

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

ROBERT ZORKO

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO
**EMPIRIČNA ANALIZA PRENOSA POVPRAŠEVALNIH
ŠOKOV**

Ljubljana, november 2013

ROBERT ZORKO

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani Robert Zorko, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom "Empirična analiza prenosa povpraševalnih šokov", pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem izr. prof. dr. Sašem Polancem.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) ne dovolim objave magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobil vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisal;
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

Ljubljana, 25. november 2013.

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PREGLED LITERATURE	2
1.1 Vplivi aktualne finančne in gospodarske krize ter transmisija šokov	2
1.2 Vrste šokov in transmissijski kanali	4
1.3 Empirični dokazi transmissijskih kanalov	7
1.3.1 Empirične analize transmisije šokov na ravni podjetij	8
1.3.2 Empirične analize transmisije šokov v času aktualne finančne in go- spodarske krize	8
1.4 Povezanost produktivnosti in izvozne usmerjenosti podjetij	9
1.4.1 Koncept samoselekcije med podjetji	10
1.4.2 Koncept učenja z izvozom	12
1.4.3 Drugi vplivi na izvozno usmerjenost podjetij	13
1.5 Teoretična podlaga empirični analizi	15
2 OPIS UPORABLJENIH PODATKOV	19
2.1 Viri podatkov	19
2.2 Analiza podatkov celotne baze podjetij Ajpes za obdobje 2007-2011	20
2.3 Pregled drugih značilnosti slovenskega gospodarstva v obdobju 2007-2011	25
2.3.1 Bruto domači proizvod in stopnja anketne brezposelnosti v RS	25
2.3.2 Industrijska proizvodnja RS in držav v regiji	29
3 ZNAČILNOSTI VZORCA IN OPISNE STATISTIKE	31
3.1 Analiza podatkov baze podjetij v vzorcu	31
3.2 Opisne statistike	43
4 EMPIRIČNA ANALIZA	46
4.1 Ključne hipoteze	47
4.1.1 Vplivi na produktivnost podjetij	47
4.1.2 Povezanost produktivnosti in števila trgov delovanja	48
4.1.3 Občutljivost in prilagodljivost podjetij na zunanje šoke	48
4.2 Produktivnost podjetij	49
4.3 Empirična analiza	57
4.3.1 Empirična analiza podatkov po trgih	57
4.3.2 Povezanost obsega prodaje in števila trgov delovanja	58
4.3.3 Vplivi na produktivnost podjetij	59
4.3.4 Povezanost produktivnosti in števila trgov delovanja	63
4.3.5 Občutljivost in prilagodljivost podjetij na zunanje šoke	67
SKLEP	70

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Porazdelitev podjetij v Sloveniji glede na število zaposlenih, 2007-2011	21
Tabela 2:	Delež vstopov in izstopov podjetij v Sloveniji glede na velikost podjetij (v odstotkih), 2007-2011	22
Tabela 3:	Gibanje števila zaposlenih v slovenskih podjetjih, 2007-2011	23
Tabela 4:	Število slovenskih podjetij po izvozni usmerjenosti, 2007-2011	23
Tabela 5:	Prodaja slovenskih podjetij po trgih (v mrd. EUR), 2007-2011	24
Tabela 6:	Delež prodaje slovenskih podjetij po trgih (v odstotkih), 2007-2011	24
Tabela 7:	Število podjetij v vzorcu, 2007-2011	32
Tabela 8:	Prodaja slovenskih podjetij v vzorcu po trgih (v mio EUR), 2007-2011	34
Tabela 9:	Delež prodaje podjetij v vzorcu po trgih (v odstotkih), 2007-2011	35
Tabela 10:	Število vstopov in izstopov podjetij v vzorcu, 2007-2011	37
Tabela 11:	Število podjetij z dobičkom in povprečni obseg dobička (v tisoč EUR), 2007-2011	37
Tabela 12:	Število podjetij z izgubo in povprečni obseg izgube (v tisoč EUR), 2007-2011	38
Tabela 13:	Število izvoznikov v vzorcu in trgov delovanja, 2007-2011	39
Tabela 14:	Število podjetij po vrsti prihodka, 2007-2011	39
Tabela 15:	Obseg prodaje podjetij v vzorcu po vrsti prihodkov (v mio EUR), 2007-2011	40
Tabela 16:	Število poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu, 2007-2011	41
Tabela 17:	Število poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu po trgih, 2007-2011	41
Tabela 18:	Razvrstitev podjetij v vzorcu glede na število poslovnih partnerjev, 2007-2011	42
Tabela 19:	Deleži podjetij v vzorcu glede na število poslovnih partnerjev, 2007-2011	42
Tabela 20:	Opisne statistike slovenskih podjetij v vzorcu, 2007-2011	44
Tabela 21:	Opisne statistike slovenskih podjetij v populaciji, 2007-2011	45
Tabela 22:	Opisne statistike spremenljivk v produkcijski funkciji	52
Tabela 23:	Skupna faktorska produktivnost podjetij v populaciji, 2002-2012	55
Tabela 24:	Skupna faktorska produktivnost podjetij v vzorcu, 2007-2012	57
Tabela 25:	Poslovna partnerstva podjetij v vzorcu in izbrani trgi, 2007-2012	58
Tabela 26:	Ocena vpliva obsega prodaje na število trgov delovanja podjetij z metodo OLS	59

Tabela 27:	Skupna faktorska produktivnost in velikostni razredi podjetij, 2007-2012	60
Tabela 28:	Ocena vpliva velikosti na spremembo produktivnosti podjetij z metodo OLS in FE	61
Tabela 29:	Skupna faktorska produktivnost in izvozno usmerjenost ter leto začetka poslovanja podjetja	61
Tabela 30:	Ocena vpliva velikosti, izvozne usmerjenosti in starosti na produktivnost podjetij z metodo OLS	62
Tabela 31:	Skupna faktorska produktivnost podjetij in število trgov, na katerih podjetje posluje	63
Tabela 32:	Ocena vpliva števila trgov delovanja na produktivnost podjetij z metodo OLS	64
Tabela 33:	Ocena vpliva števila trgov delovanja in števila partnerjev na verjetnost vstopa podjetij na nov trg z metodo probit	65
Tabela 34:	Ocena vpliva produktivnosti in velikosti na verjetnost, da podjetje postane izvoznik, z metodo probit	67
Tabela 35:	Ocena vplivov produktivnosti, obsega prodaje, števila trgov delovanja in zunanjih šokov na stopnjo rasti prodaje z metodo OLS (I.)	68
Tabela 36:	Ocena vplivov produktivnosti, obsega prodaje, števila trgov delovanja in zunanjih šokov na stopnjo rasti prodaje z metodo OLS (II.)	70

KAZALO SLIK

Slika 1:	Bruto domači proizvod na prebivalca v standardu kupne moči, EU-27=100	27
Slika 2:	Stopnja anketne brezposelnosti	29
Slika 3:	Industrijska proizvodnja RS in držav v regiji	31
Slika 4:	Gostota porazdelitve podjetij v vzorcu glede na število zaposlenih, 2007-2011	33
Slika 5:	Število zaposlenih v podjetjih v vzorcu glede na velikost, 2007-2011	36
Slika 6:	Gostota porazdelitve podjetij v vzorcu in v populaciji glede na povprečno število zaposlenih, 2007-2011	46
Slika 7:	Porazdelitev skupne faktorske produktivnosti populacije - OLS po letih	53
Slika 8:	Porazdelitev skupne faktorske produktivnosti populacije - FE po letih	54
Slika 9:	Povprečna vrednost skupne faktorske produktivnosti populacije po letih	56

UVOD

Finančna kriza, ki je izbruhnila v najrazvitejšem finančnem sistemu Združenih držav Amerike, je močno prizadela svetovno gospodarstvo. Mednarodna trgovina je upadla na delež agregatne proizvodnje, ki ga je dosegala ob koncu 2. svetovne vojne. Kriza je sprožila recesijo svetovnih razsežnosti, neprimerljivo z ostalimi krizami po veliki depresiji v 30. letih 20. stoletja, in dobila ime "velika recesija" (Claessens, Tong, & Wei, 2011, str. 2).

Močna prepletenost finančnega in realnega sektorja, vse večja integracija finančnih sistemov različnih držav ter močne medregijske gospodarske povezave so omogočile hiter in obsežen prenos krize iz Združenih držav Amerike v številne države po svetu. Prav različne monetarne in trgovinske unije med državami so namreč eden izmed razlogov za razsežnost aktualne finančne in gospodarske krize.

Glavni namen magistrske naloge je empirično analizirati odzivnosti in poslovanja slovenskih podjetij v obdobju 2007-2012 glede na transmisijo šokov in krize, ki je zajela tako Slovenijo kot večino tujih trgov, na katera izvažajo slovenska podjetja. Za analizo so uporabljeni podatki iz izkazov uspeha in bilanc stanj slovenskih podjetij Agencije za javnopravne evidence in storitve ter podatki podjetja Datalab, d.d.

Naloga preučuje povezanost med produktivnostjo podjetij in številom prodajnih trgov, ugotavlja vpliv produktivnosti ter razvejanosti poslovnih povezav na izvozno strategijo podjetij ter verjetnost vstopa na nove trge.

Empirični del naloge obravnava vprašanja vplivov velikosti, starosti, izvozne aktivnosti na produktivnost podjetja ter pomen produktivnosti na število poslovnih povezav podjetja. Hipoteza, ki je zastavljena v nalogi, pravi, da so starejša, večja in izvozno usmerjena podjetja v povprečju bolj produktivna, produktivnost pa pozitivno vpliva na razvejanost poslovnih povezav podjetij. Osrednji nabor hipotez pa je povezan z absorpcijo trgovinskih šokov glede na produktivnost in izvozno usmerjenost podjetij.

Hipoteze so z empirično analizo v veliki meri potrjene, značilnosti podjetij v vzorcu pa sicer ne dovoljujejo splošitev rezultatov na celotno populacijo, rezultati pa nedvomno dajejo možnost in primerno podlago za dodatno raziskovanje na tem področju na primeru slovenskih podjetij. Rezultati potrjujejo povezavo med produktivnostjo podjetij ter razvejanostjo poslovanja podjetij in negativni vpliv šokov na spremembo obsega prodaje.

Magistrska naloga je sestavljena iz sedmih poglavij. Uvodno poglavje vključuje uvod v magistrsko nalogo. Drugo poglavje na podlagi poročil Urada za makroekonomske analize in razvoj (v nadaljevanju UMAR) o stanju slovenskega gospodarstva v obdobju po na-

stopu krize v letu 2008 predstavlja motivacijo za analizo vpliva finančne in gospodarske krize na slovenska podjetja. V nadaljevanju poglavja sledi pregled relevantne literature s področij transmisije šokov in analiziranja vpliva produktivnosti na poslovna partnerstva in izvozne strategije podjetij. V tretjem poglavju sledi obsežen pregled podatkov, ki vključuje poročilo o viru v nalogi uporabljenih podatkov ter analizo celotne podatkovne baze Agencije za javnopravne evidence in storitve o podjetjih (v nadaljevanju Ajpes) v RS v obdobju 2007-2012. V poglavju je predstavljen še pregled drugih pomembnejših parametrov in kazalcev v RS v opazovanem obdobju. Četrto poglavje predstavlja značilnosti vzorca ter opisne statistike tako vzorca kot celotne populacije. Sledi poglavje z empirično analizo, v katerem so predstavljene ključne hipoteze magistrske naloge ter empirična analiza in predstavitev rezultatov ekonometričnih modelov z obrazložitvami. Nalogo zaključujeta sklepno poglavje s kratkim povzetkom vsebine magistrske naloge in poglavje s seznamom v magistrski nalogi uporabljene literature in drugih virov.

1 PREGLED LITERATURE

V uvodnem delu poglavja so s podatki o gospodarski rasti v Sloveniji po nastopu finančne in gospodarske krize v Združenih državah Amerike v letu 2007 podani motivi za analizo podatkov o poslovanju slovenskih podjetij v času po nastopu krize v Evropi in Sloveniji v letu 2008.

1.1 Vplivi aktualne finančne in gospodarske krize ter transmisija šokov

Gre za obdobje, v katerem je kriza izbruhnila v najpomembnejšem svetovnem finančnem sistemu. Kriza je vodila v močen upad mednarodne menjave blaga in storitev na delež agregatne proizvodnje, ki ga ni bilo od konca 2. svetovne vojne, in sprožila recesijo svetovnih razsežnosti, neprimerljivo z ostalimi krizami po veliki depresiji v 30. letih 20. stoletja (Claessens, Tong, & Wei, 2011, str. 2).

Po letih hitre gospodarske rasti so se Združene države Amerike v sredini leta 2007 soočile s pokom nepremičninskega trga, ki je povzročil zlom finančnega sistema in propad investicijske banke Lehman Brothers v septembru 2008. Zmanjševanje zaupanja v finančni sistem, ki je predpogoj za normalno delovanje, se je najprej razširilo na razvitejše države Evropske unije, nato pa tudi na večino ostalih evropskih držav. Svetovna gospodarska kriza je okužila tudi realni sektor gospodarstva držav srednje in vzhodne Evrope, med njimi tudi Slovenijo (Terazi & Senel, 2011, str. 186).

V prvi polovici leta 2008 se je gospodarska rast v Republiki Sloveniji močno upočasnila, v

zadnjem četrtletju se je bruto domači proizvod prvič po letu 1993 zmanjšal. Gospodarska rast se je tako v letu 2008 v primerjavi z letom 2007 skoraj prepolovila, k čemur so prispevali močnejši vplivi svetovne gospodarske krize. Umirila se je rast zasebne potrošnje, gospodarska rast pa se je začela hitreje umirjati tudi zaradi občutne umiritve gospodarske rasti v večini najpomembnejših trgovinskih partneric (UMAR, 2009, str. 16-18, 58).

Kriza je izničila napredek na področju gospodarskega in socialnega razvoja, ki je bil dosežen v zadnjih petih letih pred nastopom krize v drugi polovici leta 2008. V teh gospodarsko ugodnih letih se je zamudilo z uveljavitvijo korenitejših strukturnih reform, ki bi omogočile predvsem vzdržen razvoj države, tako pa so po nastopu krize v ospredje po ugotovitvah Urada za makroekonomske analize in razvoj stopile številne slabosti slovenskega gospodarstva (UMAR, 2010, str. 9-11).

Gospodarsko nazadovanje v zadnjih letih je tako v veliki meri posledica dejstva, da je rast pred letom 2008 v premajhni meri temeljila na strukturnih spremembah in večji konkurenčnosti slovenskega gospodarstva. Visoka rast je bila v največji meri tako zgolj posledica ugodnih mednarodnih trendov ter dostopnosti do ugodnih virov kreditiranja tako na mednarodnih kot domačih finančnih trgih, dodatno spodbudo pa so predstavljale tudi obsežne infrastrukturne investicije s strani države, na primer izgradnja avtocestnega križa (UMAR, 2011, str. 9-12).

Zaostrene razmere na mednarodnih finančnih trgih so onemogočile dostopnost do ugodnih virov financiranja v tujini po pogojih, ki so veljali v času pred krizo, kar je negativno vplivalo tako na obseg domače potrošnje kot investicij. Recesija na tujih trgih pa je rezultirala v upadu povpraševanja iz tujine, kar je še dodatno prizadelo slovensko izvozno gospodarstvo (Terazi & Senel, 2011, str. 186-188).

Razmere na finančnih trgih so močno vplivale na počasnejši razvoj realnega sektorja. Do konca leta 2008 večjih posledic še ni bilo moč občutiti, nato pa se je skupaj z upadom povpraševanja iz tujine ter zmanjšanjem domače potrošnje kriza razširila tudi po realnem sektorju (Gardó & Martin, 2010, str. 33-34).

Zaradi likvidnostnih težav slovenskih bank, ki so jih povzročili slabi krediti gospodarstvu, menedžerski prevzemi v času konjunktore ter številne naložbe, ki so po kolapsu trga slovenskih vrednostnih papirjev postale slabe oz. nasedle, se je ustvaril kreditni krč, zaradi katerega podjetja težje dobijo nova posojila, zmanjšal se je tudi obseg investicij. Pogoje kreditiranja so banke po zmanjšanem kreditiranju namreč močno poostrile.

Zaradi močnih povezav med realnim in finančnim sektorjem in velike odvisnosti slovenskih podjetij od bančnih posojil, je vpliv krize bančnega sistema v Sloveniji še posebej močno

prizadel tudi slovenski realni sektor. Vendar Slovenija ni osamljen primer; v nadaljevanju so opisani izsledki raziskav vplivov finančnih kriz in šokov na gospodarstvo, ki obravnavajo povezave med finančnim in realnim sektorjem ter transmisijske kanale, preko katerih šoki prehajajo med sektorji in trgi. Mednarodna integracija in vse večja povezanost držav v številne trgovinske in politične unije namreč omogočajo še hitrejše prehajanje kriz med državami.

1.2 Vrste šokov in transmisijski kanali

Konceptualno se okužbe glede na vzrok delijo v dve kategoriji. Za prvo je značilno prenašanje posledic povezanosti različnih tržnih gospodarstev med seboj - slednje je moč zaznati z makroekonomskimi kazalci. Šoki, lokalnega ali globalnega značaja, se torej širijo med državami zaradi njihovih gospodarskih in finančnih povezav. Druga kategorija pa vključuje širjenje finančne krize, katerih posledic ni moč zaznati v makroekonomskih spremembah, ampak so rezultat spremenjenih navad obnašanja investitorjev oz. drugih finančnih subjektov. Za to kategorijo okužbe je značilno, da je povzročena zaradi iracionalnosti, kot je na primer finančna panika, izguba zaupanja itd. (Dornbusch, Park, & Claessens, 2000, str. 179).

V prvo skupino sodijo skupni šoki (angl. "*common shocks*") globalnega značaja, npr. velike ekonomske spremembe v pomembnih industrijskih državah ali pa spremembe cen surovin, ki vplivajo na države partnerice. V to kategorijo spadajo tudi "trgovinske povezave" (Boshoff, 2006, str. 62-64).

Šoki se prenašajo po t.i. transmisijskih kanalih. Baselski odbor za nadzor bank zaznava tri glavne kanale za transmisijo šokov med realnim in finančnim sektorjem, in sicer i) "kanal bilance stanja posojiljemalcev", ii) "kanal bilance stanja banke" in iii) "likvidnostni kanal". Pri prvih dveh gre za posledice spremembe vrednosti premoženja posojiljemalcev oz. kapitalskega položaja bank. Oba kanala sta posledica frikcij na kapitalskih trgih – asimetrija informacij, težave v izvrševanju posojilne pogodbe oziroma povečanje kapitalskih zahtev s strani regulatorjev bančnega sistema. "Kanal bilance stanja posojiljemalcev" po ocenah odbora izhaja iz nezmožnosti posojiljemalcev, da ocenijo svojo izpostavljenost do tveganja, da spremljajo izvajanje investicije in poplačajo dolg. Preko "kanala bilance stanja banke" se v realni sektor prenesejo spremembe monetarne politike, dodatne zahteve s strani regulatorjev finančnega sistema in morebitne kapitalске izgube bank. Vse naštetu bankam omeji zmožnosti dajanja posojil, kar močno vpliva na realni sektor, predvsem na podjetja, katerih delovanje in investiranje je močno odvisno od bančnih posojil. Ravno v času sedanje finančne krize je pomen likvidnosti bank prišel še posebej do izraza,

predvsem v povezavi z zmanjšano zmožnostjo dajanja posojil in posledičnega spodbujanja ekonomske aktivnosti (Basel Committee on Banking Supervision, 2011, str. 1).

V mehanizmu prenašanja okužb finančne krize so glavni ekonomski deležniki realni sektor, finančni trgi ter banke in druge finančne institucije. Številne povezave med njimi predstavljajo potencialne kanale, ki omogočajo transmisijo šokov oziroma širjenje okužbe tako med sektorji znotraj države kot med državami (Račickas & Vasiliauskaite, 2012, str. 93).

Finančni in realni sektor sta medsebojno povezana preko različnih transmisijskih kanalov, tako da šoki, povzročeni v finančnem ali realnem sektorju, preidejo v drugega preko različnih kanalov. Razmere v realnem sektorju vplivajo na dohodke, finančno in realno premoženje gospodinjstev in podjetij, ki se izražajo v njihovih bilancah stanja, slednje pa se odrazi v manjši aktivnosti realnega gospodarstva. Slabše makroekonomske razmere posledično vplivajo na prihodke in dobičke finančnih in nefinančnih podjetij ter gospodinjstev. Povečata se tudi verjetnosti nezmožnosti odplačila dolga s strani posojilojemalcev in večje izgube bank (Basel Committee on Banking Supervision, 2011, str. 7-8).

Prav tako so med sektorji izoblikovane številne povezave, ki medsebojno vplivajo na delovanje posameznega sektorja. Preko teh kanalov se učinki šokov, povzročenih na posameznem sektorju, prenašajo na povezane sektorje. Govorimo o kanalih transmisije šokov, ki so v primeru finančnega in realnega sektorja še posebej pomembni, zato je njihovim analizam namenjen obsežen del znanstvene literature. O transmisijskih kanalih govorimo tudi v primeru različnih trgov, ko spremljamo mednarodno širjenje kriz. Še posebej razsežnost zadnje finančno – gospodarske krize priča o prepletenosti trgov in posledično možnih različnih transmisijskih poteh okužbe med gospodarstvi, tako na regijski kot svetovni ravni.

Poleg transmisije šokov med finančnim in realnim sektorjem je torej prav tako pomembna tudi analiza transmisije šokov oz. t.i. prenos okužb med državami. Svetovna banka namreč definira finančno okužbo kot meddržavno transmisijo šokov oz. v splošnem prehajanje sprememb in različnih učinkov med državami. Ne glede na to, da okužba pomeni prenos učinkov med državami tako v časih konjunktore kot v časih krize, se njen pomen analizira praviloma ob pojavu krize. Povezave, ki omogočajo transmisijo šokov med državami, pa v grobem razdelimo na politične, finančne in gospodarske (The World Bank, b.l.).

Glede na obseg in hitrost prenosa učinka posameznih šokov ali finančnih kriz na tuje trge ločimo v splošnem t.i. "nalezljive krize", v katerih imajo šoki na posameznem trgu pomemben in takojšen učinek na razmere na tujih trgih, in na "nenalezljive krize", ki sicer vplivajo na odzive tujih trgov, vendar so slednji omejeni in počasni, a imajo lahko na dolgi rok vseeno močne posledice (Boshoff, 2006, str. 62).

Zaradi vse večje integracije in močnih trgovinskih povezav je značilnost aktualne finančne krize predvsem izjemno hiter in obsežen prenos okužbe iz Združenih držav Amerike v številne države po svetu. Glede na to lahko aktualno opredelimo kot najbolj prenosljivo krizo v zgodovini. V zgodovinskem pregledu lastnosti kriz jih lahko sicer več označimo za prenosljive, na primer krizo v Mehiki l. 1994, Vzhodni Aziji l. 1997, Rusiji l. 1998, vendar nobena predvsem iz vidika prodornosti ni bila tako izrazita. Transmisija šokov je bila v tem primeru "hitra in drzna". Zelo malo gospodarstev zaradi aktualne krize ni čutilo neposrednih posledic, pa še ta so bila vsaj posredno prizadeta preko različnih kanalov (Tennant, 2010, str. 2).

Slednje, podobno kot za trgovinske povezave, velja tudi za "finančne povezave", ki tvorijo drugo skupino transmissijskih kanalov. Proces ekonomske integracije posameznih trgov namreč praviloma vključuje tako trgovinske kot finančne povezave. Sicer pa velja, da v regiji, ki je močno ekonomsko integrirana, finančna kriza v eni izmed držav lahko vodi v neposredne finančne učinke v celotni regiji, npr. zmanjševanje kreditiranja, manj tujih naložb in drugih kapitalskih tokov (Dornbusch, Park, & Claessens, 2000, str. 181).

Finančne povezave lahko razdelimo na dva tipa: na posojilne povezave (angl. "*credit linkages*") in portfeljske povezave (angl. "*portfolio re-composition linkages*"). Banke so s svojimi naložbami in posojili vpete na trgih različnih držav. Spremenjene razmere na trgih lahko močno vplivajo na likvidnost bank. Finančne institucije zato v času krize v sledi ohranjanja kapitalske ustreznosti zmanjšujejo obseg dajanja posojil, kar imenujemo "kreditni krč" (Boshoff, 2006, str. 64-65).

V primeru portfeljskih povezav gre za princip, ko morajo banke zaradi padca vrednosti naložb v državah, v katerih se soočajo s krizo, prilagoditi svoj portfelj nastalim razmeram na trgih in prodati naložbe v drugih državah (in ne tistih, katerih vrednosti so zaradi krize že močno upadle), da preprečijo težave z lastno likvidnostjo. Z zmanjševanjem tujih investicij in kapitala se spremembe in šoki posledično prenesejo z države, kjer je kriza nastala, na druge trge (Kaminsky, Reinhart, & Vegh, 2003, str. 7-8).

Kot je že omenjeno, pa poleg merljivih makroekonomskih sprememb obstajajo transmissijski kanali, preko katerih se širijo šoki, ki so posledica spremenjenih navad obnašanja ekonomskih subjektov, predvsem zaradi asimetrije informacij in neracionalnosti vlagateljev, ki se zaradi izgube zaupanja v trge in regije, v katerih je prisotna kriza, umikajo tudi s trgov, ki imajo zgolj podobne lastnosti (Kaminsky, Reinhart, & Vegh, 2003, str. 9).

1.3 Empirični dokazi transmisijskih kanalov

O transmisiji šokov in prenosu okužb so opravljene številne empirične študije, predstavljeni teoretični modeli in znanstveni članki, ki problem raziskujejo predvsem s pomočjo makroekonomskih podatkov. Prve študije so se ukvarjale predvsem z vprašanjem, v primeru katerih kriz imamo opravka s problemom okužb, kasnejše pa z že omenjenimi transmisijskimi kanali, preko katerih se šoki in krize širijo med državami. Zaključki študij so različni in ne glede na obseg obstoječe literature ni veliko znanega o mikroekonomskih posledicah in lastnostih mednarodne transmisije kriz (Forbes, 2004, str. 59-60).

Rezultati študij o pomembnosti trgovinskih povezav pri širjenju šokov in krize se med seboj razlikujejo. Boshoff (2006, str. 64) tako navaja, da Glick in Rose v študiji petih epizod finančnih kriz in 161 držav z uporabo agregatnih podatkov držav in Forbes z uporabo podatkov na nivoju podjetij z empirično študijo potrjujejo pomembnost trgovinskih povezav v transmisiji finančne krize, medtem ko na drugi strani obstajajo empirične analize, ki v primeru vzhodnoazijske krize ne zaznavajo močnih učinkov trgovinskega kanala, predvsem zaradi šibkih poslovnih povezav med državami, ki jih je dosegla kriza iz tujine, in državami z izvorom krize (Boshoff, 2006, str. 64).

Dornbusch, Park in Claessens (2000, str. 187-188) poudarjajo različen pomen trgovinskih kanalov pri prenosu krize in predstavljajo različne zaključke tovrstnih študij. Avtorji na podlagi različnih tovrstnih analiz in študij ugotavljajo, da je verjetnost prehajanja krize preko trgovinskega kanala v primeru krize v Latinski Ameriki precej visoka, medtem ko to ne velja za primer vzhodnoazijske krize v letu 1997. Na pomembnost kanala namreč po mnenju avtorjev analiz vpliva predvsem obseg trgovinskih povezav med državami. Dornbusch, Park in Claessens (2000, str. 187-188) izpostavljajo tudi večji pomen trgovinskih povezav znotraj posamezne regije.

