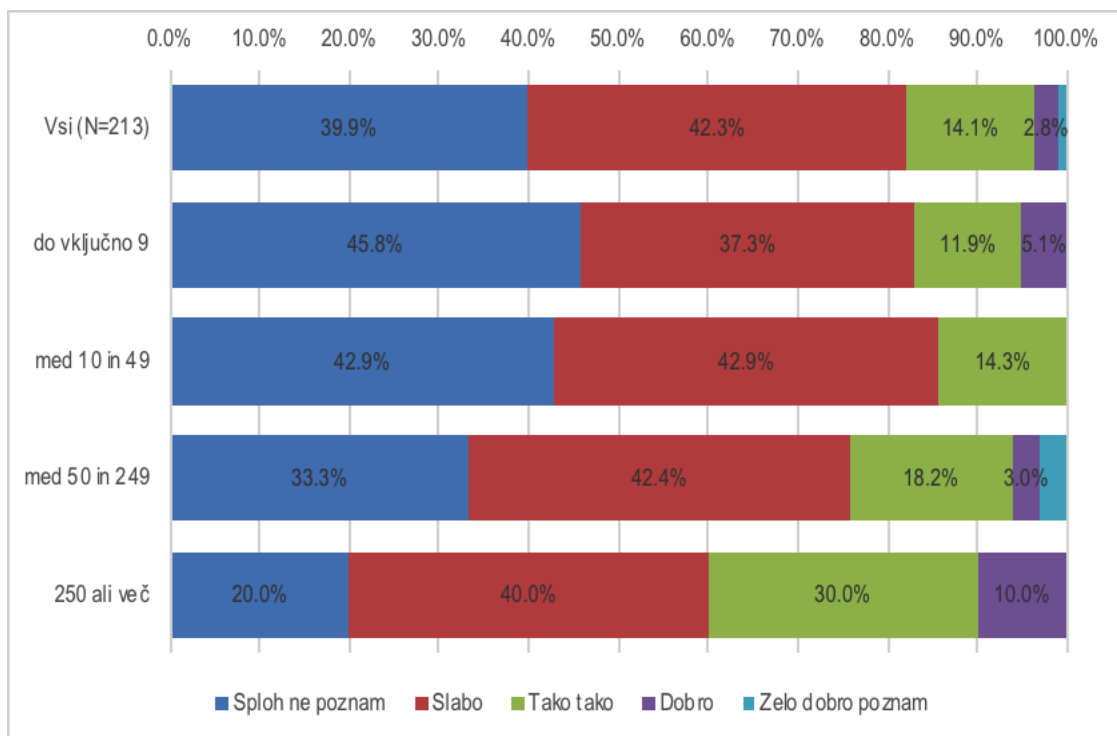
Rezultati ankete so skladni s pričakovanji. Glede na naravo trgovine s temi državami je bilo vsekakor možno pričakovati, da bodo klasične ovire najpomembnejše. Analiza pomena ovir po velikosti ni pokazala značilnih razlik med velikostnimi razredi pri menjavi blaga, pri menjavi storitev ali e-trgovini z blagom ter so ovire pomembnejše za manjša podjetja, manjša podjetja seveda tudi statistično kot bolj pomembno ocenjujejo pomoč in podporo, ki jo lahko prejmejo. Obstoje statistično značilnih razlik smo preverili tudi glede na panogo, pri čemer smo zaradi majhnega števila podjetij v posameznih panogah vsa podjetja razdelili v dve skupini (predelovalne dejavnosti – panoga C in ostale). V panogi predelovalnih dejavnosti je bilo 44 podjetij, 115 pa je bilo ostalih panog. Za 105 podjetij podatka ni bilo. Analiza nikjer ni pokazala statistično značilnih razlik.

#### **5.1.4 Analiza morebitnih učinkov sporazumov z izbranimi državami ASEAN po mnenju podjetij**

Pretekle analize učinkov sporazumov z različnimi državami (Redek & Oblak, 2016 za TTP), Damijan et al., 2018, 2014) so pokazale, da je poznavanje sporazumov slabo in da je tudi zanimanje podjetij za podrobnosti sporazumov in analiza morebitnih učinkov šibko. Podobno ugotavljamo tudi sedaj skozi analizo ankete (kot tudi skozi analizo poglobljenih intervjujev s podjetji in drugimi deležniki). Zaradi slabega poznavanja sporazumov in šibkega interesa za sodelovanje v anketi smo tokrat vprašalnik precej skrajšali ter tako skušali zagotoviti boljšo odzivnost in večjo pozornost ter kvaliteto pri odgovorih na vprašanj. Odgovore o poznavanju pogajanj in sporazumov prikazuje Slika 13.



**Slika 13: Kako dobro poznate pogajanja in sporazume z izbranimi državami ASEAN?  
Odstotek respondentov, ki je izbral določen odgovor\***



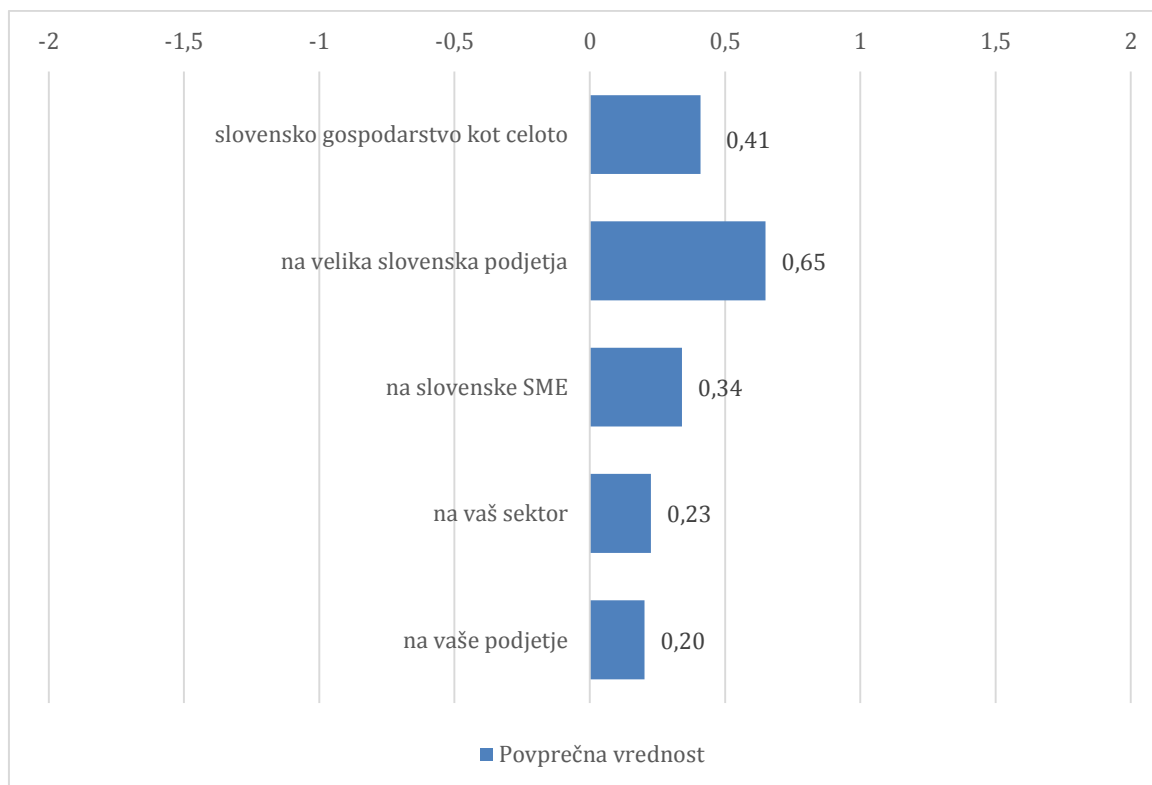
\*Delitev po velikosti prikazuje presek odgovorov glede na velikost podjetja. Ker je bilo vprašanje o velikosti na koncu, je bilo odgovorov o velikosti samo 157, medtem ko je bilo vseh odgovorov podjetij na to vprašanje 213. Samo 157 pa smo jih lahko kategorizirali.

Kot kažejo rezultati (Slika 13), je poznavanje pogajanj in sporazumov zelo slabo. V celoti 72 % respondentov sploh ne pozna ali pa slabo pozna pogajanja / sporazume. Poznavanje vsebine se izboljšuje z velikostjo podjetja, vendar pa je tudi med velikimi podjetji 60 % takih podjetij, ki sploh ne poznajo ali pa slabo poznajo sporazume/ pogajanja. Primerjava podjetij po panogah (predelovalne dejavnosti in ostale) ni pokazala značilnih razlik, v obeh primerih velika večina podjetij sploh ne pozna ali slabo pozna pogajanja. Glede na pomen teh trgov oziroma obseg menjave slovenskih podjetij s temi trgi, pomanjkanje poznavanja (verjetno zaradi pomanjkanja zanimanja) ne preseneča. Tudi poglobljeni intervjuji so pokazali, da podjetja ne spremljajo teh pogajanj.

Podjetja pričakujejo od sporazumov blago pozitiven vpliv. Podjetja smo prosili, da ocenijo vpliv na petstopenjski lestvici od -2 do 2, pri čemer je bilo -2 zelo negativen vpliv, 0 »ni vpliva«, 2 pa »zelo pozitiven vpliv«. Podjetja so večinoma mnenja, da vpliva ne bo, v povprečju se pričakovanje blago nagiba v smer pozitivnega vpliva (povprečna vrednost 0,4). Nekoliko bolj izrazito pozitiven vpliv se pričakuje za velika podjetja, kjer je povprečna vrednost ravno med »ne bo vpliva« in »pozitiven vpliv«, praktično brez vpliva pa naj bi bili sporazumi po pričakovanjih slovenskih podjetij na mala podjetja, podobno so bila mnenja podjetij glede vpliva na sektor ter na podjetja (respondente) (

Slika 14). Tudi frekvenčna porazdelitev pokaže, da se odgovori gostijo v vseh primerih, sploh pa zadnjih dveh okoli odgovora »ne bo vpliva«. To je glede na pomen trga pričakovano.

**Slika 14: Pričakovan vpliv sporazumov o prosti trgovini z izbranimi državami ASEAN**  
 \*(lestvica -2=zelo negativen vpliv, 0=ni vpliva, 2=zelo pozitiven vpliv)

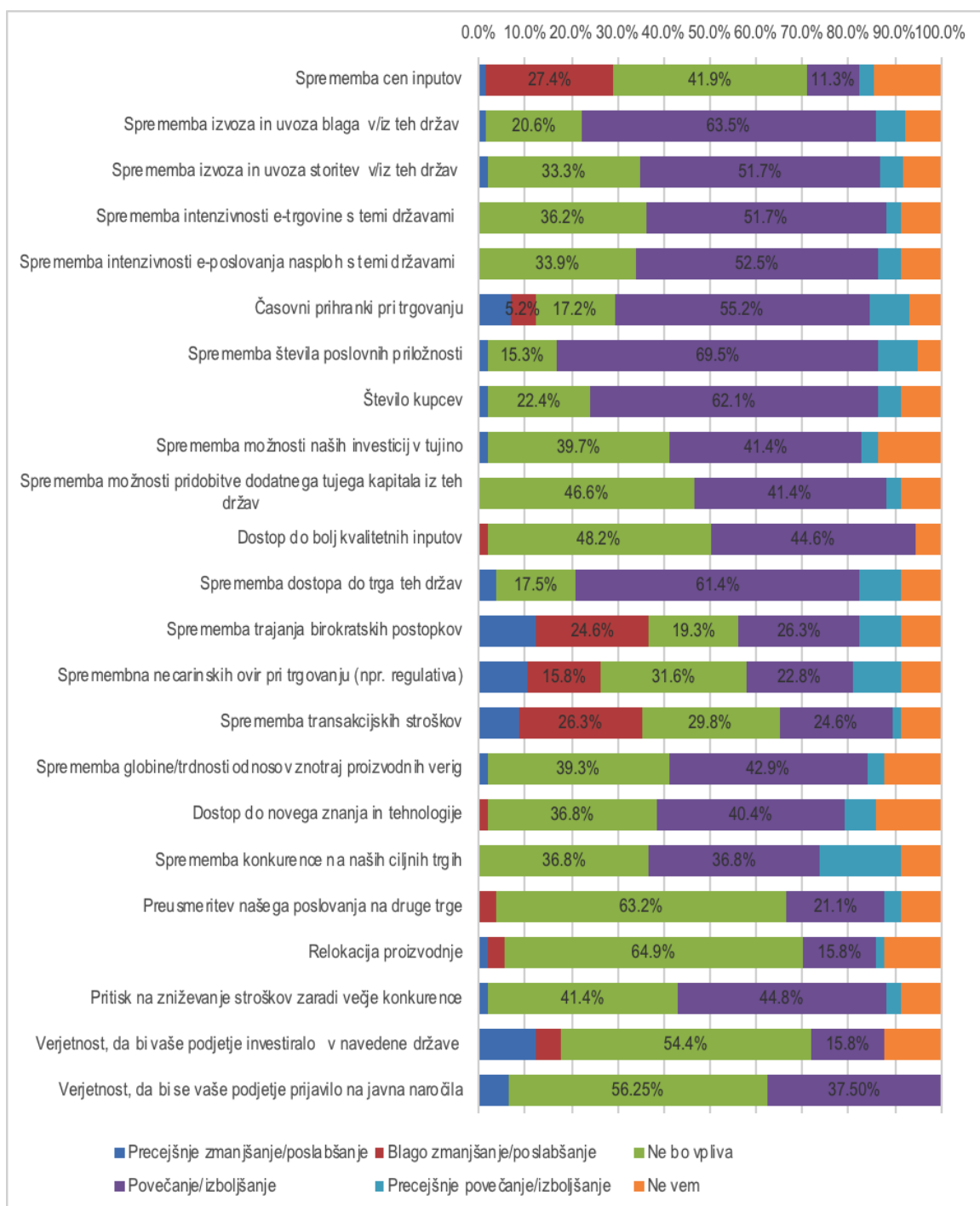


N=167-181

Podjetja, ki pričakujejo vpliv, v večini primerov pričakujejo vpliv zaradi posrednega ali neposrednega sodelovanja s temi trgi (40% vseh respondentov), 20,5 % respondentov pričakuje vpliv zaradi drugih razlogov (na primer cene surovin, kot je eno od podjetij navedlo v enem od prehodnih vprašanj), slabih 40 % pa vpliva ne pričakuje, večina (36,4 %) zaradi odsotnosti neposrednega ali posrednega stika s temi trgi.

Pričakovan vpliv sporazumov na podjetja, ki so ali na uvozni ali na izvozni strani prisotna na trgih izbranih držav, smo analizirali še bolj natančno .

