

Södertörns Högskola
Institutionen för ekonomi och företagande
Företagsekonomi
Magisterkurs i internationellt företagande
Magisteruppsats 10p



Utländska direktinvesteringar i Bosnien och Hercegovina

Kristina Seitz
Ervin Krnjić

Handledare:
Curt Scheutz
Jurek Millak

Sammanfattning

- Titel:** Utländska direktinvesteringar i Bosnien och Hercegovina.
- Bakgrund:** En av de viktigaste förutsättningarna för att Bosnien och Hercegovina ska kunna åstadkomma en hållbar ekonomisk tillväxt, är att landet integreras i världsekonomin och skapar ett klimat som främjar utländska investeringar. Idag råder det hård konkurrens mellan länder när det gäller att attrahera utländska investerare, och det är upp till varje land att utveckla effektiva strategier för att kunna hantera konkurrensen.
- Syfte:** Syftet med studien är att undersöka vad Bosnien och Hercegovina gör för att attrahera utländska direktinvesteringar. Vidare är vårt syfte att studera vilka effekter landets aktiviteter har på utländska investerare.
- Metod:** För att uppnå syftet med uppsatsen används en metodtriangulering bestående av intervjuer med experter, en enkätundersökning av utländska företag i Bosnien och Hercegovina, en deltagande observation samt olika rapporter och andra skriftliga källor.
- Resultat och slutsats:** Undersökningen visar att Bosnien och Hercegovina har flera fördelar som kan erbjudas till utländska investerare, framförallt naturresurser, men även turismsektorn har potential att utvecklas. Den makroekonomiska stabiliteten upplevs även som mycket fördelaktig. För närvarande finns det däremot fler hinder än fördelar för utländska investerare. Samtliga intervjurespondenter påpekar att den svaga infrastrukturen och den dåliga imagen som landet har i världen, försvårar för utländska investeringar. Faktorer som upplevs som hinder för utländska investerare bottnar främst i det fattiga företagsklimatet och det otillräckliga stödet från regeringen och andra statliga institutioner. Vissa framsteg har gjorts i detta avseende, men för närvarande är det svårt att göra landet konkurrenskraftigt när det gäller att attrahera utländska investerare. Avsaknaden av ett generöst heltäckande incitamentsprogram gör det omöjligt att framhäva de fördelar som finns. Det geografiska läget kan inte utnyttjas med den undermåliga infrastrukturen och de skatteincitamenten som erbjuds får föga effekt när affärsklimatet upplevs som oattraktivt med krångliga regler och långa procedurer. Detta beror på att landets tillgångar inte är identifierade och att få resurser används för att utveckla effektiva strategier för att marknadsföra dem. Uppgiften att förbättra landets image blir därför svår med de förutsättningar som ges.

Abstract

Title: Foreign direct investment in Bosnia and Herzegovina.

Background: To become an economically self-sustainable country Bosnia and Herzegovina needs to create the necessary conditions for an accelerated economic recovery, an integration in the world economy and to create a business environment that promotes FDI. Because of the hard competition among countries there is a need to enhance the capacity to attract FDI. Each country has to develop efficient strategies in order to be competitive.

Purpose: The purpose of this essay is to examine what Bosnia and Herzegovina does to attract FDI and to identify those factors that are important in determining investment decisions and that influence the environment for conducting business in Bosnia and Herzegovina.

Method: In order to attain the purpose of the essay the authors have used a triangulation of methods consisting interviews with experts, a survey of companies that have made foreign investments in Bosnia and Herzegovina and a participant observation.

Results and Conclusions: The study identifies several available advantages for foreign investors in Bosnia and Herzegovina. There is a potential in industries based on natural resources, but there is also a potential for tourism. The macroeconomic stability is also seen as an advantage for the country. The results of the study also show that there are many obstacles for foreign investors. The interview respondents saw the undeveloped infrastructure and the bad image of the country as factors that aggravate the possibility to attract FDI into the country. The poor business environment and the weak support given from the government and other public institutions have been identified as those factors that mainly influence investment decisions negatively. Progresses have been made in Bosnia and Herzegovina, but not enough to be strongly competitive when it comes to attracting FDI. The lack of a general incentive program makes it difficult to emphasise the existing advantages. The weak infrastructure makes it hard to promote the favourable geographic position, and the tax incentives that are offered can hardly be used to attract FDI, because of the unattractive business climate with long administrative procedures. The assets in Bosnia and Herzegovina have not been recognized and there is no general strategy to promote them. Because of these conditions it's difficult to improve the image of the country.

Ett stort Tack till Svenska Institutet och Dino Lemesh

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.2 Problemdiskussion.....	7
1.3 Syfte.....	8
1.4 Avgränsningar.....	8
1.5 Disposition.....	9
1.6 Förteckning över förkortningar.....	10
2. Teori.....	11
2.1 Utvecklingen av teorier om FDI.....	11
2.2 OLI – paradigmet.....	11
2.3 Motiv till FDI.....	13
2.4 Porters diamant.....	14
2.5 Platsmarknadsföring.....	15
2.5.1 Nivåer av platsmarknadsföring.....	15
2.5.2 Huvudaktörer inom platsmarknadsföring.....	17
2.6 Forskningsläge.....	18
2.7 Teoretisk referensram.....	21
2.7.1 Naturresurser.....	21
2.7.2 Mänskliga resurser.....	21
2.7.3 Marknadspotential.....	21
2.7.4 Kluster och regionalt samarbete.....	22
2.7.5 Infrastrukturvillkor.....	22
2.7.6 Regeringens stöd och incitament.....	22
2.7.7 Promotionprogram.....	22
3. Metod.....	23
3.1 Val av undersökningsobjekt.....	23
3.2 Val av undersökningsmetod.....	23
3.3 Undersökningsansats.....	23
3.4 Materialinsamling.....	23
3.4.1 Sekundärdata.....	24
3.4.2 Deltagande observation.....	24
3.4.3 Intervjuer.....	24
3.4.4 Urval för intervjuer.....	25
3.4.5 Enkäter.....	25
3.4.6 Urval vid enkätundersökning.....	25
4. Empiri.....	26
4.1 Fakta om Bosnien och Hercegovina.....	26
4.2 Intervju med Nermin Zukić, VD, 061129.....	27
4.3 Intervju med Ahmed Turkić, Extern promotionexpert, 061201.....	28
4.4 Intervju med Paul Baker, Internationell FDI expert, 061127.....	30
4.5 Intervju med Rijad Kovac, Ekonomisk rådgivare, 061205.....	33
4.6 Seminarium ”Economy of Bosnia and Herzegovina and Harmonization with the EU”.....	35
4.7 Enkätresultat.....	37
5. Analys.....	38
5.1 Naturresurser.....	38
5.2 Mänskliga resurser.....	38
5.3 Marknadspotential.....	39

5.4 Kluster och regionalt samarbete	40
5.5 Infrastrukturvillkor	40
5.6 Regeringens stöd och incitament.....	41
5.7 Promotionprogram	42
6. Slutsats.....	43
7. Diskussion	44
7.1 Kritisk granskning	44
7.2 Slutkommentar	44
7.3 Förslag till vidare forskning	44
Källförteckning.....	46
Bilagor	49

1. Inledning

Kapitlet inleds med en kort historisk bakgrund för att därefter introducera problemområdet. Kapitlet avslutas med syftet och avgränsningar.

1.1 Bakgrund

1991-1992 upplöstes Jugoslavien och fem suveräna stater bildades: Slovenien, Kroatien, Serbien-Montenegro, Makedonien och Bosnien och Hercegovina (UNCTAD 2006). Splittringen gav upphov till ett långt och blodigt krig i Kroatien och i Bosnien och Hercegovina, som varade i nästan fyra år. De våldsamma konflikterna och stridigheterna fick sitt slut i december 1995, då representanter för de tre största folkgrupperna i Bosnien och Hercegovina undertecknade fredsavtalet Daytonavtalet i USA (the European Commission's Delegation 2006). Därefter följde en tid av återuppbyggnad och en process för att demokratisera landet (Directorate of European Integration 2006). Ett steg i demokratiseringsprocessen är övergången från en kommunistisk planekonomi till ett marknadsekonomiskt samhälle. För att genomföra en övergång till marknadsekonomi krävs en hållbar ekonomisk återuppbyggnad (UNCTAD 2006).

Under det senaste decenniet har Bosnien och Hercegovina kunnat skapa en makroekonomisk stabilitet, vilket är ett nödvändigt, men inte ett tillräckligt förhandsvillkor för en hållbar ekonomisk tillväxt (Directorate of European Integration 2006). Det krävs även en hållbar ekonomisk utveckling, som landet på egen hand kan hålla levande. Ett första steg för att uppnå en ekonomisk tillväxt är att åstadkomma de nödvändiga förutsättningarna för en snabb ekonomisk återhämtning samt en integrering i världsekonomin (EUTDI 2007). Några av de förändringar som står i fokus för Bosnien och Hercegovinas ekonomiska utveckling är utvecklingen av den privata sektorn, privatiseringen av statligt ägda företag och en reformering av banksystemet (UNCTAD 2006). En implementering av en genomgripande handelspolitik som ska passa ihop med EU:s och WTO:s normer går även hand i hand med att öka landets potential att attrahera utländska direktinvesteringar (EUTDI 2007).

1.2 Problemdiskussion

En betydande faktor för tillväxten och privatiseringsprocessen är uppmuntrandet av utländska direktinvesteringar och utveckling av entreprenörskap. En förutsättning för detta är förbättringar i företagsklimatet för inhemska och utländska investerare (Directorate of European Integration 2006).