Različne zaključke študij Boshoff ponazarja s trditvijo Claessens in Forbes (v Boshoff, 2006, str. 64), da je zaradi diametralno nasprotnih ugotovitev glede pomembnosti trgovinskih kanalov pri transmisiji šokov nujno, da se študije ne orientirajo zgolj na določeno skupino povezav, temveč hkrati merijo pomembnost vseh kanalov in povezav, ki omogočajo širjenje šokov med državami. Podobno kot v primeru preučevanja pomena trgovinskih kanalov pri prenosu krize se namreč tudi rezultati analiz finančnih povezav kot transmisijskih kanalov med seboj razlikujejo (Boshoff, 2006, str. 64-65).

Močno povezanost med bančnimi šoki in uspešnostjo podjetij – posojilojemalcev sta na primeru Japonske potrdila Kang in Stulz (2000, str. 22). Za japonska podjetja, ki so močno odvisna od prejemanja posojil s strani bank, se je izkazalo, da so v času konjunktore bistveno uspešnejša in bolj naklonjena k investiranju v primerjavi s podjetji, ki so manj

odvisna od bančnih posojil; v času bančnih kriz pa je njihova uspešnost manjša in so bolj prizadeta v primerjavi s podjetji, katerih poslovanje je manj odvisno od bank (Kang & Stulz, 2000, str. 22).

1.3.1 Empirične analize transmisije šokov na ravni podjetij

Večina empiričnih študij je opravljena z agregiranimi makroekonomskimi spremenljivkami, ki pa ne zajamejo vseh možnih informacij. V primeru empiričnih študij transmisije šokov na ravni podjetij se lahko preuči pomembnost posameznih transmisijskih kanalov glede na odvisnost podjetij od finančnega sektorja oz. trgovinskih povezav (Claessens, Tong, & Wei, 2011, str. 2).

Analize, ki preučujejo prenašanje šokov preko transmisijskih kanalov na ravni podjetij, je s svojo študijo začela Forbes (2004, str. 59-62) na primeru ruske in azijske krize in vključuje preko 10,000 podjetij iz 46 različnih držav. Rezultati analize potrjujejo pomembnost trgovinskih kanalov kot transmisijskih poti šokov in kriz med različnimi trgi, saj so podjetja, ki so trgovala s poslovnimi partnerji iz držav, prizadetih s krizo, beležila statistično značilen večji padec donosnosti delnic od podjetij, katerih poslovne povezave s prizadetimi trgi so bile manj intenzivne. Forbes (2004, str. 59-62) je analizirala vpliv krize na donosnosti delnic podjetij glede na panogo podjetja, obseg in strukturo dolga, mednarodno izpostavljenost, likvidnost poslovanja in na geografske značilnosti (Forbes, 2004, str. 59-62).

Podobno študijo je na primeru vzhodnoazijske krize in njenem vplivu na 40 največjih podjetij v Južnoafriški republiki opravil Boshoff (2006, str. 66-82). Zaradi šibkih povezav med južnoafriškimi in vzhodnoazijskimi podjetji se finančne in trgovinske povezave v tem primeru niso izkazale za pomembne transmisijske kanale. Avtor ocenjuje, da je bil najpomembnejši transmisijski kanal v opazovanem primeru spremenjene navade vlagateljev (Boshoff, 2006, str. 82).

1.3.2 Empirične analize transmisije šokov v času aktualne finančne in gospodarske krize

Obe omenjeni analizi, ki sta bili opravljene s podatki na ravni podjetij, sta obravnavali vpliv in transmisijo vzhodnoazijske in ruske krize. Analize transmisij sedanje finančne in gospodarske krize so v znanstveni literaturi zaenkrat izjemno redke, saj je med letom izbruha krize in aktualnimi razmerami minilo premalo časa. Za transmisijo šokov je namreč značilen časovni odlog, ki pa je bil v primeru zadnje krize manjši kot v preteklosti. Prav tako je potrebno počakati na uradne podatke, ki jih letno pripravljajo statistične in druge

organizacije na svetovni in državnih ravneh in omogočajo primerno analizo.

Eno izmed takšnih empiričnih analiz na nivoju podjetij so Claessens, Tong in Wei (2011, str. 7-26) opravili na vzorcu 7,722 nefinančnih družb v 42 državah. S pomočjo študije so analizirali širjenje šokov preko treh transmisijskih kanalov: finančnega in trgovinskega kanal ter preko kanala povpraševanja. Ugotovili so, da sta za širjenje aktualne krize v letu 2009 najpomembnejša trgovinski kanal in tuje povpraševanje, medtem ko je bil finančni kanal manj pomemben (Claessens, Tong, & Wei, 2011, str. 25).

Kolaps, ki ga je povzročila kriza v letih 2008-2009, so na primeru majhnega in odprtega gospodarstva Belgije preučevali Behrens, Corcos in Mion (2011, str. 1-26). Ugotovili so, da je poslovanje belgijskih podjetij močno upadlo predvsem zaradi zmanjšanja povpraševanja in padca cen. Kot močna pojasnjevalna spremenljivka o spremembi obsega izvoza in uvoza se je izkazala rast bruto domačega proizvoda države podjetja, s katerim podjetja v vzorcu poslujejo. Slednja še posebej vpliva na povpraševanje po trajnih dobrinah. Avtorji navajajo, da je do kolapsa trgovanja belgijskih podjetij prišlo predvsem zaradi vsesplošnega upada povpraševanja in ne toliko zaradi zmanjšanja števila podjetij, poslovnih povezav ali števila transakcij (Behrens, Corcos & Mion, 2011, str. 1, 20-22).

Podatki, uporabljeni v magistrski nalogi, omogočajo nekoliko drugačno analizo transmisije šokov, saj so na voljo na transakcijski ravni. Tvrstnih podatkov in analiz v znanstveni literaturi ni veliko, saj raziskovalcem običajno niso na voljo. V nalogi želim s pomočjo podatkov o industrijski proizvodnji v Sloveniji in najpomembnejših državah partnericah in s podatki o podjetjih, kot so produktivnost podjetij, število poslovnih partnerjev, izvozna naravnost podjetij, sektor delovanja podjetij, število in razvitost trgov, na katerih podjetja delujejo, ugotoviti, kaj in v kakšnem obsegu vpliva na spremembo poslovanja in uspešnost podjetij ter njihov odziv na šoke v obdobju 2007–2011.

1.4 Povezanost produktivnosti in izvozne usmerjenosti podjetij

Za boljše razumevanje pojasnjevalnih spremenljivk, ki so uporabljena v empiričnem delu magistrske naloge, so v nadaljevanju predstavljene še nekatere relevantne ugotovitve s področja delovanja in povezovanja podjetij.

Trgovanje in značilnosti poslovnih partnerjev so namreč odvisne od razvitosti opazovanega podjetja in trga, na katerem podjetje deluje. V nadaljevanju so tako predstavljene nekatere pomembnejše ugotovitve v preučevanju povezanosti med uspešnostjo in razvitostjo podjetja in trga, na katerem deluje, ter izborom poslovnih partnerstev in trgov. Za obravnavano problematiko so zanimive tudi povezave gospodarskih trendov preko vzpostavljenih poslovnih partnerstev.

Korelacijo med izvozno usmerjenostjo in produktivnostjo podjetij v dosednji literaturi avtorji v grobem pojasnjujejo z dvema mehanizmoma. Prvi je t.i. mehanizem učenja z izvozom, ki višjo produktivnost pojasnjuje z novimi informacijami o proizvodnji in materialih, ki jih podjetja pridobijo na trgih, na katera izvažajo, in s poslovnimi povezavami s tujimi partnerji. Drugi mehanizem pa predstavlja koncept samoselekcije med podjetji - zgolj višje produktivna podjetja lahko preživijo veliko konkurenco na tujih trgih, zato se za poslovanje na le-teh odločajo zgolj produktivnejša podjetja. Oba koncepta tako pojasnjujeta pozitivno korelacijo med izvozom in produktivnostjo podjetij (Aw, Chung, & Roberts, 1999, str. 1).

1.4.1 Koncept samoselekcije med podjetji

Helpman, Melitz in Rubinstein (2008, str. 443) ugotavljajo, da je povezovanje podjetij s partnerji s tujih trgov odvisno od več dejavnikov. Eden pomembnejših je produktivnost podjetij, saj se za izvoz in povezovanje s tujimi partnerji odločajo predvsem bolj produktivna podjetja, saj lahko, tako avtorji, zgolj bolj produktivna podjetja računajo na dobičkonosen izvoz. Na dobičkonosnost poslovnih povezav sicer pomembno vpliva izvozna destinacija; večji kot je trg in posledično večji obseg tržnega povpraševanja, nižji kot so stroški poslovanja na trgu, večja je dobičkonosnost povezave (Helpman, Melitz & Rubinstein, 2008, str. 443).

Še pred letom 2008 povezanost produktivnosti in izvozne politike podjetij potrjujeta Salomon in Shaver (2005, str. 456) in podobno kot Bernard in Jensen (1999, str. 23) pred tem navajata, da so bolj produktivna podjetja bolj naklonjena izvozu, hkrati pa poudarjata tudi pomen tujih partnerjev na izvozno podjetje. Z delovanjem na tujih trgih, tako avtorja, podjetja dostopajo do novih znanj in povečajo svojo lastno inovativnost, kar se odraža v patentiranju novih in inovativnih produktov (Salomon & Shaver, 2005, str. 456).

Melitz (2003, str. 1718-1719), ki je eden izmed prvih avtorjev, ki poudarja pomen učinkovitosti in produktivnosti podjetij na izvozno naravnano podjetij ter uvaja koncept samoselekcije med podjetji, dodatno ugotavlja, da pozitivne učinke iz izvozne politike poslovanja podjetij beležijo zgolj bolj učinkovita podjetja. Ti učinki se kažejo predvsem v pridobivanju večjega tržnega deleža in v večji dobičkonosnosti teh podjetij. Manj učinkovita podjetja tovrstnih učinkov ne beležijo (Melitz, 2003, str. 1718-1719).

Obstoj samoselekcije potrjujejo številne empirične analize, ki kažejo, da produktivnost podjetij že v začetku vpliva na odločitev za izvozno destinacijo in število trgov, na katera podjetja izvažajo, saj predstavljajo bolj razviti trgi za podjetja višje vstopne stroške in zahtevajo višji nivo konkurenčnosti, saj zaradi močne konkurence na tujih trgih preživijo

zgolj najuspešnejša vstopna podjetja. Uspešnejša podjetja se prav tako lažje odločijo za sodelovanje s podjetji z različnih trgov, saj lahko (za razliko od manj produktivnih podjetij) poslujejo z višjimi poslovnimi stroški, ki jih posamični trg prinaša (Damijan, de Sousa, & Lamotte, 2008, str. 12-13).

Manova in Zhang (2008, str. 7-10) na preučevanju delovanja 7,526 kitajskih podjetij in 243 trgov podobno kot Damijan, de Sousa in Lamotte (2008, str. 12-13) ugotavljata, da veljajo znotraj posameznega gospodarstva med podjetji velike razlike. Večja in produktivnejša podjetja z večjo raznolikostjo ponudbe imajo zaradi prodaje večjega števila različnih izdelkov in nudenja večjega nabora storitev posledično močnejše poslovne povezave. Transakcije, ki jih opravi 1 odstotek največjih kitajskih podjetij, predstavljajo namreč med 51 in 60 odstotkov obsega vseh transakcij, transakcije 10 odstotkov največjih podjetij pa kar med 80 in 90 odstotkov vseh transakcij. Avtorja ugotavljata, da podjetja z več različnimi produkti poslujejo s precej višjimi zneski, saj le 4.4 odstotka podjetij izvažajo več kot 30 različnih produktov, predstavljajo pa kar 30 odstotkov celotnega izvoza (Manova & Zhang, 2008, str. 7-10).

Damijan, Konings in Polanec (2012, str. 91) na primeru slovenskih podjetij prav tako potrjujejo, da imajo večja in bolj produktivna podjetja več poslovnih partnerstev z več različnih trgov, ugotovitev pa velja tako za uvoznike kot izvoznike. Avtorji ugotavljajo, da večja podjetja trgujejo z več različnimi produkti, npr. podjetja z več kot 250 zaposlenimi izvažajo v povprečju 64.16 produktov, uvažajo pa 174.20 produktov, medtem ko v povprečju slovenska podjetja izvažajo 5.55 produktov, uvažajo pa 5.20 produktov. Število produktov je po ugotovitvah analize močno povezano tudi s številom poslovnih partnerjev podjetij, saj podjetja z večjim številom produktov v povprečju delujejo na večjem številu trgov. Avtorji navajajo, da podjetja z več kot 50 različnimi produkti izvažajo v povprečju na 36.61 različnih trgov, uvažajo pa z 20.21 trgov, medtem ko v povprečju slovenska podjetja izvažajo na 7.17 in uvažajo pa s 6.89 različnih trgov (Damijan, Konings, & Polanec, 2012, str. 91).

Analizo vpliva stroškov trgovanja na produkcijske linije in posledično poslovne povezave sta v študiji podjetij z več produkti (angl. *"multiproduct firms"*) opravila Nocke, Yeaple (2006, str. 1-38) in ugotovila, da zvišanje stroškov zmanjša dobiček posamezne produkcijske linije podjetja, spremeni se tržna cena produktov in zniža število proizvedenih produktov na produkcijsko linijo. V primeru povišanja stroškov trgovanja se manjša podjetja iz navedenih razlogov posledično odločajo za prodajo produkcijskih linij večjim in produktivnejšim podjetjem. Nasprotno, zmanjševanje stroškov trgovanja spodbudi najbolj produktivna podjetja k dodajanju novih produkcijskih linij in k intenzivnejšemu izvažanju oz. poslovanju s tujimi poslovnimi partnerji, zaradi česar pride na izvoznem trgu do večje konkurence

med podjetji, ki poslujejo na istem trgu. Zmanjševanje stroškov meddržavnega trgovanja, tako avtorji, povečuje učinke globalizacije in večjega povezovanja podjetij s tujimi trgi (Nocke & Yeaple, 2006, 1-25).

1.4.2 Koncept učenja z izvozom

Izbor novega trga, na katerega podjetje vstopa, je izjemno pomembno. Damijan, de Sousa in Lamotte (2008, str. 1) ugotavljajo, da izvoz na razvitejše trge vpliva na hitrejšo rast produktivnosti podjetij in predstavlja večjo podporo gospodarskemu razvoju države. Avtorji so do rezultatov prišli na vzorcu šestih tranzicijskih držav jugovzhodne Evrope, in sicer Bosne in Hercegovine, Bolgarije, Hrvaške, Makedonije, Romunije in Slovenije, v obdobju 1994-2002, večji pozitiven vpliv razvitejših partnerskih trgov na gospodarsko rast pa potrdili v štirih opazovanih državah (v Sloveniji, Romuniji, Bolgariji in na Hrvaškem), medtem ko v preostalih treh (v Bolgariji, na Hrvaškem in v Romuniji) vplivi manj razvitih izvoznih destinacij celo zavirajo gospodarski razvoj in produktivnost podjetij. Na drugi strani avtorji potrjujejo pozitivne učinke v primeru uvoza z razvitejših trgov, še posebej za manj razvite uvoznike, ki se lahko učijo od poslovnih partnerjev z razvitejših trgov (uvoz s trgov držav OECD in EU-15 še posebej pozitivno vpliva na slovenska in romunska podjetja) (Damijan, de Sousa, & Lamotte, 2008, str. 18-21).

Damijan, de Sousa in Lamotte (2008, str. 19) prav tako poudarjajo pomen trgovinskega kanala za slovenska podjetja, ki izvažajo na razvitejše trge držav članic OECD in EU-15, saj omogočajo t.i. "učenje z izvozom", ki je posledica sodelovanja s podjetji z bolj razvitih trgov z večjo konkurenco med podjetji. Partnerska podjetja so zato praviloma produktivnejša in uspešnejša od slovenskih partnerjev, imajo bolj izpopolnjene produkcijske sisteme in večjo učinkovitost, kar skušajo slovenska partnerska podjetja implementirati tudi sama (Damijan, de Sousa, & Lamotte, 2008, str. 19).

De Loecker (2012, str. 2) dodaja, da se učinki učenje z izvozom načeloma odražajo predvsem v vpeljavi novih tehnologij, obsežnejših investicijah v raziskave in razvoj, v izboljšani kvaliteti proizvodov ter novih investicijah (De Loecker, 2012, str. 2).

Izbor izvozne destinacije je pomemben tudi zaradi transmisije različnih učinkov. Arora in Vamvakidis (2004, str. 3) namreč na podlagi panelnih podatkov 101 gospodarstev v obdobju 1960–1999 ugotavljata, da je 1-odstotno povišanje gospodarske rasti v državah partnericah v primeru "ceteris paribus" korelirano z 0.8-odstotnim zvišanjem gospodarske rasti doma. Ocene empirične analize sicer implicirajo, da je učinek odvisen od siceršnje gospodarske rasti in razvitosti države partnerice v primerjavi z razvitostjo opazovanega gospodarstva (Arora & Vamvakidis, 2004, str. 3).

Salomon in Shaver (2005, str. 457) navajata, da do učinkov učenja z izvozom ne pride takoj, ampak po več letih neprekinjenega izvažanja posameznega podjetja. Hitrost in intenzivnost učenja je močno odvisna od razvitosti obeh partnerjev, saj se manj razviti izvozniki od bolj razvitih tujih partnerjev naučijo več in hitreje. Podobno kot Damijan, de Sousa in Lamotte (2008, str. 1) avtorja poudarjata pomen primernega nivoja konkurenčnosti podjetij, ki se odločajo za vstop na tuj trg, saj vsak nov trg zahteva soočenje z dodatnimi transportnimi in drugimi stroški poslovanja (Salomon & Shaver, 2005, str. 457).

Ito (2011, str. 16) opisuje vplive učinkov izvoza na japonska podjetja, ki se prvič odločajo za izvoz na tuje trge. Avtor navaja, da so učinki najbolj izraziti v obsegu prodaje, rasti števila zaposlenih, večje aktivnosti na področjih raziskav in razvoja ter v rasti produktivnosti. Podjetja, ki za prvi izvozni trg izberejo severnoameriško ali evropsko tržišče, beležijo intenzivnejše učinke izvoza (tudi na inovativnost) kot podjetja, ki se odločijo za izvoz na katerega izmed azijskih trgov. Ito (2011, str. 1) zaradi vsega naštetega celo predlaga, da države s posebno politiko, namenjeno novim izvoznikom, spodbujajo vstopanje podjetij na tuje trge.

De Loecker (2007, str. 90-91) pokaže učenje z izvozom in samoselekcijo bolj produktivnih podjetij v izvoz na primeru slovenskih podjetij in prav tako ugotavlja, da hitreje raste produktivnost podjetij, ki izvažajo na bolj razvite trge. Podjetja so v povprečju, tako avtor, potem ko začnejo izvažati, 8.8 odstotka bolj produktivne, produktivnost pa narašča tudi v kasnejših letih. Rezultati študije tudi prikazujejo, da poslovna partnerstva s partnerji z razvitih trgov prispevajo več k rasti produktivnosti domačega podjetja, vendar se za vstop na razvitejšo trge zaradi zahtevnosti odloči manj podjetij (v vzorcu De Loeckerjeve analize zgolj 250 od skupno 1,770 novih izvoznikov) (De Loecker, 2007, str. 90-91).

1.4.3 Drugi vplivi na izvozno usmerjenost podjetij

Analiziranje mednarodnih poslovnih povezav in trgovanja med partnerji ima začetke v 60. letih 20. stoletja. V prvih študijah je bila količina trgovanja med dvema državama odvisna zgolj od velikosti ekonomije obeh partneric in mere "odpornosti trgovine" (angl. *"trade resistance"*) med državama partnericama. "Odpornost trgovine" je bila določena z geografsko oddaljenostjo med partnericama, skupno mejo in carino, članstvom partneric v isti politični ali trgovinski uniji. Ta koncept je bil zaradi svoje dobre prilagodljivosti pogosto uporabljen pri analiziranju poslovanja podjetij tako na regijski kot mednarodni ravni ter merjenju vplivov, kot so meddržavne meje, monetarne in trgovinske unije, valute, na mednarodne trgovinske tokove (Helpman, Melitz, & Rubinstein, 2008, str. 442).

Tudi Ottaviano, Melitz in Mayer (2012, str. 25-31) na vzorcu francoskih podjetij ugotavljajo, da pomembno vlogo pri iskanju poslovnih partnerjev predstavlja prostost trgovanja (angl. *"freeness of trade"*), ki zajema vpliv razdalje med trgoma, na katerih delujeta partnerski podjetji, valuto poslovanja, politične povezave (nekdanje kolonije), jezik, bilateralne trgovinske sporazume. Višja kot je prostost trgovanja, nižji so stroški, s katerimi se soočajo podjetja pri trgovanju s tujimi partnerji (Ottaviano, Melitz, & Mayer, 2012, str. 25-31).

Chaney (2011, str. 2) se ukvarja s prostostjo trgovanja predvsem v kontekstu analize problema asimetrije informacij pri vstopanju na tuje trge in analizira iskanje novih poslovnih partnerstev na dva načina, in sicer za podjetje, ki še nima tujih poslovnih povezav, velja, da išče nove poslovne povezave v bližini trga, na katerem deluje, podjetje z že izoblikovano poslovno mrežo pa išče nove poslovne partnerje v bližini vseh trgov, na katerih je podjetje že prisotno (Chaney, 2011, str. 2).

Potencialni izvozniki sicer iščejo tuje poslovne partnerje na različne načine. Najpogosteje se uporabljata dva kanala iskanja, in sicer (i) z neposrednim intenzivnim iskanjem novih poslovnih partnerjev in možnosti za nova povezovanja v tujini ali (ii) na daljavo, tako Chaney (2011, str. 2), preko obstoječih poslovnih povezav na tujih trgih. Podjetja z večjim številom obstoječih poslovnih povezav tako pogosteje in uspešneje uporabljajo ta kanal za pridobivanje novih poslovnih partnerstev. Možnost sklenitve novih poslovnih povezav se povečuje z večjim številom že obstoječih poslovnih partnerstev ter številom trgov, na katerih podjetje deluje. Podjetja z bolj razširjeno mrežo partnerskih podjetij imajo praviloma več možnosti in uspehov pri vstopanju na tuje trge in sklepanju novih poslovnih partnerstev s tujimi podjetji (Chaney, 2011, str. 2).

Močne poslovne povezave med podjetji hkrati povečajo tudi verjetnost združevanja podjetij med seboj. Ahern in Harford (2012, str. 38-39) tako ugotavljata, da je pri iskanju poslovnih partnerjev in morebitnem povezovanju podjetij med seboj izjemno pomembna lokacija domačega trga. Podjetja z dobro lociranih trgov imajo več poslovnih povezav s tujimi partnerji in delujejo na večjem številu tujih trgov kot podjetja, ki imajo sedež v obrobni ali oddaljeni trgi. Avtorja poudarjata, da male razdalje med poslovnima partnerjema povzročajo močnejše povezave, vendar hkrati opozarjata, da le-te omogočajo hitrejšo in intenzivnejšo transmisijo šokov med njima (Ahern & Harford, 2012, str. 38-39).

Melitz in Ottaviano (2008, str. 309-312) prav tako poudarjata pomen razvitosti trga, s katerega prihajajo poslovni partnerji, saj bolj razviti trgi omogočajo več priložnosti za podjetja, vendar hkrati predstavljajo trg z večjo konkurenčno tekmo ter cenovno bitko. Ne glede na to, avtorja ugotavljata, da sta raznolikost produktov in agregatna produktivnost

na razvitih trgih višja. Zaradi močne konkurence na trgu ostajajo zgolj bolj produktivna podjetja, kar pomeni, da so le-ta v povprečju večja in ne glede na cenovno bitko beležijo višje dobičke (Melitz & Ottaviano, 2008, str. 309-312).

Chaney in Ossa (2012, str. 2-15) dodajata, da je prednost večjih in razvitejših trgov tudi izpopolnjena delitev dela, ki vpliva na produktivnost podjetij na trgu. Iz tega, tako avtorja, velja tudi korelacija med obsegom in razvitostjo trga ter produktivnostjo podjetij, ki delujejo na trgu (Chaney & Ossa, 2012, str. 2).

Močnejše povezave, di Giovanni in Levchenko (2009, str. 5-6, 23-24) sta analizirala povezave med različnimi panogami, intenzivneje vplivajo na podobne trende gibanja rasti med panogami (angl. *"comovement"*). Močne bilateralne povezave, ki lahko vodijo celo v vertikalne integracije, imajo, tako avtorja, največji vpliv na so-gibanje trgov v primeru poslovnih povezav med manj in bolj razvitim trgov, najmanjšega pa v primeru povezav med dvema manj razvitima trgovoma. V splošnem pa ima mednarodna trgovina največji vpliv na so-gibanje v primeru povezav med bolj razvitimi trgi, na katerih so transakcije številčnejše in obsežnejše in na katerih deluje veliko število poslovnih partnerstev, zaradi katerih je vpliv trgovine na agregatni ravni pomembnejši (di Giovanni & Levchenko, 2009, str. 5-6, 23-24).

Močne in stalne poslovne povezave lahko, kot je že omenjeno, vodijo tudi v vertikalne integracije, ki, tako Grossman in Helpman (2002, str. 85-86), zmanjšujejo predvsem stroške proizvodnje in transakcij povezanih podjetij, vendar zahtevajo zaradi iskanja primerne partnerja in vzpostavitve močne povezanosti in integracije podjetij ter nadzora proizvodnje visoke finančne vložke, ki v primeru neprimernih vertikalnih povezav stroškov proizvodnje ne zmanjšajo, ampak celo povečajo (Grossman & Helpman, 2002, str. 85-86).

Tovrstna partnerstva in povezave med podjetji in trgi so sicer pomemben transmisijski kanal za širjenje šokov med trgi in regijami, zato bo eno izmed pomembnejših vprašanj ekonometrične analize tudi vprašanje, kako povezanost podjetij z različnimi trgi vpliva na poslovanje podjetij glede na šoke, ki se dogajajo na s podjetji povezanih trgih.

1.5 Teoretična podlaga empirični analizi

Glavno teoretično podlago empirični analizi, opravljeni v magistrski nalogi, predstavlja model zunanje trgovine avtorjev Mayer, Melitz in Ottaviano (2012, str. 1-36), ki so modelirali teoretični model podjetij z več produkti. Za analiziranje problema transmisije stroškov in povezovanja podjetij z različnih trgov je relevanten predvsem del modela z odprtim gospodarstvom.

Avtorji analizirajo vpliv velikosti in geografskih značilnosti trga na razlike v stopnji konkurence podjetij po posameznih trgih. Analizo bi lahko z modifikacijo preuredili na nivo podjetij ter analizirali vpliv velikosti podjetja glede na število zaposlenih ter geografsko pozicijo trga, na katerem podjetje deluje, na iskanje primernih poslovnih partnerjev na tujih trgih, poleg pa bi lahko dodali še analizo drugih vplivov, npr. podobnost politične ureditve na trgih, s katerih podjetja prihaja, jezikovne razlike, članstvo v trgovinskih in monetarnih unijah ipd.