**Slika 15: Pričakovan vpliv sporazumov z izbranimi državami ASEAN po mnenju podjetij, ki so na izvozni ali uvozni strani prisotna na teh trgih\***



\*N=56-63

Na teh trgih je prisotnih relativno malo respondentov. Za namen analize bolj specifičnih pričakovanih vplivov smo respondente razdelili glede na odgovore na vprašanja o pomenu posameznih trgov kot izvoznih ali nabavnih trgov. Večina tistih, ki so vsaj malo prisotni na teh trgih in so bili pripravljeni odgovoriti na to vprašanje, pričakuje na številnih vidikih izboljšanje. Tako se pričakuje povečanje menjave blaga in storitev s temi državami, povečanje e-trgovine in e-poslovanja, povečanje števila poslovnih priložnosti, števila kupcev,

dostopa do tehnologij, izboljšanje dostopa do trgov teh držav, itd. Povsod je precej močen delež tistih respondentov, ki vpliva ne pričakujejo, na določenih segmentih pa je bolj prisotno tudi pričakovano znižanje, predvsem pri cenah inputov, transakcijskih stroških, necarinskih ovirah in birokratskih postopkih. Rezultati so precej pričakovani in so skladni z rezultati, ki kažejo na nevtralen ali pozitiven pričakovan vpliv nasploh na gospodarstvo. Nekoliko presenečajo pesimistična pričakovanja glede birokratskih postopkov, transakcijskih stroškov, necarinskih ovir, kjer bi pričakovali večji delež tistih, ki bi pričakovali znižanje. Deloma so taki odgovori lahko posledica pomanjkanja razumevanja, pomanjkanja interesa in zato površnega izpolnjevanja ankete, lahko pa tudi posledica poznavanja teh trgov. Podjetja so namreč v intervjujih pogosto omenjala specifično poslovno kulturo, problem vzpostavljanja zaupanja, jezikovne težave, tudi vlogo državnih institucij kot tiste dejavnike, ki predstavljajo ovire. Teh sporazumi seveda ne morejo (hitro) spremeniti. Pri javnih naročilih prav tako večina podjetij ne pričakuje sprememb. Kot se je pokazalo tekom poglobljenega intervjuja z enim od podjetij, ki že sodeluje na javnih naročilih, so pri teh bolj problematične specifične zahteve, ki so vezane na proizvod oziroma panožno regulativo.

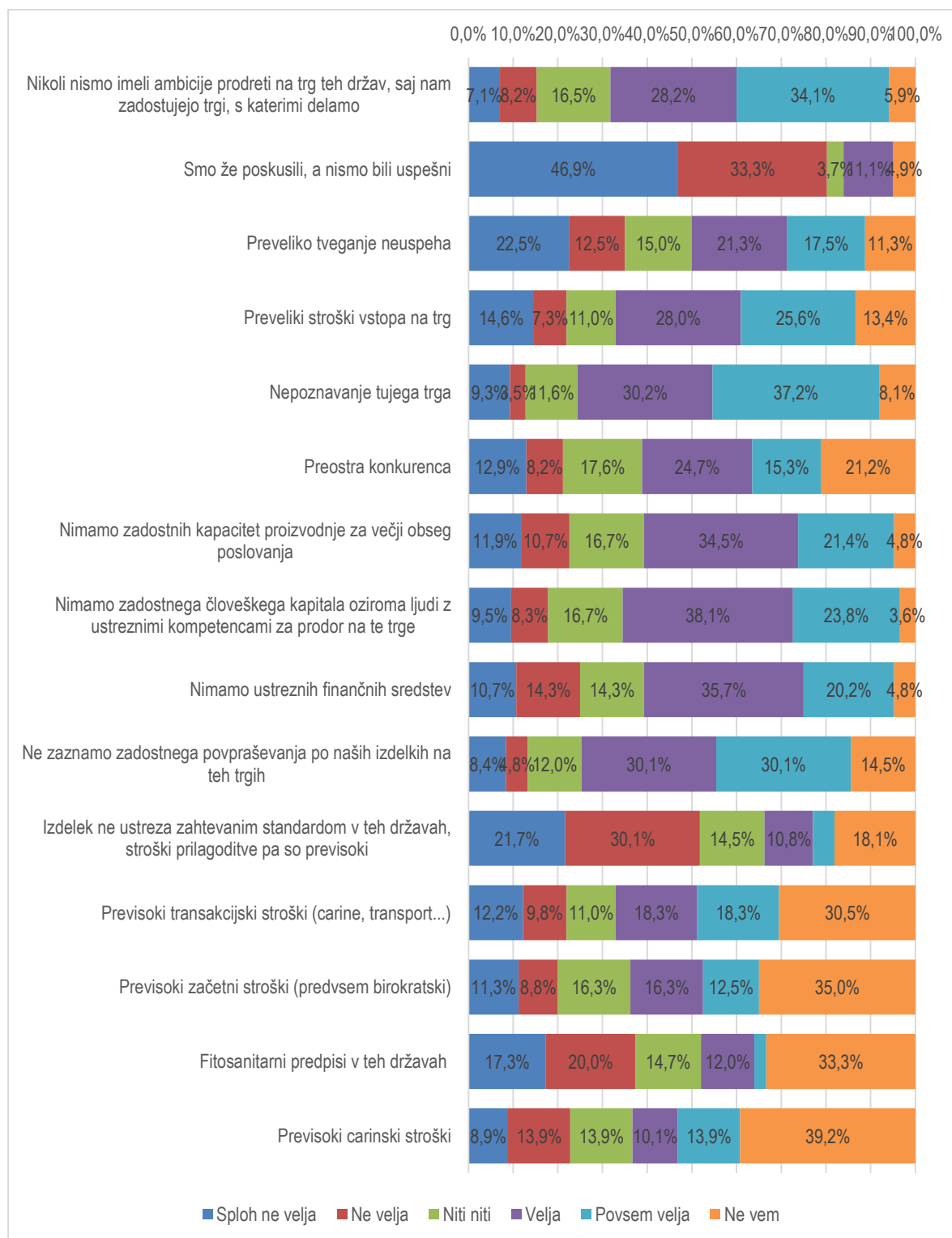
Podjetja, ki niso prisotna na teh trgih (ne na uvozni ne izvozni strani) smo najprej vprašali, zakaj niso prisotna na teh trgih (

Slika 16). Večina podjetij navaja pričakovane razloge, med katerimi izstopajo po pomenu (veljajo ali povsem veljajo za 50-60% respondentov) pomanjkanje ambicije za prodor na te trge, saj jim zadostujejo obstoječi trgi, nepoznavanje tujega trga, pomanjkanje kapacitet in sredstev (proizvodnih kapacitet, človeškega kapitala in financ), pa seveda tudi visoki stroški vstopa ob prevelikem tveganju za neuspeh. Ob tem lahko poudarimo, da se je skozi intervjuje pokazalo, da podjetja in predstavniki združenj za namene spoznavanja trgov cenijo aktivnosti ministrstev, SPIRIT-a in zbornice, saj je prvi stik lažje vzpostaviti ob organiziranih aktivnostih ali obiskih. Vendar pa je bila zaznana tudi kritika politik države. Zaželena bi bila strateška usmeritev na določen trg in nato sistematično (večkratno) ponavljanje ali nadgrajevanje aktivnosti za podporo spoznavanja in prodora na trg. Enkratna aktivnost ali obisk ni dovolj. Ob tem je bilo podano tudi priznanje, da tudi podjetja morda preveč pričakujejo od enega (prvega) obiska, ker ta pogosto še ne pripelje do posla (tudi zaradi kulturnih značilnosti in značilnosti poslovnega okolja).

Podjetja, ki niso prisotna na teh trgih, smo vprašali tudi, ali bi v primeru sprejema sporazuma vstopili na trge teh držav. Skoraj 70 % podjetij ne bi bilo pripravljenih vstopiti na nov trg navkljub veljavnosti sporazumov. Rezultat je pričakovan zaradi oddaljenosti in nepoznavanja trga ter ostalih razlogov, ki so jih podjetja navedla (

Slika 16). Podjetja so kot druge razloge navedla pomen smisla vstopa z vidika posla, pomanjkanje interesa v podjetju za te trge in pa tudi to, da v podjetju o tem še niso razmišljali.

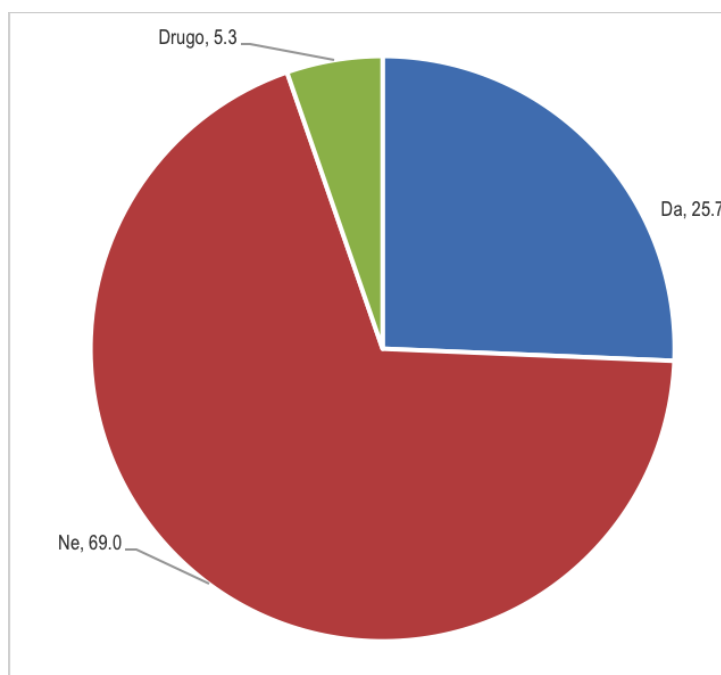
Slika 16: Razlogi za neprisotnost na trgih izbranih držav ASEAN\*



\*N=75-85

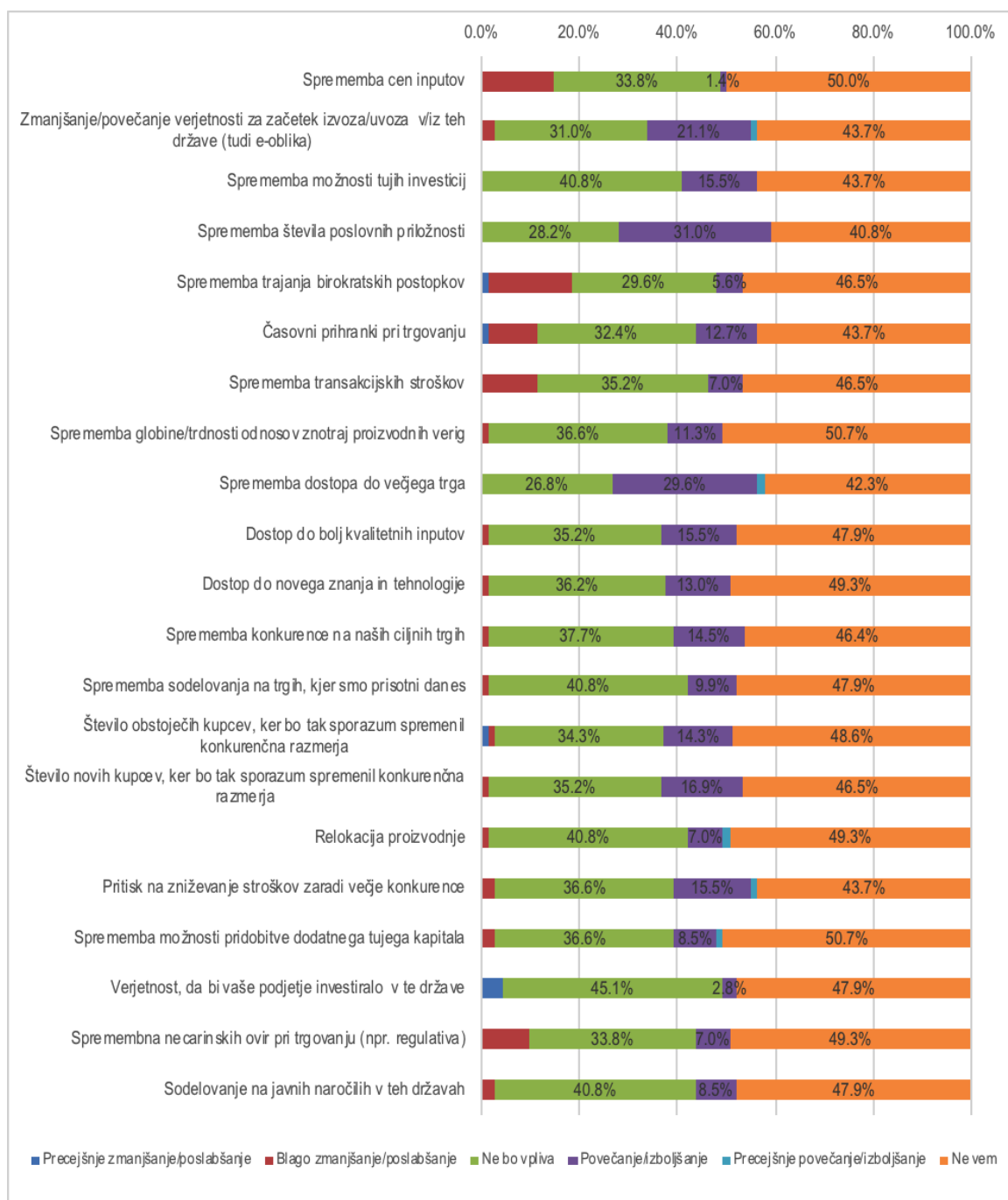


**Slika 17: Interes podjetij za vstop na trge izbranih držav ASEAN zaradi veljavnosti sporazumov**



Tudi podjetja, ki sicer niso prisotna na teh trgih, smo vprašali, kako bi po njihovem mnenju sporazumi lahko vplivali na izbrane vidike, ki se lahko dotikajo tudi njihovega poslovanja. Med 40 in 50 % podjetij se ne zna opredeliti do večine kategorij. Bolj optimistični so pri dostopu do trga in pa številu poslovnih priložnosti, kjer bolj izrazito pričakujejo povečanje (okoli 30 % respondentov), bolj izrazito je tudi pričakovanje o skrajšanju birokratskih postopkov in transakcijskih stroškov. Vprašanja o e-poslovanju nismo vključili, saj je vezano na obstoječe poslovanje (postopki, pogodbe). E-trgovina je vključena v siceršnji začetek poslovanja na teh trgih.

**Slika 18: Kako menite, da bodo sporazumi in njihova uporaba vplivala na naslednje kategorije, ki se lahko dotikajo vašega poslovanja. Se bo stanje izboljšalo ali poslabšalo?**



N=69-74

## 5.2 Kvalitativna analiza učinkov sporazumov z izbranimi državami ASEAN

Pregled statističnih podatkov, rezultati makroekonomskih simulacij ter rezultati anket med podjetji o morebitnih učinkih sporazumov EU z izbranimi državami ASEAN kažejo na to, da bodo učinki zelo majhni, saj so ti trgi za slovenska razmeroma nepomembni, skupaj predstavljajo manj kot 0.5 % uvoza in prav toliko izvoza.