Idag råder en stor konkurrens mellan länder som försöker attrahera utländska investeringar (Blomström & Kokko 2003). Konkurrensen är dessutom hårdare bland liknande och närliggande ekonomier (Charlton 2003). I en jämförelse med de nio länder som ingår i sydost europeiska regionen¹ har Bosnien och Hercegovina ett relativt lågt FDI-inflöde och det har dessutom minskat sedan 2004. (OECD 2006) Landet har exempelvis mer än fem gånger lägre FDI-inflöde än grannlandet Kroatien.

¹ De länder som räknas till sydost europeiska regionen är Albanien, Bosnien och Hercegovina, Bulgarien, Kroatien, F.d. Jugoslaviska Republiken Makedonien, Moldavien, Montenegro, Rumänien och Serbien.

För utländska investerare finns det goda möjligheter att få ta del av den ekonomiska utvecklingen i övergångsländer, främst när det gäller utvecklandet av den privata sektorn (Directorate of European Integration 2006). Samtidigt stöter de utländska företagen oundvikligen på svårigheter i samband med deras investeringsbeslut vid investeringar i övergångsekonomier. I övergångsekonomier väger andra beslut in, jämfört med stabila marknadsekonomier, bland annat måste de utländska investerarna väga samman landets incitament fördelar och riskfaktorer (Bevan & Estrin 2000).

Bosnien och Hercegovina står således inför uppgiften att utveckla effektiva strategier för att attrahera utländska investeringar. Landet har ett behov av att identifiera och marknadsföra sina tillgångar för att göra sig attraktivt och för att kunna konkurrera med andra länder i regionen om utländska investeringar.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att undersöka vad Bosnien och Hercegovina gör för att attrahera utländska direktinvesteringar. Vidare är vårt syfte att studera vilka effekter landets aktiviteter har på utländska investerare.

1.4 Avgränsningar

Författarna har valt att avgränsa sin studie på utländska företag som har investerat i Bosnien och Hercegovina mellan år 2000 och 2006. Detta för att deras investeringsprocess ska spegla de investeringsmöjligheter som råder för tillfället.

1.5 Disposition

Inledning

Här inleds uppsatsen med en problembakgrund och följs av en problemdiskussion som leder fram till syftet med uppsatsen. Vidare presenteras de avgränsningar som gjorts för studien.

Teori

Det andra kapitlet inleds med en beskrivning av hur teorier om utländska direktinvesteringar har utvecklats. Vidare presenteras de teorier som författarna har valt utifrån studiens problemområde och därefter redogörs för forskningsläget kring ämnet. Kapitlet avslutas med den teoretiska referensramen som utifrån tidigare presenterade teorier kommer att ligga som grund för arbetet med empirin.

Metod

Här introduceras de tillvägagångssätt som har använts för att genomföra studien. Vidare diskuteras motiven till de valda metoderna.

Empiri

I empirikapitlet presenterar författarna de insamlade data och material som ligger till grund för analysarbetet.

Analys

I detta kapitel analyseras det insamlade materialet utifrån den teoretiska referensramen.

Slutsats

Kapitlet innehåller de slutsatser som författarna har kommit fram till under undersökningens gång.

Diskussion

Uppsatsen avslutas med författarnas självkritiska reflektioner kring undersökningsämnet samt några förslag till vidare forskning kring ämnet.

1.6 Förteckning över förkortningar

BiH – Bosnien och Hercegovina

CEFTA – Central European Free Trade Agreement

EPPU – Unit for Economic Policy Planning

EU – Europeiska Unionen

EUTDI – EU Capacity Building Initiative for Trade Development and FDI Attraction to BiH

FDI – Foreign Direct Investment

FIPA – Foreign Investment Promotion Agency

GTZ – Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit

SAA – Stabilization and Association Agreement

SAP – Stabilization and Association Process

UNDP – United Nations Development Programme

USA – United States of America

USAID – United States Agency for International Development

WTO – World Trade Organization

2. Teori

Teorikapitlet inleds med en beskrivning av hur teorier om utländska direktinvesteringar har utvecklats. Sedan återges olika teorier om FDI och platsmarknadsföring. Därefter presenteras forskningsläget kring det undersökta ämnet. Kapitlet avslutas med den teoretiska referensramen som används som grund till studien.

2.1 Utvecklingen av teorier om FDI

Under 1950 och 1960-talet började de första FDI-teorierna få genomslag och det började dyka upp modeller som till viss del var användbara (Pershin 2003). Än idag finns det dock ingen helt genomarbetad teori om FDI, men det finns ett antal som tillhandahåller en del av bilden. De första som fick genomslag är uppdelade i tre inriktningar ”Varför synsättet”, dvs. *teori om internalisering*, ”Vart synsättet” eller *teori om lokalisering* och ”När synsättet”, dvs. *teori om produktlivscykeln*.

Teori om internalisering, beskriver hur företag inom oligopolindustrier som drivs av expansion, börjar bli multinationella då de siktar på att erövra utländska marknader med hjälp av naturliga fördelar över lokala företag (Hymer 1976). Dessa fördelar kan vara kunskap, organiseringsskicklighet, rykte och andra fördelar som inte kan överföras så lätt mellan olika företag. *Teori om lokalisering* behandlar multinationella företagens behov för bättre lokalisering av produktionen, dvs. att företag söker sig till länder där de får bättre lokaliseringsfördelar (Tharakan 1984). Teorin analyserar även arbetskostnader och kvalitet av infrastruktur. *Teori om produktlivscykeln* förklarar dynamiken av utländska direktinvesteringar genom att koppla tajmningen av investeringar med tajmningen av efterfrågemättnad på gamla marknader och behovet av att utforska nya marknader (Vernon 1966).

Sedan början av 1970-talet utvecklades fyra nya strömningar av teorier för FDI: *Teori om konkurrenskraftiga fördelar*, *Teori om företag*, *Portofolio teori* och *Internationell handels teori* (Pershin 2003). *Teori om konkurrenskraftiga fördelar* fokuserar på ägandefördelar, fördelar som förklarar internationell konkurrenskraft. Detta teoretiska synsätt kulminerade senare i Porters ”Competitive Advantage of Nations” (1990), som kommer att redogöras för längre fram i detta avsnitt. *Teori om företag* behandlar uppkomsten av multinationella företag som svar på marknadens brister (Rugman 1986). Det teoretiska synsättet fokuserar på relationen mellan multinationella företag och marknadsmekanismer. *Portofolio teorin* infogar koncept av risktagande i beslutsfattandet för lokaliseringen (Rugman 1979). *Teori om internationell handel* var ett teoretiskt synsätt där handels- och investeringsteorier sammanställdes, där utländska direktinvesteringar sågs som en alternativ väg till handel (Hirsch 1976).

2.2 OLI – paradigmet

John H. Dunning skapade det eklektiska paradigmet vilket har använts som ett begreppsmässigt ramverk under lång tid och det har ansetts användbart av många (Soci 2002). Dunning förde samman olika teoretiska ansatser och skapade en egen ansats, som han

benämner OLI paradigmet. Med paradigmet förklarar Dunning vilka förutsättningar som är fördelaktiga vid olika marknadsinträdes- och marknadsbearbetningsformer (Pershin 2003). OLI paradigmet innehåller tre olika typer av fördelar: typ O – ägarskapsfördelar (ownership advantages), typ L – platsfördelar (location advantages) och typ I – internaliseringsfördelar (internalisation advantages), (Dunning 1988). De tre förutsättningarna måste uppfyllas innan ett företag kan bli multinationellt.

Ägarskapsfördelar (Dunning 1988) kan exempelvis vara de kunskapsfördelar ett företag bär med sig, teknisk kunskap och humankapital, men även egenskaper ett företag har som exempelvis att kunna differentiera produkter och hur pass snabbt företaget är på att utveckla innovativa idéer och förverkliga dem. Ägarskapspecifika fördelar innebär även stordriftsfördelar och positionsfördelar men även fördelar gällande själva produkterna, exempelvis om de karakteriseras av hög kvalitet. Företagets status och varumärkets rykte är andra exempel hur ägarskapsfördelar yttrar sig.

Dunning (2000) har tagit hänsyn till hur de teknologiska framsteg som har gjorts har påverkat förutsättningarna för att driva handel på ett mer effektivt sätt idag. Det som har förändrat förutsättningarna idag är främst alla de teknologiska framsteg, men även förändringar av styrandet av världshandeln. Hur globaliseringen möter regionalisering är också förändringar som har skett under den senaste tiden. Det finns också ett annat behov av nya aktörer på den globala ekonomiska arenan. Nedan följer ägarskapspecifika fördelar som är anpassade till dagens situation.

- Möjligheten att utnyttja effektiviteten, koordinera och leverera kunskapsrelaterade resurser från olika delar av världen och dessutom göra det på ett innovativt sätt.
- Möjligheten att motivera och uppdatera de intellektuella och kreativa kvaliteterna hos arbetsstyrkan och göra det på ett kostnadseffektivt sätt.
- Möjligheten att integrera och förena det ekonomiska och socialt accepterade målet på ett sätt så att aktieägarna kan dra nytta av det.
- Möjligheten att jobba harmoniskt och effektivt med andra företag för att kunna anpassa sig så företaget kan dra nytta av de andra.
- Möjligheten att vara flexibel för att kunna förändra och byta resurser för att användas för nya ändamål.
- Möjlighet för att kunna hitta okända marknader och förstå sig på dem så att man kan anpassa sig och förmågan att dra nytta av deras egenskaper och kunna möta konsumenterna specifika behov.

Internaliseringsfördelar är de fördelar som ett företags organisation har av de internationella aktiviteterna (Dunning 1988). Internaliseringsfördelar kan uppkomma av tidigare markandsmisslyckande och av exploaterandet av den för att kunna skydda företaget och hindra framtida marknadsmisslyckanden.