Avtorji predpostavljajo, da bodo podjetja vstopala na trg, v kolikor bo njihov pričakovani profit po vstopu na novi trg pozitiven, kar zapišejo kot pogoj

$$\int_0^{c_D} \Pi(c) dG(c) - f_E \geq 0, \quad (1)$$

kjer so c stroški podjetja, $\Pi(c)$ pa dobiček podjetja v odvisnosti od stroškov podjetja (npr. stroški dela), f_E pa strošek investicije, ki je potrebna za vstop na nov trg. Funkcija dobička

$$\Pi(c) = \sum_{m=0}^{M(c)-1} \pi(v(m, c)) \quad (2)$$

je odvisna od dobičkov po posameznih možnostih proizvodnje, ki pa je funkcija stroškov, ki jih določa m različnih možnosti proizvodnje in stroški proizvodnje c . Glede na to, da lahko podjetja svojo proizvodnjo prilagajajo glede na različne okoliščine in zahteve poslovnih partnerjev oz. novi izvozni trgi, avtorji uvajajo v model tudi kompetentnost podjetij, ki je funkcija odklonov m od osnovne proizvodnje podjetja, kjer je $m = 0$.

Za vstop na tuje trge je, kot smo že omenili tudi v uvodnem poglavju, potrebna visoka produktivnost podjetij, ki omogoča preživetje na tujih trgih. Pomemben aspekt, ki ga modelirajo avtorji, je torej tudi prilagodljivost podjetij na potrebe tujih trgov. S pomočjo prilagodljivosti lahko podjetja lažje premostijo ovire, ki jih predstavljajo jezikovne razlike, razlike v politični ureditvi države, razlike v zahtevnosti in navadah potrošnikov ipd. Različne prilagoditve podjetij, ki so potrebne po nastopu na tujem trgu in so lahko pred vstopom neznane, avtorji označijo kot porazdelitev $G(c)$, kjer je $c \in [0, c_M]$. Stroški $v(m, c)$ so torej odvisni od zahtevnosti prilagoditve m in stroškov proizvodnje c . V kolikor so stroški podjetja že v osnovni dejavnosti brez prilagoditve višji od stroškov konkurence na novem trgu, t.i. cenovnega praga (angl. "threshold costs") v_D , potem podjetja na tem trgu ne morejo biti dobičkonosna in zato izstopijo s trga. Stroški vseh različic proizvodnje na novem trgu so, v kolikor ni dodatnih stroškov vstopa na trg, torej odvisni zgolj od v_D .

Avtorji v nadaljevanju predpostavljajo asimetrične stroške trgovanja med različnimi trgi,

zato definirajo cenovni prag, ki je odvisen od parametrov povpraševanja, števila prodanih produktov na trgu in od povprečne cene produktov, predpostavljajo pa enake fiksne vstopne stroške za vsak tuji trg. Višina dobička je tako odvisna od obsega prodaje podjetij na domačem in tujih trgih, na katerih poslujejo; na dobiček pa vplivajo stroški prodaje po posameznem trgu, določeni s cenovnim pragom in dobičkonosnosti podjetja glede na vse možne različice proizvodnje.

Podjetje se torej odloči za vstop na trg, v kolikor so njegovi stroški osnovne proizvodnje nižji od cenovnega praga, v nasprotnem primeru na trg sploh ne vstopi. V kolikor so stroški (konkurence) na trgu h višji, torej $c < c_{lh}$, pri čemer je c_{lh} strošek proizvodnje na domačem trgu l in konkurence na izvoznem trgu h , potem izvažajo podjetja vse različice, katerih proizvodnja je še vedno pod stroški cenovnega praga c_{lh} z upoštevanimi stroški prilagoditve, torej $c < \omega^m c_{lh}$.

Pričakovani dobiček podjetij je tako vsota pričakovanega dobička na domačem trgu ter pričakovanih dobičkov na vseh ostalih trgih, na katerih podjetje posluje, kar avtorji zapišejo v enačbo

$$\int_0^{c_{ll}} \Pi_{ll}(c) dG(c) + \sum_{h \neq l} \int_0^{c_{lh}} \Pi_{lh}(c) dG(c). \quad (3)$$

V modelu avtorji vključujejo tudi pomen geografskih značilnosti trga, s katerega prihaja iščoče podjetje. Stroške vstopa na nov trg namreč določa tudi mera prostosti trgovanja (angl. *"freeness of trade"*) in je inverzna funkcija stroškov trgovanja τ_{lh} , in sicer $\rho_{lh} \equiv \tau_{lh}^{-k}$. Le ta je določena z velikostjo trga in, kot je že omenjeno, geografski legi. Podjetja z večjih in razvitejših lokalnih trgov s centralno lego države beležijo nižje stroške, kar povečuje vrednost mere prostosti trgovanja. Zaradi nižjih stroškov kot v primeru podjetij s sedežem na manjših, perifernih trgih, so ta podjetja v prednosti, saj je cenovni prag zanje, skladno z njegovo definicijo, nižji, kar pomeni, da se več podjetij (predvsem zaradi višje pričakovane dobičkonosnosti izvoza) odloči za vstop na tuje trge.

Podjetja v modelu proizvajajo različne produkte, ki jih prodajajo na različnih trgih, nekatere izključno doma, druge izključno v tujini, tretje pa tako doma kot na tujih trgih. Podjetja imajo različno število sklenjenih poslovnih povezav, čigar stroški so v začetni fazi modela za vsako povezavo enaki, ne glede na poslovnega partnerja ali produkt. Zahteve konkurence na trgu h , izražene v stroških c_{hh} , in stroški prodaje na tem trgu τ_{lh} sta glavna razloga za odločanje podjetij o vstopu na trg. Podjetja vstopajo na trge z najnižjimi vrednostmi razmerja $\frac{c_{hh}}{\tau_{lh}}$, vse dokler vstop na vsak naslednjih trg ne bi več prinašal dodatnega dobička.

Agregatna bilateralna prodaja med trgoma l in h je torej podana kot

$$EXP_{lh} = N_{E,l} \Omega \rho^{lh} \int_0^{c_{lh}} r_{lh}(v(m, c)) dG(v), \quad (4)$$

kjer je $r_{lh}(v(m, c))$ obseg prodaje izvoznika s trga h na trg l s stroški osnovne proizvodnje c in prilagoditvijo m , $N_{E,l}$ število izvoznikov na trg l in že omenjena bilateralna komponenta ρ^{lh} , ki zajema relevantne stroške ovir trgovanja, Ω pa indeks fleksibilnosti.

Avtorji torej poudarjajo velik pomen konkurence na izvoznih trgih, ki vpliva na odločitve podjetij o vstopu na dodatni trg. V kolikor se na trgu poveča konkurenčna vojna, podjetja niso naklonjena velikim odklonom od osnovne proizvodnje, zato se z namenom zmanjševanja stroškov odločajo proizvajati manj prilagojene, bolj osnovne produkte. Večja konkurenčna vojna torej vpliva na nižji obseg prodaje in dobičkonosnosti izvoza ter zmanjševanja raznolikosti ponudbe podjetij. Še posebej so prizadeta podjetja, ki se soočajo z večjimi ovirami prodaje, saj obseg prodaje zaradi nezmožnosti zmanjševanja teh stroškov ne zagotavlja dobičkonosnosti izvoza, zato se podjetja v skrajnem primeru umaknejo s trga. V prednosti so torej podjetja z večjo mero prostosti trgovanja. Glavni odgovor podjetij na večjo konkurenco na izvoznem trgu je v zmanjševanju raznolikosti ponudbe, vračanju k osnovnejšim produktom, kar zahteva manjšo mero prilagodljivosti. Slednja je sicer posledica produktivnosti podjetij, zato imajo bolj produktivna podjetja več možnosti pri prilagajanju na šoke, ki jih povzroči dodatna konkurenca - npr. upad prodaje. S trga najprej izstopijo manj produktivna podjetja.

Model torej obravnava primer vstopa na nov trg, opisuje prednosti posameznih podjetij pri iskanju novih poslovnih povezav, kar je eden izmed osrednjih problemov, s katerim se ukvarjamo v magistrski nalogi, v nadaljevanju pa pojasnjuje tudi možnost prilagoditve podjetij na šoke na izvoznih trgih. V primeru predstavljenega teoretičnega modela Mayer, Melitz in Ottaviano (2012, str. 1-36) kot šok uporabijo povečanje konkurenčne vojne, ki povzroči upad prodaje. Avtorji tudi z empirično študijo potrjujejo teoretično zastavljeno trditev, da šoki močneje vplivajo na manj produktivna podjetja, ki prihajajo s perifernih, majhnih trgov. Hitreje se prilagodijo produktivnejša podjetja, ki imajo praviloma več poslovnih povezav in trgujejo na večjem številu trgov, kar je posledica geografskih značilnosti domačega trga.

Model je mogoče razširiti tudi na nivo transakcij ter vpliv drugačnih šokov, kar je motivacija za nadaljnje delo in analize na tem področju. Podatkov na transakcijski ravni namreč praviloma ni na razpolago, kar se odraža tudi v manjšem obsegu znanstvene literature in teoretičnih modelov, neposredno povezanih z obravnavano tematiko. Model sicer napoveduje, da v primeru upada povpraševanja na tujih trgih pride do spremembe pro-

daje podjetja, rezultati v empiričnem delu naloge pa zaradi narave podatkov in relativno premajhne pomembnosti partnerstev s tujimi podjetji v celotnem obsegu prodaje podjetij kažejo, da so bila podjetja precej robustna. Ocenjujem, da bi v primeru obsežnejše podatkovne baze in vključenosti večjega števila izvoznikov rezultati empiričnega dela sledili teoretičnemu modelu.

2 OPIS UPORABLJENIH PODATKOV

2.1 Viri podatkov

Podatki, ki jih uporabljam za analizo obnašanja in prilagajanja podjetij, so pridobljeni iz podatkovnih baz Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve in iz podatkovnih baz podjetja Datalab Tehnologije, d.d. V svoji analizi vključujem zgolj podatke med letoma 2007 in 2011 zaradi ustrežnejše primerjave med leti ter dejstva, da so ustrezni podatki v bazi podjetja Datalab, d.d. na voljo le od leta 2007 naprej.

V analizi so kot primarni vir uporabljeni podatki računovodskega podjetja Datalab, d.d. Podatki so na ravni posameznih transakcij, kar je osrednja razlika od podatkov, ki jih podjetja letno poročajo Agenciji za javnopravne evidence in storitve. Tako dezagregirani podatki omogočajo sklepanje o mesečni dinamiki prodaje po posameznih skupinah kupcev.

Podatki omogočajo ločevanje več vrst prihodkov od prodaje: prihodki od prodaje proizvodov in storitev na domačem trgu, prihodki od prodaje proizvodov in storitev na tujem trgu, prihodki od prodaje trgovskega blaga in materiala na domačem trgu in prihodki od prodaje trgovskega blaga in materiala na tujem trgu.

Prav tako podatki omogočajo ločevanje podjetij glede na trge, kjer prodajajo produkte ali izvajajo svojo storitev. Ker so podatki podjetja Datalab, d.d., na ravni posameznih transakcij, lahko analiziramo rezultate podjetij po posameznih trgih za obravnavano časovno serijo. Takšna analiza omogoča preučevanje korelacij med izvozno naravnostjo podjetij in njihovo uspešnostjo, prav tako pa lahko analiziramo, kako na uspešnost podjetij vpliva razvitost trgov, na katerih podjetja delujejo.

Ker lahko spremljamo podatke o številu in obsegu transakcij s posameznimi poslovnimi partnerji skozi dano časovno serijo, lahko analiziramo, kako na rezultate podjetij vplivajo različni zunanji dejavniki, ter merimo moč korelacije med uspešnostjo podjetja in npr. spremembo indeksa industrijske proizvodnje doma ali v tujini.

Podatki omogočajo podrobnejšo analizo vertikalnih povezav med podjetji in analizo transmisije šokov v gospodarstvu. Eno ključnih vprašanj je, kako se podjetja, ki so podvr-

žena šokom, odzovejo. Na primer, ali se ob zmanjšanju povpraševanja iz tujine, preživelo podjetje prilagodi z iskanjem drugih partnerjev. Poleg tujine bi lahko analizirali vpliv spremenjenega povpraševanja domačih podjetij, gospodinjstev in države.

V podatkovni bazi so vključena zgolj podjetja, ki sodelujejo s podjetjem Datalab, d.d., pri čemer je identiteta partnerskih podjetij izbrisana. Drugi vir podatkov je Ajpes, ki pa obsega vsa podjetja, ki poslujejo na področju Republike Slovenije. Podatki so zbrani na letni ravni in so primerni za analizo stroškovne učinkovitosti podjetij, izvozne usmerjenosti podjetij, prav tako so podani podatki o velikostih podjetij (na podlagi podatka o številu zaposlenih) in regiji, v kateri podjetje deluje. S pomočjo podatkov iz Ajpesovih baz lahko preverimo stopnjo korelacije med velikostnim razredom podjetij in produktivnostjo podjetij, obnašanje in odzivanje podjetij na šoke v gospodarstvu (racionalizacija stroškov, gibanja število zaposlenih v podjetjih) glede na velikost in usmerjenost k izvozu.

2.2 Analiza podatkov celotne baze podjetij Ajpes za obdobje 2007-2011

V Sloveniji je po podatkih Ajpes leta 2007 poslovalo 48,874 podjetij, od tega 273 velikih podjetij, 1,216 srednje velikih in 32,918 mikro in majhnih podjetij, ostalih pa iz razpoložljivih podatkov ni mogoče razvrstiti v katero izmed velikostnih kategorij. Podjetja so razvrščena v različne kategorije na podlagi podatka o številu zaposlenih. Med mikro podjetja spadajo podjetja z največ 10 zaposlenimi, med majhna tista z manj kot 50 zaposlenimi, srednje velika podjetja imajo med 50 in 250 zaposlenih, velika pa več kot 250 zaposlenih.

Čeprav Zakon o gospodarskih družbah (Ur. l. RS, št. 65/2009-UPB3, 83/2009; *Odl. US*: U-I-165/08-10, Up-1772/08-14, Up-379/09-8, 33/2011, 91/2011, 100/2011; *Skl. US*: U-I-311/11-5, 32/2012, 57/2012, 44/2013; *Odl. US*: U-I-311/11-16, 82/2013.) v 55. členu razvršča družbe na mikro, majhne, srednje in velike družbe z uporabo treh kriterijev na bilančni presečni dan letne bilance stanja (povprečno število delavcev v poslovnem letu, čisti prihodki od prodaje, vrednost aktive), so podjetja v nalogi razvrščena v različne kategorije zgolj na podlagi kriterija o številu zaposlenih.

Podatki (Tabela 1) kažejo, da skupno število vseh podjetij, ki delujejo v Sloveniji, skozi celotno obravnavano časovno serijo od leta 2007 do 2011 narašča. Med razvrščenimi podjetji pa je zaznati trend rasti števila podjetij v kategoriji mikro podjetij, medtem ko je v kategorijah majhnih, srednjih in velikih podjetij v zadnjih treh letih število podjetij celo manjše. Največ srednje velikih podjetij je poslovalo v letu 2008, 1,257, najmanj pa v zadnjem obravnavanem letu 2011, 1,123, podobni rezultati pa veljajo tudi za velika podjetja. Največ, 273, jih je poslovalo v letih 2007 in 2008, najmanj, 221, pa v letu 2011. Največ

majhnih podjetij je poslovalo v letu 2008, nato pa je število vse do konca opazovanega obdobja padalo. Povsem drugačen trend je značilen za kategorijo mikro podjetij, kjer število je število vse do leta 2010 naraščalo; v letih 2010 in 2011 je bilo takšnih podjetij 32,643.

Tabela 1: Porazdelitev podjetij v Sloveniji glede na število zaposlenih, 2007-2011

Leto	Št. podjetij	Mikro	Majhna	Srednja	Velika
2007	48,874	28,567	4,355	1,216	273
2008	52,111	30,451	4,710	1,257	273
2009	54,056	31,666	4,664	1,184	238
2010	55,954	32,643	4,494	1,159	228
2011	58,105	32,643	4,354	1,123	221

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Podatki o novih podjetjih, ki se prvič pojavljajo v Ajpesovi bazi, kažejo, da je največ podjetij vstopilo na trg v letu 2008, najmanj pa leto kasneje, ko je Slovenija že beležila upad gospodarske aktivnosti (Tabela 2). V letu 2008 je na trg vstopilo 2,942 podjetij več, kot jih je izstopilo. Število izstopov se iz leta v leto povečuje (Tabela 2). Največ podjetij je v opazovanem obdobju prenehalo s poslovanjem na slovenskem trgu v letu 2010. Za vsa leta je značilno, da je več podjetij na trg vstopilo kot izstopilo, vendar je potrebno poudariti še velikostno strukturo teh podjetij. Poudariti je potrebno, da se podatek o vseh vstopih/izstopih in seštevku po velikostnih kategorijah ne ujemata, ker zaradi pomanjkanja podatkov vseh podjetij ni mogoče razvrstiti v posamezno kategorijo.

Za opazovano časovno serijo je značilna rast števila mikro podjetij. V vseh opazovanih letih je več mikro podjetij na trg vstopilo kot izstopilo, medtem ko je za majhna, srednje velika in velika podjetja trend nasproten, več podjetij s trga izstopi kot vstopi. Medtem ko so v letih 2007-2010 na trg letno vstopila 3 velika podjetja in v letu 2011 4, kar pomeni, da je število vstopov novih velikih podjetij razmeroma stabilno, je za srednje velika podjetja značilen trend padanja števila vstopov novih podjetij na trg, z 41 v letu 2008 na zgolj 11 v letu 2011. Podatki o številu izstopov podjetij potrjujejo trend ohlajanja slovenskega gospodarstva. Število izstopov s trga narašča skozi celotno opazovano časovno serijo v vseh velikostnih kategorijah podjetij. Največ izstopov med mikro, majhnimi in srednje velikimi podjetji je zabeleženo v letu 2010, medtem ko je največ velikih podjetij izstopilo s trga že leto prej. Leta 2009 je izstopilo s trga 15 velikih podjetij, kar predstavlja 6.30 odstotka vseh velikih podjetij, ki so poslovala tega leta. Visok delež predstavljajo tudi izstopi v kategoriji srednje velikih podjetij, v letu 2010 več kot 9.15 odstotkov.

Tabela 2: Delež vstopov in izstopov podjetij v Sloveniji glede na velikost podjetij (v odstotkih), 2007-2011

Leto	VSTOPI					IZSTOPI				
	Delež	Delež				Delež	Delež			
	podjetij	mikro	majhnih	srednjih	velikih	podjetij	mikro	majhnih	srednjih	velikih
2007						4.65	3.26	2.23	2.38	2.20
2008	11.24	12.59	4.84	3.26	1.10	5.59	5.04	3.55	4.69	4.03
2009	9.20	10.04	3.58	2.20	1.26	6.12	6.17	4.55	4.22	6.30
2010	9.26	9.26	3.12	2.76	1.32	6.78	7.02	7.28	9.15	5.70
2011	9.48	5.44	1.98	0.98	1.81					

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Število novonastalih podjetij je v obdobju 2004-2009 vseskozi naraščalo, nato pa se je trend obrnil. Nastop gospodarske krize je tako opazen tudi v številu novonastalih podjetij, kar je v skladu z rezultati študije Klapper in Love (2010, str. 22), ki sta na podatkih 95 držav ugotovila visok upad novonastalih podjetij po letu 2008. Rezultat študije je ugotovitev, da je imela kriza v državah z bolj razvitim finančnim sistemom večji učinek na upad števila novonastalih podjetij, saj so z nastopom finančne krize doživele posledično večjo nestabilnost (Klapper & Love, 2010, str. 22).

Ramalho, Rodriguez-Meza in Yang (2009, str. 1-8) v študiji posledic finančne krize izpostavljajo visok padec obsega povpraševanja, kar negativno vpliva na prodajo in proizvodnjo, v končni fazi pa na povečanje števila brezposelnih ter na večje število podjetij, ki prenehajo s poslovanjem (Ramalho, Rodriguez-Meza, & Yang, 2009, str. 1-8).

Izstopi srednjih in velikih podjetij se namreč odražajo tudi v gibanju števila zaposlenih (Tabela 3). Največje število zaposlenih v obravnavanih podjetjih je zabeleženo v letu 2008, nato nastopi trend padanja števila zaposlenih, kar je primarno rezultat šoka, ki ga je povzročila gospodarska in ekonomska kriza. Število zaposlenih se je medletno najbolj zmanjšalo med letoma 2008 in 2009, kar za 30,859.7, kar predstavlja 6 odstotkov zaposlitev v tem segmentu trga dela v letu 2008. Edina rast števila zaposlenih je zabeležena med letoma 2007 in 2008, in sicer 2.3 odstotna.

Rezultati so v skladu s podatki Statističnega urada Republike Slovenije in Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje, ki so najnižjo stopnjo registrirane brezposelnosti zabeležili septembra 2008, 59,303 brezposelnih, od leta 2009 naprej pa brezposelnost narašča, rekordna stopnja je zabeležena v maju 2013, brezposelnih je kar 118,576 oseb. V letu 2011 je

bila najvišja stopnja registrirane brezposelnosti zabeležena v mesecu februarju, 115,608, najnižja pa predvsem zaradi sezonskega dela v mesecu avgustu, 106,996.

Tabela 3: Gibanje števila zaposlenih v slovenskih podjetjih, 2007-2011

Leto	Število zaposlenih
2007	499,464
2008	510,754
2009	479,894
2010	462,642
2011	449,235

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Za večino podjetij v vzorcu velja, da svoje storitve in produkte prodajajo zgolj na domačem trgu, sledijo pa jim podjetja, ki izvažajo na trge držav članic Evropske unije (Tabela 4). Glede na to, da število podjetij na slovenskem trgu narašča, je pričakovano, da narašča tudi število izvoznikov. Narašča predvsem število podjetij, ki izvažajo na trge Evropske unije, medtem ko se število podjetij, ki izvažajo na trge držav, ki še niso članice Evropske unije, skozi čas bistveno ne spreminja. Primerjalno se je najbolj povečalo število izvoznikov na trg držav članic Evropske unije, k čemur je pozitivno vplival tudi vstop Slovenije v evroobmočje v letu 2007.

Tabela 4: Število slovenskih podjetij po izvozni usmerjenosti, 2007-2011

Leto	Ni izvoznik	Izvoznik EU	Izvoznik ne-EU	Izvoznik EU in ne-EU
2007	36,660	5,154	3,070	4,013
2008	38,923	5,759	3,185	4,270
2009	40,456	5,929	3,162	4,527
2010	41,668	6,246	3,123	4,924
2011	42,642	7,017	3,131	5,327

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Tabela 5 prikazuje gibanje obsega prodaje po trgih. Prodaja je bila najobsežnejša v letu 2008, rast glede na leto 2007 je bila 10.0 odstotna, sledil je upad v višini -15.5 odstotkov v letu 2009, nato pa 5 odstotna rast v letih 2010 in 2011. Medtem ko je obseg prodaje na domačem trgu v letu 2011 nižji kot v letu 2007, sta tako prodaja na trgih EU kot na

drugih trgov v letu 2011 v primerjavi z letom 2007 večji. Prodaja na trgih EU je višja za 16.1 odstotek, medtem ko je prodaja na drugih trgih zrasla za 5.5 odstotkov. Okrevanje po padcu prodaje v letu 2009 je hitrejše na tujih trgih, obseg prodaje na trgih EU je namreč že presegel obseg prodaje v letu 2008, medtem ko je obseg prodaje doma še vedno precej pod rekordnimi vrednostmi iz leta 2008.

Tabela 5: Prodaja slovenskih podjetij po trgih (v mrd. EUR), 2007-2011

Leto	Prodaja	Domači trg	Trgi EU	Drugi trgi
2007	72.9	50.7	14.9	7.32
2008	80.2	56.4	15.9	7.97
2009	67.8	48.8	12.7	6.27
2010	71.3	49.4	15.1	6.79
2011	75.0	50.0	17.3	7.72

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Največji delež celotne prodaje predstavlja prodaja na domačem trgu (Tabela 6), deleži se gibajo med 72.0 odstotki v letu 2009 in 66.7 odstotki v letu 2011. Delež prodaje na trgih EU je v letu 2011 dosegel 23.1 odstotkov, medtem ko je bil najnižji v letu 2009, le 18.7 odstotkov celotne prodaje. Delež prodaje na drugih trgih je skozi celotno opazovano obdobje stabilen, med 9.2 v letu 2009 in 10.3 odstotkov v letu 2011. Opazen je trend večje izvozne usmerjenosti podjetij in nekoliko manjše izpostavljenosti do domačega trga, ki pa še vedno predstavlja več kot dve tretjini celotnega obsega prodaje.

Tabela 6: Delež prodaje slovenskih podjetij po trgih (v odstotkih), 2007-2011

Leto	Domači trg	Trgi EU	Drugi trgi
2007	69.5	20.4	10.0
2008	70.3	19.8	9.9
2009	72.0	18.7	9.2
2010	69.3	21.2	9.5
2011	66.7	23.1	10.3

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

2.3 Pregled drugih značilnosti slovenskega gospodarstva v obdobju 2007-2011

Za razumevanje trendov, ki jih skozi opazovano obdobje 2007-2011 izkazujejo podatki o podjetjih na letni in transakcijski ravni, je potrebna analiza gospodarskega okolja v Republiki Sloveniji s pomočjo makroekonomskih kazalnikov. Podatki o rasti bruto družbenega proizvoda, stopnja anketne brezposelnosti in industrijska proizvodnja tako v Sloveniji kot na nekaterih najpomembnejših tujih trgih, na katerih oziroma s katerimi poslujejo slovenska podjetja ter predvsem podjetja, ki so prisotna v podatkovni bazi podjetja Datalab, d.d., pomembno opisujejo gospodarsko klimo v državi in regiji ter potrjujejo trende, ki jih zaznavamo z analizo vzorca v empiričnem delu magistrske naloge.

2.3.1 Bruto domači proizvod in stopnja anketne brezposelnosti v RS

Podatki o gibanju bruto domači proizvoda (v nadaljevanju BDP), kot najpomembnejšega kazalnika ekonomske aktivnosti v državi, najbolj nazorno prikazujejo stanje gospodarskega okolja v opazovanem obdobju 2007-2011. Ne glede na nepopolnost mere, se BDP uporablja kot indikator zdravja gospodarstva, s pomočjo katerega lahko ocenjujemo kakovost življenja v državi in določamo fazo ekonomskega cikla, v katerem se gospodarstvo v opazovanem obdobju nahaja (Bruto domači proizvod, b.l.).

Za lažjo primerjavo med različnimi državami uporabljamo mero bruto domačega proizvoda na prebivalca v fiktivni valuti, ki je opredeljena kot standard kupne moči (v nadaljevanju SKM). To je valuta, ki je na ravni povprečja držav EU-27 enaka enemu evru, odraža pa povprečno raven cen v EU-27 (UMAR, 2011, str. 1).