Statistični podatki, GTAP simulacije ter analiza anketnih podatkov prikazujejo pregled stanja in pa simulacijo možnih učinkov, vendar pa ne podajo poglobljenega vpogleda v razloge. V nadaljevanju predstavljamo rezultate kvalitativne analize mnenj slovenskih podjetij o morebitnih učinkih sporazumov na poslovanje podjetij, pridobljene s pomočjo globinskih intervjujev. Sogovorniki so izbrani tako, da lahko pridobimo informacije o vseh najpomembnejših sektorjih v trgovini s trgi analiziranih držav.

### 5.2.1 Opis metodologije

Temeljna razlika med kvantitativnim in kvalitativnim raziskovanjem je v namenu in cilju raziskave. Kvantitativne metode skušajo kvantificirati določen problem, medtem ko je temeljni namen kvalitativnega raziskovanja predvsem eksploratorni, torej poglobljena analiza, razumevanje razlogov, trendov. Kvalitativno raziskovanje nasploh skuša zajeti značilnosti procesov ali dogodkov v njihovem okolju ter jih skuša znotraj tega konteksta tudi razumeti (Denzin in Lincoln, 2005, v (Redek et al., 2017) in (Damijan, Kostevc, & Redek, 2018)). Tipično taka metodologija zajema nestrukturiran ali pol-strukturirane metode intervjujev, dela s fokusnimi skupinami, opazovanja, itd. (DeFranzo, 2011).

V analizi smo se odločili za metodo poglobljenega intervjuja, ki je ena od metod kvalitativnega raziskovanja. S pomočjo pol-strukturiranega poglobljenega intervjuja smo želeli pridobiti natančen vpogled v izkušnje in mnenja posameznih podjetij in predstavnikov interesnih združenj. Takšna metoda raziskovanja bi omogočila pridobivanje bolj poglobljenega vpogleda v mnenja posameznih podjetij iz posameznih panog, zajeti njihove izkušnje na ciljnih trgih, stališča, probleme, ki jih zaznavajo v procesu trgovine z državami ASEAN ter tako podati dodatno osvetlitev rezultatom iz anket.

Strukturo pol-strukturiranega poglobljenega intervjuja okvirno določi vnaprej raziskovalec. Na podlagi ciljev analize ter na podlagi predhodnih izkušenj dela smo določili okvirna vprašanja oziroma teme pogovora, ki so se tekom pogovora v odvisnosti od različnih dejavnikov (predvsem izkušenj podjetja in značilnosti podjetja ustrezno dopolnjevala oziroma smo konkretno izvedbo intervjuja prilagodili naravi pogovora, sogovorniku, izkušnjam (različni trgi), pomenu in vlogi problematike pogovora za samega sogovornika. Vprašanja so odprta in tako omogočajo sogovorniku razlago izkušenj, kar je tudi cilj zbiranja podatkov. Vprašanja smo dopolnjevali predvsem glede na izkušnje sogovornikov ter glede na morebitno pojavljene nove vidike, tematike, ki so jih omenila druga podjetja iz panoge ali druga podjetja nasploh.

Eden od temeljnih izzivov kvalitativnega raziskovalnega intervjuja je določanje števila sogovornikov. To vprašanje je v literaturi statističnega raziskovanja precej odprto, kar je

svojevrsten izziv. Statistična literatura navaja kot temeljni princip zadoščanja pogoja o ustreznem številu intervjuvancev zahtevo po saturaciji. Saturacija pomeni, da s pomočjo dodatnih intervjujev več ne prihajamo do novih informacij (v (Damijan et al., 2018)). Literatura navaja več smernic, kako lahko raziskovalci ugotovijo, da so dosegli saturacijo, pri čemer so glavni dejavniki odločitve (npr. kot navajajo Malterud, Siersma, & Dorrit Guassora, 2015):

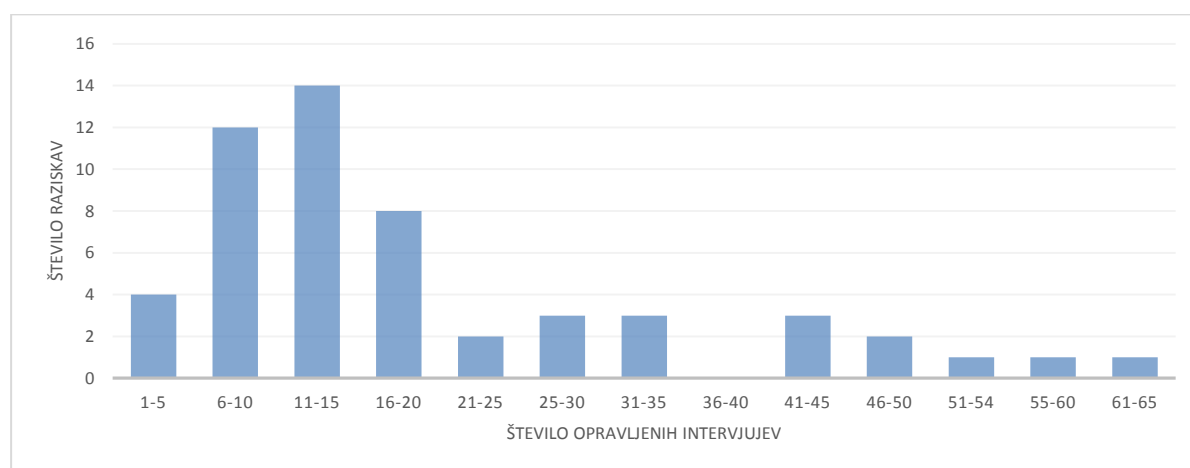
- 1) cilj raziskave;
- 2) značilnosti vzorca;
- 3) kvaliteta (globina) pogovorov;
- 4) analitična strategija.

Drugi avtorji navajajo še številne druge kriterije, med katerimi se pojavljajo naslednji (povzeto iz (Damijan et al., 2018)):

- načini vzorčenja in homogenost skupine;
- zahtevnost (kompleksnost) intervjujev;
- občutek raziskovalca (bolj izkušeni hitreje dobijo pravilen občutek o saturaciji);
- zagotovitev doseganja ciljev raziskave.

Konkretnih smernic o ciljem številu intervjujev zaradi specifičnosti vsake raziskave in pa zato zelo različnih pogojev za doseg saturacije ni, je pa v literaturi možno zaslediti smernice, da jih naj bo najmanj 5, da je okvirno število okoli 12, 15, itd. Zelo širok razpon »ustreznega vzorca« oziroma velikosti, ki bo zagotovila saturacijo, je zato pričakovan, saj jej kriterijev veliko, vsaka raziskava pa ima specifične cilje. Galvin (2015, Slika 1) je analiziral skozi pregled metodologije število opravljenih intervjujev v analizi porabe elektrike, ki je podobno kot naša analiza trgov, precej fokusirana. Ob tem ugotavlja, da je večina študij uporabila med 6 in 15 intervjujev (Slika 19) (povzeto iz (Damijan et al., 2018)).

**Slika 19: Število raziskav, ki je vsebovalo določeno število intervjujev**



Vir: (Galvin, 2015)

Galvin (2015) kaže tudi na to, da je v večini primerov dovolj tudi 10 intervjujev, da se identificira določen problem, ki bi ga želeli analizirati, tudi če je vzorec popolnoma naključen.

Literatura torej ne podaja jasnega navodila glede smernic za izvajanje intervjujev, vendar pa kaže, da je za ustrezno obravnavo problema veliko študij uporabilo med 5 in 15 intervjujev, nekatere celo precej manj.

Zaradi specifičnosti problematike, ki jo ta študija obravnava, smo se pri zajemu podatkov osredotočili na sledeče vidike:

- 1) cilj študije, ki je jasno opredeljen;
- 2) populacijo in pomen trgov za populacijo;
- 3) panožne specifičnosti.

Med decembrom 2018 in koncem januarja 2019 smo izvedli 18 intervjujev. Podjetja in predstavnike panog smo kontaktirali po telefonu in po elektronski pošti in jih osebno prosili za sodelovanje. Podjetja smo izbirali iz baze SLOEXPORT, pri čemer smo se osredotočili na podjetja, ki delujejo na trgih izbranih držav ASEAN. Sogovornike smo izbirali glede na temo, večinoma smo govorili z odgovornimi, ki so že navedeni v bazi SLOEXPORT kot kontaktne osebe (večinoma gre za ali direktorje (manjša podjetja) ali vode prodaje, odgovorne za tuje trge), pri čemer se nam je nekajkrat zgodilo, da nas je ta sogovornik preusmeril na bolj kompetentno osebo, ki se ukvarja specifično s temi trgi. Med sogovornike smo vključili tudi druge deležnike (ne samo podjetja), ki so relevantni z vidika tematike (npr. zbornice in/ali panožna združenja). Dva intervjuja sta bila zelo kratka, ker imata podjetji zelo omejene izkušnje na teh trgih.

Cilji intervjujev so bili pridobiti dodatne informacije in izkušnje slovenskih podjetij o tem, s kakšnimi izzivi se soočajo na tujih trgih, predvsem na izbranih državah ASEAN. Ko smo podjetja povabili k sodelovanju, smo jih okvirno predstavili področja pogovora, nato pa smo ta vprašanja smiselno dopolnjevali glede na panogo, specifično podjetja ter ostale značilnosti pogovora.

Osnovna vprašanja so tako naslednja vprašanja, pri čemer se je nabor smiselno dopolnjeval ali krajšal glede na potek pogovora:

- Na katerih trgih ste aktivni in zakaj ste izbrali te trge? Kako ste prodrli na te trge? Bi si želeli pri tem več podpore države (v kakšni obliki)?
- Kako zanimivi so za vašo dejavnost, značilnosti proizvodov, vašo velikost podjetja bolj oddaljeni trgi? Manjši trgi oddaljenih držav?
- Primerjalno gledano, katere so ovire, s katerimi se soočate na bližnjih in oddaljenih trgih? Konkretno morda na trgih izbranih držav ASEAN? (Indonezija, Tajski, Singapur, Malezija, Filipini, Vietnam). Kako pomembne so za vas nasploh carinske, necarinske ovire?
- Ali pri poslovanju s tujino uporabljate e-poslovanje? Kaj pa prodajo/nakupe preko spleta? Katere so težave in izzivi pri e-poslovanju/e-trgovini, kako je z varnostjo podatkov, zakonodajo, itd.?
- Ali poznate/spremljate informacije o pogajanjih EU o prosto-trgovinskih sporazumih, npr. tudi z ASEAN?
- Ali menite, da bi tak sporazum lahko vplival na vaše poslovanje na teh trgih? Kako? Kako močne so carinske, necarinske ovire?

Intervjuje smo izvajali med decembrom in februarjem 2019. Pogovore smo izvedli osebno (v podjetju/organizaciji) ali po telefonu, in sicer smo vedno upoštevali želje sogovornika. Pogovori so trajali med 15 in 45 minut, odvisno od pomena trga za podjetje, poznavanja problematike ter seveda tudi bogastva informacij, ki so ga bili sogovorniki pripravljeni deliti.

Številna podjetja, ki smo jih poklicali, niso želela sodelovati, ker so ti trgi za njih nepomembni, tam celo (navkljub navedbah v Sloexport) ne delajo (*»že dve leti tam nismo prodali nič«*) ali pa pač nimajo časa za tovrstne raziskave. Ena od sogovornic je dejala tudi *»jaz imam čisto specifičen proizvod, delam samo s posameznimi strankami, to ni relevantno za ekonomijo«*.

Glede na to, da se je že po nekaj intervjujih pokazalo, da so izkušnje podjetij v osnovi zelo podobne, da je glavna izkušnja pravzaprav majhen pomen teh trgov in (zato) slabo poznavanje, nizek interes za problematiko, ocenjujemo, da smo dosegli kriterij saturacije.

## 5.2.2 Povzetek rezultatov kvalitativne analize

V nadaljevanju podajamo pregled glavnih ugotovitev. V Tabela 19 podajamo pregled glavnih ugotovitev, ki so bolj podrobno utemeljene v nadaljevanju.

V povprečju lahko ugotovimo, da so ugotovitve iz poglobljenih intervjujev skladne z ugotovitvami iz ankete, pri čemer so posamezni rezultati samo dodatno osvetljeni z argumenti, bistvenih odstopanj pa ni.

Na kratko bi rezultate lahko povzeli takole (Tabela 19):

- 1) Trgi izbranih držav ASEAN so za naša podjetja kljub velikosti trga ASEAN in hitri rasti malo pomembni,
- 2) saj so oddaljeni (več od radija 500 km), hkrati pa predstavljajo tudi drugo poslovno okolje (vključno s poslovno kulturo in jezikom).
- 3) Podjetja večjih ovir na teh trgih ne zaznavajo, bolj kot carine so izziv administrativni postopki in ponekod vloga države oziroma prisotnost države v gospodarstvu;
- 4) Zato podjetja tudi ne pričakujejo večjih učinkov sporazumov (pogajanj pa zaradi majhnega pomena teh trgov niti ne spremljajo);
- 5) E-poslovanja praktično ni (uporablja se e-pošta, ki pa ni e-poslovanje),
- 6) Interes za javna naročila je izjemno majhen.
- 7) Podjetja bi si želela več podpore pri prodiranju na tuje trge, pri čemer naj bi bila ta podpora stalna. Pogreša se tudi odsotnost strategije.