Dessa är också förändringar som Dunning (2000) menar har fått större betydelse idag under 2000-talet:

- Behovet av ett mer strategiskt synsätt för en produktion med mångfald och human resource management.
- Närmare integration av innovation och produktion i värdekedjan.
- Ökad ekonomisk vidd för att få liknande distributions- och marknadsföringsbehov.
- Ökad betydelse av bra samlade erfarenheter i ett teamwork .

Platsfördelar är de fördelar som ett visst land eller en viss region kännetecknas av (Dunning 1988). Det kan vara den lokala marknadens storleksgrad men det kan även röra sig om fördelar som yttrar sig då gästländernas regeringar ger stöd och incitament som underlättar för investeringar. Platsfördelar kan exempelvis bottna i uppstådda handelshinder som leder till att företag väljer att flytta produktionen till den nya marknaden istället. Transport- och kommunikationskostnader, produktionskostnader och infrastrukturvillkor är andra fördelar. Det kan även innebära mindre påtagliga fördelar som teknologi, entreprenörkunskap, marknadsföring och management.

Nedan följer några förändringar för konkurrensfördelar för länder eller regioner som är anpassade till dagens situation (Dunning 2000).

- Möjligheten till att få tillgång till en kvalitativ arbetsstyrka.
- Regionala marknader har fått ökad betydelse.
- Behovet av kommunikationer över landets gränser, både hård och mjuk infrastruktur är nödvändig.
- Sub-regioner är en del av globala nätverk som har fått en mer betydande roll.
- Rollen som de övernationella institutionerna spelar för att begränsa den nationella regeringen.
- Underlättande policys av regeringar så att partnerskap för tillväxt kan utnyttjas.

Om ett företag främst har en kategori av fördelar, nämligen ägarskapsfördelar, lämpar sig kontraktsmässiga resursöverföringar. Om också internationaliseringsfördelar spelar en roll för ett företag bör exportmöjligheterna utnyttjas. När ett företag kan relatera till alla tre av ovannämnda fördelskategorier, är det mest lämpligt att inrikta sig på FDI.

2.3 Motiv till FDI

John H. Dunning (1988) gör en indelning av de olika motiv det finns bakom direktinvesteringar. De kan delas in i olika kategorier: *resurssökande motiv*, *marknadssökande motiv* och *effektivitetssökande motiv*.

De resurssökande motiven omfattar tillgången till specifika resurser som finns på den utländska marknaden, framförallt knappa resurser. Det kan vara naturliga resurser (råvaror), mänskliga resurser (kvalificerad personal) eller finansiella resurser. En stor arbetskraft som är villig att arbeta är exempel på en annan typ av resurs. Ofta handlar det inte bara om att resurserna existerar och finns tillgängliga, utan det handlar om möjligheten att kunna utnyttja dem så att det ger en kostnadsskillnad.

Marknadssökande motiv innebär huvudsakligen tillgången till nya marknader. Genom att flytta produktionen ges samtidigt tillgängligheten till den nya marknaden. Närheten från produktionen till konsumenterna gör att det blir mer effektivt tidsmässigt och det är också en fördel att anpassa produktionen till konsumenternas behov på en ny marknad. Det lönar sig därför bättre än att fortsätta med export, för att kunna slippa transport- och kommunikationskostnader genom att vara närvarande på marknaden. Från det utgångsläget är det även lättare att tränga in på närliggande marknader

Effektivitetssökande motiv har de som väljer att investera utomlands för att maximera produktionsfaktorerna användning på en internationell nivå. De söker sig inte i främsta fall för att nå en ny marknad eller för att få tillgång till vissa resurser, utan av andra skäl som att

kunna utnyttja stordriftsfördelar för att kunna sänka sina fasta kostnader. Företag kan bestämma sig för direktinvesteringar i utlandet så att företaget på så sätt kan få möjligheten att ta del av informella eller formella informations- och kommunikationsnätverk. Inom de områden där forskning och utveckling är betydande kan det vara viktigt att tränga in i ett kluster för att ta del av kunskap. Det kan också vara av strategiska motiv som att utnyttja vissa strukturella brister i samhället eller för att ta marknadsandelar.

2.4 Porters diamant

I *Competitive Advantage of Nations* redogör Porter (1998) för en undersökning av tio länder och presenterar de konkurrenskraftiga fördelarna som en nation kan ha gentemot andra nationer. För att få fram dessa fördelar är det nödvändigt att förstå hur företag skapar och vidmakthåller konkurrenskraftiga fördelar i den globala industrin (Porter 1998). Frågan varför en nation uppnår internationell framgång inom en specifik industri, besvarar Porter (1998) med att redogöra för fyra generella attribut av en nation. De formar miljön i vilken inhemska företag tävlar mot varandra och skapar konkurrenskraftiga fördelar. Porter (1998) benämner dessa attribut som: *faktorvillkor*, *efterfrågevillkor*, *besläktade och stödjande industrier* samt *företagsstrategi, struktur och rivalitet*.

Faktorvillkoren är de produktionsfaktorer, dvs. de inputs som är nödvändiga för att ett företag ska kunna konkurrera med andra företag inom en industri (Porter 1988).

Produktionsfaktorer kan även delas i några allmänna kategorier:

Mänskliga resurser – arbetskraftsstorlek och dess kostnad, kunskap och arbetsetik.

Materiella resurser – kvalitet, tillgänglighet och kostnad av jord, vatten, mineraler, hydroelektricitet, men även andra resurser som klimat, landets storlek och geografisk position. *Kunskapsresurser* – den befintliga tekniska och vetenskapliga kunskap på landets universitet, statliga och privata forskningsinstitut, statistikbyråer, handelsorganisationer.

Kapitalresurser – den mängd och kostnad för kapital som är tillgänglig för finansiering av industrin. *Infrastruktur* – kvalitet och kostnad för transporteringsystem, kommunikationer, posten, betalningstransfer, hälsosystem samt kulturella institutioner.

Efterfrågevillkoren för industrins produkter och tjänster har tre grundläggande attribut: hemmamarknadens efterfrågan och dess konsumentbehov, storleken och tillväxtmönster av hemmamarknadens efterfrågan och de mekanismer som överför hemmamarknadens preferenser till andra marknader (Porter 1998). Storleken av hemmamarknaden är viktig men inte avgörande i detta sammanhang, utan hur marknaden uppmuntrar företag till innovationer har större betydelse.

Besläktade och stödjande industrier – utgör den tredje faktorn av de nationella fördelarna. Den innefattar de kluster av närliggande industrier eller stödjande industrier samt de leverantörer och teknologier som förekommer i nationen och som är internationellt konkurrenskraftiga.

Företagsstrategi, struktur och rivalitet är den fjärde faktorn och handlar om hur företag är skapade, organiserade och hur de styrs, men även hur konkurrensen är på hemmamarknaden. (Porter 1998). Hur företag organiseras och hur deras mål och strategier är utformade skiljer sig från nation till nation.

Utöver ovannämnda fyra faktorer finns det ytterligare två beståndsdelar som påverkar nationens konkurrensfördelar: *chans* och *regeringen* (Porter 1998). **Chans** innebär de

händelser som har att göra med de omständigheter i landet som företag inte kan påverka direkt. Politiska beslut av utländska regeringar, krig, teknologiska brister eller kostnadskriser som t.ex. höjning av oljepris är exempel på sådana händelser. **Regeringen** kan dessutom ha en stark påverkan på företagets och landets konkurrensförhållanden. Regeringen kan påverka de fyra grundläggande attributen både positivt och negativt.

2.5 Platsmarknadsföring

Kotler, Haider och Rein (1993) beskriver städer, regioner och länder som marknadsplatser som ständigt är under förändring. Utvecklingen sker snabbt vilket gör att samhället inte alltid hinner anpassa sig till förändringen, och inte heller reagera på den. Kotler, Haider och Rein (1993) redogör för två intressegrupper som är betydande för marknadsplatsen. Den första är köpare av varor och tjänster, dvs. investerare, turister och företag som är intresserade av det som marknaden har att erbjuda. Den andra gruppen innefattar de regioner, länder och lokala samhällen som söker ekonomisk tillväxt och därför beskrivs som säljare i detta sammanhang. För att den sistnämnda gruppen bättre ska kunna svara på förändringar av marknaden och identifiera de möjligheter som erbjuds introduceras *strategisk platsmarknadsföring*. Platsmarknadsföring används för att återuppliva städer, regioner och marknader och anpassa dem till förändringar (Kotler, Haider och Rein 1993).

2.5.1 Nivåer av platsmarknadsföring

Kotler, Haider och Rein (1993) redogör för olika aktiviteter som används för att marknadsföra städer, regioner och länder.