V sliki 1 je predstavljeno gibanje bruto domačega proizvoda na prebivalca v SKM za države EU-15 in Slovenijo. Med države EU-15 spadajo Belgija, Danska, Francija, Nemčija, Grčija, Irska, Italija, Luksemburg, Nizozemska, Portugalska, Španija, Velika Britanija, Avstrija, Finska in Švedska; torej države članice EU pred največjo širitvijo 1. maja 2004, ko se je EU pridružilo 10 novih članic, med njimi tudi Slovenija. Podatki, ki so podani za obdobje 1995-2011 kažejo, da je Slovenija vse od začetka podatkovne serije v letu 1995 do leta 1999 dohitevala povprečje držav EU-15, nato je sledilo nazadovanje v letu 2000 in manjše izboljšanje leto kasneje. V letu 1995 je BDP na prebivalca v SKM znašal 74 odstotkov, v letu 2008 pa 91 odstotkov povprečnega BDP na prebivalca v skupini držav EU-15.

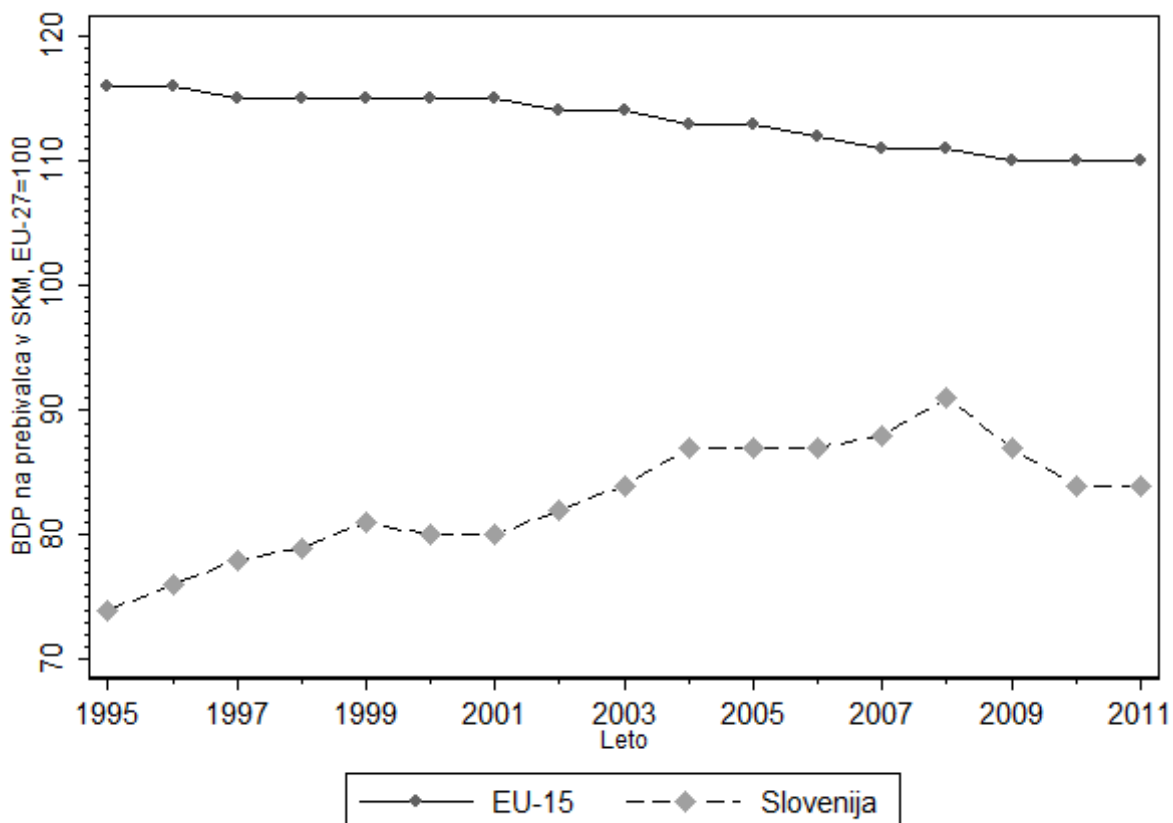
V obdobju 2003-2007 je Slovenija veljala za državo, ki je v primerjavi z ostalimi podobno razvitimi državami najbolj napredovala. Zaostanek za povprečjem EU-25 se je namreč v tem obdobju zmanjšal za 6 odstotkov, hitreje so se sicer razvijale Litva, Latvija, Estonija,

Češka in Slovaška, ki so bile manj razvite kot Slovenija, ter Luksemburg, ki je v istem obdobju beležil 19 odstoten napredek. V letu 2008 je Slovenija dosegla 91.0 odstotkov povprečnega BDP na prebivalca v SKM v EU-27. V istem obdobju je več držav članic EU-15 beležilo nazadovanje, med drugim Belgija, Danska, Italija, Nemčija, Francija, Velika Britanija in Avstrija (UMAR, 2009, str. 16-18, 58).

Slovenija se vse od leta 2008 (po nastopu gospodarske in finančne krize) oddaljuje od povprečne razvitosti EU-27. Če primerjamo podatke iz leta 2008 z letom 2011, je Slovenija v zgolj treh letih nazadovala za 7 odstotkov, na 84 odstotkov povprečne razvitosti v EU-27, podoben padec je zabeležila še Španija, najbolj pa je nazadovala Grčija, ki je v primerjavi z letom 2008 relativni položaj poslabšala za 14 odstotkov. V drugih državah so vplivi gospodarske krize manjši, Poljska in Luksemburg pa sta svoj položaj v primerjavi s povprečno razvitostjo EU celo izboljšala. Slovenski bruto domači proizvod na prebivalca v SKM je v letu 2011 tako primerljiv s položajem pred 8 leti, ko je v letu 2003 Slovenija beležila 83 odstotkov povprečne razvitosti EU. Zaskrbljujoč pa je tudi podatek, da je Slovenija edina izmed držav, ki so se EU priključile leta 2004, ki je svoj položaj v primerjavi s povprečjem EU poslabšala (za 3 odstotke). Vse ostale države so svoj položaj izboljšale, najbolj Slovaška (16 odstotkov) in Litva (15 odstotkov) (UMAR, 2013, str. 88).

Tudi napovedi za prihodnja leta ne napovedujejo bistvenega preobrata. Evropska komisija v svojem letnem poročilu opozarja na visok upad privatne potrošnje, ki je posledica naraščajoče brezposelnosti, nestabilnosti na trgu dela in povečanja splošnega nezaupanja, pa tudi na pomanjkanje večjih infrastrukturnih projektov s strani države, ki ima težave z visokim proračunskim primanjkljajem. Komisija opozarja tudi na velik delež neprodanih stanovanj, ki so posledica še vedno visokih cen na trgu nepremičnin. Pomemben vzrok gospodarskega kolapsa pa predstavljajo velike težave bančnega sektorja, ki zahtevajo dokapitalizacijo državnih bank, ki imajo v svojih portfeljih velik obseg slabih naložb. Razdolževanje bank se odraža v upadu kreditiranja, t.i. kreditni krč pa onemogoča gospodarski razvoj. Poseben poudarek komisija namenja višanju minimalne plače v preteklih letih, kar se odraža v nižji konkurenčnosti slovenskega gospodarstva v primerjavi s podjetji iz tujine (European Commission, 2012, str. 106-107).

Slika 1: Bruto domači proizvod na prebivalca v standardu kupne moči, EU-27=100



Vir: Prirejeno po Eurostat, *GDP per capita in PPS, 2013*; UMAR, *BDP na prebivalca v SKM, 2013*.

Stopnja brezposelnosti predstavlja razmerje med številom brezposelnih oseb in delovno silo, v katero so vključene tako zaposlene kot brezposelne osebe. V Sloveniji sta v veljavi dve definiciji brezposelnosti, in sicer registrirana brezposelnost ter anketna brezposelnost. Za anketno brezposelno osebo, ki je merjena z anketo o delovni sili, se štejejo iskalci zaposlitve, ki aktivno iščejo novo zaposlitev, medtem ko to ni pogoj za registrirano brezposelno osebo. V Sloveniji je anketna stopnja brezposelnosti prav zaradi tega kriterija praviloma nižja od stopnje registrirane brezposelnosti.

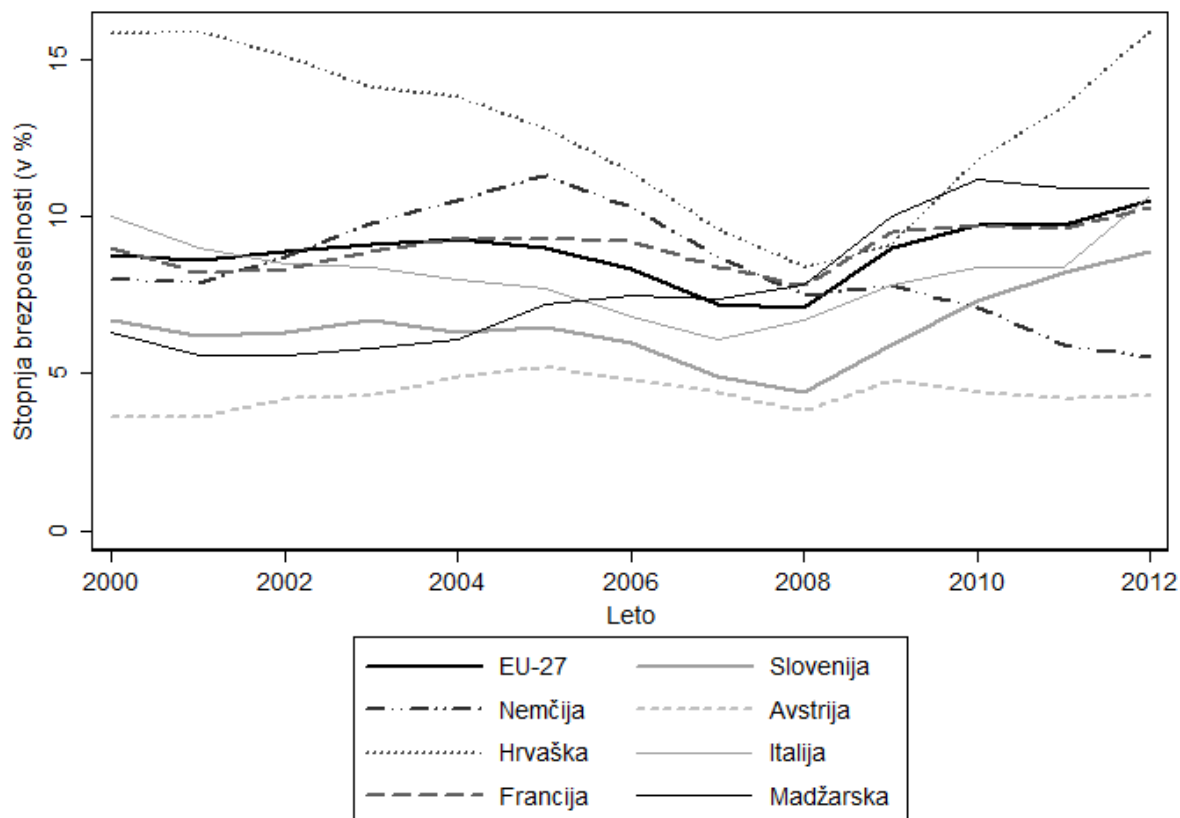
Najnižja letna stopnja anketne brezposelnosti je bila v Sloveniji dosežena v letu 2008, brezposelnih je bilo 4.4 odstotka delovne sile. V istem letu je najnižjo stopnjo brezposelnosti v zadnjih letih beležila tudi EU-27 in večina opazovanih držav, zgolj Italija in Madžarska sta nižjo stopnjo brezposelnosti beležili v letu 2007. Stopnja brezposelnosti je v Sloveniji je v obdobju 2000-2012 ves čas pod povprečjem EU-27, nižje stopnje od Slovenije je v opazovanih letih beležila zgolj Avstrija, po letu 2010 pa ima nižjo stopnjo brezposelnosti tudi Nemčija. V letu 2007 je Slovenija imela 2.2 odstotka nižjo stopnjo brezposelnosti od povprečja EU-27, v letu 2012 pa 1.6 odstotka.

Z nastopom krize v letu 2008 je stopnja brezposelnosti začela pospešeno naraščati iz leta v leto, od začetka krize se je več kot podvojila, ob koncu leta 2012 je stopnja registrirane brezposelnosti znašala namreč 12.4 odstotka, stopnja anketne brezposelnosti pri ženskah 10.1 odstotkov, pri moških 9,1 odstotkov, kar skupaj predstavlja 9.6 odstotkov (SURS, 2013).

Velik problem predstavlja hitra stopnja rasti anketne brezposelnosti mladih do 29 let, ki je bila z 7.9 odstotki najnižja v drugem četrtletju 2007, v letu 2012 pa dosegla kar 20.5 odstotkov. UMAR ocenjuje, da gre vzroke za tako izrazito povišanje iskati predvsem v manjšem povpraševanju po delu, v povečanju ponudbe dela zaradi vstopanja diplomantov bolonjskega študija na trg dela in v zmanjšanju obsega študentskega dela, pa tudi rigidnosti na trgu dela. Gospodarska kriza je sicer najbolj prizadela osebe z nizko in srednjo stopnjo izobrazbe, v letu 2012 pa se je občutno povečala tudi stopnja anketne brezposelnosti oseb z visoko izobrazbo, z 4.9 odstotkov v 2011 na 6.1 odstotkov v letu 2012 (UMAR, 2013, str. 158-159).

Negativne trende glede stopnje brezposelnosti v Sloveniji Evropska komisija v svojem poročilu napoveduje tudi v prihodnje, kot glavne vzroke pa navaja propadel gradbeni sektor, v katerem je po propadu več velikih podjetij (SCT, d.d., Vegrad, d.d., Primorje, d.d.) prišlo do povečanja presežnega števila delavcev, negativno pa je po mnenju komisije prispeval tudi že omenjeni dvig minimalne plače in posledična izguba konkurenčnosti številnih delovno-intenzivnih panog (European Commission, 2012, str. 106-107).

Slika 2: Stopnja anketne brezposelnosti



Vir: Prirejeno po Eurostat, *Unemployment rate*, 2013.

2.3.2 Industrijska proizvodnja RS in držav v regiji

Indeks industrijske proizvodnje je eden izmed najbolj pomembnih in najpogosteje uporabljenih indikatorjev za spremljanje gospodarske aktivnosti skozi čas, saj meri spremembe obsega proizvodnje v gospodarstvu in omogoča podrobno spremljanje rasti različnih sektorjev znotraj gospodarstva. Indeks namreč odraža tekoče spremembe dodane vrednosti posameznih segmentov gospodarstva in je kot tak primerno merilo uspešnosti gospodarstva kot celote (United Nations Statistics Division, 2010).

Tovrstni indeksi so zelo pomembni, saj imajo upadi gospodarske aktivnosti, ki jih z indeksi zaznavamo, posledice tudi na preostali del gospodarstva ter poslovne partnerje z drugih trgov. Dostopnost podatkov na mesečni ravni je tako ključnega pomena, saj omogoča redno spremljanje gibanja industrijske proizvodnje, ki je sicer močno korelirana z ekonomskimi cikli, in je posledično referenčna podatkovna serija za zaznavanje in napovedovanje točk preobrata v ekonomskem ciklu. Prednost indeksa industrijske proizvodnje je torej v kombinaciji hitre zaznave morebitnih negativnih trendov v gospodarstvu in promptni dostopnosti (United Nations Statistics Division, 2010).

Indeks se računa v dveh stopnjah, in sicer se na prvi stopnji iz podatkov o obsegu (količini) proizvodnje posameznih proizvodov ter ustreznih uteži (ponderacijskih koeficientov) izračuna ocena dodane vrednosti posameznih proizvodov. Delež dodane vrednosti je ocenjen na ravni razreda dejavnosti. Izračuna se po Laspeyresovem obrazcu:

$$I = \frac{\sum w_{i,o} \times q_{i,t}}{\sum w_{i,o} \times q_{i,o}}, \quad (5)$$

kjer je

$w(i, o)$ - ponderacijski koeficient baznega leta in

$q(i)$ - količina proizvoda.

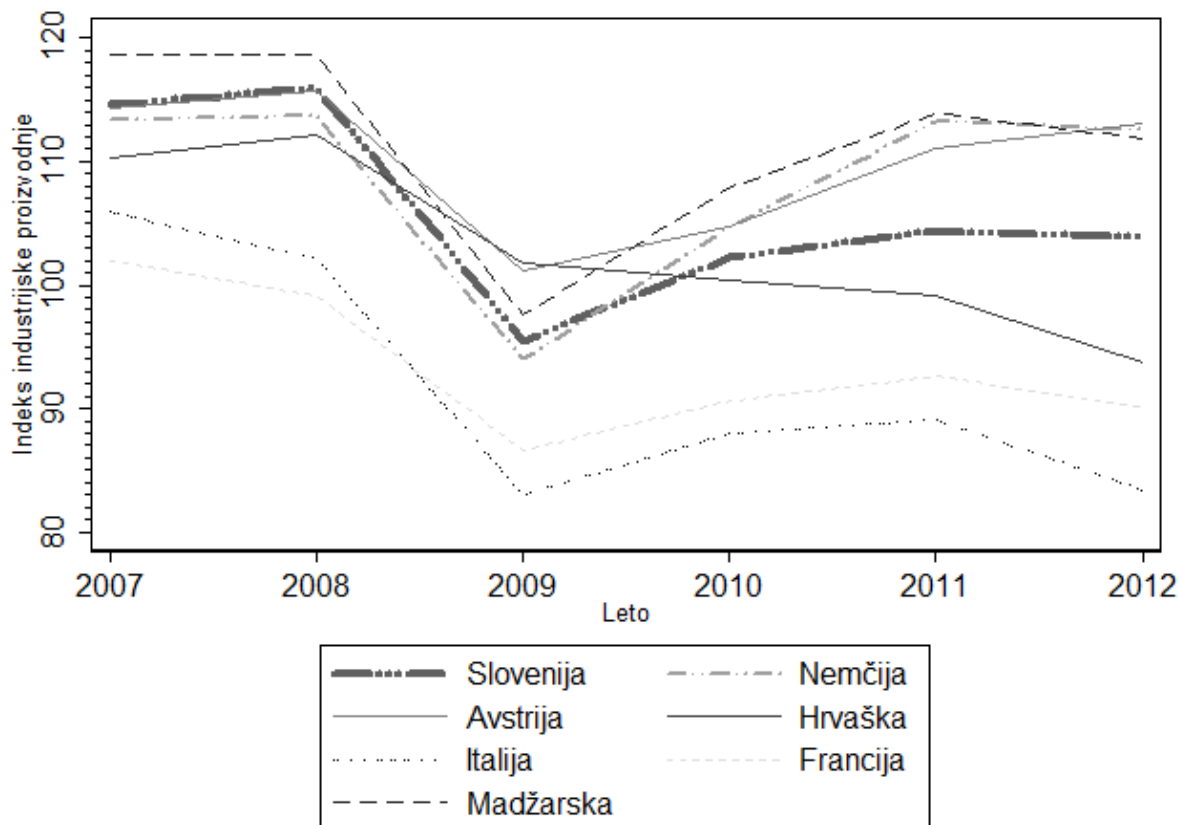
Na drugi stopnji pa se vse indekse razredov ponderira z deleži dodane vrednosti posameznih dejavnosti industrijske proizvodnje glede na razvrstitev v standardni klasifikaciji dejavnosti. Na tak način se zagotovi primerno relativno pomembnost posameznih ravni in hkrati izravna različno stopnjo zajetja med njimi (SURS, b.l.).

Poznavanje trendov gibanja indeksa industrijske proizvodnje torej omogoča napovedovanje gibanja gospodarstva (BDP, inflacija) in razmer znotraj posameznih gospodarskih panog.

Kot bazno oz. referenčno leto je v podatkih do začetka leta 2013 uporabljeno leto 2004/2005, kar pomeni, da je indeks v tem letu znašal 100 točk. Glede na leto 2004/2005 lahko analiziramo stanje po gospodarstvih v obdobju 2007-2012. Za vse države v regiji je značilen visok padec v letu 2009, kar je posledica nastopa finančne in gospodarske krize v Evropi. Po letu 2009 je sledil trend rasti vse do leta 2011, v zadnjem obdobju pa indeks zopet beleži upad v večini držav, na primer v Italiji, Franciji, na Hrvaškem in Madžarskem, stagnacija pa je značilna tudi za Slovenijo.

S pomočjo indeksa industrijske proizvodnje bo zaradi velike pojasnjevalne vloge, ki jo ima in je že predstavljena, lažje razumeti analizo podatkov o delovanju podjetij v Republiki Sloveniji v obdobju 2007-2011, ki sledi v nadaljevanju naloge.

Slika 3: Industrijska proizvodnja RS in držav v regiji



Vir: Prirejeno po Indeks industrijske proizvodnje, b.l.

3 ZNAČILNOSTI VZORCA IN OPISNE STATISTIKE

3.1 Analiza podatkov baze podjetij v vzorcu

V vzorcu podjetij, ki je na voljo za analizo, je vse od leta 2007 vključenih 219 podjetij (Tabela 7), ki so spremljana tako v bazi podjetja Datalab, d.d., kot tudi v Ajpesovi bazi. V vzorec pa so vključena še novonastala podjetja, ki so v istem letu vstopila tako v bazo podjetja Datalab, d.d., kot tudi v Ajpesovo bazo. Število podjetij skozi celotno časovno serijo narašča, tako je v letu 2008 v vzorcu 48 podjetij več kot leto pred tem. V letu 2010 je rast števila podjetij v vzorcu kar 28.4 odstotna, t.j. 99 podjetij več kot v letu 2009. V letu 2011 je vključenih 594 podjetij, vseh podjetij v bazi pa je bilo v tem letu 58,105. V vzorcu je tako vključenih 1.02 odstotka vseh podjetij v Ajpesovi bazi v letu 2011.

Število vseh podjetij in seštevek po kategorijah se ne ujemata, ker 104 podjetij zaradi pomanjkanja razpoložljivih informacij o številu zaposlenih ni mogoče razvrstiti v posamezno kategorijo. Podjetja so, ne glede na omenjeno dejstvo, vključena v opazovani vzorec, ker so za vsa obravnavana podjetja v podatkovni bazi podjetja Datalab, d.d. na voljo vsi

relevantni podatki, ki so potrebni za preverjanje postavljenih hipotez v empiričnem delu naloge.

Tabela 7: Število podjetij v vzorcu, 2007-2011

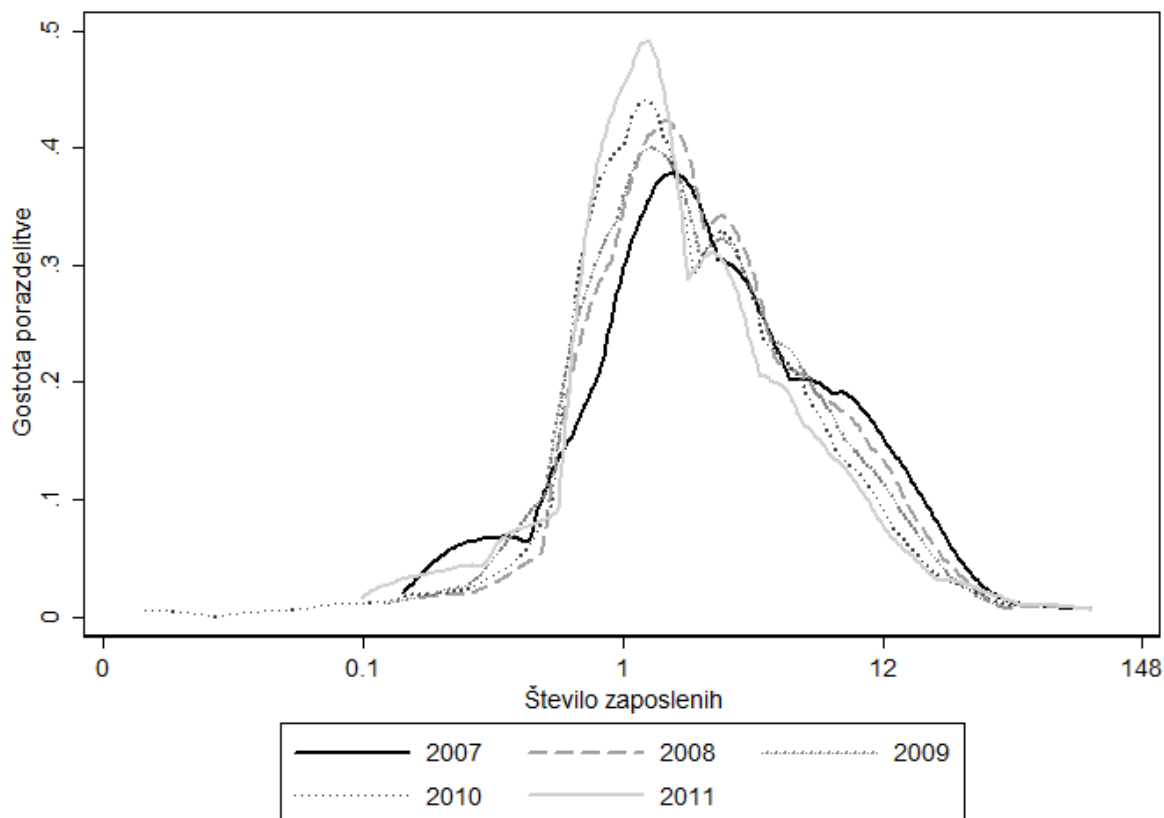
Leto	Št. vseh	Mikro	Majhna	Srednja	Velika
2007	219	101	13	1	0
2008	267	126	12	1	0
2009	348	154	12	1	0
2010	447	184	11	1	0
2011	594	208	15	1	0

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

V vzorec je vse od leta 2007 vključeno 1 srednje veliko podjetje, med 11 v letu 2010 in 15 v letu 2011 majhnih podjetij z 10 do 50 zaposlenimi in med 101 v letu 2007 in 208 v letu 2011 mikro podjetji z manj kot 10 zaposlenimi. Od leta 2007 do leta 2010 v vzorcu nastopa isto srednje veliko podjetje, ki v letu 2011 pade v kategorijo majhnih podjetij s 50 zaposlenimi, na trg pa vstopi novo srednje veliko podjetje z 90 zaposlenimi. V kategoriji majhnih podjetij spremljamo v celotnem časovnem obdobju 21 različnih podjetij, v kategoriji mikro podjetji pa 223. V celotnem vzorcu spremljamo 601 podjetje.

Slika 4 prikazuje gostoto porazdelitve podjetij v vzorcu glede na število zaposlenih in odraža trend, da naknadno v vzorec vstopajo večinoma mikro podjetja z manj kot 10 zaposlenimi.

Slika 4: Gostota porazdelitve podjetij v vzorcu glede na število zaposlenih, 2007-2011



Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Prodaja po letih narašča (Tabela 8), edini padec obsega prodaje je zaznan v letu 2009, z 69 milijonov na 68.4 milijone evrov. V primerjavi med letoma 2008 in 2009 je prodaja upadla na domačem trgu in na tujih ne-EU trgih. Na trgih EU prodaja podjetij v vzorcu raste neprekinjeno vse od leta 2007 naprej, obseg se je od leta 2007 povečal za 43.1 odstotkov, medtem ko je celotna prodaja podjetij v vzorcu v letu 2011 višja za 71.9 odstotkov. V opazovanih letih se je prodaja najbolj povečala na drugih tujih trgih, z 4.4 milijona evrov v letu 2007 na 12.3 milijona evrov v letu 2011, kar pomeni 261.8 odstotno rast. Največja medletna stopnja rasti obsega prodaje je zabeležena v letu 2011, ko je celoten obseg prodaje višji za 23.3 odstotke, obseg prodaje doma za 19.6 odstotkov, prodaja na drugih trgih pa za 86.4 odstotke. Obseg prodaje na trgih EU se je najhitreje povečal v letih 2008 in 2009.