**Tabela 19: Povzetek rezultatov poglobljenih intervjujev**

Vprašanje	Ugotovitve
Pomen trga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trgi za podjetja v povprečju manj pomembni</li> <li>- Velik (500 milijonov) in notranje poenoten trg ASEAN predstavlja velik potencial, ki pa ga podjetja še ne izkoriščajo</li> <li>- Izjemno hitra gospodarska rast (7%) predstavlja dodaten potencial</li> <li>- Trgi so oddaljeni, razdalja je ovira (tako fizična razdalja kot tudi poznavanje trga), podjetja imajo malo izkušenj ali pa zelo omeje</li> </ul>

Vprašanje	Ugotovitve
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izkušnje</li> <li>- Posamezni uspešni primeri sodelovanja</li> <li>- Veliko podjetij brez neposrednega stika s temi trgi, tudi velika podjetja imajo samo posredni stik s temi trgi preko drugih podjetij (tudi evropskih iz ostalih držav)</li> <li>- Za določene panoge trgi pomembni, posamezno podjetje lahko predstavlja velik (prevladujoč) del vse trgovine z neko državo</li> </ul>
Ovire potencialne prednosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fizična oddaljenost trgov in racionalnost poslovanja zaradi visokih transportnih stroškov</li> <li>- Nepoznavanje trgov in stroški, povezani s premagovanjem teh ovir (kulturne značilnosti, način poslovanja, poslovno okolje, jezik, pomen lokalnih predstavništva, itd.)</li> <li>- Prisotnost preko lokalnih partnerjev/lokalnih pisarn, ki pomagajo pri postopkih in dokumentaciji zaradi poznavanja lokalnih zahtev</li> <li>- Administrativne ovire so lahko resen problem, tudi zaradi nepoznavanja</li> <li>- Ovira veliko število lokalnih proizvajalcev, ki proizvajajo cenovno konkurenčne izdelke, več priložnosti tam, kjer so nišni proizvodi pomembna kvaliteta in znamka</li> <li>- Kot prednost se pojavi cenjenost evropskih proizvodov</li> <li>- Ponekod ovira politična nestabilnost in močna prisotnost držav v gospodarstvu</li> <li>- Pri javnih naročilih pomembne</li> <li>- Pomembno, da podjetja vztrajajo, se tudi povežejo</li> <li>- Pomanjkanje ustrezno usposobljenega lokalnega kadra (na trgu ASEAN)</li> </ul>
E-poslovanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podjetja tudi v Sloveniji in EU zelo malo uporabljajo e-poslovanje</li> <li>- Od e-oblik pomembna e-pošta (ki ni pravo e-poslovanje)</li> <li>- Posebnih varnostnih protokolov nimajo</li> </ul>
Javna naročila	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nekatera podjetja že sedaj sodelujejo na javnih naročilih v tujih državah, pri čemer so ta naročila na različnih nivojih</li> <li>- Vloga države pomembna tudi širše – predvsem zaradi dovoljenj in administrativnih ovir (sploh za nekatere panoge)</li> <li>- V povprečju podjetja ne bodo zaradi sporazumov bolj zainteresirana za javna naročila v teh državah</li> </ul>
Poznavanje pogajanj in morebitni učinki sporazumov	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podjetja pogajanja slabo spremljajo ali ne spremljajo</li> <li>- Pri obveščanju nekateri omenijo vlogo panožnih združenj</li> <li>- Razlog: nizek pomen teh trgov za podjetja</li> <li>- Podjetja že sedaj ne zaznavajo večjih težav s carinami in administrativnimi postopki</li> <li>- Večjega vpliva sporazumov ne pričakujejo</li> </ul>
Podpora države	<p>Podjetja pogrešajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistematično strategijo prodora na tuje trge, ki bi se izvajala čim prej in bi bila ustrezno finančno in predvsem tudi organizacijsko podprta ves čas;</li> <li>- Večje zavedanje države o pomenu bolj oddaljenih trgov</li> </ul>

Vprašanje	Ugotovitve
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vzpostavitev predstavništev, ki bi temeljila na gospodarski diplomaciji, ne politični</li> <li>- Gospodarske delegacije lahko pomagajo prodirati na trg, predvsem pomembne v tistih dejavnostih, kjer je večja vloga države</li> </ul>

### 5.2.3 Pomen trgov izbranih držav ASEAN

Podjetja in ostale sogovornike smo najprej vprašali, na katerih trgih so aktivni ter kako pomembni so za njih azijski trgi, predvsem pa izbrane države ASEAN. Kot rečeno, smo podjetja izbrali iz baze SLOEXPORT, kjer je tudi navedeno, če je določeno podjetje na teh trgih aktivno.

Podjetja imajo zelo različna mnenja o pomenu teh trgov. V povprečju so **sicer trgi malo pomembni, vendar pa je za določeno panogo ali pa specifično podjetje lahko trg pomemben**. Podjetja in interesne skupine tudi vidijo precejšen potencial na teh trgih, predvsem zato, ker je ASEAN *»enoten trg, 500 milijonov ljudi«* (komentar interesnega združenja). Ti trgi tudi so poleg tega *»hitro rastoči trgi, rastejo 7% letno, v EU je to znanstvena fantastika«*, imajo pa tudi *»dobro infrastrukturo, čeprav si drugače predstavljamo, pa ogromen primanjkljaj kompleksnega znanja, ljudi, ki bi to obvladali«* (komentar podjetja iz panoge IKT).

Eden od razlogov, zakaj ti **trgi postajajo bolj pomembni tudi za slovenska podjetja** je tudi, kot je bilo omenjeno, **sledenje nemškimi (tujimi) partnerjem**. *»Če želiš ostati v dobavni verigi, moraš slediti. Tako je bilo s Kitajsko in tako je tudi v ASEAN.«*

Nekaj podjetij iz **logistike je omenilo, da so ti trgi pomembni, celo zelo pomembni**. Prvo podjetje je omenilo, da je večina blaga blago za široko potrošnjo. Samo podjetje je vezano na pomorske transportne poti, vezani so na glavna pristanišča. Ta trg je za podjetje zelo pomemben, saj skrbijo za prevoz tovora oziroma dobavo do svojih končnih trgov v vzhodni Evropi. Poudarijo tudi, da iz JV Azije prihaja ogromno blaga in da je tam zato za slovenska logistična podjetja precej priložnosti. Dodajo še, da je vzhodna Azija pomemben trg tudi zato, ker je sicer lahko Slovenija most mest Azijo in vzhodno Evropo, ki je sicer za naša logistična podjetja tradicionalen trg, dodajo še, da iz Azije prihaja ogromno blaga in da je to za nas lahko niša.

Eno od večjih podjetij (proizvoda ne bomo razkrili zaradi varovanja identitete podjetja) pravi, da je azijski trg zelo pomemben, čeprav trgi ASEAN manj kot azijski trg sicer, je pa od ASEAN trgov najbolj pomembna Indonezija. Dodali so, da na tem trgu za zdaj sicer ni *»rednih poslov«*, očitno pa obstaja interes širitve oziroma krepitev sodelovanja. Povedali so, da so poskusili prodirati na trge ASEAN preko odpiranja predstavništva, vendar pa se ni obneslo. Povedali so tudi, da imajo **države ASEAN konkretno za njihovo dejavnost predstavnike v Evropi, ki spodbujajo sodelovanje z evropskimi podjetji**. Sicer so kot prednost tega trga omenili, da *»je Azija stabilna«*.



Podjetja imajo zelo različne izkušnje s prodajo dobrin in storitev na teh trgih. Kar se tiče proizvodnega sortimenta, prodajajo seveda proizvode, ki jih ponujajo tudi ostalim kupcem, **nekatera podjetja so tam prisotna neposredno, veliko pa samo posredno**. Tako je na primer povedalo med drugim večje podjetje iz papirne industrije, ki je izpostavilo svojo vez s temi trgi preko nemškega trga. Sami pa tam ne delajo, za to ni interesa ali potrebe.

Podjetji iz kemijskega sektorja sta navedli dve izkušnji, ki jih je mogoče zaslediti tudi sicer. Prvo podjetje je **del multinacionalke, ki je prisotna na trgih številnih držav**, tudi trgih ASEAN. Proizvajajo kemične izdelke, s katerimi se pokrivajo lahko trgi kjerkoli. **Sami so neposredno (torej slovensko podjetje) odgovorni in imajo pregled samo nad dogajanjem v Sloveniji in na trgih bivše Jugoslavije**, ostala naročila pa izvozijo v EU. Ti proizvodi se **lahko prodajo tudi na trge ASEAN, vendar sami nimajo informacije o tem, kakšen odstotek njihove proizvodnje gre na azijski trg**. Dodali so še, da nekaj zagotovo, vendar pa ima multinacionalka proizvodnjo tudi v Indiji in na Kitajskem, zato menijo, da se trgi ASEAN verjetno v večji meri pokrijejo z naročili iz teh držav, pregleda nad podatki pa nimajo.

Še eno podjetje iz kemijske industrije ima podobno izkušnjo. **Neposredno na te trge ne prodajajo več, so pa nekoč prodajali**, in sicer so prodajali spojino, ki se uporablja v proizvodnji čistil (spojine nismo zapisali, imamo v arhivu). Ko se je zakonodaja spremenila v EU, ko se je ta spojina prenehala uporabljati, so temu sledili tudi konkretni azijski trgi, verjetno predvsem zaradi vpliva multinacionalnih podjetij, ki so se prilagodila stanju v Evropi in tudi sicer to prenehala uporabljati. Povedali so še, da je za njihove proizvode zaradi cenovne konkurence tako, da so konkurenčni v radiju 500 kilometrov, več pa ne. Gre namreč za proizvod, ki je *»commodity«*, kot so dejali, transport tako hitro predstavlja velik delež cene. Njihovi konkurenti pa *»imajo proizvodnjo povsod«*.

Velika podjetja iz panoge trgovine, ki delajo s končnimi potrošniki, prav tako nimajo neposrednega stika s temi trgi, dobrine jim dobavljajo lokalni distributerji iz evropskih skladišč.

Podjetja navajajo tudi, da imajo zelo **»omejene«** izkušnje s temi trgi. Tako na primer podjetje iz elektroindustrije navaja, da imajo na tem trgu samo enega kupca, ponujajo en produkt. Dodali se tudi, da ne vedo, zakaj kupec kupuje ta proizvod pri njih, ker imajo veliko lokalnih dobaviteljev, od katerih bi lahko kupili ta isti proizvod. Vprašali smo jih, če morda zaupanje pretehta, pa so dejali, da ne. Dodali pa so, da je mogoče, da je ohranjanje sodelovanja posledica dejstva, da je podjetje del multinacionalnega podjetja in da zato kupec iz ASEAN, ki tudi sicer sodeluje z MNC, še vedno dotični proizvod kupuje od njih. Dodali so še, da dosegajo dobro ceno, da pa je lani promet dosegel nekaj 10 tisoč evrov.

Tako **oddaljeni trgi niso zanimivi tudi zato, ker so zelo oddaljeni, logistični stroški so visoki**, zato je primeren za marsikateri proizvod ladijski transport (cena), pri čemer pa eden od sogovornikov jasno opozori, da ladijski transport za določene proizvode ni primeren, ker je prepočasen. Poleg tega pa je dodal še, da bi *»kupci radi videli proizvode še ta teden ali pa vsaj naslednji«*, kar je dodaten argument, zakaj ladijski prevoz ni ustrezen. Zaradi časovne komponente proizvodi iz oddaljenih trgov (če je na voljo bližji dobavitelj) niso konkurenčni.

Vendar pa **razdalja ni nujno vedno ovira, celo za proizvode**, ki imajo bolj omejen rok trajanja, na primer **iz prehranskega sektorja**. Zaradi zaščite identitete podjetja ne bomo razkrili točnega proizvoda, gre pa za proizvod z omejenim rokom trajanja (čeprav je ta več kot 1 mesec, vendar manj kot 1 leto). Podjetje je omenilo, da izvažajo izdelek predvsem v Hong Kong in Tajvan. Omenili so tudi, da so za njih oddaljeni trgi privlačni, ker je evropski trg zasičen in so zato marže nizke.

Drug predstavnik prehranske panoge je omenil, da so trgi ASEAN perspektivni trgi, da pa so sicer na začetku poslovanja **problem certifikati**, torej nevarinske ovire, sploh za živalske proizvode.

Podjetje iz panoge, ki je ne bomo identificirali zaradi zaščite identitete podjetja, je povedalo, da so trgi držav ASEAN nasploh za njih **majhni trgi, sodijo v okvir »čezmorskih tržišč«, da pa pričakujejo, da bodo ti trgi v prihodnosti rasli hitreje kot drugi trgi**. V podjetju so povedali, da so na teh trgih prisotni preko lokalnih partnerjev, katerim prodajajo svoje izdelke, lokalni partnerji pa skrbijo za lokalno prodajo in skladnost postopkov z zakonodajo.

Kot eno od prednosti teh trgov je podjetje iz panoge informacijsko-komunikacijskih tehnologij omenilo dejstvo, da so iz Slovenije. *»Avstrijec bo težje kupil od Slovenca, tam pa ni tega negativnega predznaka«*. **Evropske dobrine so na azijskih trgih tudi cenjene, kar velja tudi za slovenske izdelke.**

Predstavnik panoge obrambe je povedal, da je njihova branža v Sloveniji majhna, da ni veliko podjetij, v povprečju je tudi tako, da »njihov domet ni dolg«, vendar pa so nekatera podjetja zelo izvozno usmerjena in tudi 80% vsega izvozijo, tudi v te države. Omenil je sicer, da so na **trgih ASEAN prisotna 3-4 podjetja in da so gospodarske delegacije pripomogle k širjenju dejavnosti** (čeprav so sicer kritični do države, več v nadaljevanju). Povedal je tudi, da so se podjetja povezala v GOIS (grozd obrambe industrije) na iniciativo podjetij in z željo po krepitvi rasti v času, ko je bila v Sloveniji kriza. Podjetja, ki delujejo v tej branži namreč ne morejo preživeti samo od poslov v Sloveniji, tukaj dobijo predvsem prve reference, priložnost za razvoj. Dodal je še, da so naša podjetja nišno zelo uspešna.

Nekateri sogovorniki so povedali, da s temi trgi sicer sodelujejo, vendar samo posredno, preko evropskih agentov, da »sporazumi nimajo veze«, da delajo preko kontaktov v EU, da s temi trgi dobro delajo, ker so »Slovenci dobre stranke«. Eno od podjetij je omenilo, da delajo samo z nekaj strankami, da zato niso primeren sogovornik. Drug sogovornik je dejal, da »bova zelo hitro končala, ker mi tja nič ne prodajamo direktno«. Takšnih odgovorov je bilo še nekaj, kažejo pa na to, da tudi na strani podjetij, ki sicer v skladu z navedbami v bazi SloExport delujejo na teh trgih, pogosto **ti trgi predstavljajo manjši ali celo zanemarljiv del poslovanja, s katerim morda niti nimajo neposrednega stika.**

Če povzamemo, lahko rečemo, da imajo trgi držav ASEAN sicer velik potencial, vendar pa ne nujno tudi za povprečno slovensko podjetje, ki je izvozno usmerjeno. Slovenska podjetja, ki proizvajajo dobrine in storitve, ki imajo nižje dodane vrednosti, ki se proizvajajo na več lokacijah, in pri katerih konkurenco zaznamuje predvsem cenovni vidik, bodo na teh trgih težko uspela. Trgi so oddaljeni, kar je povezano z nepoznavanjem, visokimi transakcijskimi

stroški in tudi transportnimi stroški. Vseeno pa lahko posamezna podjetja, ki proizvajajo nišne, specifične proizvode, uspešno delujejo tudi na bolj oddaljenih trgih.

#### 5.2.4 Ovire pri poslovanju na trgih ASEAN

Podjetja, s katerimi smo se pogovarjali, prihajajo iz različnih panog, vendar pa so pri navajanju ovir, s katerimi se soočajo, precej enotna.

Trgi držav ASEAN so **»relativno daleč«**, poleg tega (kot marsikje drugje) to zahteva prilagoditev proizvodov in storitev, tudi pridobitev določenih certifikatov za te specifične trge (npr. medicinska oprema, farmacija). Vse to je časovno potratno, zahteva tudi določena sredstva (ob tem se omeni tudi, da so na voljo tudi sredstva MGRT), predvsem pa tudi je potrebno slediti postopkom in **»se ne more preskočiti vrste«**.

Eden od predstavnikov je omenil tudi, da so ti trgi daleč, majhni, da je zato večje tveganje in da je **»najbolj učinkovito, da se povežeš z drugimi«**, kar **»je komplementarno«** ter da **»ne obupaš«**. Doda, da na teh »trgih iz Slovenije sam ne boš naredil posla«, da je lažje, da **»greš organizirano«** ter da so v tem kontekstu pomoči države v obliki političnih in gospodarskih obiskov zelo pomembne.