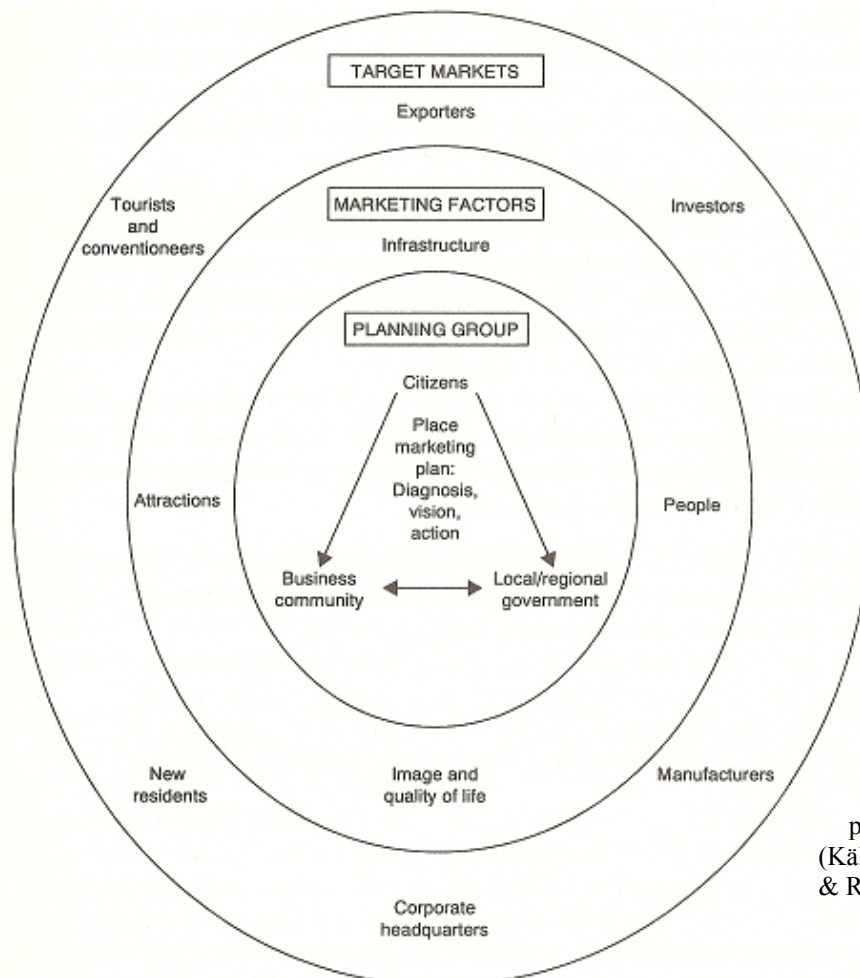


Fig.1 Nivåer av platsmarknadsföring (Källa Kotler, Haider & Rein 1993)

Figur 1 (s.15) visar en modell som beskriver de huvudsakliga faktorerna inom strategisk platsmarknadsföring. För att kunna utveckla en plats och attrahera nya samt behålla aktuella intressenter krävs stöd av olika instanser, både privata och offentliga institutioner, intressegrupper och invånare. Enligt modellen innebär den inledande fasen att konstruera en planeringsgrupp som ska innehålla representanter för invånare, affärsmän samt lokala och regionala tjänstemän. Planeringsgruppen ska vara sammanställd så att den representerar alla intressegrupper. Deras huvudsakliga uppgifter är:

- Att fastställa platsens aktuella skick samt platsens problemområde och dess orsaker.
- Att utveckla en vision för långsiktig problemlösning baserad på en realistisk bedömning av platsens möjligheter, resurser och värde.
- Att utveckla en långsiktig plan för åtgärder som ska täcka flera nödvändiga steg av investering och omvandling.

Ett av ovannämnda steg inkluderar en långsiktig problemlösning som syftar till att förbättra de fyra marknadsföringsfaktorerna, som utgör det andra steget i modellen. Främst ska infrastrukturen och de grundläggande tjänsterna tillgodoses för att kunna tillfredsställa besökare, företag, investerare och invånare. En annan faktor som en marknadsplats behöver är attraktioner som ska förbättra livskvaliteten. De ska hjälpa till att behålla nuvarande företag men även attrahera nya affärsverksamheter, investerare och människor. Förutom attraktioner och infrastruktur är det även nödvändigt att utveckla ett program som ska kommunicera ut en bild av förbättrad livskvalitet och image. Fjärde marknadsföringsfaktorn som måste uppfyllas är att processen måste ha stöd av dess invånare, ledare och institutioner.

De intressenter som en stad, region eller ett land vill attrahera kan delas in i fyra huvudkategorier: besökare, invånare och arbetare, företagande och industri samt exportmarknader (Kotler, Haider & Rein 1993). *Besökare* delas upp i *businessbesökare* och *icke-business besökare*. Alla besökare, både med affärsmässiga intressen eller utan dem, spenderar pengar medan de befinner sig i regionen. De betalar för olika produkter och tjänster, såsom mat och logi, inhemska produkter mm. *Invånare och arbetare* är en annan viktig grupp av intressenter som regionerna behöver attrahera på grund av olika anledningar. Kotler, Haider och Rein (1993) diskuterar några av dessa anledningar, som exempelvis kan vara att en region är i behov av lågutbildad arbetskraft, behov av yngre befolkning i åldrande samhällen eller att det finns ett behov av högutbildad arbetskraft för vissa växande sektorer. För att framgångsrikt kunna attrahera de önskade grupperna måste regionen först utveckla passande incitament för respektive målgrupp. *Exportmarknader* innefattar regionens förmåga att tillverka varor och tjänster som lätt kan exporteras till andra städer, regioner och länder. Det gäller att utveckla produkter och tjänster som efterfrågas av många. Singapore och Hong Kong är exempel på regioner som har nått sin ekonomiska tillväxt genom att exportera till omvärlden (Kotler, Haider & Rein 1993). Dessa regioner exporterar högteknologiska produkter till resten av världen och är beroende av exportindustri. *Företagande och industri* är en av de viktigaste intressegrupper när det gäller platsmarknadsföring och det är den kategorin som har mest relevans för den här studien. För alla regioner som vill få fart på ekonomiska tillväxten, är det mycket viktigt att attrahera nya företag, industrier och ekonomiska investeringar. Förutom att attrahera nya företag är det dessutom viktigt att kunna bevara och utveckla de inhemska företagen och industrierna.

För att locka utländska investeringar och företag är det betydande att förstå vad företag tänker på när de ska investera på en viss marknad. Det är olika faktorer som spelar roll när företag och investerare ska ta investeringsbeslut. Kotler, Haider & Rein (1993) tar upp arbetskraftskompetens- och tillgång, lagstiftning och affärsklimat, tillgång till nödvändigt

infrastruktur, utbildningskvalitet samt livskvalitet som grundläggande exempel. Även olika incitament är viktiga för företags investeringsbeslut. De kan vara olika skatteincitament, som skatteanstånd och skatterabatt, men även andra subventioneringar i samband med infrastruktur och mark. Varje region måste utveckla en mix av incitament och andra faktorer som passar just för deras strategi att platsmarknadsföra, genom att utnyttja regionens styrkor och möjligheter.

2.5.2 Huvudaktörer inom platsmarknadsföring

I samband med att attrahera utländska investerare och andra intressegrupper presenterar Kotler, Haider och Rein (1993) fyra huvudaktörer inom platsmarketing. Dessa är:

- **Lokala aktörer** – som delas in i aktörer i offentlig sektor och aktörer i privat sektor. Bland aktörer som verkar inom den offentliga sektorn finns departementen för urbanplanering och företagsutveckling, turistbyråer, informationsbyråer, infrastruktur managers. Privata aktörer är exempelvis finansiella institutioner, el- och gasservice, lokala företagsorganisationer, detaljhandel, hotell och restaurang sektorn mm.
- **Regionala aktörer** – regionala institutioner för ekonomisk utveckling, regionala turistorganisationer samt regeringstjänstemän.
- **Nationella aktörer** – politiker, ministrar, nationella organisationer och statschefer.
- **Internationella aktörer** – ambassader och konsulat, internationella handelskammare.

2.6 Forskningsläge

Utländska direktinvesteringar är av stor betydelse för att öka länders ekonomiska tillväxt och för att höja den teknologiska nivån (Blomström & Kokko 2003). En ökad ekonomisk tillväxt leder samtidigt till att sysselsättningen ökar. Att utveckla effektiva incitamentsprogram för att attrahera utländska investerare kan vara svårt och Blomström och Kokko (2003) menar dessutom att den hårda konkurrensen mellan länder som försöker attrahera FDI gör att uppgiften blir ännu svårare. Många länder använder sig av investeringsincitament som utvecklas enbart för utländska investerare men Blomström och Kokko (2003) hävdar att dessa incitament inte är ett effektivt medel för att kunna öka en nations välbefinnande. Vidare menar de att det inte är möjligt att uppnå en ökad tillväxt om inte de inhemska företagen är kapabla och villiga att absorbera den teknologi och skicklighet som kommer från utländska investerare. Blomström och Kokko (2003) påpekar därför att det måste investeras i inhemska företag för att gästländerna ska kunna ta en del av det teknologiska överskottet som utländska företag för med sig. Enligt Blomström och Kokko (2003) bör ett generellt incitamentsprogram sammanställas. Detta ska erbjudas till alla investerare, både till de utländska och till de inhemska. Incitamenten ska främst fokusera på att stödja de aktiviteter som genererar störst potential till överskott samt till de aktiviteter som främjar bättre samarbete mellan utländska och inhemska företag, men även för forskning och utveckling, utbildning och kompetensutveckling. Detta leder även till att den inhemska privata sektorn kan ta del av spilloverfördelarna. Vidare hävdar Blomström och Kokko (2003) att landet blir mer attraktivt för utländska investerare genom att höja standarden för infrastrukturen och det humana kapitalet.

När det gäller att attrahera utländska investeringar visar forskning att konkurrensen är större mellan de länder som ligger nära varandra och mellan de länder vars ekonomier liknar varandra (Charlton 2003). Omfattningen på incitamentprogrammen påverkas av hur stark konkurrensen är. Charlton (2003) menar dessutom att konkurrensen om utländska direktinvesteringar kan få negativa konsekvenser, speciellt inom u-länder, då det finns en risk för överbud av investeringsincitament. Charlton (2003) hävdar att överbudsriskerna ökar med dåligt genomförda kostnadsanalyser och där det finns utpräglad korrupktion och instabila institutioner. För att denna risk ska reduceras måste myndigheter verka för en bättre uppskattning av kostnader, samt se till att investeringsincitamenten blir proportionerliga till de fördelar som de utländska investeringarna genererar.