Podatki o celotni prodaji očitno ne odražajo realnega stanja slovenskega gospodarstva, kar je lahko pojasljivo, saj je v vzorcu v letu 2011 tudi 375 novih podjetij, ki so bila ustanovljena po letu 2007. Z večjim številom v vzorec vključenih podjetij je skupni obseg prodaje teh podjetij pričakovano večji. Podatki o povprečni prodaji na podjetje v vzorcu odražajo trend padanja obsega prodaje vse od leta 2008 naprej. V letih 2007 in 2008 je znašala 260,000 evrov na podjetje v vzorcu, leto kasneje je padla na 200,000 evrov, v letih

2010 in 2011 pa še za dodatnih 20,000 evrov letno, tako da je prodaja na podjetje v vzorcu v letu 2011 znašala le še 63.4 odstotka prodaje na podjetje v letu 2007.

Tabela 8: Prodaja slovenskih podjetij v vzorcu po trgih (v mio EUR), 2007-2011

Leto	Vrednost prodaje	Domači trg	Trgi EU	Drugi trgi	Vrednost prodaje na podjetje
2007	56.6	45.9	7.2	3.4	0.26
2008	69.0	56.4	8.2	4.5	0.26
2009	68.4	55.5	9.3	3.5	0.20
2010	78.9	62.4	9.9	6.6	0.18
2011	97.3	74.6	10.3	12.3	0.16

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Podatki o deležih prodaje po trgih za podjetja v vzorcu (Tabela 9) kažejo, da se delež prodaje na domačem trgu skozi opazovano obdobje niža, vendar še vedno predstavlja več kot tri četrtine celotne prodaje. V letu 2007 je delež prodaje na domačem trgu znašal 81.1 odstotkov, leto kasneje 81.7, od leta 2009 naprej pa delež domače prodaje pada. V letu 2011 je delež le 76.1 odstoten, medtem ko delež prodaje na drugih trgih narašča. Prodaja na drugih trgih je v letu 2007 predstavljala 6.0 odstotkov celotne prodaje podjetij v vzorcu. Najnižji delež prodaje na drugih trgih je bil dosežen leta 2009, nato pa je sledil trend rasti prodaje na drugih trgih, delež je v letu 2010 namreč že presegel osem odstotkov, leta 2011 pa dosegel 12.6 odstotkov celotne prodaje. Podatki o prodaji na trgih EU kažejo, da je najvišji delež dosežen v letu 2009, torej v letu, ko je zabeležen upad prodaje na domačem trgu in na drugih trgih, medtem ko je obseg prodaje na trgih Evropske unije večji (Tabela 8). Po letu 2009 je zaznana počasnejša rast obsega prodaje na trgih EU v primerjavi s prodajo na ostalih trgih, kar se odraža v nižjih deležih prodaje na teh trgih glede na celotno prodajo. V letu 2011 je delež prodaje na trgih EU znašal 10.6 odstotka, medtem ko je bil v letu 2009 13.6 odstoten, leta 2007 pa 12.7 odstoten.

Tabela 9: Delež prodaje podjetij v vzorcu po trgih (v odstotkih), 2007-2011

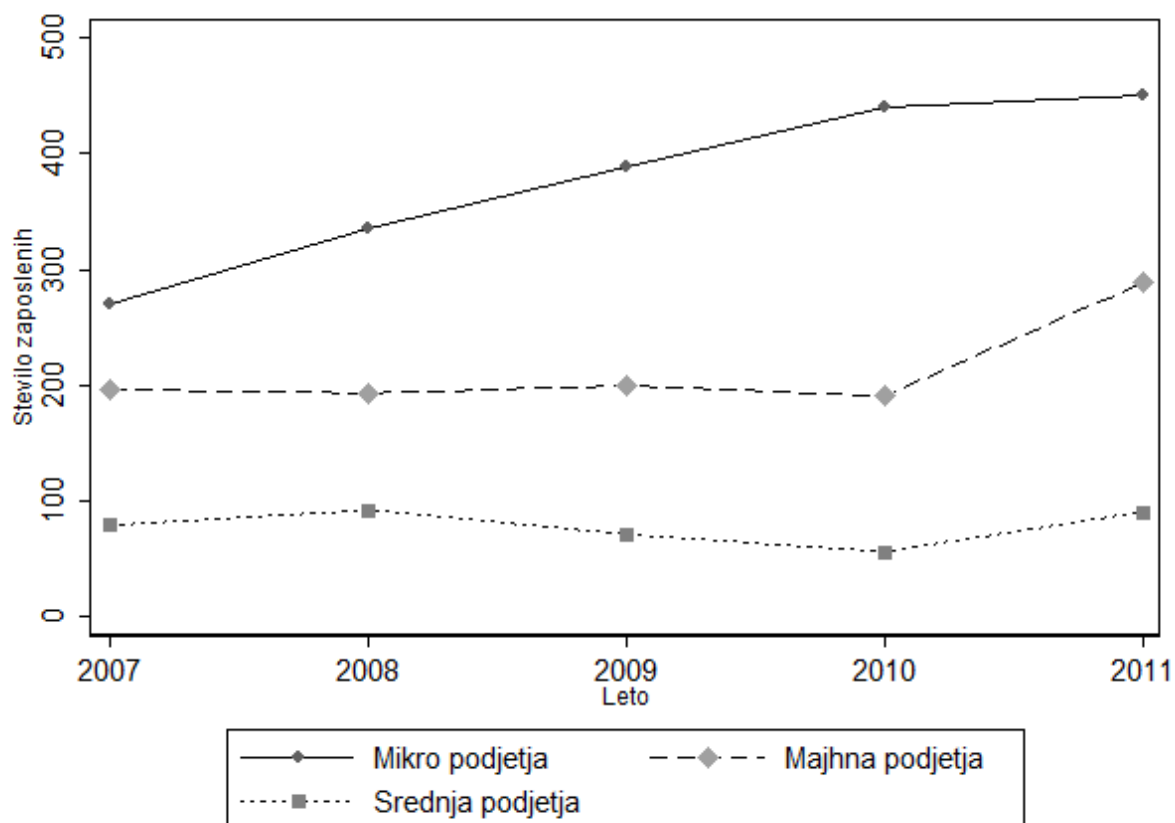
Leto	Domači trg	Trgi EU	Drugi trgi
2007	81.1	12.7	6.0
2008	81.7	11.9	6.5
2009	81.1	13.6	5.1
2010	79.1	12.5	8.4
2011	76.1	10.6	12.6

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Podatki o številu zaposlenih so posledica vključevanja novih podjetij v vzorec. Ker gre pri vključevanju novih podjetij predvsem za podjetja z do 10 zaposlenimi, torej za mikro podjetja, število delavcev v tej kategoriji podjetij narašča. V vzorcu ves čas nastopa zgolj eno srednje veliko podjetje, zato v tem segmentu podjetij bistvenih sprememb pri številu zaposlenih ni. Podatki kažejo, da so podjetja v vzorcu v letu 2007 zaposlovala 546 delavcev, leto kasneje 620. Naraščanje števila delavcev v vzorec vključenih podjetij je v skladu z naraščanjem števila podjetij skozi celotno opazovano obdobje, v letu 2011 so tako podjetja v vzorcu zaposlovala že 829 ljudi. V srednje velikem podjetju, ki je v vzorec vključeno od leta 2007 do leta 2010, je bilo največ (kar 92) delavcev zaposlenih v letu 2008, nato pa je število začelo upadati, z 71 v letu 2009 na 56 v letu 2010 in po letu 2011 podjetje po številu delavcev ne spada med srednje velika podjetja, temveč med majhna, kar se odraža tudi v porastu števila zaposlenih v tej kategoriji v primerjavi s preteklimi leti. Podjetje, ki je v vzorec kot srednje veliko vstopilo v letu 2011, v prvem letu delovanja zaposluje 90 delavcev.

Opazen je trend zmanjševanja števila zaposlenih na posamezno podjetje. V posameznem podjetju v vzorcu je bilo v letu 2007 zaposlenih 2.5 delavcev, že leto kasneje so podjetja zaposlovala 2.3 delavcev, kar pomeni, da so v povprečju podjetja zaposlovala 6.8 odstotkov delavcev manj. Še večji upad zaposlenih na podjetje v vzorcu je zabeležen v letih 2009 in 2010, ko so podjetja zaposlovala 1.9 in 1.5 delavca, kar predstavlja več kot 18.4 odstoten padec števila zaposlenih v vsakem letu. V letu 2011 je v podjetju v vzorcu zaposlen 1.1 delavec manj kot v letu 2007, kar pomeni 44.0 odstoten padec števila zaposlenih v posameznem podjetju v vzorcu glede na leto 2007.

Slika 5: Število zaposlenih v podjetjih v vzorcu glede na velikost, 2007-2011



Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Podatki o številu vstopov in izstopov podjetij (Tabela 10) kažejo predvsem na trend, da so novonastala podjetja pogosteje hkrati vključena tudi v bazo podjetja Datalab, d.d.. Podjetij, ki so bila ustanovljena v letu 2008 in so od istega leta vključena tudi v Datalabovo bazo, je 48, v letu 2009 je takšnih podjetij že 81, v letu 2010 100 in 153 v letu 2011. V letu 2011 je bilo v vzorec vključenih 2.8 odstotkov vseh novonastalih podjetij v tem letu. Ta delež je v letu 2008 znašal zgolj 0.8 odstotka, leto kasneje že 1.6, v letu 2010 pa 1.9 odstotka vseh novonastalih podjetij v tem letu. V vzorcu je zabeleženih tudi 7 izstopov podjetij, 1 v letu 2009 in 6 v letu 2010, medtem ko v prvih dveh letih ni bil zabeležen izstop podjetij, vključenih v vzorec. Tudi sicer je največ izstopov podjetij iz Ajpesove baze zabeleženih prav v letu 2010 (Tabela 2).

Tabela 10: Število vstopov in izstopov podjetij v vzorcu, 2007-2011

Leto	Št. vstopov	Št. izstopov
2007		0
2008	48	0
2009	81	1
2010	100	6
2011	153	

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Tabeli 11 in 12 prikazujeta število podjetij z izgubo in dobičkom po letih. Zgolj število podjetij z dobičkom ne omogoča primerne primerjave uspešnosti med leti, saj se število podjetij v vzorcu skozi celotno opazovano časovno serijo povečuje. Primernejša je analiza deležev podjetij z dobičkom po letih. Najvišji deleži (preko 50 odstotkov) so zabeleženi pred nastopom aktualne gospodarske krize, torej v letih 2007 in 2008, medtem ko je najmanjši delež podjetij zaznan v letu 2011, zgolj 37.7 odstotkov. Poleg zmanjševanja deleža dobičkonosnih podjetij je moč opaziti tudi upad povprečnega obsega doseženega dobička. Najvišji povprečni dobiček so podjetja v vzorcu dosegla v letu 2008, 45,100 evrov, medtem ko je v letu 2011 dobiček v povprečju znašal zgolj 24,200 evrov.

Tabela 11: Število podjetij z dobičkom in povprečni obseg dobička (v tisoč EUR), 2007-2011

Leto	Število	Delež podjetij z dobičkom	Povprečni dobiček
2007	115	52.5	40.1
2008	134	50.2	45.1
2009	151	43.4	36.5
2010	193	43.2	34.7
2011	224	37.7	24.2

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Če pogledamo podatke o podjetjih z izkazano izgubo (Tabela 12), opazimo, da je največ podjetij izkazalo izgubo v letu 2011, najvišji delež podjetij z izgubo pa je zabeležen v letu 2009. Tega leta je izgubo izkazalo 13.5 odstotkov podjetij v vzorcu, povprečna izguba pa je znašala slabih 19,000 evrov. Povprečna izguba podjetij je bila sicer najvišja v letu 2008, 26,600 evrov, vendar jo je izkazalo le 30 podjetij, kar pomeni 11.2 odstotka vseh podjetij

v vzorcu. Najnižji delež podjetij z izgubo, slabih 9.3 odstotka, je zaznanih v predkriznem letu 2007.

Tabela 12: Število podjetij z izgubo in povprečni obseg izgube (v tisoč EUR), 2007-2011

Leto	Število	Delež podjetij z izgubo	Povprečna izguba
2007	22	10.0	9.26
2008	30	11.2	26.6
2009	47	13.5	18.7
2010	51	11.4	14.6
2011	75	12.6	24.3

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Število izvoznikov v vzorcu po letih narašča (Tabela 13). V letu 2007 podjetja, ki izvažajo v tujino, predstavljajo 17.8 odstotka vseh podjetij v vzorcu, kar pomeni, da je kar 82.2 odstotka podjetij, ki so bila v letu 2007 spremljana v bazi podjetja Datalab, d.d., prodajalo svoje izdelke in storitve zgolj na domačem trgu. Skupaj s številom vseh vključenih podjetij se skozi opazovano obdobje povečuje tudi število izvoznikov, medtem ko delež izvoznikov ostaja med 19.1 v letu 2010 in 19.9 odstotki v letu 2008. Zanimiv je podatek o izvoznih destinacijah, saj so podjetja v vzorcu v letu 2007 prodajala na 23 trgih, leta 2009 na 30, že leto kasneje pa na 40 trgih. Na večje število novih izvoznih destinacij je prav gotovo vplivala vključenost Slovenije v Evropsko unijo in uvedba nove valute v letu 2007.

Skoraj vsa podjetja poslujejo v Sloveniji (575 v letu 2011, 217 v letu 2007), trgi, na katerih podjetja v vzorcu poslujejo največ, pa so še Avstrija, Nemčija, Italija, Hrvaška, Madžarska, Velika Britanija in Nizozemska. V Avstrijo je leta 2007 izvažalo 13 podjetij, v letu 2009 17 in leta 2011 29 podjetij; v Nemčiji je leta 2007 poslovalo 10 podjetij iz vzorca, v letu 2011 pa 34 podjetij, kar predstavlja 30.1 odstotka vseh izvoznikov tega leta. Pomembna izvozna destinacija je tudi Italija, kamor je leta 2007 izvažalo 9 podjetij, kar pomeni, da je v Italijo izvažalo 23.1 odstotka izvoznih podjetij v tem letu. V letu 2011 je v Italijo izvažalo 26.5 odstotka vseh izvoznikov. Med najbolj priljubljene trge spada tudi sosednja Hrvaška, ki je v opazovanem obdobju edina, ki med najpomembnejšimi izvoznimi destinacijami slovenskih podjetij v vzorcu ni članica EU. Večji porast izvoza na hrvaški trg je pričakovan po vključitvi Hrvaške v EU s 1. julijem 2013. Na hrvaški trg je v letu 2011 izvažalo 14 podjetij, kar pomeni, da je več kot vsak deseti izvoznik v vzorcu (12.4 odstotka) izvažal na hrvaški trg.

Tabela 13: Število izvoznikov v vzorcu in trgov delovanja, 2007-2011

Leto	Število izvoznikov	Delež izvoznikov	Število trgov
2007	39	17.8	23
2008	53	19.9	24
2009	67	19.3	30
2010	85	19.1	40
2011	113	19.2	40

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Podatki podjetja Datalab, d.d., omogočajo analizo transakcij podjetij tudi glede na vrsto prihodkov. Tabela 14 predstavlja število podjetij, ki so knjižila svoje transakcije pod posamezne konte. Podjetja so imela v posameznem letu več različnih vrst prodaje, zato seštevek podjetij po letih ne ustreza številu podjetij, ki so v vzorcu v posameznem letu. Največ podjetij je prodajalo proizvode in storitve na domačem trgu. Skupaj s številom podjetij v vzorcu se povečuje tudi število podjetij s prodajo proizvodov in storitev na domačem trgu. Drugi najpogostejši prihodki so iz prodaje trgovskega blaga in materiala na domačem trgu, v letu 2007 je beležilo prodajo te vrste 83 podjetij, v letu 2011 pa 197. Skozi opazovano obdobje 2007-2011 raste tudi število podjetij, ki prodajajo na tujem trgu, v letu 2007 jih je bilo 54, v letu 2011 pa 146, kar predstavlja 170.4 odstotno rast. Poudariti je potrebno, da je podoben tudi podatek v rasti števila podjetij v vzorcu (171.2 odstotka) (Slovenski inštitut za revizijo, 2012, str. 12-13).

Tabela 14: Število podjetij po vrsti prihodka, 2007-2011

Leto	Prodaja proizvodov in storitev		Prodaja trg. blaga in materiala		Iz vrednot. bio. sred. in pospr. kmet. pridelkov	Najem.	Odprava rezervacij	Drugi, povezani s poslovnimi učinki	Prevredn. poslovni
	Doma	V tujini	Doma	V tujini					
2007	195	36	83	18	2	1	1	21	31
2008	237	48	94	25	2	6	5	21	35
2009	305	57	119	26	3	8	6	29	31
2010	382	86	146	30	7	11	6	37	42
2011	508	100	197	46	6	15	9	60	64

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Podatki o obsegu prodaj (Tabela 15) so v skladu s Tabelo 14, največji obseg predstavlja prodaja doma. V letu 2007 je prodaja proizvodov in storitev na domačem trgu obsegala

51.4 milijona evrov, leto kasneje zrasla na 66.4, nato pa v letu 2009 padla za 4.2 odstotka na 63.6 milijona evrov. Največje skupne obsege prodaj proizvodov, storitev, trgovskega blaga in materiala na domačem in tujem trgu so podjetja dosegla v letu 2011, ko je v vzorcu prisotnih največ podjetij. Podatki o obsegu prodaje glede na število podjetij v vzorcu kažejo, da je bil največji obseg prodaje proizvodov in storitev na domačem trgu dosežen v letu 2008 (0.249 mio evrov na podjetje), najmanjši pa v letu 2011 (0.144 mio evrov na podjetje). Prodaje proizvodov in storitev na tujem trgu je dosegla največji obseg v letu 2007, nato pa padala skozi celotno opazovano časovno serijo. Najmanjši obseg je prodaja proizvodov in storitev na tujem trgu dosegla v letu 2011, ko je znašal padec glede na leto 2007 -53.4 odstotka. Isti trend padanja je zaznati tudi za prodajo trgovskega blaga in materiala na domačem trgu, največji obseg prodaje na podjetje je namreč zabeležen v letu 2007, najmanjši pa v letu 2011. Prihodki od prodaje trgovskega blaga in materiala na tujem trgu so bili največji v letu 2008, najnižji leto kasneje, nato pa sta sledili 32.2 odstotna rast v letu 2010 in 66.0 odstotna rast prodaje na število podjetij v vzorcu v letu 2011. Ostali prihodki so nižji in predstavljajo manjši delež v celotnih prihodkih podjetij, skozi celotno opazovano časovno serijo pa obseg ne presega 2.5 milijona evrov.

Tabela 15: Obseg prodaje podjetij v vzorcu po vrsti prihodkov (v mio EUR), 2007-2011

Vrsta prihodkov	2007	2008	2009	2010	2011
Prodaja proizvodov in storitev na domačem trgu	51.4	66.4	63.6	73.0	85.6
Prodaja proizvodov in storitev na tujem trgu	14.4	16.5	16.7	17.4	18.2
Prodaja trgovskega blaga in materiala na domačem trgu	26.9	28.9	27.9	33.4	43.5
Prodaja trgovskega blaga in materiala na tujem trgu	5.0	6.5	4.3	7.3	16.1
Iz vrednotenja bio. sredstev in pospr. kmet. pridelkov	0.007	0.005	0.006	0.012	0.013
Najemnine	0.00008	0.6	0.6	0.7	0.1
Odprava rezervacij	0.006	0.3	0.5	1.3	1.4
Drugi, povezani s poslovnimi učinki	2.5	0.9	0.6	0.8	0.6
Prevrednotovalni poslovni	0.5	1.7	0.9	0.7	0.7

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Število poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu (Tabela 16) se povečuje skupaj s številom podjetij v vzorcu, najmanj različnih poslovnih partnerjev je zaznano v letu 2007, ko jih je bilo 5,829, že leto kasneje jih je bilo več kot 1,000 več, število pa narašča skozi celotno

opazovano obdobje. V letu 2011 je s podjetji v vzorcu poslovalo 12,143 partnerjev. Podatki o številu poslovnih partnerjev na posamezno podjetje pa prikazujejo padajoči trend vse od leta 2007 naprej. Največje število partnerjev na podjetje je tako doseženo v letu 2007, in sicer 26.6, in najmanjše v letu 2011, 20.4 na podjetje. Izvozna podjetja so v letu 2007 poslovala s 3,328 partnerji, kar znaša 85.3 partnerja na podjetje, v letu 2011 s 6,820 partnerji, kar pomeni 60.4 partnerjev na posamezno izvozno podjetje. Podatki torej kažejo, da imajo podjetja, ki so osredotočena zgolj na domači trg, manj poslovnih partnerjev od podjetij, ki prodajajo na domačem in tujih trgih.

Tabela 16: Število poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu, 2007-2011

Leto	Partnerjev	Partnerjev	Partnerjev	Partnerjev
		na podjetje	izvoznih podjetij	na izvozno podjetje
2007	5,829	26.6	3,328	85.3
2008	6,909	25.9	4,390	82.8
2009	8,950	25.7	5,280	78.8
2010	10,009	22.4	5,292	62.3
2011	12,143	20.4	6,820	60.4

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Največ poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu je slovenskih (Tabela 17), sledijo partnerji iz Italije, Nemčije in Madžarske. V letu 2007 je s podjetji v vzorcu poslovalo 5.731 poslovnih partnerjev iz Slovenije, 25 iz Italije, 14 iz Nemčije, zgolj 4 iz Avstrije in 3 s Hrvaške. Število partnerjev skozi opazovano obdobje narašča. V letu 2011 so imela podjetja v vzorcu 11,799 slovenskih poslovnih partnerjev, 5 avstrijskih, 56 nemških, 85 italijanskih, 14 madžarskih in 13 hrvaških in 9 partnerjev iz Velike Britanije.

Tabela 17: Število poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu po trgih, 2007-2011

Leto	Slovenija	Avstrija	Nemčija	Italija	Madžarska	Hrvaška	Velika Britanija
2007	5,731	4	14	25	9	3	2
2008	6,789	2	12	37	9	6	4
2009	8,809	4	18	40	13	7	6
2010	9,817	6	32	42	14	4	8
2011	11,799	5	56	85	14	13	9

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

V Tabeli 18 so podjetja razvrščena glede na število poslovnih partnerjev. Podjetja so uvrščena v eno izmed petih kategorij: do 10 poslovnih partnerjev, med 11 in 50, med 51 in 100, med 101 in 200 ter nad 201 poslovnih partnerjev. Število podjetij v vzorcu narašča, zato je primerneje analizirati deleže in porazdelitev podjetij v kategorije po opazovanih letih (Tabela 19). Večina podjetij v vseh opazovanih letih spada v kategorijo podjetij z do 10 poslovnimi partnerji, kar je posledica velikosti podjetij v vzorcu, saj večina podjetij spada med mikro in majhna podjetja.

Tabela 18: Razvrstitev podjetij v vzorcu glede na število poslovnih partnerjev, 2007-2011

Leto	do 10	11-50	51-100	101-200	nad 200
2007	101	88	14	10	6
2008	132	95	23	9	8
2009	184	119	23	13	9
2010	251	140	28	17	10
2011	348	175	34	17	14

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Delež podjetij z do 10 partnerji vse od leta 2007 narašča, z 46.1 odstotkov v letu 2007 do 58.6 odstotkov v letu 2011. V kategoriji med 11 in 50 poslovnimi partnerji prav tako število podjetij narašča, delež pa pada - z 40.2 odstotkov v letu 2007 na zgolj 29.5 odstotkov podjetij v vzorcu. Pada tudi delež podjetij z več poslovnimi partnerji. Med 51 in 100 partnerjev je imelo v letu 2007 14 podjetij, kar je predstavljalo 6.4 odstotka vseh podjetij v vzorcu, v letu 2011 pa 34 podjetij oziroma 5.7 odstotkov vseh. Podoben trend padanja deleža je zaznan tudi v kategorijah z več kot 100 poslovnimi partnerji. Takšnih podjetij je bilo v letu 2007 16, leto kasneje 17, v letu 2011 pa 31.

Tabela 19: Deleži podjetij v vzorcu glede na število poslovnih partnerjev, 2007-2011

Leto	do 10	11-50	51-100	101-200	nad 200
2007	46.1	40.2	6.4	4.6	2.7
2008	49.4	35.6	8.6	3.4	3.0
2009	52.9	34.2	6.6	3.7	2.6
2010	56.2	31.3	6.3	3.8	2.2
2011	58.6	29.5	5.7	2.9	2.4

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

3.2 Opisne statistike

Najpomembnejše spremenljivke v Ajpesovi podatkovni bazi so obseg celotne prodaje, prodaja na domačem trgu, na trgih EU in drugih tujih trgih, obseg morebitnega dobička ali izgube ter število zaposlenih. Naštete spremenljivke iz podatkovne baze Ajpes so za analizo najpomembnejše, saj pojasnjujejo izvozno usmerjenost, velikost in uspešnost podjetij.

V podrobnejšo analizo so iz podatkovne zbirke podjetja Datalab, d.d. vključeni obsegi transakcij, skupno število partnerjev vseh podjetij v vzorcu, število trgov, s katerih prihajajo poslovni partnerji podjetij v vzorcu, število podjetij s tujimi poslovnimi partnerji.

Statistike so predstavljene najprej za vzorec, nato za celotno populacijo. Število opazovanj posameznih spremenljivk ni enak številu podjetij, ker v Ajpesovi bazi ni na voljo vseh podatkov za vsa podjetja v vzorcu.

Podatki za celotno opazovano obdobje kažejo, da je v povprečju podjetje v vzorcu v letih 2007-2011 zaposlovalo 3.2 delavca, kar potrjuje, da so v vzorcu predvsem mikro in mala podjetja. Povprečna izguba podjetij v opazovanem obdobju znaša 4,260.6 evrov, povprečni dobiček pa 27,085.0 evrov. Podatki o potencialnih povprečnih dobičkih in izgubah med podjetji so izračunani kot seštevek vseh izgub oz. dobičkov med podjetji z izgubo oz. z dobičkom ter porazdeljeno glede na število podjetij v vzorcu. Najvišji obseg prodaje v določenem letu za posamezno podjetje je zabeležen v letu 2008, najvišja izguba pa v letu 2011. V povprečju predstavlja prodaja doma 79.7 odstotkov celotne prodaje, prodaja na trgih EU 12.1 odstotkov in prodaja na drugih tujih trgih 8.2 odstotkov. Največji obseg prodaje na drugih tujih trgih za posamezno podjetje znaša 3,566,878.0 evrov in je dosežen v letu 2011. Na drugi strani je največji obseg prodaje doma zabeležen v letu 2007, prodaja na trgih EU pa je bila največja leto kasneje.

Podjetja v vzorcu so v opazovanem obdobju poslovala z 12,833 različnimi partnerji iz 41 različnih držav. V povprečju so v obdobju 2007-2011 partnerji prihajali iz 34.9 držav. Povprečni obseg transakcije v dobro je v tem obdobju znašal 976.4 evra, transakcije v breme pa 640.8 evrov. Najvišja transakcija v dobro v opazovanem obdobju je zabeležena v letu 2008 in znaša 5,700,000.0 evrov. V vzorcu pa je bilo v povprečju 90.7 podjetij, ki so poslovala s tujimi partnerji.