Podjetja tako navajajo kot velik **problem regulativo**, ampak predvsem v smislu **birokracije**. Konkretno je eno od podjetij dejalo: *»Filipini so zelo zbirokratizirani, tega nismo videli nikjer«*. Deloma se sicer pojavljajo tudi težave z dovoljenji, dovoljeni za delo, vizami, zahtevami o tem, da je potrebno vsaj del naročati lokalno.

Eden od predstavnikov omeni tudi, da so **pomembne politične razmere, menjave vlad**, ki so ponekod bolj pogoste, prisotna je tudi korupcija – *»vedeti moraš, na kateri gumb pritisniti«*, zato je pomembna povezava z lokalnimi trgi in tudi sodelovanje z lokalnimi partnerji ali pa ima podjetje lokalnega predstavnika.

Nekateri sogovorniki omenjajo tudi **lokalno poslovno kulturo, ki je drugačna**. Jezik načeloma ni problem, vendar velik del sogovornikov pravi, da podjetja (ne nujno njihovo), ki delujejo na tistih trgih, to rešujejo tako, da imajo **lokalno organizirane pisarne**. Podjetje je še dodalo *»če hoče podjetje resno delati, mora imeti svojo pisarno, ne more delati posla iz Starbucks«*.

Podjetje iz predelovalnih dejavnosti je trenutno v procesu dogovarjanja vzpostavitve posla z Indonezijo. Izpostavili so, da je na takem trgu za njihovo panogo pomembno, da imajo *»lokalca zaradi jezika in procedur«*.

Zanimivo je torej, da se podjetja soočajo s precej različnimi **ovirami kar se tiče jezika**. Vendar pa je to mogoče pojasniti tako s panožnimi razlikami in zato zahtevanim znanjem strokovnih izrazov kot tudi geografskimi razlikami med državami ASEAN.

Eden od predstavnikov je omenil tudi, da imajo podjetja pogosto težave s prvim kontaktom, ker so ti trgi oddaljeni, ker je druga kultura, drugačno poslovno okolje, kar lahko predstavlja

precejšnje oviro. Tudi če podjetja že poslujejo na teh trgih, imajo lahko težave pri širitvi dejavnosti, pogosto potrebujejo pomoč pri različnih postopkih, saj je za določene proizvode potrebnih precej korakov. Težave so tudi pri pomorskem prometu zaradi poznavanja procesov. Vendar dodaja, da načeloma ni težav, sploh kadar imajo podjetja pomoč tujih partnerjev.

Kot enega temeljnih problemov trga ASEAN je eno od podjetij iz panoge IKT navedlo pomanjkanje ustrezno usposobljenega lokalnega kadra, kar pravijo, da je v njihovi panogi prisotno povsod.

Podjetje iz panoge logistike je poudarilo, da je pomemben **problem teh trgov** (op.a. izbrane države ASEAN) **slaba organizacija**. Dodajo še, da se je zgodilo njim in da se dogaja, da se ti trgi uporabljajo kot most za kitajsko blago, ker je zaradi različnega carinskega obravnavanja za določeno kitajsko blago boljše, da se »uporabljajo za nepravilnosti«. Tako povejo svojo izkušnjo s prevozom blaga, za katerega so v Maleziji izdali lokalni uradi certifikate, izkazalo pa se je, da je blago kitajsko. Slovenski prevoznik je imel zato težave pri uvoznih postopkih v EU, pri čemer so poudarili, da podjetje nikakor ne more vplivati na procese v državi izvora, v njih sodelovati ali jih nadzirati. Na ta način se sicer kitajsko blago izogiba carinam. V podjetju so še opozorili, da bi bilo potrebno o tej problematiki več govoriti, pa se žal ne, ker se veže na malo podjetij. Opozorili so, da je problem tudi carinski zakonik. Na tem področju bi moralo biti aktivno tudi združenje, ki sicer je aktivno, a ne dovolj, predvsem ne v primerjavi s številom takih primerov.

Naslednje podjetje, ki je prav tako vezano na panogo logistike, je omenilo, da za njih konkretno predstavlja izziv to, da ni vzpostavljenih rednih linij s tem delom sveta neposredno s Slovenijo, da so **tradicionalno transportne poti vezane na severno Evropo**, šele od tam se blago distribuira naprej. Da bi se vzpostavilo redno povezavo v bližino, pa zahteva čas, predvsem pa tudi dovolj interesa.

Izpostavilo se je tudi, da je za logistiko trg zelo zanimiv, da sicer ni top, vendar pa je ASEAN dostopen tako po kopnem (cestni, železniški promet), predvsem pa lahko slovenska logistika uporablja tudi Luko za vstopno točko. Kot temeljne težave vidi predstavnik **transportne industrije v številnih mejnih postopkih, zamudah in tudi nepoznavanju trga**. Omenili so, da je bilo nekaj let nazaj največ trgovanja v Indoneziji zaradi trgovine s premogom, sicer pa se ta država trudi postati ena od velesil v logistiki (ima čez 100 luk). Tudi tu smo slišali že slišano zgodbo o tem, da se dogajajo manipulacije z blagom s Kitajske.

Kot enega od izzivov podjetja omenjajo tudi postopke. Predstavnik logistike je tako povedal, da **nekaj sporazumov že obstaja, da je to pogoj, da se postopki legitimirajo**, vendar pa meni, da je ključno je za podjetja nujno, da so seznanjena z zahtevami, da so postopki jasni in transparentni. Dodali so še, da je za njih pomembno to, da je ustaljen postopek in da se ne spreminja preveč. Sicer so dodali, da v Indoneziji, na Kitajskem (ni sicer del analize) ni bilo nikoli težav.

Podjetje iz elektroindustrije navaja, da ne zaznavajo posebnih ovir, da se pojavlja kot ovira znanje jezika, da je ponekod težava znanje angleščine. Sicer pravijo, da ni hudih ovir.

Omenijo tudi, da »so carine«, da se »včasih zaplete pri carinah (dokumenti) ali transportu«, vendar pa carine niso visoke. Občasno imajo težave tudi s špediterji.

Podjetje iz prehranske industrije je omenilo, da so za njih pomembni **certifikati in testiranja**. Že pred začetkom sodelovanja so imeli vse potrebne certifikate, sicer pa ti ne predstavljajo večje težave, saj so zahteve podobne kot na evropskem trgu, poleg tega pa delajo analizo kakovosti za vsako serijo tudi sicer. Dodali so še, da bo bolj zahteven kitajski trg (op.a. – ta sicer ni bil del analize, a ker je podjetje omenilo, smo vseeno vključili, ker je zanimivo s primerjalnega vidika), kjer imajo specifične zahteve glede testiranja. Drugih ovir ne zaznavajo, omenili so tudi, da je **naš izdelek tam cenjen**.

Še en predstavnik prehranske panoge je potrdil, da so lahko problem, zlasti na začetku, **certifikati**, omenil je tudi Kitajsko (sicer ni predmet te analize), kjer so zelo striktni, povedali so, da pridejo kitajski predstavniki lahko celo pogledat obrat. Sicer je največji **problem prehranske industrije na oddaljenih trgih pokvarljivost blaga ter problem zagotavljanja hladne verige**.

V naslednjem podjetju so povedali, da so na teh trgih prisotni preko lokalnih partnerjev, katerim prodajajo svoje izdelke, lokalni partnerji pa skrbijo za lokalno prodajo in skladnost postopkov z zakonodajo. Ključna ovira pri njih je proces registracije izdelka, ki je dolgotrajen in zahteven, ta proces izvajajo v sodelovanju z lokalnim partnerjem. Ena od ključnih ovir, ki jo vidijo na teh trgih, je **veliko število podjetij iz regije, ki proizvajajo podobne/konkurenčne izdelke**. Podjetje sicer **konkurira s svojo znamko in na določenih segmentih, kjer je bolj pomembna kvaliteta**.

Povedali so še, da so pri njih **pomembna tudi javna naročila**, ki pa so od trga do trga drugačna (čeprav je ASEAN). Ponekod vsa prodaja poteka preko javnih naročil, ponekod pol-pol, konkurenca pa je vedno močna. Navedejo še, da si podjetja konkurirajo na naročilih ponekod tudi v skupinah (glede na geografski izvor podjetja). Kljub temu, da delajo preko javnih naročil, pa ne pričakujejo vpliva sporazuma na sam postopek javnih naročil, saj so prisotni že sedaj, poleg tega pa so konkretno v njihovi panogi ovire drugje (dovoljenja). Gre namreč za specifične, zelo regulirane trge. Zato tudi carine niso pomembne.

Predstavnik sektorja podjetij, ki sodijo v okvir obrambe, je povedal, da so pri njih **poseben izziv tudi dovoljenja**, ki jih izdajajo pristojne komisije (na MORS in MZZ), saj morajo na izvoz pridobiti tudi dovoljenja domačih institucij. Ob tem je omenil, da mora Slovenija slediti smernicam NATA o »primernih partnerjih«, obenem pa je tudi nekoliko pokritiziral slovenske institucije, ki da so bolj rigorozne od institucij ostalih držav EU in zato lahko predstavljajo oviro (poda tudi konkreten primer posla, čeprav z državo v Afriki).

Če sklenemo, lahko ugotovimo, da so oddaljeni trgi za slovenska podjetja manj zanimivi zaradi številnih ovir. V prvi vrsti gre za oddaljene trge, ki predvsem v primeru bolj generičnih izdelkov, ki se proizvajajo na številnih lokacijah, zaradi stroškovne konkurenčnosti in vloge transportnih stroškov niso zanimivi. Izziv predstavlja tudi drugačno poslovno okolje, poslovna kultura, jezik, administrativne ovire. Podjetja bolj kot carine poudarijo kot problematične posamezne postopke in dovoljenja, certifikate.

### 5.2.5 Vloga e-poslovanja

Podjetja večinoma e-poslovanja ne uporabljajo. Potrebno je povedati najprej, da je e-poslovanje slabo razširjeno že v Evropi, oziroma je še v fazah uvajanja. Precej bolj uspešna pri uvajanju novih tehnologij so velika podjetja, zlasti v razvitih državah EU (npr. Nemčija), manjša podjetja pa zaostajajo (Prašnikar, Redek, & Koman, 2017; Redek, Čater, Čater, & Černe, 2018; Redek, Čater, Čater, & Koman, 2018).

Kot kažejo podatki (

Tabela 20), v Sloveniji približno 15 odstotkov podjetij uporablja RFID tehnologijo (radio-frekvenčna identifikacija), pri čemer so načini uporabe precej osnovni, saj tehnologija omogoča precej bolj napredne uporabe. Od e-poslovanja podjetja uporabljajo predvsem CRM in ERP tehnologije, ponovno predvsem za osnovne namene, prav tako skoraj vsa podjetja še vedno pošiljajo račune v papirni obliki. Pri intenzivnosti uporabe novih tehnologij prednjačijo zlasti velika podjetja.

Zaradi šibke rabe novih tehnologij in odsotnosti bolj kompleksnih načinov uporabe-le te, lahko pričakujemo, da bo v poslovanju z oddaljenimi trgi tak način poslovanja še toliko manj pomemben. K temu bosta dodatno prispevala vsaj še dva razloga – da v uporabi prednjačijo velika podjetja (katera pa so šibko prisotna na teh trgih) ter da se številne tehnologije uporabljajo predvsem v podjetju, ne pa tudi v poslovanju med podjetji (glej npr. (Prašnikar et al., 2017).

**Tabela 20: Odstotek podjetij, ki uporablja posamezno tehnologijo Industrije 4.0, ki omogoča digitalizacijo poslovanja ali e-poslovanje (v analizo zajeta podjetja brez finančnega sektorja in z vsaj 10 zaposlenimi)**

	Podjetja brez finančnega sektorja z vsaj 10 zaposlenimi	Mala podjetja (10-49 zaposlenih)	Srednja podjetja (50-249)	Velika podjetja (250+)
Odstotek podjetij, ki uporablja RFID tehnologijo	15	10	33	54
Odstotek podjetij, ki uporabljajo RFID tehnologijo za identifikacijo proizvoda ali v proizvodnji ali logistiki (% vseh)	5	3	11	17
Odstotek podjetij, ki uporablja RFID za identifikacijo oseb	13	8	30	50
Odstotek podjetij, ki uporabljajo ERP software za izmenjavo informacij med oddelki (funkcijami) v podjetju	30	22	58	93
Odstotek podjetij, ki uporablja Customer Relationship Management (CRM)	25	21	39	68
Odstotek podjetij, ki uporablja Customer Relationship Management (CRM) za namene marketinga	13	11	21	40
Odstotek podjetij, ki uporablja Customer Relationship Management (CRM) za namene posredovanja značilnosti kupcev ostalim oddelkom	25	21	39	68
Odstotek podjetij, ki pošiljajo e-račune B2BG, ki so primerna za avtomatsko procesiranje	57	55	63	78
Odstotek podjetij, ki pošiljajo e-račune B2BG, ki niso primerna za avtomatsko procesiranje	40	39	42	53
Odstotek podjetij, ki pošiljajo papirne račune B2BG	96	95	98	97
Odstotek podjetij, ki pošilja samo papirne račune B2BG	29	30	24	8

Podatki: (Eurostat, 2018)

\*RFID – Radio-frekvenčna identifikacija, B2BG – Business to business, government

Za države ASEAN je več podjetij jasno povedalo, da **e-poslovanja ne uporabljajo**, da ne uporabljajo sistema e-računov, da ne delajo s partnerji iz teh držav preko različnih platform, ki se uporabljajo v EU (CRM, ERP, itd.).

Eden od sogovornikov je omenil, da **določeni trgi že uporabljajo enotno vstopno okno, vendar pa je glavno e-orodje elektronska pošta.**

Podjetja uporabljajo **kot e-obliko** (kar pa ni enako kot e-poslovanje) **delo preko elektronske pošte**. Preko elektronske pošte pošiljajo dokumente, račune, preko e-pošte poteka komunikacija. Kar se tiče varnostnih protokolov, sogovorniki pravijo, da ni težav, da



uporabljajo standardni sistem, ki ga podjetje uporablja sicer. Glede varnosti podatkov je eden od sogovornikov dejal: *»osebno imam veliko pomislekov...ampak vsi poslujejo tako«*. Dodal je še, da je e-pošta konkretno pri njih vse, kar se uporablja od e-oblik, dodal je še, da veliko posla poteka tudi po telefonu. Sicer računi, naročila, potrjevanje poteka preko elektronske pošte. Sogovornik se zaveda, da lahko pošto berejo praktično vsi, posebnih varnostnih protokolov pa ne uporabljajo. Omenil je tudi, da ni posebnega standarda, ki bi predpisoval certificirano/varno pošto, zato za nekatere podatke raje uporabijo fax. Sogovornik je še dodal, da ljudje pogosto enačijo elektronsko pošto z e-poslovanjem. (podjetje sicer iz elektroindustrije)

Drugo podjetje omeni podobno – da uporabljajo večinoma elektronsko pošto, ostalega ne. Izpostavili so tudi vlogo špediterjev, ki se morajo lokalno prilagoditi, kar pa potem olajša delo ostalim podjetjem.