Utöver de investeringsincitament som är presenterade ovan finns det flera andra faktorer som är avgörande för att kunna attrahera utländska investerare. En utveckling av den inhemska infrastrukturen skapar bättre förutsättningar för att locka utländska investerare och gynnar samtidigt inhemska investeringar (Kumar 2001). Om länder erbjuder en välfungerande infrastruktur förbättrar det investeringsklimatet för utländska investerare, då de genom en väl fungerande infrastruktur får subventionerade investeringskostnader. Det har visat sig att många multinationella företag är väldigt känsliga för tillgången till infrastruktur. Kumar (2001) påpekar att utvecklingen av infrastruktur bör vara en viktig del av strategierna för att attrahera utländska investeringar. Utvecklingsländer måste inse att det är mer lönsamt att investera i infrastruktur och på så sätt konkurrera med andra länder om att locka FDI, än att konkurrera med hjälp av investeringsincitament, speciellt då de tävlar med i-länder (Kumar 2001).

Wells och Wint (2000) hävdar att ett effektivt promotionprogram för att attrahera utländska investeringar är mindre kostsamt än ett typiskt program för skattelättnader. De poängterar

samtidigt att skattelättnader säkerligen kan ha en funktion, men att promotion genererar större vinster för landet än vad skattelättnader gör. Wells och Wint (2000) menar också att promotionagenturerna som bedriver sitt arbete för att locka utländska investerare bör använda samma marknadsföringsstrategi som används vid marknadsföringen av en produkt, dvs. att först skapa ett medvetande genom imagebyggande, för att sedan skapa personligare relationer till de potentiella investerarna.

Morisset (2003) går längre i sin forskning och blev den första att undersöka hur pass effektiva promotionagenturer egentligen är. Morissets empiriska studie visar att promotion leder till ett ökat inflöde av utländska direktinvesteringar. Forskningen visar däremot att landets affärsklimat och marknadens storlek är en förutsättning för att kunna bedriva framgångsrik promotion (Morisset 2003). Länder med ett relativt fattigt investeringsklimat bör snarare fokusera på dessa faktorer än att lägga stor vikt på promotion, då det inte är möjligt att uppnå några resultat för promotionagenturerna om inte företagsklimatet är attraktivt för investerare. Resultatet visar dessutom att promotionagenturerna är i starkt behov av att ha en stor budget på grund av att de fasta kostnaderna är mycket höga för en promotionagentur. Följden blir då att en agentur med en mycket begränsad budget i princip är oduglig för att kunna attrahera investerare. Vidare menar Morisset (2003) att då regeringen är den största finansiella källan för promotionagenturerna, är regeringens stöd således avgörande för hur framgångsrikt promotionagenturens arbete kan bedrivas.

Under åren 1997-2000 genomfördes en undersökning i Estland för att se hur inflödet av investeringar utvecklades i förhållande till integrationsprocessen med EU (Reijlan, J. Reijlan, E. & Andresson, K. 2001). Resultatet visar att inflödet marknadssökande investeringar inte kommer att påverkas av integrationsprocessen med EU. Inte heller de naturresurssökande och strategisksökande investeringarna påverkas märkbart av integrationsprocessen. Däremot visar undersökningen att de effektivitetssökande investeringarna får ett ökat inflöde i samband med integrationsprocessen med EU.

Central- och Östeuropa befinner sig både i en ekonomisk och en politisk övergångsprocess och Akbar och Plikynas (2006) menar att utländska direktinvesteringar är en av de viktigaste drivande faktorerna bakom omvandlingen av ekonomin för att kunna anpassa den för EU. Bevan och Estrin (2000) hävdar att utländska direkt investeringar spelar en viktig roll när det gäller att öka tillväxten i landet för att kunna integreras ekonomiskt med övriga länder. Deras forskning visar att då det finns en utstakad tidtabell för ett inträde i EU, leder det till ett ökat inflöde av utländska direktinvesteringar.

Tidigare har det redogjorts för hur flertalet forskare är överens om att ett ökat inflöde av utländska direktinvesteringar utgör en betydande motor för en ökad tillväxt och en ökad ekonomisk integration. Dunning (1994) hävdade att de ekonomiska och politiska kännetecknen i gästlandet är avgörande faktorer för hur omfattande investeringarna är, samt för var lokaliseringen av investeringar görs. Bandelj (2002) hävdar i sin undersökning att FDI-inflödet i Central- och Östeuropa inte endast kan förklaras med de olika ländernas ekonomiska och politiska kännetecken, utan Bandelj (2002) menar att flödet av utländska direktinvesteringar måste analyseras som ett relationsfenomen. Hennes forskning visar att utländska investerare och gästlandet inte är oberoende av varandra, men att de snarare har vissa relationer till varandra som är avgörande för hur det ekonomiska utbytet mellan dem kommer att utformas. Det kan vara effekter av politiska allianser, migration, handel och kulturella band som påverkar investeringsflödena. Bandelj (2002) menar att man med dessa

resultat bör omvärdera tidigare studier som visar på att marknadspotentialen och den politiska miljön i gästlandet skulle vara nyckelfaktorer som bestämmer investeringsflödet.

2.7 Teoretisk referensram

I detta avsnitt presenteras den teoretiska referensramen som utifrån tidigare presenterade teorier kommer att ligga som grund för det empiriska arbetet. Syftet med studien är att undersöka vad Bosnien och Hercegovina gör för att attrahera utländska direktinvesteringar. Vidare är vårt syfte att studera vilka effekter landets aktiviteter har på utländska investerare. För att uppnå vårt syfte kommer vi att utgå från en rad faktorer som har påverkan på utländska direktinvesteringar. Med hjälp av dessa faktorer avser vi att mäta hur effektiva landets aktiviteter för att attrahera utländska investerare är. Utifrån tidigare presenterade teorier har vi valt att fokusera på följande faktorer: regeringens stöd och incitament, infrastrukturvillkor, naturresurser, mänskliga resurser, marknadens potential, kluster och regionalt samarbete samt promotionprogram.

2.7.1 Naturresurser

I många fall då företag ska ta etablerings- och investeringsbeslut, spelar tillgången till naturresurser en avgörande roll, speciellt i de industrierna där produktionen beror på tillgången på råvaror. Dunning (1988) påpekar att naturresurser är ett av de huvudsakliga motiven till utländska direktinvesteringar. Även Porter (1998) framhåller naturresurser som ett av faktorvillkoren som ingår i Porters så kallade diamant över konkurrenskraftiga fördelar. Naturresurser beskrivs här som materiella resurser som är en del av produktionsfaktorerna vilka anses vara en av flera konkurrenskraftiga fördelar, då ett land ska tävla om utländska direktinvesteringar.

2.7.2 Mänskliga resurser

Porters diamant tar även upp mänskliga resurser som ett konkurrensmedel när det gäller att attrahera utländska investeringar (Porter 1998). Mänskliga resurser omfattar arbetskraftens kvalitet och kompetensnivå, storleksgrad och dess kostnader, samt den rådande arbetsetiken. Liksom naturresurser ingår mänskliga resurser i Dunnings resurssökande motiv som får företag att investera i andra länder (Dunning 1988). Där handlar det att få tillgång till kvalificerad, arbetsvillig och billig arbetskraft. Enligt Kotler (1993) är tillgången till kompetent arbetskraft en av de viktigaste faktorerna som företag har i åtanke när de ska fatta investeringsbeslut. För ett land eller region är det viktigt att förstå vad som är avgörande för utländska investerare, för att på så sätt kunna locka dem till landet.

2.7.3 Marknadspotential

Ett land eller region kännetecknas av olika fördelar som får utländska företag att investera i landet. En av fördelarna som kan ha stor betydelse för utländska investerare är marknadens potential. Det innebär bland annat marknadens storleksgrad och tillgången till regionala marknader (Dunning 1988). Tillgång till nya marknader och närheten mellan produktion och konsumenter utgör de marknadssökande motiv som ligger bakom utländska investeringar (Dunning 1988). Dunning påpekar även möjligheten att tränga sig in på närliggande marknader, då företag etablerar sig på en ny marknad. Vidare diskuterar Dunning de strategiska motiv som att kunna utnyttja vissa strukturella brister i samhället för att ta marknadsandelar. Den inhemska marknaden förklaras dessutom av Porter (1998) som ett av de grundläggande efterfrågevillkoren för ett lands konkurrensfördelar. Där ska man ta hänsyn till hemmarknadens efterfrågan, marknadens storlek och tillväxtmönster, samt konsumenternas behov.

2.7.4 Kluster och regionalt samarbete

Ett motiv som ligger bakom utländska investeringar är det effektivitetssökande motivet (Dunning 1988). Dunning framhåller att en del företag väljer att investera på utländska marknader genom att tränga sig in i ett kluster och för att på så sätt maximera sina produktionskostnader. Då kan företag utnyttja möjligheten att ta del av kommunikations- och informationsnätverk och ta en del av den kunskap och teknologi som ett kluster innehåller. Även Porter poängterar vikten av kluster som utländska företag kan dra nytta av (Porter 1998). Dunning (1988, 2000) beskriver de internationella handelsavtalen som ett exempel på de platsfördelar som påverkar utländska företag i deras investeringsbeslut. Bandelj (2002) visar i sin forskning att de politiska allianser och de kulturella band som existerar mellan länder påverkar investeringsflödet positivt. Bevan och Estrin (2000) menar också att då det finns en utstakad tidtabell för ett inträde i EU, leder det till ett ökat inflöde av utländska direktinvesteringar.