Pregled opisnih statistik dokazuje, da je gospodarstvo doseglo vrh v letih 2007, 2008, v zadnjih letih pa se obseg prodaje in povprečnega števila zaposlenih praviloma zmanjšuje.

Tabela 20: Opisne statistike slovenskih podjetij v vzorcu, 2007-2011

Spremenljivke	Povp. vrednost	Standardni odkon	Min	Max	Število opazovanj
Prodaja skupaj	354,242	839,144	0	9,485,069	1,045
Prodaja na domačem trgu	282,158	575,229	0	5,023,114	1,045
Prodaja na trgih EU	43,020	350,801	0	5,715,042	1,045
Prodaja na drugih trgih	29,063	195,914	0	3,566,878	1,045
Dobiček	27,085	75,882	0	1,032,296	1,045
Izguba	4,260	24,657	0	546,667	1,045
Število zaposlenih	3.2	7.0	0	92.0	1,045
Vrednost prodaje	976	15,838	-330,930	5,700,000	816,330
Vrednost nakupov	640	30,411	-872,958	5,711,712	816,330
Vseh trgov skupaj	34	7.3	23.0	41.0	800,577
Vseh partnerjev skupaj	10,128	2,471	5,829	12,833	816,330
Število izvoznikov	90.7	28.3	39.0	116	10,562

Legenda: Vse vrednosti so v EUR. Število zaposlenih je ugotovljeno na podlagi delovnih ur.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

V opazovanem obdobju 2007-2011 so podjetja v populaciji v povprečju beležila prodajo v višini 1,367,998.9 evrov, rekordna prodaja posameznega podjetja je zabeležena v letu 2011, in sicer 2,767,652,352.0 evrov, medtem ko je najvišji dobiček posameznega podjetja v višini 213,655,664.0 evrov izkazan v letu 2009. Najvišja izguba je zabeležena v letu 2010, prav tako pa tudi najvišja izguba na podjetje v podatkovni bazi. V povprečju so podjetja zaposlovala 8.9 delavcev, največ, 10.2, v letu 2007, nato pa vsako naslednje leto manj, v letu 2011 le še 7.8. V povprečju so podjetja dosegla prodajo v višini 1,367,998.9 evrov, od tega 950,98.4 evrov na domačem trgu, kar predstavlja 69.5 odstotkov celotne prodaje, 20.7 odstotkov celotne prodaje oziroma 282,673.0 evrov na trgih EU in preostalih 9.8 odstotkov v višini 134,338.5 evrov na drugih tujih trgih.

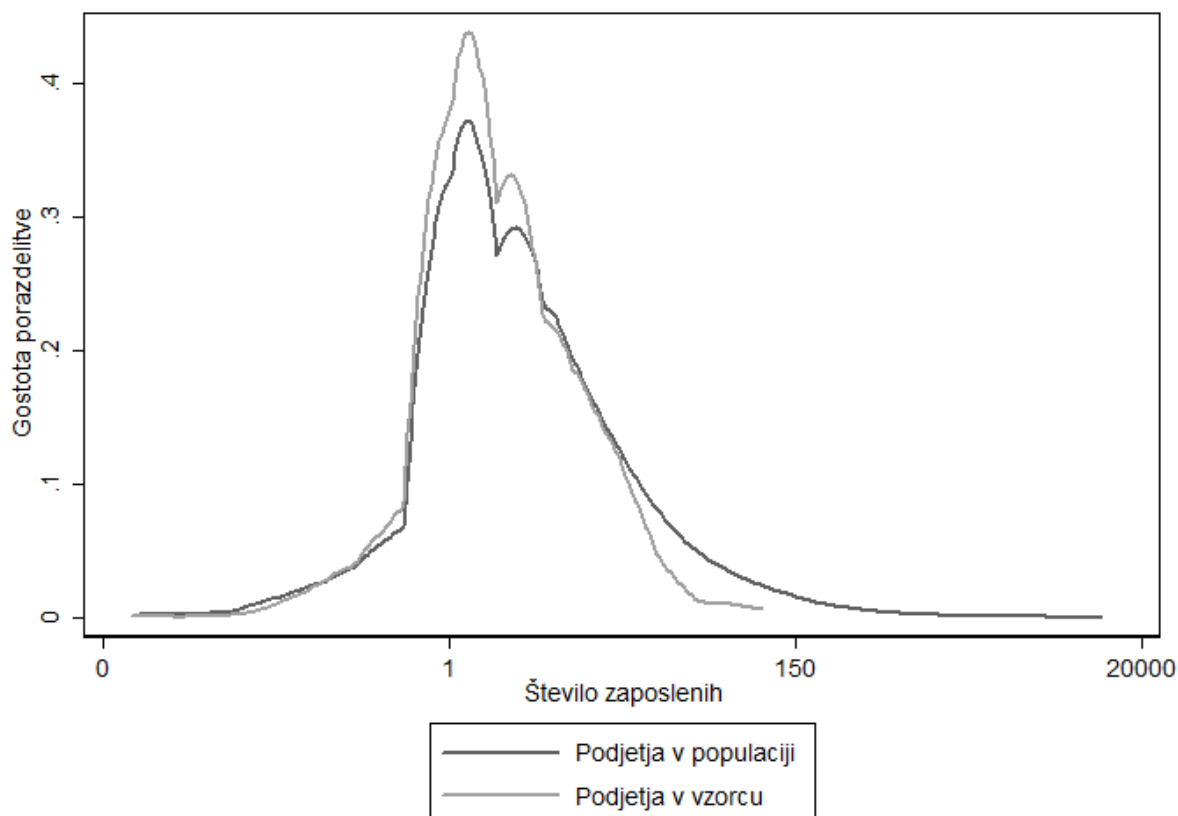
Tabela 21: Opisne statistike slovenskih podjetij v populaciji, 2007-2011

Spremenljivke	Povp. vrednost	Standardni odklon	Min	Max	Število opazovanj
Prodaja skupaj	1,367,998	18,790,053	0	2,767,652,352	268,452
Prodaja na domačem trgu	950,987	14,422,034	0	2,285,443,584	268,452
Prodaja na trgih EU	282,673	7,315,530	0	1,297,156,421	268,452
Prodaja na drugih trgih	134,338	3,304,211	0	452,192,604	268,452
Dobiček	69,067	1,270,571	0	213,655,664	268,452
Izguba	36,320	1,222,152	0	254,190,694	268,452
Št. zaposlenih	8.9	89.6	0	12,076	268,452

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

Glede na primerjavo med povprečnim številom zaposlenih v populaciji (8.9 delavcev v povprečju na podjetje) in vzorcu (3.2 delavcev v povprečju na podjetje) ter o povprečnem obsegu prodaje (v povprečju so podjetja v vzorcu dosegala 25.9 odstotkov povprečne prodaje v podjetjih v populaciji) je razvidno, da so v vzorcu v večini, tako kot je razvidno že iz analize podatkov podjetij v vzorcu v prejšnjem poglavju, mikro in majhna podjetja. Velikih podjetij glede na kategorizacijo po številu zaposlenih v vzorcu ni, srednje veliko podjetje pa je skozi vso opazovano obdobje zgolj eno samo, zato posploševanje pridobljenih rezultatov na vso populacijo in na vsa podjetja s sedežem v RS ni mogoče. Prav tako je delež prodaje, ki ga predstavlja prodaja na tujih trgih, v podjetjih v vzorcu precej nižji (20.3 odstotkov) kot v populaciji (30.5 odstotkov), kar pomeni, da so podjetja v vzorcu v povprečju manj izpostavljena tujim trgov kot podjetja v populaciji. Navkljub vsem naštetim dejstvom so glede na velikost vzorca vsi rezultati koristni, glede na raziskovanje obravnavane tematike transmisije šokov in pomena števila partnerstev v podjetjih v prihodnje.

Slika 6: Gostota porazdelitve podjetij v vzorcu in v populaciji glede na povprečno število zaposlenih, 2007-2011



Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

4 EMPIRIČNA ANALIZA

Z empirično analizo podatkov želim ugotovljamo, kako različni dejavniki vplivajo na podvrženost podjetij zunanjim šokom, na primer, padcu industrijske proizvodnje na določenem trgu. Z analizo podatkov podjetja Datalab, d.d. in Agencije RS za javnopravne evidence in storitve, ki so podrobno predstavljeni v predhodnem poglavju, preverjamo odzive in prilagoditve podjetij na šoke gospodarske krize, v kateri so se znašla podjetja tako na slovenskem kot tudi na vseh pomembnejših svetovnih trgih po letu 2008.

Glavni namen je ugotoviti, kako se odzivajo podjetja, ki se med seboj razlikujejo po velikosti, številu zaposlenih, izvozni usmerjenosti, razvejanosti poslovnih partnerstev, panogi, po številu trgov, na katerih delujejo. Cilj je ugotoviti, katera podjetja se na šoke, kakršne prinašajo gospodarske krize, najhitreje odzovejo in so sposobna najhitreje ter najučinkoviteje minimizirati morebitne izpade prihodkov ter posledične izgube, ki jih šoki prinašajo.

4.1 Ključne hipoteze

V tem delu naloge so predstavljene ključne hipoteze, ki so testirane v empiričnem delu analize. Hipoteze so postavljene na podlagi v uvodnem delu naloge predstavljene literature in podatkov, ki so na razpolago za podrobnejšo analizo.

Za testiranje hipotez je izjemno pomemben tudi izračun produktivnosti podjetij, ki je podrobneje predstavljen v naslednjem poglavju. Uporabljena je standardna metoda najmanjših kvadratov, kot mera pa je upoštevana skupna factorska produktivnost.

Za testiranje postavljenih hipotez na podatkih v vzorcu obravnavanih podjetij sta izbrani standardna metoda najmanjših kvadratov in metoda fiksnih učinkov ter model binarnih odločitev probit.

4.1.1 Vplivi na produktivnost podjetij

1. Mikro podjetja so v povprečju manj produktivna od malih in srednje velikih podjetij.

Hipotezo so potrdile številne empirične analize. Leung, Meh in Terajima (2008, str. 14, 23-24, 33) potrjujejo višjo produktivnost večjih podjetij (razlikujejo med podjetji z do in nad 100 zaposlenimi) za vsako opazovano leto v obdobju 1984-1997 na podlagi podatkov kanadskih podjetij in podjetij iz ZDA. Avtorji ugotavljajo, da je višina razlike odvisna tudi od izbora mere produktivnosti, saj je v primeru produktivnosti dela razlika med podjetji večja kot v primeru skupne factorske produktivnosti, vendar je značilna v obeh primerih (Leung, Meh, & Terajima, 2008, str. 14, 23-24, 33).

2. Novonastala podjetja so v povprečju manj produktivna.

Taymaz (2004, str. 2-3) vzroke za manjšo produktivnost novonastalih podjetij, ki so navadno tudi manjša, pojasnjuje z dvema razlogoma. Prvi je velika negotovost podjetij, ki vstopajo na trg; podjetniki namreč zaradi pomanjkanja izkušenj ne vedo, kako uspešni bodo na trgu, zato podjetja praviloma vstopajo na trg z majhnim številom delavcev, ostanek začetnega vložka raje namenijo študijam in napovedim poslovanja podjetja na trgu, s ciljem zmanjšanja začetne negotovosti. Kot drugi razlog, zakaj praviloma podjetja vstopajo na trg z malim številom zaposlenih, Taymaz (2004, str. 2-3) navaja problem asimetrije informacij. Avtor poudarja tudi visok delež novonastalih podjetij, ki se ne morejo soočiti s konkurenco in zato v relativno kratkem obdobju propadejo. Iz tega sledi tudi močna povezava med verjetnostjo preživetja in velikostjo podjetij (Taymaz, 2004, str. 2-3).

3. Izvozna podjetja so v povprečju bolj produktivna od podjetij, ki so osredotočena zgolj na domači trg.

Kot je navedeno v pregledu literature, obstaja močna povezanost izvozne usmerjenosti in produktivnosti podjetij, kar v znanstveni literaturi avtorji v grobem pojasnjujejo z dvema mehanizmoma: prvi je učenje z izvozom, drugi pa samoselekcija med podjetji. Oba koncepta, ki sta obširneje predstavljena v pregledu literature, pojasnjujeta pozitivno korelacijo med izvozom in produktivnostjo podjetij, njun obstoj pa so potrdile številne (tudi v magistrski nalogi že omenjene) empirične študije.

V prvem sklopu hipotez torej preučujemo nekaj osnovnih trditev o produktivnosti podjetij. Ocenjujemo vpliv velikosti, starosti in izvozne usmerjenosti na produktivnost podjetij. S pomočjo dobljenih rezultatov bo omogočena preglednejša analiza ter pojasnjevanje preostalih hipotez in rezultatov.

4.1.2 Povezanost produktivnosti in števila trgov delovanja

1. Bolj produktivna podjetja imajo večje število poslovnih partnerjev in delujejo na večjem številu trgov.

Bernard in Jensen (1999, str. 23) v svoji študiji korelacije med produktivnostjo in izvozom proizvodnih podjetij v ZDA navajata, da pozitivna korelacija med produktivnostjo in obsegom izvoza obstaja in izhaja iz dejstva, da so bolj produktivna podjetja bolj naklonjena k vstopu na tuje trge. Avtorja navajata, da se za vstop odločajo bolj produktivna podjetja, ki pa z uspešnim vstopom na tuj trg (zaradi transmisije novega znanja in drugih učinkov tujih trgov) beležijo hitrejšo rast, večje število zaposlenih in višjo produktivnost od neizvoznih podjetij (Bernard & Jensen, 1999, str. 23).

Obseg produktivnosti ima glede na objavljeno znanstveno literaturo, ki to hipotezo večinoma potrjuje, velik vpliv na izvozno usmerjenost podjetij. Z analizo podatkov želimo tezo potrditi tudi v primeru podjetij v vzorcu.

4.1.3 Občutljivost in prilagodljivost podjetij na zunanje šoke

1. Bolj produktivna podjetja so odpornejša na šoke in se hitreje prilagodijo.

2. Podjetja, ki izvažajo na večje število tujih trgov in imajo več poslovnih partnerjev, hitreje najdejo nove poslovne povezave.

3. Podjetja z večjo razvejanostjo poslovnih povezav beležijo manjše učinke šokov na upad obsega prodaje.

Eno izmed pomembnih vprašanj, ki jih je potrebno nasloviti v kontekstu zastavljenega raziskovalnega problema, je, kakšni so vplivi šokov na poslovne povezave. Nicita in

Tumurchudur-Klok (2011, str. 18) ugotavljata, da aktualna kriza močno vpliva na obseg poslovanja med partnerji, še posebej na poslovne povezave, ki so nastale po letu 2006. Avtorja ugotavljata, da imajo novejšje poslovne povezave manjšo verjetnost preživetja in beležijo relativno višji upad vrednosti transakcij kot starejše, kar posledično pomeni, da so starejša izvozna podjetja s trdnejšimi poslovnimi povezavami manj občutljiva na vplive krize od novih oz. mlajših izvoznikov. Analiza, ki sta jo opravila avtorja, kot pomemben dejavnik občutljivosti poudarja obseg poslovanja med poslovnima partnerjema, saj ugotavljata, da upad povpraševanja močneje škoduje podjetjem z manjših in revnejših trgov z bolj omejenim tržnim deležem (Nicita & Tumurchudur-Klok, 2011, str. 18).

Osrednji cilj naloge je torej izmeriti vpliv zunanjih šokov na obseg prodaje podjetij glede na produktivnost, velikost, število poslovnih partnerstev in trgov, na katerih ta podjetja poslujejo. V primeru magistrske naloge predstavljata tovrstna šoka upad industrijske proizvodnje na trgih poslovanja podjetij in upad prodaje partnerskih podjetij.

4.2 Produktivnost podjetij

Številne, tudi nekatere omenjene v uvodnem pregledu literature, empirične študije potrjujejo velik vpliv produktivnosti tako držav kot podjetij na številne raziskovalne probleme; tudi v primeru preučevanja medsektorske in meddržavne transmisije šokov. Ocena produktivnosti namreč velja za "*conditio sine qua non*" empiričnih analiz.

Kot je predstavljeno v uvodnem poglavju, je produktivnost podjetij izjemnega pomena za odločitve podjetij o vstopu na nove trge in posledično pri iskanju novih tujih partnerjev. Še več, Damijan, Polanec in Prašnikar (2004, str. 21) na podlagi podatkov slovenskih podjetij v obdobju 1994-2002 navajajo, da je produktivnost podjetij korelirana celo z razvitostjo novega trga poslovanja podjetij. Visoka produktivnost podjetij je namreč nujna za vstop slovenskih podjetij na razvitejšje trge, medtem ko za vstop na manj razvite trge (nekdanje Jugoslavije) to ne velja (Damijan, Polanec, & Prašnikar, 2004, str. 21).

Zaradi vsega naštetega je izračun oz. ocena produktivnosti podjetij izjemnega pomena za nadaljnjo analizo. Obseg proizvodnje (angl. "*output*") je v večini tovrstnih izračunov definiran kot funkcija produkcijskih faktorjev, kot so delo, kapital, surovine, itd. (angl. "*inputs*"). Razmerje med outputom in vloženim inputom pa imenujemo produktivnost. Produktivnost merimo na različne načine, vse pa izhajajo iz definicije produkcijske funkcije (Van Beveren, 2008, str. 5).

Produkcijsko funkcijo zapišemo kot

$$Y_{it} = A_{it}F(X_{it}), \quad (6)$$

kjer je Y količina produkta podjetja i v letu t . Producerska funkcija nam torej pove, koliko produkta lahko podjetje ustvari z razpoložljivimi producerskimi faktorji. A v producerski funkciji v splošnem pomeni tehnološko razvitost podjetja, kar v rezultatu pomeni, da lahko tehnološko bolj razvito podjetje iz danih producerskih faktorjev ustvari več. (Del Gatto, Di Liberto, & Petraglia, 2009, str. 10)

V splošnem ločimo tri mere produktivnosti, in sicer skupno factorsko produktivnost (angl. *total factor productivity*), produktivnost dela (angl. *labor productivity*) in kapitala (angl. *capital productivity*). Glede na naravo empirične analize in časovni obseg je za merjenje produktivnosti podjetij v nalogi izbrana skupna factorska produktivnost in Cobb-Douglasova producerska funkcija.

V tem primeru producersko funkcijo Van Beveren (2008, str. 4) zapiše kot

$$Y_{it} = A_{it} K_{it}^{\beta_k} L_{it}^{\beta_l} M_{it}^{\beta_m}, \quad (7)$$

kjer je torej produkt Y odvisen od producerskih faktorjev, in sicer od obsega kapitala K , dela L , surovin oz. materiala M , A pa predstavlja nivo nevtralne Hicksove učinkovitosti podjetja i v letu t .

Nadalje Van Beveren (2008, str. 5) producersko funkcijo logaritmirata in dobi

$$\ln(Y_{it}) = \ln(A_{it} K_{it}^{\beta_k} L_{it}^{\beta_l} M_{it}^{\beta_m}) \quad (8)$$

$$\ln(Y_{it}) = \ln(A_{it}) + \ln(K_{it}^{\beta_k}) + \ln(L_{it}^{\beta_l}) + \ln(M_{it}^{\beta_m}) \quad (9)$$

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \beta_m m_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (10)$$

pri čemer male črke pomenijo logaritmirane vrednosti spremenljivke in

$$\ln(A_{it}) = \beta_0 + \varepsilon_{it}, \quad (11)$$

kjer je β_0 povprečen nivo učinkovitosti med podjetji v opazovanem obdobju, ε_{it} pa odklon od tega povprečja, odvisen od časovne komponente t in opazovanega podjetja i . Van Beveren (2008, str. 5) v nadaljevanju ε_{it} razdeli na dva dela, na merljivi, ki ga je v najslabšem primeru možno vsaj oceniti, in na nemerljivi del. ε_{it} zapiše kot

$$\varepsilon_{it} = \omega_{it} + u_{it}^q. \quad (12)$$

Z upoštevanjem dekompozicije (12) v (10) Van Beveren (2008, str. 5) izpelje enačbo

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \beta_m m_{it} + \omega_{it} + u_{it}^q, \quad (13)$$

ki je primerna za ocenjevanje in rešitev ω_{it} , ki v enačbi (13) predstavlja produktivnost podjetja, u_{it}^q pa neodvisno in enakomerno porazdeljeno napako.

Do tovrstne rešitve ω_{it} lahko pridemo tudi s pojasnjevanjem celotne rasti z rastjo posameznega produkcijskega faktorja in nepojasnenim Solowim residualom, preko katerega izračunamo rast skupne faktorske produktivnosti (Padilla & Mayer, 2003, str. 5-7).

Van Beveren (2008, str. 5) z ekonometrično metodo, npr. najmanjših kvadratov (v nadaljevanju OLS), oceni koeficiente enačbe (13) in izračuna logaritmirano produktivnost podjetij $\hat{\omega}_{it}$ po formuli

$$\hat{\omega}_{it} = y_{it} - \hat{\beta}_k k_{it} - \hat{\beta}_l l_{it} - \hat{\beta}_m m_{it}, \quad (14)$$

ter uporabi zvezo

$$\hat{\Omega}_{it} = \exp(\hat{\omega}_{it}) \quad (15)$$

in izračuna ocenjeno produktivnost na ravni podjetja.

V primeru ocenjevanja z metodo fiksnih učinkov se enačba (13) spremeni v

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \beta_m m_{it} + \omega_i + u_{it}^q, \quad (16)$$

kar zagotavlja, da se ω_{it} ne spreminja skozi čas, ocena enačbe (16) pa rezultira v konsistentnosti s koeficienti dela, kapitala in materiala (Van Beveren, 2008, str. 5).

Glede na to, da so v podatkovni bazi Agencije za javnopravne evidence in storitve na razpolago letni podatki o dodani vrednosti po podjetjih, je za izračun produktivnosti podjetij uporabljen postopek predstavljen v Arnold (2005, str. 1-3):

Kot Y_{it} uporabimo mero produkta, ki pa ni več zgolj obseg proizvodnje; npr. dodano vrednost, in (7) se spremeni v produkcijsko funkcijo, odvisno od treh faktorjev.

$$Y_{it} = A_{it} K_{it}^{\beta_k} L_{it}^{\beta_l}, \quad (17)$$

kjer Y_{it} predstavlja dodano vrednost, L_{it} in K_{it} sta uporabljeni količini dela in kapitala, A_{it} pa imenujemo kar skupna faktorska produktivnost. V kolikor v oceni uporabljamo realno količino produkta, upoštevamo poleg dela in kapitala, kot je opisano v zgornjem postopku, tudi uporabljeno količino materiala.

Z upoštevanjem spremenjene produkcijske funkcije se (13) in (14) spremenita v

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \omega_{it} + u_{it}^q \quad (18)$$

in

$$\hat{\omega}_{it} = y_{it} - \hat{\beta}_k k_{it} - \hat{\beta}_l l_{it}. \quad (19)$$

Produktivnost torej izračunamo po istem postopku, z razliko, da se pri izračunu upošteva razlika med logaritmiranimi vrednostmi dodane vrednosti in produkcijskih faktorjev - dela in kapitala. Razlika predstavlja logaritmirano vrednost skupne factorske produktivnosti, ki je primerna za nadaljnjo uporabo v empirični analizi (Arnold, 2005, str. 1-3).

Tabela 22: Opisne statistike spremenljivk v produkcijski funkciji

Spremenljivke	Povp. vrednost	Standardni odklon	Min	Max	Število opazovanj
Dodana vrednost	204,099	2,953,849	-117,762,008	447,741,056	536,789
Število zaposlenih	9.6	91.7	0	12,462	536,789
Obseg kapitala	483,439	20,059,188	0	5,816,419,328	536,789

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

V prvi oceni skupne factorske produktivnosti uporabimo še slamnate spremenljivke za posamezno leto in panogo, ki jo določa nova specifikacija NACE-2. Ocenjujemo torej model

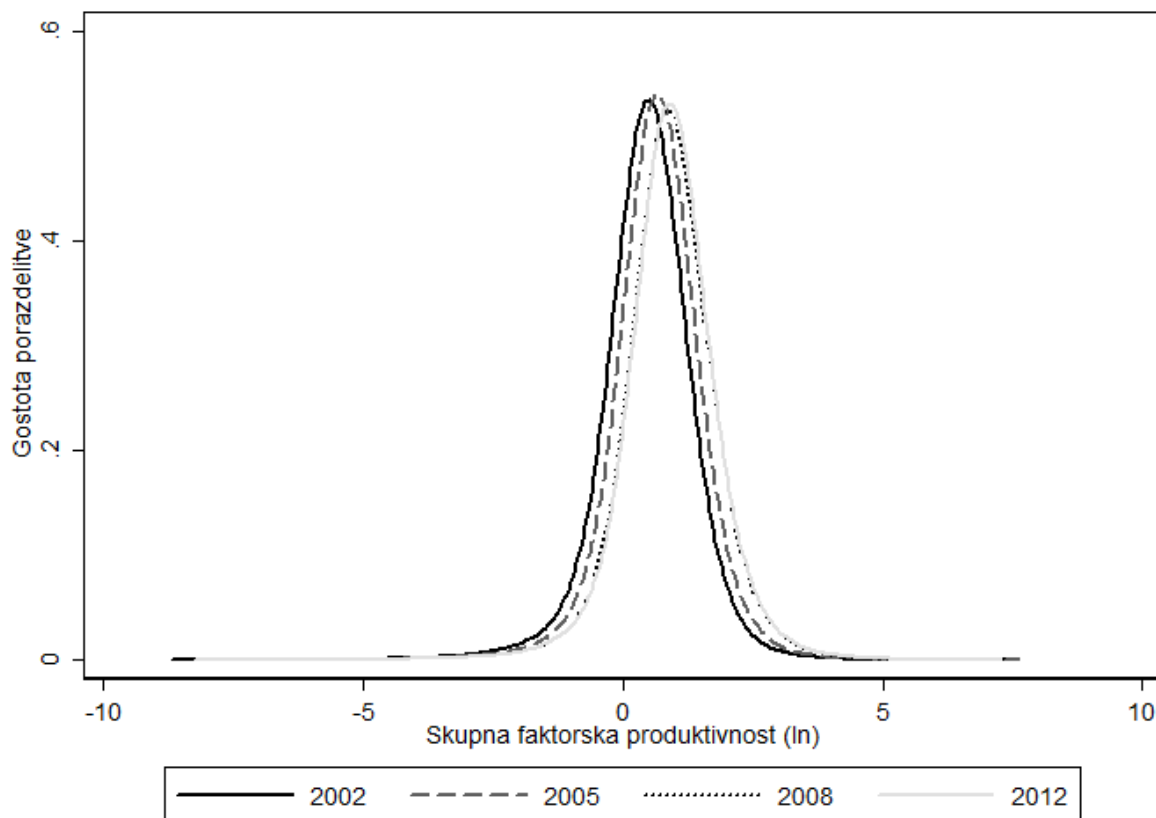
$$y_{it} = \beta_0 + \sum_{t=1}^T \beta_t D_t + \sum_{s=1}^S \beta_s D_s + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \omega_{it} + u_{it}^q, \quad (20)$$

kjer sta D_t in D_s slamnate spremenljivki (angl. "dummy") za čas (leto) in panogo (nova NACE-2 klasifikacija).