Podjetje iz prehranske industrije je prav tako povedalo, da poslujejo predvsem po elektronski pošti, da pa **pošiljajo dokumentacijo tako po meju kot tudi fizično**. Dejali so tudi, da se njihovo podjetje sooča s podobnimi varnostnimi vidiki kot druga, da so dokumenti standardni ter da z izjemo elektronske pošte ne uporabljajo drugih e-oblik poslovanja. Tudi sicer ostalih oblik e-poslovanja v izvozu ne uporabljajo, uporabljajo pa jih doma.

Eden od sogovornikov je opozoril tudi, da je v Aziji veliko prekernih delavcev in da je zato tam precej pogosto mogoče dobiti e-mail naslove, ki so *»gmail, hotmail ali lokalni ponudniki«*, ne pa naslovi, iz katerih se jasno vidi firma. *»Tam je to normalno«*, pri čemer sogovornik opozori, da v ZDA in EU to ni običajno.

Eden od sogovornikov je bil zelo slikovit pri vprašanju o e-poslovanju na Filipinih. Dejal je: *»A vi veste, da podjetja še vedno uporabljajo na banki knjižice?«* Razložil je, da je na Filipinih v poslovnem delu za odnose med podjetji (B2B) e-poslovanje zelo slabo razširjeno, da ni e-računov, uporabljajo pa seveda e-mail in pa lokalno specifične sisteme (navedel je WeChat, ki je kitajska aplikacija za komunikacijo, sms, itd.). Omenil je, da se ne uporablja e-podpisov, elektronskega bančništva, e-računov, itd. Dodal je še, da je na drugi strani na Filipinih na strani končnega potrošnika (B2C) na voljo veliko sodobnih tehnoloških rešitev, tudi mobilna banka.

Podjetja torej e-poslovanja praktično ne uporabljajo, kar tudi ni izziv, saj je e-poslovanje v Sloveniji tudi sicer zelo slabo razširjeno. Ko se bo uveljavilo, pa bo, podobno kot navajajo podjetja sicer, varnost in zaščita podatkov poseben problem (kot se je pokazalo tudi sicer pri uvajanju novih tehnologij in digitalizaciji poslovanja (Prašnikar et al., 2017).

## 5.2.6 Poznavanje in predviden vpliv sporazumov

Podjetja v povprečju ne spremljajo pogajanj in pa dogajanja glede sporazumov z izbranimi državami, kar je glede na obseg prodaje v te države možno tudi pričakovati.

Podjetje iz prehranske/kmetijske dejavnosti, ki se sicer na slovenskem trgu sooča s konkurenco proizvodov iz tega dela sveta (proizvoda zaradi identitete podjetja ne bomo

razkrili), pravi, da bi sicer **večji priliv dobrin iz tega dela Azije lahko vplival na cene, vendar pa večjega učinka v panogi ne pričakuje**, ker so kupci pri nas vedno **bolj osveščeni**, veliko dajo **na kvaliteto** in predvsem tudi **lokalno** (v njihovi dejavnosti to pomeni za določene produkte tudi evropsko nasploh) **poreklo blaga**.

V velikih trgovskih podjetjih, ki delajo s končnimi kupci, kot rečeno, nimajo neposrednega stika s temi trgi, pač pa delajo z dobavitelji, ki so že v evropskem prostoru. Predstavniki pa so mnenja, da **če bodo takšni sporazumi prinesli nižje carine, da bo to dobro in da bo poglobilo dolgoročno sodelovanje**.

Podjetje iz logistike pravi, da je ta trg za njih pomemben, da pa **sporazume spremljajo predvsem preko obveščanja s strani GZS**. Drugo podjetje, ki je vezano na panogo logistike, pravi, da so dogajanje spremljali v splošnem, da ni bilo bistvenih omejitev že prej ali jih ni sedaj in zato ne pričakujejo velikih vplivov sporazumov.

Eden od sogovornikov pravi, da je za njih to **razmeroma nepomemben trg in da zato ne spremljajo dogajanja**, spremljajo dogajanje na evropskih trgih. Dodal je, da na trge ASEAN prodajo »40,.. 65 tisoč, gre za lepega kupca, ni veliko dela, ponudba, prodaja«. Predvidevajo tudi, da **ne bo velikega vpliva** sporazuma. Sogovornik je dodal, da je njihov trg v radio 400-500 kilometrov in da tega kupca pravzaprav »ne bi smeli« imeti, pri čemer je izpostavil, da gre verjetno za to, da so posel ohranili zaradi multinacionalke, katere del so.

Podjetje iz prehranske dejavnosti je omenilo, da sicer aktivno spremljajo, kar zasledijo, da pa sicer **ne razmišljajo o carinah na teh trgih, ker na panogo nima velikega vpliva**.

Govorili smo tudi s predstavnikom iz panoge prehranske dejavnosti, ki je povezana z ribami, ker je Vietnam relativno močen v proizvodnji določenih vrst rib. Podjetje s temi trgi sicer neposredno ne sodeluje, zanimal nas je vidik konkurence. Povedali so, da so ti **trgi malo pomembni**, če že, prihaja k nam tuna, panga, ter različni zamrznjeni izdelki za gostinstvo ali industrijo. **Vpliva na svoje poslovanje ne pričakujejo**, saj od tam prihajajo specifični produkti (dodajo, da je tuna zelo kvalitetna, panga manj), ki jih tukaj ni. Dodajo še, da je potrošnik vedno bolj ozaveščen in da išče lokalno, kar v primeru rib pomeni predvsem tudi EU, ne pa dlje. **Večjega vpliva sporazumov tudi z vidika standardov ne pričakujejo**, pravijo, da že sedaj ni posebnih zahtev, ki bi bile problematične.

Dogajanje na globalnih trgih, tudi v okviru različnih sporazumov in sodelovanja, ima tudi širši vpliv. Eno od podjetij iz panoge IKT pa je omenilo, da **se na azijskih trgih že pozna zaostrovanje razmer med Kitajsko in ZDA, da pa se vpliva sporazuma EU z Vietnamom ne čuti**. Sogovornik je poudaril tudi, da mora za Vietnam še vedno pridobivati vizo (on konkretno ima sicer dolgoročno), kar je dodatna težava.

Podjetja torej večjega vpliva sporazumov ne pričakujejo, kar je smiseln rezultat glede na nizek pomen teh trgov. Ta rezultat je tudi skladen z rezultati ankete.

### 5.2.7 Priporočila za državo

Podjetja so tekom pogovorov podala več priporočil za državo. Na kratko bi lahko dejali, da **podjetja nasploh pogrešajo sledeče:**

- 1) Sistematično strategijo prodora na tuje trge, ki bi se izvajala dlje časa in bi bila ustrezno finančno in predvsem tudi organizacijsko podprta ves čas;
- 2) Večje zavedanje države o pomenu bolj oddaljenih trgov
- 3) Vzpostavitev predstavništev, ki bi temeljila na gospodarski diplomaciji, ne politični

**Slovenija ima kot država omenjeno regijo zelo slabo pokrito.** Eden od sogovornikov je bil kritičen: *»Veleposlaništvo imamo v Pekingu, New Delhiju, Canberri, vmes nič...Slovaška država kot investitor gradi v Vietnamu poslovno stavbo«*. Omenijo tudi, da je Slovaška zaostajala za Slovenijo, vendar pa je sedaj zelo aktivna, da se zaveda pomena in potenciala teh trgov. Omenili so še, da Slovenija za te trge ne kaže interesa, da tudi ni strategije do teh trgov. Pogrešajo aktivno vlogo gospodarstva, ki bi jih lahko podprli z organizacijo poslovnih klubov. Dodali so še, da je nujno, da so kot predstavniki v tujini predstavniki gospodarstva, gospodarskih zbornic, da dejavnosti vodi, koordinira kdo iz gospodarstva.

Še nekaj drugih sogovornikov je poudarilo, da je zelo pomembno, da **sodelujejo pri prodorih na tuje trge predvsem ljudje iz gospodarstva, ki razumejo potrebe podjetij.** Podjetja so omenila tudi željo, da bi bila gospodarska zbornica aktivna, da dela čim več akcij, da je hkrati tudi na voljo za informacije podjetjem, ki informacije potrebujejo. Kot zgled dobre organizacije je eden od sogovornikov dal tudi evropsko gospodarsko zbornico in poslovne klube, ki jih organizira. Eden od predstavnikov je omenil tudi, da ima *»Avstrija 900 predstavnikov v tujini«*, aktivno iščejo priložnosti, vzpostavljajo posle. Dodal je še: *»V Avstriji nima Slovenija nobenega predstavnika, Avstrijci pa imajo pri nas 9 ljudi«* (številke nismo preverili, zapisali smo tako, kot je bilo povedano. Dejstvo pa je, da ima AT pri nas relativno močno predstavništvo). Pravi, da bi bilo potrebno okrepiti gospodarsko predstavniško mrežo, da politični predstavniki niso dovolj. Predlaga se okrepitev zborničnega sistema in prisotnosti predstavnikov v tujini.

Mnenja glede gospodarske diplomacije so mešana, odvisna so tako od ciljnih trgov kot tudi panoge. Eden od sogovornikov je bil zelo slikovit, dejal je: *»Gospodarska diplomacija je metanje denarja stran«*.

Podjetje, ki je vezano na panogo logistike, **pogreša predvsem strateški vidik in pa promocijske dejavnosti države.** Kritični so tudi do ministrstev, ki pogosto prosijo za različne input *»takrat se potrudiš in napišeš«*, pa ni učinka. Dodali so še, da *»država nima feelinga«*, podjetja sama bolj vedo, kaj potrebujejo. Država naj bi organizirala aktivnosti, ki jih podjetja ne potrebujejo, sploh ne velika podjetja, dodajo pa, da je taka podpora morda pomembna za manjša podjetja. V konkretnem podjetju se tudi zavedajo, da je na določenih trgih tako, da *»politika odpira vrata«*. Tudi podjetje iz druge panoge, ki je vezano tudi na vrsto licenc in dovoljenj, je omenilo, da je zelo pomembna tudi diplomacija, politika in da je v njihovi panogi zato država zelo pomembna.

Podjetje iz prehranske dejavnosti je pohvalilo sodelovanje z državo, predvsem so pohvalili tudi Veterinarsko upravo RS.

Eden od sogovornikov pojasni tudi, da je pomembno, da **država organizira delegacije, ker se tako podjetja seznanijo s poslovno kulturo ob prvem obisku**, ob prvem stiku s trgovino, kar jim olajša prve korake. Pove tudi, da so različne državne institucije in poznavanje ter povezave z njimi pomembne tudi v državah ASEAN. Doda sicer, da so zelo pomembne izkušnje in tudi razlike na ravni panog. Izpostavil je tudi, da ima država »v Indoneziji v rokah vse luke«. Poleg tega je (odvisno od panoge in države) pomembno tudi, da se vzpostavi kontakt preko delegacij na »ustreznem nivoju«, kar pomeni, da ni nujno dovolj stik na ravni veleposlaništev, pač pa se pričakuje predstavnike ministrstev, ipd.

Še eden od predstavnikov gospodarstva omeni, da je **na oddaljenih trgih težko začeti in da je zato pomoč države v obliki političnih in gospodarskih obiskov zelo pomembna**. Dejal je, da je v Vietnamu, na Filipinih in v Indoneziji »*obrambni sektor dobil obetajoče nastavke poslov*«. Omenil je še, da obiske in prisotnost vladnih predstavnikov firme cenijo, v tem delu sveta imajo vladni organi lahko (sploh v določenih panogah) veliko težo.

Eden od predstavnikov gospodarstva je povedal tudi, da je **vloga države pomembna tudi pri zagotavljanju drugega, tretjega koraka**. Tega poudarka je premalo, **aktivnosti so običajno preveč fokusirane na prvi stik**, potem pa (podobno, kot so omenili tudi še nekateri) podpore ni več. Sicer pove, da finančno podporo tudi za te trge lahko dobijo (odvisno od razpisov), vendar pa je pomemben predvsem tudi organizacijski vidik. Tako poda kot primer Japonsko, kjer je država sistematično delala 2 leti, takšno podporo si želijo tudi na trgih ASEAN. Hkrati pa je bil predstavnik tudi nekoliko kritičen do podjetij, saj je omenil, da nekatera podjetja pričakujejo posel že od enega, dveh obiskov, dodal pa je tudi, da je potrebno za vzpostavitev posla več časa, da je »*potrebno odnos gojiti*«, kar je posebej pomembno v nekaterih azijskih poslovnih kulturah. Nekatera podjetja pa, kot je dejal, »*pustijo in odidejo*«.

Z vidika lokacije teh držav in pa lokacije Slovenije eden od predstavnikov pove, da je pomembno pomorstvo in da bi bilo potrebno ta vidik strateško podpreti.

Eden od predstavnikov obrambe panoge pogrēša **sistematično strategijo**, ki bi povezala tako izvozno usmerjenost kot tudi razvoj doma: kaj so glavni proizvodi, kaj konkurenčne prednosti in kam to lahko tržiimo. Omenil je tudi, da je zelo pomembna zaščita intelektualne lastnine, kar pa je za manjša podjetja lahko težava.

Predstavnik prehranske industrije je omenil, da **se na trgu dogaja konsolidacija**. Da so »*veliki večji, da je težko priti do njih*«, zato vidi vlogo države tudi v povezovanju. Kot pravi – država ne more vedeti o poslu več kot podjetja, so pa lahko koristni pri navezovanju stikov. Vendar ti stiki ne smejo biti podatki z Googla, ki jih lahko najde vsak, pač pa konkreten stik s konkretnim podjetjem. Kot pravijo, največ časa v podjetju porabijo za iskanje ustreznih stikov.

Rezultati torej opozarjajo, da si gospodarstvo želi podpore države, predvsem v obliki strategije in sistematične in stalne podpore pri prodoru na tuje trge. Takšna podpora naj bi bila tudi stalno prisotna in podprta z ustrežno infrastrukturo (predstavniki države/gospodarstva na ciljnih trgih).