2.7.5 Infrastrukturvillkor

Dunning (1988) beskriver infrastrukturvillkoren som en av de platsfördelar, vilka skapar bilden av hur ett land eller en region uppfattas av utländska investerare. Det kan exempelvis handla om hur omfattande transport- och kommunikationskostnaderna är. Vidare menar Dunning (1988) att det är viktigt att det finns goda förbindelser till kringliggande regioner, dels när det gäller vägar, järnvägar, hamnar och flygplatser, men också när det gäller telekommunikationen. Porter (1998) talar också om betydelsen av kvalitén på infrastrukturen för att kunna konkurrera med andra länder. När ett land ska göra sig attraktivt för investerare gäller det att bygga upp infrastrukturen som ett grundläggande steg för att kunna marknadsföra marknadsplatsen (Kotler, Haider & Rein 1993). Kumar (2001) har också bevisat i sin forskning att infrastrukturvillkoren är betydande för att kunna attrahera utländska företag. Fungerande infrastruktur minskar kostnaderna för utländska investerare och därför påverkar det landets attraktivitet (Kumar 2001).

2.7.6 Regeringens stöd och incitament

Regeringens stöd genom regler och incitament för utländska investerare är en av Dunning (1988) platsfördelar som är avgörande för att utländska företag ska finna marknadsplatsen attraktiv. Kotler, Haider & Rein (1993) framhåller också betydelsen av att regeringar erbjuder incitament för att attrahera utländska investerare. Det kan innebära hur lagstiftningen är utformad, men även att olika skatteincitament, som skatteanstånd och skatterabatt erbjuds. Blomström och Kokko (2003) påpekar även vikten av att ge incitament både till utländska och inhemska företag för att öka landets attraktivitet för utländska investerare.

2.7.7 Promotionprogram

För att marknadsföra en plats för utländska investerare krävs att det finns ett program som ska kunna föra ut bilden av marknadsplatsen och dess aktiviteter (Kotler, Haider och Rein 1993). Programmet måste innehålla de incitament som är anpassade efter den grupp som ska tilltalas. Varje land och region måste utveckla en blandning av aktiviteter som framhäver landets styrkor och möjligheter. Morisset (2003) pekar också på det positiva sambandet mellan promotion och utländska investeringar. Däremot krävs ett starkt finansiellt stöd för att göra promotionprogrammet kostnadseffektivt. Ett effektivt promotionprogram är dessutom mindre kostsamt än ett incitamentprogram och det genererar generellt större vinster (Wells & Wint 2000). Wells och Wint (2000) hävdar också att ett effektivt promotionprogram ska vara utformat genom att först bygga upp en stark image för landet, för att sedan skapa starka och personligare relationer till de potentiella investerarna.

3. Metod

I detta kapitel presenteras den undersökningsansats och datainsamlingsmetod som författarna har valt för att kunna genomföra studien. Vidare presenteras en utvärdering och motiv till de valda metoderna.

3.1 Val av undersökningsobjekt

Undersökningsobjekt för studien är Bosnien och Hercegovina. Landet befinner sig i en utvecklingsfas som är intressant att undersöka ur ett företagsekonomiskt perspektiv. Sedan 1999 samarbetar Bosnien och Hercegovina med EU i den så kallade Stabiliserings- och associeringsprocessen (SAP) (Svenska Exportrådet 2006). Som en del av SAP måste landet uppfylla vissa krav, bl.a. anpassa landets lagar och regleringar och implementera ekonomiska reformer. Detta gör att Bosnien och Hercegovina är särskilt intressant att rikta blickarna mot.

3.2 Val av undersökningsmetod

Studien är av en induktiv karaktär då den utgår från befintliga teorier och teoretiska synsätt som har prövats empiriskt (Patel 2003) På så sätt kan objektiviteten stärkas, då forskningsprocessen utgår från en redan befintlig teori. En induktiv undersökningsmetod kan däremot påverka studien negativt då studiens teoretiska ansats kan influera och styra i en viss riktning så att vissa möjligheter och infallsvinklar försummas.

3.3 Undersökningsansats

Undersökningen är utformad som en fallstudie. En fallstudie innebär att forskarna undersöker en eller några få undersökningsenheter (Halvorsen 1992). Fokus för denna studie är att undersöka investeringsklimatet i Bosnien och Hercegovina. En fördel med fallstudien är att den lämpar sig bra när man ska utveckla en helhetsförståelse för undersökningsobjektet. En svaghet med fallstudier är att det blir svårt att göra generaliseringar utifrån studiens resultat då de kan brista i sin trovärdighet (Denscombe 2000). Kvalitativa metoder som observationer, intervjuer och skriftliga källor lämpar sig bäst för en fallstudie och då även i detta fall. För att öka reliabiliteten i undersökningen har även en kvantitativ metod använts, i form av en enkätundersökning som ett komplement till den kvalitativa datainsamlingen. En annan svårighet som kan uppkomma i samband med fallstudier är att det kan vara besvärligt att få tillträde till studiens miljöer, dokument och människor (Denscombe 2000). Detta har författarna försökt överkomma med att samla material på plats i Bosnien och Hercegovina. Redan i tidigt skede kontaktade författarna organisationer och personer som var av intresse för studien.

3.4 Materialinsamling

För att höja studiens validitet och reliabilitet valde författarna att använda sig av metodtriangulering. På så sätt utnyttjades olika metoder som kompletterar varandra på ett ömsesidigt stödjande sätt (Denscombe 2000). Metodtriangulering gav möjlighet att använda olika datainsamlingsmetoder och på så sätt bekräfta resultat samt öka studiens validitet.

Författarna har valt att använda sig av sekundära källor, deltagande observation, intervjuer och slutligen enkäter som vi skickade till utländska företag verksamma i Bosnien och Hercegovina. Flera insamlingsmetoder ger sällan samma resultat och pekar på en entydig punkt men de pekar oftast i samma riktning (Denscombe 2000). Material till uppsatsen har samlats in på plats i Bosnien och Hercegovina för att få tillgång till primära källor. Det ger bättre information och en rättvisare bild av situationen.

3.4.1 Sekundärdata

Innan undersökning påbörjades på plats i Bosnien och Hercegovina, hade litteratur kring ämnet samlats in. Detta material skulle öka vår kunskap om både utländska direktinvesteringar och situationen i Bosnien och Hercegovina. Den litteraturen innefattade tidigare forskning kring ämnet, vetenskapliga böcker och artiklar, tidningsartiklar, olika rapporter samt Internetartiklar. Vi ville använda oss av olika typer av skriftliga källor för att kunna dra paralleller mellan dem och skapa en bättre förståelse för problemområdet.

3.4.2 Deltagande observation

I samband med undersökningsarbetet genomförde författarna en praktik vid Directorate of European Integration som är ett utskott av Bosniens och Hercegovinas regering. Directorate of European Integration är en institution som förhandlar om landets inträde till EU och koordinerar stabiliseringsarbetet. Genom praktiken fick författarna tillträde till institutionens material men framförallt en möjlighet att komma i kontakt med personer som har en bra insyn i hur landet arbetar för att attrahera utländska direktinvesteringar. Genom närvaron vid Directorate of European Integration gavs det chansen att ta del av aktuellt material och följa hur processen fortgår. Författarna fick tillträde till böcker, rapporter, pressreleaser och statistik som var relevanta för studien. Under praktiken vid Directorate of European Integration fick författarna närvara vid seminarier och konferenser som hade koppling till studiens problemområde. Denna deltagande observation som varade under tre veckors tid gav tillfälle att följa den ekonomiska och politiska debatten på nära håll. Syftet med en deltagande observation är att observatören ska få insikt i olika händelser och kulturer (Denscombe 2000). Detta kan bäst uppnås när man upplever händelser och kulturer som en insider. En förutsättning för att göra en bra observation var att ägna tid åt förundersökningen, för att senare kunna sätta sig in i situationen.

3.4.3 Intervjuer

Intervjuerna var semistrukturerade där författarna hade förberett en färdig lista med frågor som ska besvaras, men där ordningsföljden var flexibel (Denscombe 2000). Svaren var öppna och de intervjuade kunde utveckla sina synpunkter och göra egna reflektioner. En viktig sak som författarna hade i åtanke när intervjufrågorna genomfördes var att inte formulera ledande frågor (Bell 1995). Denna typ av intervju valdes eftersom den går mer på djupet än på bredden av problematiken. Informationen som författarna kunde samla på så sätt blev mer detaljerad och den gav möjlighet att ta en del av intervjupersonernas kunskap och egna åsikter. Ytterligare en fördel är att författarna kunde kontrollera och ifrågasätta intervjuobjektens riktighet av data under själva intervjutillfällena och på så sätt stärka materialets validitet (Denscombe 2000).

3.4.4 Urval för intervjuer

För att få en mer övergripande bild av undersökningsämnet och för att öka tillförlitligheten i studien har författarna valt att göra intervjuer med personer från olika organisationer som kan tillföra skilda perspektiv på ämnet. Detta för att få en klarare bild av problematiken. Genom att ställa dem emot varandra kunde författarna erhålla en rättvisare bild och samtidigt öka reliabiliteten av inhämtat material. Därför valdes representanter för landets regering, företrädare som representerar utländska investerarnas intressen samt en internationell expert på utländska direktinvesteringar.