Rezultati OLS ocene (Tabela 23) kažejo, da slovenska podjetja v času v povprečju zvišujejo svojo produktivnost. Najvišje povprečne vrednosti skupne factorske produktivnosti slovenskih podjetij so zabeležene v letih 2010 in 2012, medtem ko je v letu 2011 zabeležen padec. Standardni odkloni so v vseh opazovanih letih visoki, variirajo pa med 25.42 v letu 2010 do 6.09 v letu 2004.

Slika 7 predstavlja porazdelitev logaritmirane skupne factorske produktivnosti, ocenjene z metodo najmanjših kvadratov, med podjetji po letih.

Slika 7: Porazdelitev skupne faktorske produktivnosti populacije - OLS po letih



Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

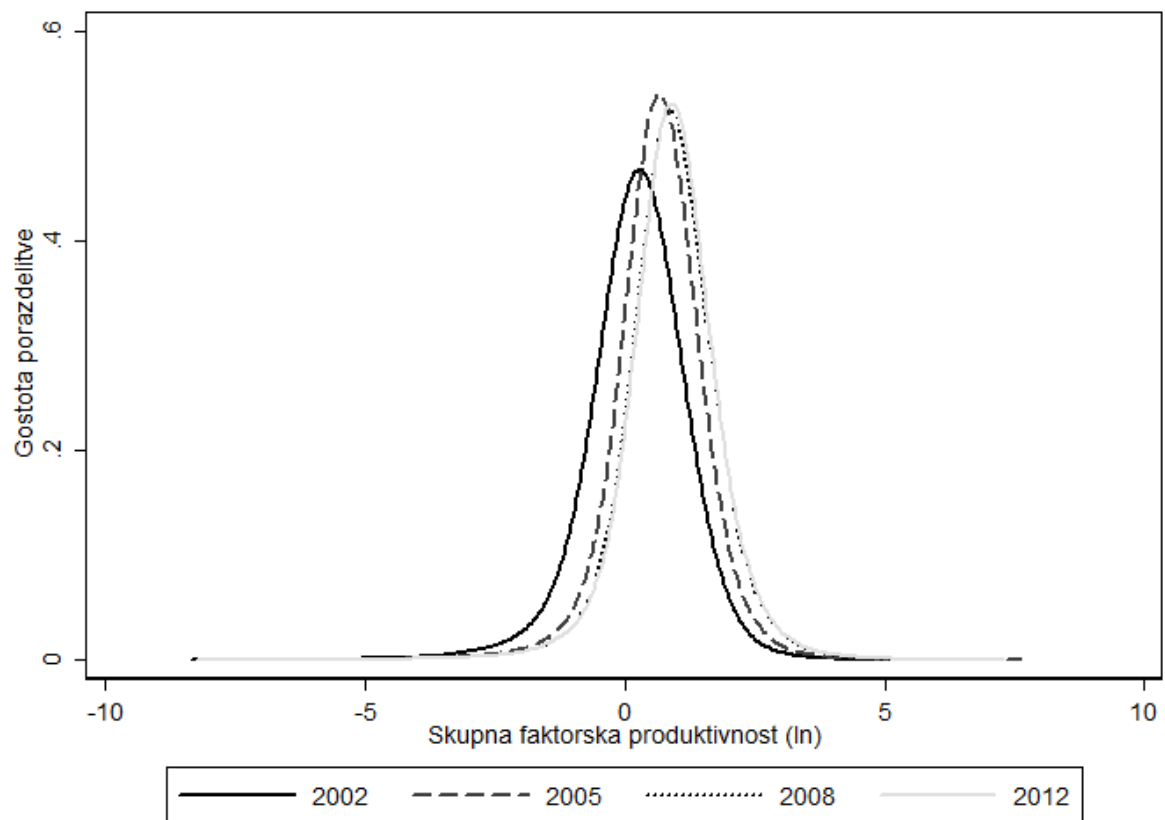
Naslednji model za oceno skupne faktorske produktivnosti je model fiksnih učinkov, ki dovoljuje, da se začetni parameter β_0 med posameznimi podjetji razlikuje, kar označimo kot β_i , kjer je β_i koeficient, ki ustreza oceni produktivnosti za podjetje i . Ocenjujemo model

$$y_{it} = \beta_i + \sum_{t=1}^T \beta_t D_t + \sum_{s=1}^S \beta_s D_s + \beta_k k_{it} + \beta_l l_{it} + \omega_{it} + u_{it}^q. \quad (21)$$

Ocena skupne faktorske produktivnosti z metodo fiksnih učinkov (Tabela 23) kažejo podobne trende kot metoda OLS. Produktivnost skozi opazovana obdobja narašča in je najvišja v letih 2008 in 2012. Rezultati prikazujejo tudi dva padca v gibanju povprečne skupne faktorske produktivnosti med podjetji, in sicer v letu 2009 in 2011, kar je posledica nastopa krize v letu 2008.

Slika 8 predstavlja porazdelitev logaritmirane skupne faktorske produktivnosti, ocenjene z metodo fiksnih učinkov, med podjetji po letih.

Slika 8: Porazdelitev skupne faktorske produktivnosti populacije - FE po letih



Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013.

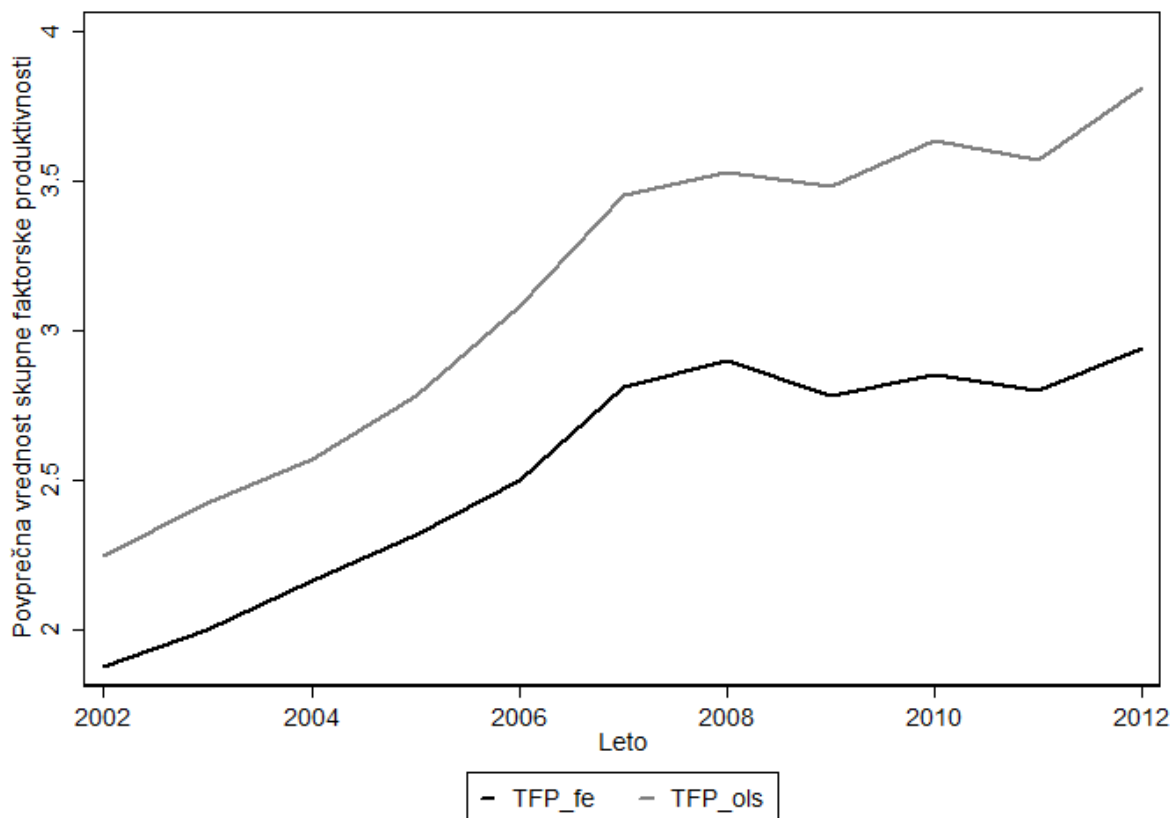
Tabela 23: Skupna faktorska produktivnost podjetij v populaciji, 2002-2012

Leto	OLS		FE	
	Povprečna vrednost	Standardni odklon	Povprečna vrednost	Standardni odklon
2002	2.25	13.61	1.88	6.87
2003	2.42	8.32	2.00	4.79
2004	2.57	6.09	2.17	5.07
2005	2.78	14.24	2.31	10.27
2006	3.08	14.32	2.50	9.11
2007	3.45	17.90	2.81	11.33
2008	3.52	10.75	2.90	6.59
2009	3.48	20.74	2.78	13.07
2010	3.63	25.42	2.85	14.04
2011	3.57	10.64	2.80	5.44
2012	3.81	13.71	2.94	7.08
Skupaj	3.18	15.35	2.57	9.19

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Povprečna vrednosti skupne faktorske produktivnosti za podjetja v celotni populaciji je ocenjena z metodo najmanjših kvadratov in fiksnih učinkov. Slika 9 predstavlja rezultate pridobljene z obema metodama po letih. Opazimo, da povprečna produktivnost podjetij v času praviloma narašča, padca pa sta prisotna v letu 2009 in 2011, kar je posledica nastopa krize v letu 2008.

Slika 9: Povprečna vrednost skupne factorske produktivnosti populacije po letih



Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013;

Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Podatki o skupni factorski produktivnosti, pridobljeni z metodo najmanjših kvadratov (Tabela 24), za podjetja v vzorcu kažejo, da so v vzorcu podjetja, ki so po nastopu krize v letu 2008 in 2009 postala v povprečju bolj produktivna kot podjetja v celotni populaciji, saj je povprečna skupna factorska produktivnost v zadnjih letih višja. Za podjetja v vzorcu velja, da je trend rasti produktivnosti skozi celotno opazovano obdobje pozitiven, medtem ko to za celotno populacijo ne velja.

Podobno velja tudi za podatke, pridobljene z metodo fiksni učinkov, le da trend rasti ni vseskozi pozitiven, saj je zaznan padec po letu 2010. Ne glede na to so podjetja v vzorcu po vključno letu 2010 v povprečju bolj produktivna kot podjetja v celotni populaciji.

Tabela 24: Skupna faktorska produktivnost podjetij v vzorcu, 2007-2012

Leto	OLS		FE	
	Povprečna vrednost	Standardni odklon	Povprečna vrednost	Standardni odklon
2007	3.38	3.27	2.54	2.36
2008	3.71	3.09	2.80	2.21
2009	3.63	3.51	2.63	2.28
2010	3.83	3.56	2.72	2.40
2011	4.15	5.06	2.82	2.93
2012	4.33	6.40	2.93	2.90
Skupaj	3.88	4.44	2.75	2.57

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

4.3 Empirična analiza

4.3.1 Empirična analiza podatkov po trgih

Za potrebe analize šokov je nujen pregled podatkov o poslovnih partnerstvih in vplivu gospodarskih trendov v državah, v katerem imajo poslovni partnerji svoj sedež, nanje. Splošni pregled je opravljen za države, v katerih ima sedež največ poslovnih partnerjev podjetij v vzorcu, to pa so Avstrija, Nemčija, Francija, Italija, Hrvaška, Madžarska in Slovenija. Gibanja in vplive pojasnjujejo podatki o številu transakcij, številu podjetij, številu partnerskih podjetij, številu podjetij, ki so začela in prenehala sodelovati s podjetji v vzorcu, o povprečnem in celotnem znesku transakcij, torej tako v v breme kot v dobro ter indeks industrijske proizvodnje za posamezno gospodarstvo.

V povprečju so podjetja v vzorcu v opazovanem obdobju 2007-2012 največ transakcij opravila s poslovnimi partnerji znotraj Slovenije, največ transakcij zunaj slovenskih meja pa je opravljeno s partnerji z italijanskega trga. Podjetja so produkte in storitve prodajala in kupovala, slednje sicer zgolj na domačem trgu in na Hrvaškem. Slovenska podjetja v vzorcu so v povprečju poslovala z 56 italijanskimi partnerji, 32.3 nemškimi in kar 9,225.7 slovenskimi partnerji. Najvišja povprečna vrednost transakcije v dobro podjetja je ugotovljena pri poslovanju podjetij s francoskimi partnerji, medtem ko je najnižja povprečna vrednost transakcije zabeležena pri trgovanju s slovenskimi partnerji. Podjetja so največ vstopala na italijanski in nemški trg, na katerih se je letno v povprečju največ partnerstev

tudi prekinilo. Pozitivno rast indeksa industrijske proizvodnje v letih 2007-2012 so beležili zgoj avstrijski, nemški in madžarski trg, medtem ko so najvišji padci zaznani v Italiji in na Hrvaškem, negativna pa je sprememba rasti tudi v Sloveniji.

Tabela 25: Poslovna partnerstva podjetij v vzorcu in izbrani trgi, 2007-2012

Trg	Število	Vrednost	Povp.	Število			podjetij	Δ IIP (v %)
	transakcij	prodaje (v tisoč)	vrednost prodaje	partnerjev	vstopov na trg	izstopov s trga		
Avstrija	1190	3443.6	2893.8	5.0	4.2	3.2	23.0	1.1
Nemčija	1647	11623.7	7057.5	32.3	20.5	12.2	21.5	1.5
Italija	2648	12531.8	4732.5	56.0	34.3	19.8	23.5	-3.3
Francija	78	671.0	8602.4	2.8	1.8	0.8	2.6	-1.7
Madžarska	955	1972.0	2064.9	15.2	8.3	3.6	8.3	0.8
Hrvaška	412	560.0	1359.1	8.3	4.8	2.4	9.0	-1.7
Slovenija	790015	637598.6	807.1	9225.7	4435.5	2839.2	388.3	-0.1

Legenda: Δ IIP označuje medletno stopnjo rasti indeksa industrijske proizvodnje.

Vir: Prirejeno po Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Glede na trende, ki so predstavljeni, ne moremo povsem gotovo zaključiti, kako stanje v gospodarstvu neke države vpliva na poslovanje podjetij s partnerji iz analizirane države, saj na celoten znesek vseh transakcij in na povprečno vrednost transakcij v posameznem letu vpliva več drugih faktorjev, kot so število partnerstev, število transakcij, ki pa se letno in po državah povsem razlikujejo.

4.3.2 Povezanost obsega prodaje in števila trgov delovanja

Analiza vpliva obsega prodaje podjetja na število trgov, na katerih podjetje posluje, potrjuje, da realiziran obseg prodaje v letu t , pozitivno vpliva na večje število trgov v letu $t + 1$. V nadaljevanju naloga je sicer predstavljena tudi povezanost produktivnosti ter izvozne usmerjenosti podjetij.

Trditev sledi iz ocene modela

$$lT_{it+1} = \beta_0 + \beta_{lS} lS_{it}, \quad (22)$$

kjer je lT logaritmirano število trgov delovanja podjetja i v letu $t + 1$ in lS_{it} logaritmiran obseg prodaje podjetja i v letu t . Čeprav je moč pojasnjevanja produktivnosti zgoj 13.2 odstotna, je pomembna analiza vpliva spremembe obsega prodaje podjetij na število trgov, na katerih podjetja delujejo. Gre za statistično značilen rezultat, ki implicira, da

večji obseg prodaje podjetja v letu t pozitivno vpliva na število trgov, na katerih podjetje deluje v letu $t + 1$.

Tabela 26: Ocena vpliva obsega prodaje na število trgov delovanja podjetij z metodo OLS

Spremenljivke	Število trgov $_{t+1}$ (ln)
Obseg prodaje $_t$ (ln)	0.0815*** (0.00660)
Konstanta	-0.0747 (0.0776)
Število opazovanj	1,009
R^2	0.132

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

4.3.3 Vplivi na produktivnost podjetij

Podatki o produktivnosti, predstavljeni v tabeli 27, kažejo, da so mikro in mala podjetja v vseh opazovanih letih beležila višje povprečne vrednosti skupne factorske produktivnosti od srednje velikih podjetij. V vseh opazovanih letih so bila najproduktivnejša mala podjetja z med 10 in 50 zaposlenih, razen v letih 2011 in 2012, ko so jih mikro podjetja prehitela. Ta trend pa se je nakazoval vse od leta 2009 naprej, ko je povprečna produktivnost malih podjetij padala, medtem ko je trend rasti produktivnosti med mikro podjetji vseskozi pozitiven. Nastop krize v letu 2008 je torej vplival na padec produktivnosti malih podjetij, podobno pa tudi na edino srednje veliko podjetje v vzorcu. Glede na to, da je v vzorcu vsa leta opazovanja le eno srednje veliko podjetje, posplošitve glede vpliva velikosti na produktivnost ni mogoča.

Tabela 27: Skupna faktorska produktivnost in velikostni razredi podjetij, 2007-2012

Leto	OLS			FE		
	Mikro	Majhna	Srednja	Mikro	Majhna	Srednja
2007	3.317	3.938	1.721	2.244	4.635	2.748
2008	3.660	4.291	2.050	2.548	5.056	3.302
2009	3.594	4.202	2.492	2.421	5.096	3.545
2010	3.822	4.048	2.396	2.551	5.145	3.146
2011	4.202	3.690	1.659	2.674	4.585	2.467
2012	4.430	3.423	1.995	2.845	3.936	3.076

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Za oceno funkcije

$$\Delta\omega_{it} = \beta_0 + \beta_{emp}emp_{it}, \quad (23)$$

kjer je $\Delta\omega_{it}$ sprememba logaritmirane vrednosti produktivnosti podjetja i med letoma t in $t - 1$, torej $\Delta\omega_{it} = \omega_{it} - \omega_{it-1}$, l_{it} pa logaritmirana vrednost števila zaposlenih v podjetju i v letu t , ki določa velikostni razred podjetij, je uporabljena metoda najmanjših kvadratov (t.i. "OLS" metoda) in pa metoda fiksnih učinkov ("FE"), uporabljeni pa so podatki o produktivnosti, pridobljeni z obema metodama.

Regresija, ki je opravljena za celotno opazovano obdobje, daje statistično značilne rezultate, ki kažejo, da število zaposlenih v podjetju pojasnjuje spremembo produktivnosti podjetja v zgolj 1.1 odstotku (OLS) in 1.4 odstotka (FE), kar pomeni, da bistveno ne vpliva na samo spremembo produktivnost podjetij, je pa pomembno za analizo vpliva posamezne komponente, kot je velikost podjetja, na spremembo produktivnosti. Glede na regresije lahko sklepamo, da velikost vpliva na volatilnost, večja kot so podjetja, manjše so spremembe produktivnosti skozi čas. Lahko sklepamo, da je volatilnost pri malih podjetjih manjša in je gibanje spremembe produktivnosti bolj stabilno kot v primeru mikro podjetij z do 10 zaposlenimi.

Tabela 28: Ocena vpliva velikosti na spremembo produktivnosti podjetij z metodama OLS in FE

Spremenljivke	ΔTFP_{ols} (ln)	ΔTFP_{fe} (ln)
Število zaposlenih (ln)	-0.0656*** (0.0240)	-0.205*** (0.0792)
Konstanta	0.120*** (0.0338)	0.263*** (0.0797)
Število opazovanj	665	665
R^2	0.011	0.014
Število podjetij	196	196

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Tabela 29 prikazuje povprečno vrednost produktivnosti podjetij glede na izvozno usmerjenost. Podjetja, ki izvažajo, v povprečju v obravnavanem časovnem obdobju 2007-2012 beležijo višjo stopnjo produktivnosti od podjetij, ki delujejo zgolj na domačem trgu. Analiza kaže, da so podjetja, ki so začela delovati po letu 2007 v povprečju manj produktivna od podjetij, ki so začela s poslovanjem pred letom 2007. Empirični podatki o produktivnosti podjetij potrjujejo obe postavljeni hipotezi, tako o izvozu kot o kontinuiranosti poslovanja podjetij.

Tabela 29: Skupna factorska produktivnost in izvozno usmerjenost ter leto začetka poslovanja podjetja

	TFP_{ols}		TFP_{fe}	
	Povprečje	St. odklon	Povprečje	St. odklon
Ne-izvoznik	3.447	3.410	2.321	1.875
Izvoznik	4.676	5.798	3.540	3.348
Staro podjetje	3.956	4.519	2.826	2.602
Mlado podjetje	2.708	2.763	1.592	1.471

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Reševanje modela z metodo najmanjših kvadratov

$$\omega_{it} = \beta_0 + \beta_{velikost} D_{velikost} + \beta_{izvoz} D_{izvoz} + \beta_{novo} D_{novo}, \quad (24)$$

kjer so D slamnate spremenljivke za velikost, izvoz in starost podjetja, daje statistično značilen vpliv izvozne usmerjenosti podjetij na produktivnost, statistično značilen je tudi negativni vpliv kratkega (manj kot petletnega) poslovanja podjetij. Pojasnjevalna moč velikosti, izvoza in starosti poslovanja podjetij na produktivnost je sicer nizka, zgolj 2.3 odstotna, vendar je za analizo podjetja pomembno tudi poznavanje neposrednih povezav med produktivnostjo in različnimi karakteristikami podjetij. Velikost podjetja statistično značilno ne vpliva na produktivnost podjetij v obravnavanem vzorcu, kar je pojasnjeno že v enem izmed prejšnjih odstavkov. V analizi je prisotnih 907 različnih podjetij. V skladu z rezultati so najbolj produktivna podjetja z daljšo kontinuiteto poslovanja ter razvito izvozno dejavnostjo, medtem ko zveze med velikostjo podjetij in produktivnostjo zaradi nabora zgolj malih in mikro podjetij v vzorcu ter neprisotnosti velikih poslovnih subjektov z večjim številom zaposlenih ne moremo potrditi.

Tabela 30: Ocena vpliva velikosti, izvozne usmerjenosti in starosti na produktivnost podjetij z metodo OLS

Spremenljivke	TFP _{ols}
Velikost	-0.536 (0.467)
Izvoz	1.285*** (0.308)
Dummy za novo podjetje	-1.312** (0.623)
Konstanta	4.091*** (0.532)
Število opazovanj	907
R^2	0.023

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

4.3.4 Povezanost produktivnosti in števila trgov delovanja

Podjetja v vzorcu delujejo na različnem številu trgov. Podjetje, ki posluje na največ trgov, in sicer na 18, je produktivnejše od podjetij v povprečju (8.543 v primerjavi s povprečno 3.884), medtem ko sta najbolj produktivni podjetji, ki delujeta na 16 in 12 trgov. Največ, kar 542, podjetij deluje zgolj na enem trgu in v povprečju beležijo produktivnost v višini 3.696, kar je nekoliko pod povprečjem celotnega vzorca. Trend, ki je opazen, kaže na korelacijo med številom trgov, na katerih podjetje posluje, in njegovo produktivnostjo. Podjetij z večjim številom trgov poslovanja je v vzorcu malo, zato trditve ne moremo posploševati, vsekakor pa je rezultat, ki je v skladu z že opisano literaturo, pričakovan. Podjetja, ki poslujejo na več različnih trgov namreč v povprečju praviloma izkazujejo višje vrednosti skupne faktorske produktivnosti. Podpovprečno produktivna podjetja v vzorcu so tista, ki delujejo na treh oz. štirih trgov, medtem ko najbolj produktivna podjetja poslujejo na več kot desetih različnih trgov.

Tabela 31: Skupna faktorska produktivnost podjetij in število trgov, na katerih podjetje posluje

Št. trgov	TFP _{ols}		TFP _{fe}		Št. podjetij
	Povprečje	St. odklon	Povprečje	St. odklon	
1	3.696	4.507	2.428	2.177	542
2	4.575	5.324	3.378	3.397	140
3	3.156	1.635	2.697	1.201	48
4	3.444	2.211	2.985	2.061	32
5	5.118	3.538	4.616	3.488	11
6 - 10	5.191	2.690	4.962	3.822	13
11 - 15	5.980	2.920	7.276	4.903	4
16 - 18	7.171	2.598	7.964	5.871	2

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Sledi rezultat reševanja modela na vzorcu 904 podjetij z metodo najmanjših kvadratov

$$\omega_{it} = \beta_0 + \beta_{IT} lT_{it}, \quad (25)$$

kjer je lT logaritmirano število trgov, na katerem podjetje deluje, in ω_{it} logaritmirana vrednost skupne faktorske produktivnosti, dobljene z OLS metodo, podjetja i v letu t . Čeprav je moč pojasnjevanja produktivnosti zgolj s številom trgov nizka, zgolj 2.1 odstotna, je

pomembna ceteris paribus analiza spremembe števila trgov delovanja na produktivnost podjetja. Gre za statistično značilen rezultat, ki implicira, da vstop na nov trg pozitivno vpliva na produktivnost podjetja.

Tabela 32: Ocena vpliva števila trgov delovanja na produktivnost podjetij z metodo OLS

Spremenljivke	TFP _{ols} (ln)
Število trgov _t (ln)	0.298*** (0.0680)
Konstanta	0.775*** (0.0662)
Število opazovanj	904
R ²	0.021

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Med pomembnejšimi ugotovitvami v znanstveni literaturi, predstavljeni v uvodnem poglavju, je tudi korelacija števila poslovnih povezav in števila trgov, na katerih podjetje že posluje, na zmožnost hitrejšega vstopa na nov trg. Mayer, Melitz in Ottaviano (2012, str. 1-36) v teoretičnem modelu poudarjajo, da so podjetja, ki delujejo na večjem številu trgov, v povprečju produktivnejša (zvezo smo potrdili tudi na opazovanem vzorcu podjetij - Tabela 31), kar omogoča hitrejšo prilagoditev na razmere na novem trgu, kar tovrstna podjetja izkoriščajo za hitrejši vstop na trg.

Za analizo vpliva števila obstoječih poslovnih povezav in obstoječega števila trgov delovanja obravnavanega podjetja uporabljam probit model verjetnosti vstopa podjetja na nov trg. Ocenjujemo torej diskretni model vstopanja na nov trg

$$Pr[M_{it+1} = 1] = \beta_0 + \beta_T lT_{it} + \beta_P lP_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (26)$$

kjer je M slamnata spremenljivka z vrednostjo 1, ko podjetje i v letu $t + 1$ vstopi na nov trg, sicer je vrednost spremenljivke enaka 0. Logaritmirana vrednost števila trgov, na katerih podjetje i deluje v letu t , predstavlja spremenljivka lT_{it} , logaritmirano vrednost števila obstoječih poslovnih partnerstev pa spremenljivka lP_{it} .

Za analizo verjetnosti vstopa na nov trg sta načeloma uporabljena najpogostejša modela binarnih odločitev probit in logit. V kolikor ocenjujemo model $Y = \beta X + \varepsilon$, je razlika med

modeloma v kumulativni porazdelitvi ε . V primeru logistične porazdelitve, imamo logit model, v probit modelu pa je porazdelitev standardno normalna. Odvisno spremenljivko, t.j. verjetnost vstopa na nov trg, pojasnujemo s številom obstoječih poslovnih partnerjev (\ln) in številom trgov, na katerih podjetja že poslujejo (\ln).