## 6 Priloge

### 6.1 Priloga 1: Regijska in sektorska agregacija za GTAP model

**Tabela A1: Prikaz regijske agregacije GTAP verzija 9, podatki za leto 2011**

#	Agregatna regija	Države
1	Oceanija	Avstralija, Nova Zelandija, ostala Oceanija
2	Vzhodna Azija	Kitajska, Hong Kong, Južna Koreja, Japonska, Mongolija, Tajvan, Brunej, ostala Vzhodna Azija
3	Jugovzhodna Azija	Republika Laos, ostala Vzhodna Azija
4	Južna Azija	Bangladeš, Indija, Nepal, Pakistan, Šrilanka, ostala Južna Azija
5	Severna Amerika	ZDA, Mehika, Kanada, ostala severna Amerika
6	Latinska Amerika	Argentina, Brazilija, Bolivija, Čile, Ekvador, Kolumbija, Paragvaj, Peru, Urugvaj, Venezuela, Kostarika, Gvatemala, Honduras, Nikaragva, El Salvador, Dominikanska republika, Jamajka, Portoriko, Trinidad in Tobago, ostala Latinska Amerika in ostala centralna Amerika
7	EU	Avstrija, Belgija, Ciper, Danska, Estonija, Francija, Finska, Grčija, Irska, Italija, Latvija, Litva, Luksemburg, Malta, Madžarska, Nemčija, Nizozemska, Poljska, Portugalska, Slovaška, Španija, Švedska, Velika Britanija
8	EFTA	Švica, Norveška, ostala EFTA
9	Vzhodna Evropa	Albanija, Belorusija, Ukrajina, Rusija, ostala vzhodna in jugovzhodna Evropa
10	ASEAN	Indonezija, Malezija, Filipini, Singapur, Tajska
11	Vietnam	Vietnam
12	Bolgarija-Romunija	Bolgarija, Romunija
13	Hrvaška	Hrvaška
14	Slovenija	Slovenija
15	Ostali svet	Ostali svet

Vir: GTAP 9

## 6.2 Priloga 2: Panožna agregacija za GTAP model

**Tabela A2: Prikaz panožne agregacije v GTAP verzija 9, podatki za leto 2011**

#	Agregirani sektor	GTAP sektorji	ISIC klasifikac.
1	Kmetijstvo	riž, pšenica, žitarice, sadje, zelenjava, oreščki, semena oljč sladkorni trs, sladkorna pesa, rastlinska vlakna, ost poljščine, reja govedi, ovc, konj, koz, ostali proizv živalskega izvora, surovo mleko, volna, svila	ISIC 01
2	Ostali primarni proizvodi	plin, ostali minerali	ISIC 7-9
3	Gozdarstvo	gozdarstvo	ISIC 02
4	Ribolov	ribištvo	ISIC 03
5	Predelana hrana	meso, mesni izdelki, rastlinska olja in maščobe, mlečni izde predelan riž, sladkor, ostali prehranski izdelki.	ISIC 10
6	Pijače in tobak	pijača in tobačni izdelki	ISIC 11, 12
7	Tekstil	tekstil	ISIC 13
8	Obleke in obutev	oblačila	ISIC 14
9	Ostala predelovalna ind.	Ostala predelovalna industrija	ISIC 32
10	Usnje	usnjeni izdelki	ISIC 15
11	Papirna in založniška ind.	papirna industrija in založništvo	ISIC 17, 18
12	Železne kovine	železo in jeklo,	ISIC 24
13	Mineralni izdelki	izdelki iz mineralov	ISIC 23
14	Naftni derivati in oglje	naftni derivati in oglje	ISIC 05, 06
15	Lesna industrija	Lesna industrija	ISIC 16
16	Kemična industrija	petrokemični in izdelki na bazi oglja, kemični, plastični izdelki iz gume	ISIC 20-22
17	Kovine in kovinski proizvodi	kovine in kovinski izdelki, ostale kovine	ISIC 25
18	Motorna vozila	motorna vozila, ostala transportna oprema	ISIC 29, 30
19	Elektronske naprave	elektronske naprave	ISIC 26, 27
20	Ostali stroji	ostala strojna oprema	ISIC 28
21	Infrastrukturne storitve	oskrba z vodo, elektrika, oskrba s plinom	ISIC 35-38
22	Gradbeništvo	Gradbeništvo	ISIC 41-43
23	Transport in komunikacije	Prevozne storitve, vodni prevoz, komunikacijske storitve	ISIC 49, 50, skill61, 63
24	Zračni prevoz	Letalski prevoz	ISIC 51
25	Trgovina	Trgovina	ISIC 45-47
26	Ostale storitve	Javna uprava, zdravstvo, šolstvo, obramba, nepremičnin storitve	ISIC 84-88
27	Rekreacijske storitve	Rekreacijske storitve	ISIC 93
28	Poslovne storitve	Ostale poslovne storitve	ISIC 69-74
29	Zavarovanje	Zavarovanje	ISIC 65
30	Finančne storitve	Finančne storitve	ISIC 64

Vir: GTAP 9

### 6.3 Priloga 3: Nekarinske omejitve v simulacijah

Tabela A3: Prikaz simuliranih sprememb necarinskih omejitev po treh scenarijih liberalizacije med EU in ASEAN

Povprečni prihranki trgovinskih stroškov, EU izvoz v ASEAN			
Storitveni sektor	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Infrastrukturne storitve	2.6	9.1	8.7
Gradbeništvo	1.4	6.2	5.6
Trgovina	0.5	4.6	3.7
Zračni prevoz	2.3	9.7	8.9
Transport in komunikacije	3.3	12	11.3
Finančne storitve	2	9.9	9
Zavarovanje	2.8	12.8	11.9
Poslovne storitve	2.3	10.5	9.5
Rekreacijske storitve	3	12.5	11.8
Ostale storitve	0.3	4	3.2
Povprečni prihranki trgovinskih stroškov, EU izvoz v ASEAN			
Storitveni sektor	Scenarij 1	Scenarij 2	Scenarij 3
Infrastrukturne storitve	3.7	9.6	9.9
Gradbeništvo	2.7	7.5	7.7
Trgovina	4.9	12.1	12.7
Zračni prevoz	5.1	13.5	13.9
Transport in komunikacije	4.3	11.8	12.1
Finančne storitve	4.7	13	13.4
Zavarovanje	4.1	10	10.4
Poslovne storitve	5	12.9	13.3
Rekreacijske storitve	4.2	10.6	11
Ostale storitve	5.6	13.1	13.9

Vir: ECORYS (2009)

## 6.4 Priloga 4: Dekompozicija učinkov 1. scenarija po članicah ASEAN

Tabela A4: Sprememba dodane vrednosti po simuliranem 1. scenariju sporazuma ASEAN (dekompozicija učinkov po posameznih članicah ASEAN)

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Kmetijstvo	-0,0598	0,0013	-0,0105	-0,0028	0,0006	-0,0609	0,0125
Ostali primarni proizvodi	-0,0206	0,0000	0,0037	-0,0094	-0,0015	-0,0169	0,0036
Gozdarstvo	0,0348	0,0011	0,0085	0,0030	0,0045	0,0030	0,0146
Ribolov	0,0704	0,0006	-0,0031	-0,0036	0,0876	-0,0082	-0,0029
Predelana hrana	-0,1865	0,0001	-0,0413	-0,0293	-0,0140	-0,0680	-0,0342
Pijače in tobak	-0,0028	-0,0016	-0,0021	-0,0038	0,0002	-0,0079	0,0124
Tekstil	-0,5186	0,0102	-0,1997	-0,0433	-0,0234	-0,1610	-0,1013
Obleke in obutev	-0,3900	0,0059	-0,1423	-0,0278	-0,0255	-0,0371	-0,1631
Ostala predelovalna ind.	0,1398	0,0063	0,0034	0,0628	0,0177	-0,0057	0,0553
Usnje	-0,5630	0,0101	-0,5173	-0,0405	-0,0085	-0,1010	0,0942
Papirna in založniška ind.	0,1023	0,0024	0,0442	0,0254	0,0047	0,0220	0,0036
Železne kovine	0,0722	0,0108	0,0186	0,0369	0,0021	-0,0065	0,0103
Mineralni izdelki	0,0071	0,0025	0,0028	0,0024	0,0042	-0,0078	0,0030
Naftni derivati in oglje	-0,0664	-0,0048	0,0169	-0,0268	-0,0090	-0,0493	0,0065
Lesna industrija	0,0524	0,0123	0,0086	-0,0019	0,0023	-0,0066	0,0378
Kemična industrija	0,1018	0,0153	0,0286	-0,0071	0,0028	0,0407	0,0214
Kovine in kov. proizvodi	0,0707	0,0097	0,0209	0,0125	0,0069	0,0093	0,0114
Motorna vozila	0,0436	0,0089	0,0030	0,0457	0,0025	-0,0234	0,0070
Elektronske naprave	-0,1019	0,0272	-0,0445	-0,0526	0,0086	-0,0484	0,0076
Ostali stroji	0,1168	0,0139	0,0365	0,0040	0,0093	0,0485	0,0046
Infrastrukturne storitve	-0,0255	-0,0026	-0,0060	-0,0155	0,0036	-0,0075	0,0025
Gradbeništvo	0,0299	-0,0001	0,0103	0,0058	-0,0022	0,0293	-0,0131
Transport in komunik.	-0,0380	-0,0083	-0,0035	-0,0056	-0,0069	-0,0159	0,0022
Zračni prevoz	-0,2461	-0,0649	-0,0169	-0,0739	-0,0137	-0,0726	-0,0042
Trgovina	-0,0296	-0,0082	-0,0043	-0,0051	-0,0013	-0,0058	-0,0049
Ostale storitve	0,0047	0,0004	-0,0004	0,0019	0,0003	0,0027	-0,0003
Rekreacijske storitve	-0,0078	-0,0045	0,0015	-0,0071	-0,0002	0,0001	0,0023
Poslovne storitve	-0,0115	-0,0123	0,0024	-0,0005	-0,0013	0,0004	-0,0002
Zavarovanje	0,0173	0,0156	0,0032	-0,0108	0,0011	0,0077	0,0005
Finančne storitve	-0,0163	-0,0168	-0,0010	0,0007	-0,0004	0,0017	-0,0006



Tabela A5: Sprememba indeksa tržnih cen po simuliranem 1. scenariju sporazuma ASEAN (dekompozicija učinkov po posameznih članicah ASEAN)

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Kmetijstvo	0.0050	-0.0022	-0.0002	0.0091	0.0022	-0.0083	0.0044
Ostali primarni proizvodi	-0.0056	-0.0033	0.0061	-0.0012	-0.0018	-0.0084	0.0029
Gozdarstvo	0.0800	-0.0172	0.0178	0.0184	0.0161	0.0326	0.0124
Ribolov	0.0061	-0.0024	-0.0057	0.0101	0.0012	-0.0045	0.0075
Predelana hrana	0.0101	-0.0043	0.0017	0.0089	0.0020	-0.0002	0.0019
Pijače in tobak	0.0196	-0.0044	0.0030	0.0124	0.0031	0.0044	0.0010
Tekstil	-0.0041	-0.0022	-0.0052	0.0056	0.0001	0.0011	-0.0035
Obleke in obutev	-0.0125	-0.0016	-0.0087	0.0039	-0.0007	0.0002	-0.0055
Ostala predelovalna ind.	0.0152	-0.0020	-0.0006	0.0080	0.0013	0.0072	0.0012
Usnje	0.0065	-0.0028	-0.0111	0.0041	0.0008	0.0013	0.0142
Papirna in založniška ind.	0.0373	-0.0038	0.0062	0.0139	0.0036	0.0154	0.0020
Železne kovine	0.0131	-0.0025	0.0017	0.0077	0.0004	0.0053	0.0006
Mineralni izdelki	0.0242	-0.0040	0.0037	0.0099	0.0028	0.0097	0.0021
Naftni derivati in oglje	-0.0066	-0.0035	0.0035	-0.0004	-0.0016	-0.0069	0.0022
Lesna industrija	0.0348	-0.0037	0.0050	0.0124	0.0034	0.0135	0.0041
Kemična industrija	0.0106	-0.0054	0.0037	0.0061	0.0013	0.0033	0.0016
Kovine in kov. proizvodi	0.0277	-0.0026	0.0037	0.0114	0.0016	0.0108	0.0030
Motorna vozila	0.0277	-0.0082	0.0060	0.0083	0.0050	0.0132	0.0033
Elektronske naprave	0.0111	-0.0055	0.0019	0.0047	-0.0004	0.0099	0.0005
Ostali stroji	0.0616	-0.0074	0.0062	0.0155	0.0066	0.0360	0.0046
Infrastrukturne storitve	0.0492	-0.0043	0.0061	0.0151	0.0056	0.0207	0.0060
Gradbeništvo	0.0600	-0.0086	0.0088	0.0215	0.0084	0.0230	0.0069
Transport in komunik.	0.0427	-0.0046	0.0047	0.0147	0.0054	0.0192	0.0033
Zračni prevoz	0.0442	-0.0096	0.0039	0.0206	0.0048	0.0213	0.0031
Trgovina	0.0376	-0.0112	0.0062	0.0163	0.0042	0.0182	0.0039
Ostale storitve	0.0219	-0.0028	0.0051	0.0079	0.0007	0.0104	0.0005
Rekreacijske storitve	0.0206	-0.0028	0.0027	0.0095	0.0015	0.0091	0.0007
Poslovne storitve	0.0116	-0.0027	0.0006	0.0081	0.0011	0.0047	-0.0002
Zavarovanje	0.0038	0.0005	-0.0047	0.0061	0.0004	0.0024	-0.0008
Finančne storitve	0.0176	-0.0016	0.0008	0.0090	0.0015	0.0079	0.0000

Tabela A6: Sprememba obsega izvoza po simuliranem 1. scenariju sporazuma ASEAN (dekompozicija učinkov po posameznih članicah ASEAN)

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Kmetijstvo	-0.1984	0.0037	-0.0184	-0.0018	0.0047	-0.2591	0.0725
Ostali primarni proizvodi	-0.0899	-0.0233	0.0219	-0.0201	-0.0105	-0.0721	0.0142
Gozdarstvo	0.0383	0.0094	0.0140	-0.0018	0.0030	-0.0065	0.0203
Ribolov	0.9835	0.0035	0.0111	0.0127	0.9534	-0.0189	0.0218
Predelana hrana	-0.4197	0.0034	-0.1148	-0.0820	-0.0392	-0.1182	-0.0687
Pijače in tobak	0.0604	-0.0064	-0.0058	-0.0292	0.0049	-0.0282	0.1251
Tekstil	-0.7539	0.0141	-0.2527	-0.0683	-0.0380	-0.2567	-0.1522
Obleke in obutev	-1.2004	0.0156	-0.4398	-0.1036	-0.0760	-0.0536	-0.5431
Ostala predelovalna ind.	0.6294	0.0131	0.0298	0.2724	0.0757	-0.0066	0.2449
Usnje	-0.8726	0.0169	-0.8138	-0.0642	-0.0165	-0.1476	0.1527
Papirna in založniška ind.	0.2265	0.0056	0.1034	0.0554	0.0066	0.0512	0.0043
Železne kovine	0.0885	0.0107	0.0210	0.0513	0.0010	-0.0077	0.0122
Mineralni izdelki	-0.0233	0.0033	-0.0042	-0.0004	0.0062	-0.0377	0.0095
Naftni derivati in oglje	-0.0808	-0.0029	0.0287	-0.0383	-0.0114	-0.0661	0.0093
Lesna industrija	0.0505	0.0151	0.0082	-0.0075	0.0003	-0.0097	0.0440
Kemična industrija	0.1209	0.0167	0.0331	-0.0084	0.0033	0.0521	0.0241
Kovine in kov. proizvodi	0.0924	0.0110	0.0283	0.0158	0.0085	0.0126	0.0162
Motorna vozila	0.0763	0.0117	0.0047	0.0656	0.0036	-0.0237	0.0144
Elektronske naprave	-0.1591	0.0500	-0.0953	-0.0692	0.0225	-0.0966	0.0296
Ostali stroji	0.1622	0.0168	0.0515	0.0035	0.0123	0.0705	0.0076
Infrastrukturne storitve	-0.0847	-0.0101	-0.0259	-0.0529	0.0102	-0.0130	0.0071
Gradbeništvo	-0.0129	0.0148	0.0052	-0.0331	-0.0058	-0.0104	0.0165
Transport in komunik.	-0.0365	-0.0092	0.0007	-0.0044	-0.0103	-0.0200	0.0068
Zračni prevoz	-0.2581	-0.0836	-0.0083	-0.0761	-0.0130	-0.0730	-0.0040
Trgovina	-0.2853	-0.1275	-0.0076	-0.0613	-0.0075	-0.0829	0.0014
Ostale storitve	0.0160	0.0070	-0.0001	0.0004	0.0078	-0.0130	0.0139
Rekreacijske storitve	-0.0326	-0.0261	0.0143	-0.0156	-0.0011	-0.0153	0.0111
Poslovne storitve	-0.0065	-0.0501	0.0186	0.0099	0.0018	0.0018	0.0115
Zavarovanje	0.1606	0.1430	0.0170	-0.0364	0.0088	0.0255	0.0027
Finančne storitve	-0.2266	-0.2240	0.0031	0.0040	0.0019	-0.0131	0.0015