3.4.5 Enkäter

Ytterligare ett steg i datainsamlingen var att sammanställa en enkät med frågor som undersöker de motiv och faktorer som påverkar utländska investerare. Enkäten har skickats till 50 stycken utländska företag i Bosnien och Hercegovina för att se vad deras investeringsmotiv är, hur de uppfattar investeringsklimatet i landet och hur de ser på de ansträngningar som landet gör för att attrahera utländska investerare. Enkätfrågorna är utformade så att respondenterna kan formulera sig kort, men enkäten består främst av kryssfrågor där det erbjuds givna alternativ som ger bundna svar. Denna form har valts därför att svaren är praktiska att bearbeta då de enkelt kan jämföras med varandra (Ejvegård 2003). Författarna lade även stor vikt vid missivet som medföljde enkäten. I missivet presenterade författarna sig och studien och påvisade enkätens vikt för att få en hög svarsfrekvens (Patel 2003)

3.4.6 Urval vid enkätundersökning

För enkätinsamlingen användes ett subjektivt urval där vi utgick dels från en sammanställd lista över utländska investerare som tillhandahölls av FIPA, (Foreign Investment Promotion Agency), dels en lista över medlemmar i Foreign Investment Council, samt Svenska exportrådets kontaktlista. För att uppnå en hög svarsfrekvens har författarna i så hög utsträckning som möjligt försökt att komma i kontakt med företagen via en kontaktperson. Val av företag har gjorts med hänsyn till att täcka upp olika branscher, nationaliteter samt storlek på företag för att få ett brett perspektiv på situationen för utländska investerare i Bosnien och Hercegovina.

4. Empiri

I detta kapitel redovisas resultaten av de empiriska data. Inledningsvis ges en faktabeskrivning om Bosnien och Hercegovina som ger en tydlig överblick över situationen i landet. Vidare presenteras resultaten av enkätundersökningen, de insamlade data från intervjuerna och observationen.

4.1 Fakta om Bosnien och Hercegovina

Bosnien och Hercegovina är en decentraliserad republik bestående av två entiteter: Federation Bosnien och Hercegovina, som är dominerad av bosniaker och bosnienkroater och Serbiska republiken, där bosnienserber är i majoritet (Svenska Exportrådet 2006). Centralregeringen kallas för Ministerrådet och ligger i Sarajevo. Ministerrådet ansvarar bl.a. för utrikespolitiken, tullar och valutapolitiken, medan regeringarna på entitetsnivå beslutar över budget och lagstiftning. Landets högsta organ är det kollektiva presidentrådet, som består av representanter från de tre folkgrupperna, författningsdomstolen, parlamentet med två kamrar, folkförsamlingen och representanthuset (Nationalencyklopedin 2006). Hela den politiska strukturen är präglad av principen för etnisk maktdelning. Detta betyder att alla statliga institutioner, förutom ministerrådet, måste bestå av ett visst antal personer som representerar de tre folkgrupperna. Federationen Bosnien och Hercegovina består dessutom av 9 kantoner, som samtliga har var sin regering. Serbiska republiken har däremot ingen kantonal administrativ nivå, utan styrs mer centralt än vad Federationen gör.

Sedan Daytonavtalet² skrevs under, har representanter från det internationella samfundet haft stort inflytande i landet (Nationalencyklopedin 2006). En representant för det internationella samfundet (samtidigt EU:s speciella representant) har mandat i Bosnien och Hercegovina som Den Höge Representanten (Svenska Exportrådet 2006). Denne har fullmakt att stifta lagar och avskeda politiker som bedöms verka mot Daytonavtalet. När det gäller landets närmande till EU, har landet samarbetat med EU i den så kallade Stabiliserings- och associeringsprocessen (SAP) sedan 1999. För att Bosnien och Hercegovina ska få skriva under Stabiliserings- och associeringsavtalet (SAA) krävs det att landet genomför vissa reformer bl.a. inom polisväsendet, media och militären.

När det gäller den ekonomiska situationen i landet har Bosnien och Hercegovina åstadkommit en makroekonomisk stabilitet med en stabil valuta och låg inflation (Svenska Exportrådet 2006). Bosnien och Hercegovina kämpar med den stora arbetslösheten och fattigdomen, då mycket av landets näringsliv förstördes under kriget (Nationalencyklopedin 2006). Enligt Världsbanken har mellan 80 och 90 % av Bosnien och Hercegovinas industri och jordbruk förstörts under kriget.

² Fredsavtalet som undertecknades i december 1995.

4.2 Intervju med Nermin Zukić, VD, 061129

Nermin Zukić är VD på Foreign Investors Council och arbetar med att knyta samman de parter som är inblandade i investeringsprocessen.

När det gäller inflödet av FDI i Bosnien och Hercegovina anser Zukić att den nuvarande situationen kan beskrivas som relativt begränsad. Han menar att det blir särskilt påtagligt när man jämför landet med dess grannländer i regionen. Vidare berättar Zukić att Bosnien och Hercegovina har ett tämligen lågt FDI per capita. Han talar om framförallt Kroatien, men han nämner även Serbien som han ger som exempel på ett land som kan uppvisa bättre statistik inom detta område. Zukić berättar samtidigt att situationen ser ut som så, trots att man har lagt ned möda för att främja utländska investeringar i Bosnien och Hercegovina. Vidare menar Zukić att det tillvägagångssätt som man har använt sig av till synes varit misslyckat. Något som han däremot anser har varit gynnsamt för FDI-inflödet, är de privatiseringar som har drivits igenom under de senaste åren, som exempelvis RS Telekom och vissa kraftverk i Serbiska republiken. Under de senaste åren har de stora strategiska statliga bolagen stått för den största delen av de utländska direktinvesteringarna. Privatiseringsprocesserna har varit mycket viktiga, därför att de har lett till en ökning av utländska investeringar till landet berättar Zukić. Samtidigt menar han att det finns påtagliga skillnader mellan de två entiteterna. Han berättar att man i Serbiska republiken har lyckats skapat ett rykte som en mer företagsvänlig entitet. I Serbiska republiken har man bland annat haft framgång med att genomföra privatiseringar av telekombolagen, man har byggt motorvägar och man har utvecklat anordningar för utvinnande av kol, vilket ses som en betydelsefull och viktig utveckling för landet förklarar Zukić vidare. Däremot ser han inte samma utveckling i den andra entiteten, i Federationen Bosnien och Hercegovina.

När det gäller skatteincitamenten talar Zukić om hur kraftigt underutvecklade policys landet har. Han påpekar att det inte direkt gynnar utländska investeringar. Han ser det också som en nackdel att de båda entiteterna har olika skattesatser. Detsamma gäller för de lagar och regler som finns för utländska företag. Han nämner framför allt de regler som gäller under etableringsprocessen, som exempelvis företagsregistrering. Han menar att dessa regler inte underlättar för utländska företag som vill investera i landet. Infrastrukturen ser Zukić inte som en bidragande faktor för att öka utländska investeringar till landet, men han menar samtidigt att infrastrukturen för telekommunikation inte heller har varit avskräckande för utländska investerare.

Zukić beskriver arbetskraften i Bosnien och Hercegovina som billig och lättillgänglig men samtidigt inte konkurrenskraftig. Han rubricerar den som oproduktiv och syftar på de äldre generationerna som han beskriver som oflexibla jämfört med den yngre generationen. Han påpekar att skolsystemet inte uppmuntrar kritiskt tänkande och individualism.

Zukić berättar att FIPA (Foreign Investment Promotion Agency) spelar en viktig roll för Bosnien och Hercegovina, då det gäller att bidra till att stärka imagen för landet, både då det gäller generellt för hela landet, men även branschvis. FIPA har svaga resurser både finansiellt och när det gäller dess bemanning men Zukić säger att FIPA ändå utför ett hyfsat arbete. Han berättar att landet gör satsningar för att stärka sin image men att det oftast fokuseras på interna satsningar snarare än externa. Vidare talar han om hur landet saknar en tydligt utstakad strategi för att bygga upp sin image och han menar att de satsningar som görs lider av bristande ledarskap och en avsaknad av en klar vision.

4.3 Intervju med Ahmed Turkić, Extern promotionexpert, 061201

Ahmed Turkić är verksam på Direktoratet för Europeisk Integration inom Sektionen för strategier på avdelningen för promotion, där han arbetar som extern promotionexpert. Turkić är dels ansvarig för extern promotion av Bosnien och Hercegovina i EU och public relations inom landet och han arbetar även med public relation i Bosnien och Hercegovinas förhandlingsgrupp med EU.

Turkić berättar att Bosnien och Hercegovina för tillfället är mitt uppe i förhandlingarna för att kunna skriva under Stabiliserings- och sammanslutningsavtalet (Stabilization and Association-Agreement), vilket är ett avtal som måste skrivas under för att kunna börja förhandla om EU-medlemskap. Landet har förhoppningar att kunna skriva under avtalet inom en snar framtid, men innan dess måste vissa saker förändras berättar Turkić. Främst gällande polisreformen och Turkić menar att landet jobbar för ett framtida EU-medlemskap och att de har förhoppningen att det ska ske så snart som möjligt. När det gäller den ekonomiska situationen gäller det att jobba för den inhemska marknaden och göra den enhetlig berättar han vidare. Landet har byggt upp den statliga Centralbanken, Konkurrensrådet och andra statliga institutioner och landet har även introducerat ett enhetligt skattesystem, vilket har gått väldigt smidigt anser Turkić. Bosnien och Hercegovina förhandlar också om att få ett frihandelsavtal med EU som ska träda i kraft om några år. Landet har redan låga tullar och jobbar för att harmonisera alla lagar gällande marknaden och dess villkor, men det finns redan moderna regler för konsumenträtt och konkurrenslagar, vilka håller en modern standard berättar Turkić.