Analiza 1,675 opazovanj s probit modelom daje statistično značilne rezultate, ki pa jih ne moremo interpretirati na isti način kot v primeru metode najmanjših kvadratov, saj koeficient pojasnjevalne spremenljivke zgolj prikazuje smer, torej, ali spremenljivka povečuje (pozitiven koeficient) verjetnost vstopa na nov trg oz. verjetnost vstopa zmanjšuje (negativni koeficient). Mejni učinki neodvisnih spremenljivk pojasnjujejo, da povečanje števila trgov delovanja (\ln) za 100 odstotkov, poveča verjetnost vstopa na nov trg za 11.4, enako povečanje števila partnerjev (\ln) pa poveča verjetnost vstopa za 2.3 odstotnih točk.

V primeru probit modela tako obstoječe število trgov kot število že sklenjenih poslovnih povezav pozitivno in, kar je pomembno, statistično značilno vplivata na vstop podjetij na nov trg, torej povečujeta verjetnost obravnavanega dogodka. Rezultat je v skladu s predstavljenimi literaturo. Podjetje z več poslovnimi povezavami in podjetja, ki delujejo na več različnih trgih, hitreje vstopajo na nove trge, saj so praviloma produktivnejše, kar jim omogoča hitrejšo prilagoditev na razmere na trgih.

Tabela 33: Ocena vpliva števila trgov delovanja in števila partnerjev na verjetnost vstopa podjetij na nov trg z metodo probit

Spremenljivke	Verjetnost vstopa na nov trg	Mejni učinki
	$Pr[M_{it+1}] = 1$	$\frac{dy}{dx}$
Število trgov _t (\ln)	0.690*** (0.134)	0.114*** (0.022)
Število partnerjev _t (\ln)	0.140*** (0.0346)	0.023*** (0.0057)
Konstanta	-2.247*** (0.128)	
Število opazovanj	1,675	1,675
χ^2	68.93	
Pseudo – R ²	0.0629	

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

Zelo podobno analizo kot v primeru verjetnosti vstopa na nov trg predstavlja model probit za verjetnost, da podjetje začne izvažati na tuje trge. Ocenjujemo torej vpliv pojasnjevalnih spremenljivk na verjetnost, da se podjetje, ki je poslovalo zgolj na domačem trgu, odloči za izvoz in delovanje tudi na tujih trgih.

Ocenjujemo diskretni model vstopanja na nov trg

$$Pr[E_{it+1} = 1] = \beta_0 + \beta_L \ln L_{it} + \beta_\omega \ln(\omega_{it}) + \varepsilon_{it}, \quad (27)$$

kjer je E slavnata spremenljivka z vrednostjo 1, ko se podjetje i v letu $t+1$ odloči za začetek izvažanja na tuje trge, sicer je vrednost spremenljivke enaka 0. V modelu preverjamo, kako na verjetnost vpliva velikost podjetja glede na število zaposlenih in produktivnost podjetij. V uvodnem poglavju smo ugotovili, da večina izmed znanstvenih prispevkov na tem področju ocenjuje pomena produktivnosti in velikosti podjetja kot izjemno pomembna za odločitev o izvozi politiki podjetij. Število zaposlenih v podjetju i v letu t je označeno z L_{it} , produktivnost podjetja i v letu t pa predstavlja spremenljivka ω_{it} .

Rezultati potrjujejo teoretične trditve iz uvoda naloge, saj tako produktivnost (\ln) kot velikost podjetja (\ln) statistično pozitivno vplivata na odločitev podjetij za izvoz. Tako produktivnost kot število zaposlenih torej povečujeta verjetnost, da se podjetje, ki deluje zgolj na domačem trgu, odloči za vstop na tuje trge. Povečanje števila zaposlenih (\ln) za 100 odstotkov, poveča verjetnost, da podjetje postane izvoznik, za 8.5 odstotkov, povečanje produktivnosti (\ln) za 100 odstotkov pa poveča verjetnost za 11.3 odstotkov.

Tabela 34: Ocena vpliva produktivnosti in velikosti na verjetnost, da podjetje postane izvoznik, z metodo probit

Spremenljivke	Verjetnost, da postane izvoznik	Mejni učinki
	$Pr[E_{it+1}] = 1$	$\frac{dy}{dx}$
Število zaposlenih _t (ln)	0.241*** (0.0410)	0.085*** (.0137)
TFP _t (ln)	0.320*** (0.0592)	0.113*** (0.0200)
Konstanta	-0.923*** (0.0897)	
Število opazovanj	907	907
χ^2	59.17	
Pseudo – R ²	0.0501	

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

4.3.5 Občutljivost in prilagodljivost podjetij na zunanje šoke

Zadnja izmed opravljenih analiz je ocena modela najmanjših kvadratov, v katerem analiziramo vpliv obsega prodaje (ln) v letu $t - 1$, števila trgov (ln) v letih t in $t - 1$, vpliv šokov, ki so definirani kot vsota uteži prodaj na trgu m za podjetje i v letu t in spremembi indeksa industrijske proizvodnje na trgu m v letu t ter vpliv produktivnosti podjetja v letih t in $t - 1$ na spremembo prodaje podjetja. Sprememba prodaje je definirana kot $\Delta S_t = S_{t+1} - S_t$, kjer je t leto, S pa obseg prodaje (v EUR). Šoki so za vsako podjetje posebej ($\forall i$) definirani kot

$$\sum_{m=0}^{M_i} \left(\frac{S_{mt}}{S_t} \times \frac{IIP_{mt} - IIP_{mt-1}}{IIP_{mt-1}} \right), \quad (28)$$

kjer je IIP_{mt} indeks industrijske proizvodnje na trgu m v času t , M_i je število vseh trgov, na katerih deluje podjetje i v času t , S_t je obseg celotne prodaje podjetja v času t , S_{mt} pa obseg prodaje na trgu m v času t . Za lažjo interpretacijo so šoki pomnoženi s faktorjem -1 .

Rezultati regresije z 724 opazovanji dajejo statistično značilne rezultate. Pojasnjevalne

spremenljivke, izbrane za analizo vplivov na spremembo prodaje, predstavljajo pojasnjevalno moč v višini 8.8 odstotkov, kar nam pove vrednost R^2 . Obseg prodaje (\ln) zmanjšuje višino spremembe (ΔS_t), kar je v skladu z definicijo spremembe obsega prodaje. Skladno z obsegom prodaje vpliva negativno na višino spremembe prodaje tudi produktivnost podjetja, kar je sicer posebnost obravnavanega vzorca. Prav tako negativno na spremembo vpliva višina šoka, kar pomeni, večji kot je šok (upad industrijske proizvodnje na trgih, ki vplivajo na poslovanje posameznega podjetja), manjša je razlika med obsegom prodaje v letih $t + 1$ in t . Učinek šoka je statistično značilen, rezultat pa potrjuje negativen vpliv zunanjega šoka na spremembo prodaje. Vrednost koeficienta kratkoročnega učinka šokov znaša -0.515, koeficient dolgoročnega učinka, izračunanega z auto-regresijskim modelom AR(1), pa -4.813. Tovrstni rezultati potrjujejo pomemben vpliv zunanjih šokov na obseg prodaje. Število trgov (\ln) pozitivno vpliva na rast prodaje, kar smo že pokazali, zato je rezultat pričakovan in statistično značilen. Regresija torej potrjuje negativni vpliv šokov z domačih in tujih trgov na obseg prodaje, prav tako pa potrjujemo tudi pomen števila trgov in produktivnosti podjetij na obseg prodaje, kar je glavni cilj magistrske naloge. V primeru odstranitve šokov iz regresije, se vrednost R^2 zmanjša z 8.8 na 8.4 odstotkov.

Tabela 35: Ocena vplivov produktivnosti, obsega prodaje, števila trgov delovanja in zunanjih šokov na stopnjo rasti prodaje z metodo OLS (I.)

Spremenljivke	Stopnja rasti prodaje $_{t/t+1}$ (\ln)
Obseg prodaje $_t$ (\ln)	-0.107*** (0.0217)
Šok $_{t/t+1}$	-0.515* (0.299)
Število trgov $_t$ (\ln)	0.139* (0.0753)
Produktivnost podjetja $_t$	-0.152*** (0.0340)
Konstanta	1.381*** (0.236)
Število opazovanj	724
R^2	0.088

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

V kolikor dodam v regresijo šoke, ki predstavljajo spremembo rasti prodaje poslovnih partnerjev (šok 2 v Tabeli 36), se rezultati nekoliko spremenijo. Šoki so definirani kot vsote produktov uteži, ki so določene glede na delež prodaje posameznemu poslovnemu partnerju v celotnem obsegu prodaje, in spremembe rasti prodaje tega poslovnega partnerja. Šoki so torej za vsako podjetje posebej ($\forall i$) definirani kot

$$\sum_{p=0}^{P_i} \left(\frac{S_{ipt}}{S_t} \times \frac{S_{pt} - S_{pt-1}}{S_{pt-1}} \right), \quad (29)$$

kjer je S_{pt} obseg prodaje poslovnega partnerja p v času t , P_i je število vseh poslovnih partnerjev, s katerimi podjetje i posluje v času t , S_t je obseg celotne prodaje podjetja i v času t , S_{ipt} pa obseg prodaje poslovnemu partnerju p v času t . Za lažjo interpretacijo so šoki pomnoženi s faktorjem -1 .

Na voljo so zgolj podatki o spremembi rasti prodaje poslovnih partnerjev, ki so v Ajpesovi podatkovni bazi, kar se odraža v manjšem številu opazovanj in nizki absolutni vrednosti koeficienta. Glede na kumulativno vrednost uteži, ki jih določa prodaja poslovnim partnerjem, ki so v Ajpesovi podatkovni bazi, in znašajo v letu 2007 v povprečju 36.8, leta 2012 pa 49.8 odstotkov, bi pričakovali večji vpliv na rast prodaje podjetja. Slednji v primeru analize podatkov v obdobju 2007-2012 ni v skladu s pričakovanji, saj upad prodaje poslovnih partnerjev nima negativnega vpliva na rast prodaje opazovanega podjetja, česar glede na neznačilnost koeficienta sicer ne moremo potrditi. Zaradi majhne količine podatkov o prodaji poslovnih partnerjev v letu 2007 je opravljena še regresija na vzorcu podatkov v letih 2008-2012, ki pa daje statistično značilen rezultat, ki je v skladu s pričakovanji. Na vzorcu podjetij v obdobju 2008-2012 torej lahko potrdimo negativni vpliv upada prodaje poslovnih partnerjev na spremembo obsega prodaje opazovanega podjetja. Izračunan kratkoročni koeficient učinka šoka upada prodaje partnerskih podjetij na obseg prodaje obravnavanega podjetja znaša -0.0324 , medtem ko vrednost dolgoročnega učinka, izračunana z auto-regresijskim modelom AR(1), znaša -0.354 , kar potrjuje velik vpliv tovrstnih šokov na obseg prodaje obravnavanih podjetij. V kolikor iz regresije na vzorcu podatkov v letih 2008-2012 odstranimo šok spremembe rasti prodaje poslovnih partnerjev, se R^2 zmanjša z 10.1 na 8.8 odstotkov, kar potrjuje vpliv dodanih šokov na rast prodaje obravnavanega podjetja.

Tabela 36: Ocena vplivov produktivnosti, obsega prodaje, števila trgov delovanja in zunanjih šokov na stopnjo rasti prodaje z metodo OLS (II.)

Spremenljivke	Stopnja rasti prodaje _{t/t+1} (ln)	
	(2007-2012)	(2008-2012)
Obseg prodaje _t (ln)	-0.0947*** (0.0249)	-0.0914*** (0.0277)
Šok1 _{t/t+1}	-0.778** (0.386)	-0.643 (0.400)
Šok2 _{t/t+1}	0.000241 (0.00124)	-0.0324*** (0.0113)
Število trgov _t (ln)	0.113 (0.0805)	0.100 (0.0875)
Produktivnost podjetja _t	-0.140*** (0.0412)	-0.172*** (0.0447)
Konstanta	1.250*** (0.276)	1.215*** (0.306)
Število opazovanj	494	432
R ²	0.082	0.101

Legenda: ***, ** in * označujejo stopnje statistične značilnosti manjših od 0.01, 0.05 in 0.1.

V oklepaju so navedene standardne napake.

Vir: Prirejeno po Ajpes, Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012, 2013; Datalab, d.d., Baza zaključnih računov, 2013.

SKLEP

V magistrski nalogi analiziramo vpliv aktualne finančne in gospodarske krize. V uvodnem delu naloge je predstavljena relevantna literatura s področja transmisije šokov, povzete glavne ugotovitve empiričnih študij o vplivu produktivnosti tako na sklepanje poslovnih povezav med podjetji kot na odločitve o vstopu na nove trge. Prav tako so podane glavne ideje t.i. "učenja z izvozom".

V nadaljevanju je kot primerna teoretična podlaga predstavljen model Mayer, Melitz in Ottaviano (2012, str. 1-36). Pojasnjene so glavne ideje in značilnosti modela ter nakazana možna razširitev za empirično analizo transmisije šokov in povezovanja podjetij, ki je izvedena v nadaljevanju naloge.

Najobsežnejši del predstavlja predstavitev podatkov in značilnosti slovenskih podjetij v

času 2007-2011 (celotna populacija, dobljena iz podatkovnih baz Agencije za javnopravne evidence in storitve RS), torej predvsem v času po nastopu krize v letu 2008. Glavne značilnosti podjetij so upad obsega prodaje po letu 2008, naraščanje deleža prodaje na tujih trgih in povečevanja števila izstopov podjetij s trga.

Analiza vzorca, ki ga na transakcijski ravni določa podatkovna baza podjetja Datalab, d.d., daje podobne rezultate. V vzorcu nastopa 219 podjetij v letu 2007, v letu 2011 pa že 594. V vzorcu nastopajo mikro in majhna podjetja ter eno srednje veliko podjetje. Obseg povprečne prodaje na podjetje v vzorcu prav tako kot v primeru celotne populacije upada, povečuje pa se delež prodaje na tujih trgih, vendar veliko večino (76.1 odstotkov v letu 2011) še vedno predstavlja prodaja na domačem trgu. Pomemben rezultat analize je trend upadanja deleža podjetij, ki izkazujejo dobiček, ki pa je v povprečju vedno nižji. Na drugi strani delež podjetij z izgubo narašča, prav tako pa narašča tudi višina povprečne izgube. Delež izvoznikov v vzorcu skozi leta narašča, prav tako pa število trgov, na katerih podjetja v vzorcu poslujejo.

Z mero skupne faktorske produktivnosti sem na podlagi analize z ekonometričnima modeloma metode najmanjših kvadratov in fiksnih učinkov ocenil produktivnost posameznega podjetja. Rezultati gibanja povprečne produktivnosti podjetij v vzorcu so v veliki meri v skladu z gibanjem povprečne produktivnosti v celotni populaciji podjetij.

V empiričnem delu naloge so opisani rezultati empiričnih analiz in opravljenih regresij, s katerimi so na obravnavanem vzorcu potrjene nekatere pomembne hipoteze, npr. pozitiven vpliv produktivnosti in velikosti podjetja na verjetnost vstopa na tuji trg, pozitiven vpliv razpredenosti poslovnih povezav na odločitev za vstop na nov trg, pozitiven vpliv števila trgov na produktivnost podjetja ipd. Izjemno pomembna je potrditev pozitivne korelacije med spremembo prodaje in številom trgov, na katerih posluje obravnavano podjetje, ter produktivnostjo podjetja. Potrjeni negativni vpliv zunanjih šokov z domačega in tujih trgov na spremembo obsega prodaje pa izpolnjuje osrednji cilj obravnavane problematike transmisije šokov. Za obdobje 2008-2012 je potrjena tudi negativna korelacija med upadom obsega prodaje poslovnih partnerjev in rastjo obsega prodaje obravnavanega podjetja, medtem ko za obdobje 2007-2012 tovrstna korelacija ni ugotovljena.

Z obsežnejšo podatkovno bazo na transakcijski ravni bo v bodoče omogočena bolj poglobljena analiza obravnavane tematike, saj trenutna majhnost in (glede na strukturo velikosti podjetij v vzorcu) nereprezentativnost vzorca omejuje bolj raznoliko analizo transmisije šokov in vpliva produktivnosti na poslovne povezave in izvozno politiko podjetij. Ena izmed dodatnih možnosti za raziskovanje pa je tudi izdelava teoretičnega modela kot razširitev predstavljenega modela avtorjev Mayer, Melitz in Ottaviano (2012, str. 1-36).

LITERATURA IN VIRI

1. Ahern, K. R. & Harford, J. (2012). The Importance of Industry Links in Merger Waves. *Journal of Finance*.
2. Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve - AJPES. (2013). *Podatkovna baza zaključnih računov 2002-2012*. Ljubljana: Ajpes. Pridobljeno aprila 2013.
3. Arnold, M. J. (2005). *Productivity Estimation at the Plant Level: A practical guide*. Milan: Bocconi University.
4. Arora, V. & Vamvakidis, A. (2004). How Much Do Trading Partners Matter for Economic Growth?. *Working Paper WP/04/26*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
5. Aw, Y. B., Chung, S., & Roberts, M. J. (1999). Productivity and Turnover in the Export Market: Micro Evidence from Taiwan and South Korea. *The World Bank Economic Review*, 14(1), 65-90.
6. Basel Committee on Banking Supervision. (2011). *The transmission channels between the financial and real sectors: a critical survey of the literature. Working Paper 18*. Basel: Bank for International Settlements.
7. Behrens, K., Corcos, G., & Mion G. (2011). Trade Crisis? What Trade Crisis?. *Cahiers de recherche 1117*. Montreal: Centre interuniversitaire sur le risque, les politiques économiques et l'emploi.
8. Bernard, B. A. & Bradford Jensen, J. (1999). Exporting and Productivity. *NBER Working Paper 7135*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
9. Boshoff, W. H. (2006). The transmission of foreign financial crises to South Africa: a firm-level study. *Studies in Economics and Econometrics*, 30(2), 61-85.
10. Bruto domači proizvod - BDP. (b.l.) V *Finančnem slovarju*. Najdeno julija 2013 na spletnem naslovu <http://www.financnislovar.com/definicije/bruto-domaci-proizvod.html>
11. Chaney, T. & Ossa, R. (2012). Market Size, Division of Labor, and Firm Productivity. *NBER Working Paper 18243*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
12. Chaney, T. (2011). The Network Structure of International Trade. *NBER Working Paper 16753*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.

13. Claessens, S., Tong, H., & Wei, S.-J. (2011). From the Financial Crisis to the Real Economy: Using Firm-level Data to Identify Transmission Channels. *NBER Working Paper 17360*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
14. Damijan, J. P., de Sousa, J., & Lamotte, O. (2008). Does international openness affect productivity of local firms? Evidence from Southeastern Europe. *LICOS Discussion Paper 21908*. Leuven: Centre for Institutions and Economic Performance.
15. Damijan, J. P., Konings, J., & Polanec, S. (2012). Pass-On Trade: Why Do Firms Simultaneously Engage in Two-Way Trade in the Same Varieties?. *LICOS Discussion Paper 31212*. Leuven: Centre for Institutions and Economic Performance.
16. Damijan, J. P., Polanec, S., & Prašnikar, J. (2004). Self-selection, Export Market Heterogeneity and Productivity Improvements: Firm Level Evidence from Slovenia. *LICOS Discussion Paper 14804*. Leuven: Centre for Institutions and Economic Performance.
17. Datalab d.d. (2013). *Podatkovna baza zaključnih računov iz vzorca podjetja Datalab d.d.* Ljubljana: Datalab d.d. Pridobljeno aprila 2013.
18. De Loecker, J. (2007). Do exports generate higher productivity? Evidence from Slovenia. *Journal of International Economics*, 73(1), 69–98.
19. De Loecker, J. (2012). *Detecting Learning by Exporting*. Princeton, NJ: Princeton University, NBER & CEPR.
20. Del Gatto, M., Di Liberto, A., & Petraglia, C. (2009). Measuring productivity. *IAREG Working Paper 05/01*. Barcelona: IAREG – Intangible Assets and Regional Economic Growth.
21. Dornbusch, R., Park, C. Y., & Claessens, S. (2000). Contagion: How it spreads and How it can be stopped?. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 177-197.
22. European Commission. (2012). *European Economic Forecast*. Brussels: Directorate-General for Economic and Financial Affairs, European Commission.
23. Eurostat. (b.l.) GDP per capita in PPS. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00114>
24. Eurostat. (b.l.) Unemployment rate. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_rt_a&lang=en

25. Forbes, K. J. (2004). The Asian flu and Russian virus: the international transmission of crises in firm-level data. *Journal of International Economics*, 63(1), 59–92.
26. Gardó, S. & Martin, R. (2010). The impact of the global economic and financial crisis on Central, Eastern and South-Eastern Europe: a stock-taking exercise. *Occasional Paper Series 114*. Frankfurt: European Central Bank.
27. di Giovanni, J. & Levchenko, A. A. (2009). Putting the Parts Together: Trade, Vertical Linkages, and Business Cycle Comovement. *Working Paper WP/09/181*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
28. Grossman, M. G. & Helpman, E. (2002). Integration vs. Outsourcing in Industry Equilibrium. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 85-120.
29. Helpman, E., Melitz, M., & Rubinstein, Y. (2008). Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes. *The Quarterly Journal of Economics*, 123(2), 441-487.
30. Indeks industrijske proizvodnje (Avstrija, Francija, Hrvaška, Italija, Madžarska, Nemčija, Slovenija). (b.l.) V *Informacijskem sistemu Bloomberg*. Najdeno 31. maja 2013.
31. Ito, K. (2011). Sources of Learning-by-Exporting Effects: Does Exporting Promote Innovation?. *FREIT Working Paper Series 295*. San Rafael, CA: Forum for Research in Empirical International Trade.
32. Kaminsky, G. L., Reinhart, C. M., & Vegh, C. A. (2003). The Unholy Trinity of Financial Contagion. *NBER Working Paper 10061*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
33. Kang, J.-K. & Stulz, R. M. (2000). Do Banking Shocks Affect Borrowing Firm Performance? An Analysis of the Japanese Experience. *The Journal of Business*, 73(1), 1-23.
34. Klapper, L. & Love, I. (2010). The Impact of the Financial Crisis on New Firm Registration. *Policy Research Working Paper 5444*. Washington, D.C.: The World Bank.
35. Leung, D., Meh, C., & Terajima, Y. (2008). Firm Size and Productivity. *Working Paper 2008-45*. Ottawa: Bank of Canada.
36. Manova, K. & Zhang, Z. (2008). China's Exporters and Importers: Firms, Products, and Trade Partners. *NBER Working Paper 15249*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
37. Melitz, M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725.

38. Melitz, M. J. & Ottaviano, G.I.P. (2008). Market Size, Trade, and Productivity. *Review of Economic Studies*, 75(1), 295–316.
39. Mayer, T., Melitz, M. J., & Ottaviano, G.I.P. (2012). Market Size, Competition, and the Product Mix of Exporters. *NBER Working Paper 16959*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
40. Nicita, A. & Tumurchudur-Klok, B. (2011). New and Traditional Trade Flows and the Economic Crisis. *Policy Issues in International Trade and Commodities Study Series 49*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
41. Nocke, V. & Yeaple, S. (2006). Globalization and Endogenous Firm Scope. *NBER Working Paper 12322*. Cambridge, MA: The National Bureau of Economic Research.
42. Padilla, B. S. & Mayer P. H. (2003). *Sources of Growth in Selected Central and Eastern European Countries*. Ljubljana: β P & Mayer Consultants, Ultd & UMAR.
43. Ramalho, R., Rodríguez-Meza, J., & Yang, J. (2009). How Are Firms in Eastern and Central Europe Reacting to the Financial Crisis?. *Enterprise Surveys, Enterprise Noteseries 8*. Washington, D.C.: The World Bank.
44. Račickas, E. & Vasiliauskaite, A. (2012). Model of Financial Risk Contagion in The Global Financial Markets. *Economics and Management*, 17(1), 91-102.
45. Salomon, M. R. & Myles Shaver, J. (2005). Learning by Exporting: New Insights from Examining Firm Innovation. *Journal of Economics & Management Strategy*, 14(2), 431–460.
46. Schneider, F. (2011). *Size and Development of the Shadow Economy of 31 European and 5 other OECD Countries from 2003 to 2012: Some New Facts*. Linz: Johannes Kepler University.
47. Slovenski inštitut za revizijo. (2012). *Priporočeni enotni kontni načrt za gospodarske družbe (oznaka D), samostojne podjetnike posameznike (oznaka P), kmečka gospodarstva (oznaka K), zadruga (oznaka Z), nepridobitne organizacije - pravne osebe zasebnega prava (oznaka N) ter društva in invalidske organizacije (oznaka DI)*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
48. Statistični urad Republike Slovenije. (2013). Aktivno prebivalstvo, Slovenija, marec 2013 - končni podatki. Najdeno julija 2013 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5488

49. Statistični urad Republike Slovenije. (b.l.) Indeks obsega industrijske proizvodnje. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu http://www.stat.si/vodic_oglej.asp?ID=240&PodrocjeID=17
50. Taymaz, E. (2004). *Are Small Firms Really Less Productive? An Analysis of Productivity Differentials and Firm Dynamics*. Ankara: Middle East Technical University.
51. Tennant, D. (2010). Global Financial Crisis to Real Sector Contraction: Exploring Transmission Mechanisms in a Small Open Economy – Business Coping Strategies in Jamaica. *Global Development Studies*, 6(1/2), 235-290.
52. Terazi, E. & Senel, S. (2011). The Effects of the Global Financial Crisis on the Central and Eastern European Union Countries. *International Journal of Business and Social Science*, 2(17), 186-192.
53. The World Bank. (b.l.) Contagion. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://go.worldbank.org/JIBDRK3YC0>
54. United Nations Statistics Division. (2010). International Recommendations for the Index of Industrial Production 2010. *New York: United Nations*. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu <http://unstats.un.org/unsd/EconStatKB/Attachment242.aspx>
55. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (b.l.) BDP na prebivalca v SKM. Najdeno avgusta 2013 na spletnem naslovu http://www.umar.gov.si/razvoj_slovenije/1_gospodarska_rast_in_konkurencno_gospodarstvo/
56. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (2009). *Poročilo o razvoju 2009*. Ljubljana: UMAR.
57. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (2010). *Poročilo o razvoju 2010*. Ljubljana: UMAR.
58. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (2011). *Poročilo o razvoju 2011*. Ljubljana: UMAR.
59. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (2013). *Poročilo o razvoju 2013*. Ljubljana: UMAR.
60. Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj. (2011). *Poročilo o razvoju / Metodološki listi - Bruto domači proizvod na prebivalca po kupni moči*. Ljubljana: UMAR.

61. Van Beveren, I. (2008). Total Factor Productivity Estimation: A Practical Review. *LICOS Discussion Paper 18207*. Leuven: Centre for Institutions and Economic Performance.
62. Zakon o gospodarskih družbah. *Uradni list RS* št. 42/2006, 60/2006 popr., 26/2007-ZSDU-B, 33/2007-ZSReg-B, 67/2007-ZTFI (100/2007 popr.), 10/2008, 68/2008, 23/2009; *Odl. US*: U-I-268/06-35, 42/2009, 65/2009-UPB3, 83/2009; *Odl. US*: U-I-165/08-10, Up-1772/08-14, Up-379/09-8, 33/2011, 91/2011, 100/2011; *Skl. US*: U-I-311/11-5, 32/2012, 57/2012, 44/2013; *Odl. US*: U-I-311/11-16, 82/2013.