Tabela A7: Sprememba obsega uvoza po simuliranem 1. scenariju sporazuma ASEAN (dekompozicija učinkov po posameznih članicah ASEAN)

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Kmetijstvo	0.0124	-0.0012	0.0010	0.0021	-0.0021	0.0155	-0.0029
Ostali primarni proizvodi	0.0428	0.0024	0.0072	0.0056	0.0045	0.0188	0.0043
Gozdarstvo	-0.0616	0.0332	-0.0185	-0.0143	-0.0274	-0.0328	-0.0019
Ribolov	0.0699	-0.0033	0.0014	0.0084	0.0540	0.0071	0.0021
Predelana hrana	0.0728	0.0004	0.0049	0.0043	0.0013	0.0433	0.0185
Pijače in tobak	0.0093	-0.0003	-0.0026	-0.0002	-0.0030	0.0142	0.0012
Tekstil	-0.0873	0.0030	-0.0114	-0.0069	-0.0082	-0.0250	-0.0388
Obleke in obutev	0.3877	-0.0047	0.1333	0.0242	0.0259	0.0991	0.1100
Ostala predelovalna ind.	0.0600	-0.0019	0.0042	0.0106	0.0004	0.0483	-0.0017
Usnje	0.0573	0.0018	0.0407	0.0046	-0.0009	0.0187	-0.0075
Papirna in založniška ind.	0.0035	0.0010	0.0053	-0.0016	-0.0040	0.0060	-0.0032
Železne kovine	0.0704	0.0074	0.0185	0.0179	0.0042	0.0176	0.0047
Mineralni izdelki	0.0296	0.0030	0.0092	0.0053	-0.0030	0.0215	-0.0064
Naftni derivati in oglje	-0.0155	-0.0058	-0.0018	-0.0015	-0.0031	-0.0040	0.0006
Lesna industrija	0.0258	0.0039	0.0032	0.0054	-0.0002	0.0050	0.0086
Kemična industrija	0.0401	0.0062	0.0044	0.0065	0.0021	0.0142	0.0066
Kovine in kov. proizvodi	0.0607	0.0063	0.0155	0.0112	0.0032	0.0209	0.0035
Motorna vozila	0.0616	0.0020	0.0060	0.0250	0.0006	0.0244	0.0036
Elektronske naprave	0.0756	-0.0031	0.0157	0.0299	0.0015	0.0366	-0.0050
Ostali stroji	0.0533	0.0014	0.0153	0.0082	0.0010	0.0302	-0.0030
Infrastrukturne storitve	0.0598	0.0057	0.0070	0.0133	0.0005	0.0322	0.0011
Gradbeništvo	0.2173	-0.0003	0.0394	0.1057	0.0026	0.0765	-0.0066
Transport in komunik.	0.1756	0.0264	0.0311	0.0331	0.0176	0.0630	0.0044
Zračni prevoz	0.2083	0.0038	0.0322	0.0701	0.0161	0.0798	0.0063
Trgovina	0.3454	0.0404	0.0220	0.0997	0.0183	0.1569	0.0081
Ostale storitve	-0.0120	0.0018	0.0012	-0.0019	-0.0077	0.0091	-0.0145
Rekreacijske storitve	0.1970	0.0116	0.0215	0.1023	0.0098	0.0471	0.0047
Poslovne storitve	0.0397	0.0152	-0.0007	0.0130	0.0031	0.0114	-0.0023
Zavarovanje	0.2777	0.0848	0.0075	0.1429	0.0044	0.0350	0.0031
Finančne storitve	0.0791	0.0257	0.0101	0.0151	0.0112	0.0124	0.0045

Tabela A8: Sprememba indeksa izvoznih cen po simuliranem 1. scenariju sporazuma ASEAN (dekompozicija učinkov po posameznih članicah ASEAN)

	SKUPAJ	Singapur	Indonezija	Malezija	Filipini	Tajska	Vietnam
Kmetijstvo	0.0046	-0.0030	-0.0002	0.0099	0.0010	-0.0056	0.0024
Ostali primarni proizvodi	0.0040	-0.0037	0.0070	0.0003	-0.0007	-0.0020	0.0031
Gozdarstvo	0.0400	-0.0033	0.0070	0.0109	0.0029	0.0169	0.0057
Ribolov	0.1377	-0.0043	-0.0061	0.0000	0.1617	-0.0075	-0.0061
Predelana hrana	0.0164	-0.0036	0.0022	0.0099	0.0007	0.0094	-0.0023
Pijače in tobak	0.0234	-0.0038	0.0023	0.0103	0.0008	0.0144	-0.0007
Tekstil	0.0028	-0.0032	-0.0108	0.0088	0.0005	0.0103	-0.0027
Obleke in obutev	0.0094	-0.0037	-0.0049	0.0090	0.0002	0.0117	-0.0029
Ostala predelovalna ind.	0.0232	-0.0037	0.0014	0.0102	0.0011	0.0143	0.0000
Usnje	0.0016	-0.0034	-0.0148	0.0083	0.0007	0.0086	0.0022
Papirna in založniška ind.	0.0260	-0.0038	0.0037	0.0101	0.0010	0.0152	-0.0002
Železne kovine	0.0224	-0.0035	0.0032	0.0093	0.0007	0.0129	-0.0002
Mineralni izdelki	0.0226	-0.0036	0.0037	0.0089	0.0007	0.0130	0.0000
Naftni derivati in oglje	0.0117	-0.0039	-0.0030	0.0084	0.0004	0.0097	0.0002
Lesna industrija	0.0253	-0.0040	0.0031	0.0101	0.0012	0.0146	0.0003
Kemična industrija	0.0235	-0.0036	0.0030	0.0097	0.0007	0.0141	-0.0003
Kovine in kov. proizvodi	0.0236	-0.0035	0.0032	0.0097	0.0008	0.0136	-0.0003
Motorna vozila	0.0122	-0.0034	0.0018	0.0078	0.0006	0.0068	-0.0014
Elektronske naprave	0.0190	-0.0032	0.0013	0.0078	0.0008	0.0128	-0.0004
Ostali stroji	0.0234	-0.0032	0.0028	0.0097	0.0009	0.0138	-0.0005
Infrastrukturne storitve	0.0260	-0.0035	0.0046	0.0093	0.0007	0.0149	0.0000
Gradbeništvo	0.0268	-0.0035	0.0036	0.0104	0.0009	0.0160	-0.0007
Transport in komunik.	0.0132	-0.0049	0.0026	0.0067	-0.0004	0.0093	-0.0001
Zračni prevoz	-0.0142	-0.0063	-0.0004	-0.0025	-0.0023	-0.0022	-0.0005
Trgovina	0.0215	-0.0043	0.0025	0.0096	0.0004	0.0144	-0.0013
Ostale storitve	0.0311	-0.0035	0.0041	0.0114	0.0010	0.0191	-0.0009
Rekreacijske storitve	0.0217	-0.0044	0.0028	0.0085	0.0004	0.0155	-0.0011
Poslovne storitve	0.0255	-0.0040	0.0032	0.0101	0.0007	0.0162	-0.0008
Zavarovanje	0.0155	-0.0051	0.0023	0.0079	0.0005	0.0113	-0.0013
Finančne storitve	0.0269	-0.0043	0.0032	0.0102	0.0007	0.0177	-0.0006

## 6.5 Priloga 5: Povzetek vprašalnika

(Q1) Pomen naslednjih trgov kot prodajnih trgov. Koliko prodate na posameznem trgu? Koliko tam prodate primerjalno glede na celoto? ( Tabela en odgovor )

(Q2) Kako pomembni so naslednji trgi kot vaši dobavni trgi, torej kot vir materialov, sestavnih delov in drugih inputov? Koliko tam kupujete primerjalno glede na celoto? ( Tabela en odgovor )

(Q3) Ali prodajate predvsem... ( En odgovor )

(Q4) Kako pomembni pri mednarodnem poslovanju nasploh so za vas naslednji vidiki (Tabela en odgovor)

(Q5) Kako dobro poznate pogajanja EU o sporazumih o prosti trgovini z izbranimi državami ASEAN (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija)? ( Tabela en odgovor )

(Q6) Kakšen vpliv pričakujete, da bodo imeli sporazumi o prosti trgovini z izbranimi državami ASEAN (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija) na ( Tabela en odgovor )

### IF (4) Q1f != [1] or Q2f != [1]

(Q7) Predmet sporazuma je močno znižanje ali odprava carin in drugih dajatev kot tudi odprava ovir na področju javnega naročanja, storitev, ureditev pravic intelektualne lastnine, itd. Na podlagi vašega poznavanja in razumevanja te problematike, ali menite, da bi imel takšen sporazum vpliv na vaše podjetje? ( En odgovor )

(Q8) Kako menite, da bodo sporazumi in njihova uporaba vplivala na naslednje kategorije, ki se lahko dotikajo vašega poslovanja. Se bo stanje izboljšalo ali poslabšalo? (Države: Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija) ( Tabela en odgovor )

### IF (5) Q1f = [1] and Q2f = [1]

(Q9) Zakaj niste prisotni na trgih držav ASEAN, s katerimi se pogloblja sodelovanje (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija)? Ocenite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni "sploh ne velja", 5 pa "povsem velja". ( Tabela en odgovor )

(Q10) Ali bi zaradi uveljavitve in uporabe prosto-trgovinskega sporazuma s temi državami (Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija) imeli interes ali možnost posredno ali neposredno poslovati na trgih teh držav? ( En odgovor )

(Q11) Kako menite, da bodo sporazumi in njihova uporaba vplivala na naslednje kategorije, ki se lahko dotikajo vašega poslovanja. Se bo stanje izboljšalo ali poslabšalo? . (Države: Singapur, Malezija, Vietnam, Tajska, Filipini, Indonezija) ( Tabela en odgovor )

(Q12) Prosimo izberite šifro dejavnosti, v kateri posluje vaše podjetje! ( En odgovor )

(Q13) Koliko zaposlenih ima vaše podjetje? ( En odgovor )

(Q14) Če želite, da vam posredujemo rezultate raziskave, nam, prosim, posredujte vaš naslov elektronske pošte. Hvala. ( Besedilo )

## 7 Literatura

1. Boyer I. & A. Schuschny (2010). Quantitative assessment of a free trade agreement between ASEAN and the European Union, Statistics and Economic Projections Division Natural Resources and Infrastructure Division.
2. Damijan, J., Kostevc, Č., & Redek, T. (2018). Sektorska analiza predvidenih posledic trgovinskih sporazumov EU- Mercosur in EU-Japonska. CPOEF.
3. Damijan, Kostevc, Redek (2014): Vpliv Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) na slovensko gospodarstvo. CPOEF, Ekonomska fakulteta.
4. DeFranzo, S. (2011). Difference between qualitative and quantitative research. Retrieved January 28, 2019, from <https://www.snapsurveys.com/blog/qualitative-vs-quantitative-research/>
5. ECORYS (2009): Trade Sustainability Impact Assessment of the FTA between the EU and ASEAN Final Report Volume I - Main Findings and Recommendations. Client European Commission, Directorate General for Trade
6. Eurostat. (2018). Eurostat Database. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
7. Galvin, R. (2015). How many interviews are enough? Do qualitative interviews in building energy consumption research produce reliable knowledge? *Journal of Building Engineering*, 1, 2–12. <https://doi.org/10.1016/j.jobe.2014.12.001>
8. H. Boumellassa, Y. Decreux in L. Fontagné (2008): Economic Impact of a Potential Free Trade Agreement (FTA) Between the European Union and Asean. CEPII Rapport d'Étude
9. Hertel T.W. in M.E. Tsigas (1997): The Structure of GTAP. V T.W. Hertel (ed.), *Global Trade Analysis: Modeling and Applications*, Cambridge University Press, 1997.
10. Kirsti Malterud, Volkert Dirk Siersma, & Ann Dorrit Guassora. (2015). Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided by Information Power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1753–1760. <https://doi.org/10.1177/1049732315617444>
11. Malcolm, G. (1998). Adjusting Tax Rates in the GTAP Data Base (GTAP Technical Paper No. 12). Purdue University, West Lafayette, IN: Global Trade Analysis Project (GTAP).
12. ÖFSE (2018): The economic and social effects of the EU Free Trade Agreement with Vietnam (avtorji: J. Grumiller, W. Raza, C. Staritz, B. Tröster, R. von Arnim, H. Grohs), Research Report 8/2018
13. Prašnikar, J., Redek, T., & Koman, M. (2017). Robots among us. Ljubljana: Časnik Finance.
14. Redek, T., & Oblak, A. (2016). Characteristics of small and medium companies in Slovenia, export, innovation and growth. In *Removing the barricades* (pp. 157–180). Časnik Finance.
15. Redek, T., Čater, T., Čater, B., & Černe, M. (2018). Industrija 4.0 v Sloveniji. Ekonomska fakulteta: mimeo.
16. Redek, T., Čater, T., Čater, B., & Koman, M. (2018). Digitalni šampion ali začetnik? Retrieved October 10, 2018, from <http://efnet.si/2018/08/digitalni-sampion-ali-zacetnik/>
17. Redek, T., Domadenik, P., Cepec, J., Kostevc, Č., Bavdaž, M., & Godnov, U. (2017). Vpliv zasebnih agencij za zaposlovanje na trg dela v Sloveniji. Vmesno poročilo o raziskavi. CPOEF in Ekonomska fakulteta.
18. SURS. (2019). SI-STAT podatkovni portal. SURS (Statistični urad RS). Retrieved from [www.stat.si](http://www.stat.si)