Privatiseringsprocessen är viktig för utländska investerare och den har varit framgångsrik framförallt inom banksektorn, men även inom stålindustrin. Vidare talar han om hur processen har avstannat under den senaste tiden på grund av parlamentsvalet detta år. Turkić anser att det gör att de statligt ägda företagen inte vill privatiseras på grund av risken att behöva avskeda en stor mängd anställda. Telekombranschen står på tur för att privatiseras och Turkić berättar att internationella företag har visat intresse för dessa företag. Han nämner även att det finns energiföretag och transportföretag, men berättar samtidigt att de mest attraktiva industrierna för utländska investerare redan är uppköpta. Turkić anser att landet snarare kan erbjuda greenfieldinvesteringar, vilket dessutom skulle kunna få landet att utvecklas på ett mer progressivt sätt. Han påpekar samtidigt att få greenfieldinvesteringar har genomförts i Bosnien och Hercegovina, men Turkić menar att det är en efterverkan av kriget, vilket har gjort att landet inte är attraktivt i det avseendet. Turkić beskriver också hur statligt ägda företag har en privilegierad position i förhållande till privata företag, men framhäver dock att det främst gäller telekomföretagen som är på väg att privatiseras, vilket han menar gör att problemet kommer att försvinna inom en snar framtid.

Vidare berättar Turkić att Bosnien och Hercegovina har en välutbildad arbetskraft som talar utländska språk. Han berättar även att utbildningssystemet är gratis och att det i landet finns goda färdigheter inom teknologi. Turkić talar om hur landets arbetskraft dessutom är billigare än den i Västeuropa. Han menar att den däremot inte kan jämföras med Kina, men framhåller att den geografiska positionen är mer fördelaktig för europeiska investerare. Han beskriver landet som en liten marknad på fyra miljoner, men Turkić påminner om att landet förhandlar för att bli medlem i CEFTA (Central European Free Trade Agreement), vilket han menar kommer leda till att utländska investerare kommer att få tillgång till en större marknad på 20-30 miljoner konsumenter.

Turkić talar om att Bosnien och Hercegovina under de senaste åren har börjat processen att förändra sina lagar och att målet är att skapa en miljö som ska vara identisk med länderna i EU. Landets FDI-lagar är flexibla och attraktiva för utländska investerare berättar Turkić. Vidare berättar han att lagarna garanterar nationell behandling av utländska företag och att lagarna ger rättigheter för utländska företag att äga fastigheter och anställa utländsk personal.

Turkić berättar att Bosnien och Hercegovina har inrättat FIPA (Foreign Investment Promotion Agency of Bosnia and Herzegovina), som är en promotionagentur för utländska investerare. Förutom FIPA arbetar även Ministeriet för utländsk handel och Direktoratet för Europeisk Integration för att marknadsföra landet. Vidare berättar han att FIPA är den institution som har som huvudansvar att attrahera utländska investerare, men att de har haft vissa problem med finansiering och tillgång till personal. Han menar dock att de nu driver ett intensivt arbete och nämner att de bland annat har åstadkommit en framgångsrik reklamfilm för Bosnien och Hercegovina som visas på CNN. Turkić beskriver FIPA som en organisation med en relativt byråkratisk struktur och menar att det även finns andra sätt som landet kan marknadsföra sig på, som han anser skulle vara mer effektiva. Han tycker att landet måste marknadsföra sig bättre, då landet fortfarande förknippas med kriget, vilket han menar inte speglar dagens verklighet. Att förändra bilden anser han vara en uppgift för alla personer i landet, men att satsa mer på sport och kultur skulle underlätta för att bättre kunna presentera landet på ett mer attraktivt sätt. Turkić nämner även betydelsen av att närma sig EU och att jobba med diplomatiska nätverk. Han talar även om svårigheterna för bosniska medborgare att resa utomlands och möta utländska medborgare, vilket han anser försvårar uppgiften att sprida positiv information om landet.

När det gäller möjligheter för utländska investerare att träda in och etablera sig på den bosniska marknaden påpekar Turkić att det inte är helt okomplicerat men att det har skett klara förbättringar under de senaste åren. Han medger samtidigt att proceduren för att etablera sig i landet måste förkortas. Han berättar även att i och med att finanssektorn har byggts upp från grunden är den mycket modern och innebär att det är säkert och stabilt för utländska investerare och deras kapital.

När det gäller Bosniens och Hercegovinas konkurrenssituation med andra länder i regionen anser Turkić att landet har ett sämre utgångsläge jämfört med Serbien och Kroatien då Bosnien och Hercegovina drabbades hårdare under kriget och har behövt större resurser för att återuppbygga landet. Serbien och Kroatien hade fler industrier som var verksamma under kriget till skillnad från industrierna i Bosnien och Hercegovina. Vidare berättar Turkić att Kroatien har en utvecklad privatiserad turism sektor vilket är till deras fördel, men Bosnien och Hercegovina har andra fördelar som tillgången till vatten- och energinäring. Turkić anser att CEFTA kommer ge landet bättre fördelar och att det kommer ge landet möjligheter att utveckla kluster i olika branscher.

Turkić menar också att utländska investerare ges möjligheter att ta del av utbyggnaden av infrastrukturen, då det finns planer på att bygga motorvägar i landet. Han berättar att förbättringar för infrastrukturen har skett, både när det gäller vägar och telekommunikation, men att nivån kan ännu inte mätas med EU-ländernas utveckling. Bosnien och Hercegovinas främsta naturresurser är vatten, kol, järnmalm. Landet har även börjat bygga vindkraft och de finns flera utländska företag som har visat intresse för detta. Turkić berättar även att naturresurserna finns men de inte har blivit utnyttjade. Han menar istället att turism är den sektorn som har stort potential, särskilt vinterturismen.

4.4 Intervju med Paul Baker, Internationell FDI expert, 061127

EUTDI (EU Capacity Building Initiative for Trade Development and FDI Attraction to Bosnia and Herzegovina), är en organisation av grundad EU som främst fokuserar på utveckling av handel, förbättring av regler och administration samt attrahering av FDI (EUTDI 2006). På EUTDI jobbar ett team av experter inom ovannämnda områden som har för uppgift att utbilda inhemsk personal och ge teknisk assistans till den bosniska regeringen. Med tanke på vårt problemområde har vi valt att intervjua Paul Baker, internationell FDI-expert vid EUTDI.

Paul Baker beskriver Bosnien och Hercegovina som ett land som fortfarande befinner sig i en efterkrigssituation. Han menar att återuppbyggnaden av landet och dess institutioner samt behovet att reformera regelverket och skydda utländska investera är de faktorer som mest har påverkat FDI-flödet i Bosnien och Hercegovina. Enligt Baker har det tröga reformarbetet lett till att FDI-flödet utvecklats relativt långsamt. Han berättar även att statistiken för FDI visar på ett starkt samband mellan privatiseringsprocessen och FDI-flödet, då de privatiserade företagen står för mellan 50 % och 70 % av den totala mängden investeringar. Baker menar att problemet är att privatiseringen av de statliga företagen går sakta pga. den komplicerade politiska situationen i landet. Det är speciellt svårt att privatisera vissa stora strategiska företag som har betydelse för båda entiteter i landet, t.ex. energi och telekomföretag. Vidare berättar Baker att experternas prognoser tyder på en ökning av investeringsflödet under den kommande perioden. FDI kommer förhoppningsvis att påverkas positivt av regeringsskiftet då den nya regeringen troligtvis kommer att verkställa vissa stora planerade privatiseringar, främst inom telekomsektorn. År 2006 har varit ett svagt år när det gäller utländska investeringar jämfört med tidigare år då siffrorna har pekat uppåt. Baker berättar att på grund av att 2006 är ett valår, har få beslut fattats gällande stora privatiseringar. Han tycker att det är viktigt att påpeka att statistiken för FDI fortfarande är fattig och otillförlitlig då det finns alldeles för många små utländska investeringar som inte finns presenterade i statistiken.

Baker beskriver byggindustrin och metallindustrin, (som båda är kopplade till naturresurserna) som de industrier utländska företagen har investerat mest i under de senaste åren. Finanssektorn är också intressant för utländska investerare och idag ägs ca 70 % av landets banker av utländska företag. Det främsta motivet till att stora utländska banker som Reiffeisen Bank, Unit Credit Bank och Turkish Zeraat Bank har etablerat sig i landet, har främst varit av strategiska motiv, för att kunna vara representerade som en internationell stor bank. Vidare berättar han att inhemska experter ser en stor potential för framtida investeringar i sektorer som turism, energi- och telekomsektorn, skogsindustri och matproduktion. Baker påpekar att många utländska företag är intresserade i att investera i dessa sektorer, men kanske främst i telekom- och turismsektorn. Byggsektorn har potential att attrahera mer utländska investeringar i framtiden.

Baker menar att den bosniska markandens storlek inte är något motiv för utländska företag att etablera sig i Bosnien och Hercegovina. Marknaden i Bosnien och Hercegovina är relativt liten (3,9 miljoner konsumenter). Däremot kan närheten till andra marknader i regionen vara en fördel för utländska företag anser han. De flesta utländska företag i Bosnien och Hercegovina är mer orienterade på export än på försäljning på den bosniska marknaden.

Inte heller incitament och stöd från regeringen har varit något starkare motiv för utländska företag att etablera sig i Bosnien och Hercegovina, enligt Baker. De nya FDI-lagarna som har blivit godkända under 2006 är attraktiva för utländska investerare men han påpekar att det kan

ta lång tid att implementera dem. Det största problemet ligger i det fattiga företagsklimatet och den krångliga byråkratin som är de största hindren för utländska investeringar i Bosnien och Hercegovina. Vidare berättar Baker att det är väldigt omständligt för företag att registrera sin verksamhet, få bygglov samt flytta sin verksamhet till en annan plats. Han anser att det inte kommer att bli bättre om inte företagsklimatet förbättras både för utländska och inhemska företag. Serbiska republiken har gjort vissa framsteg på senaste tiden när det gäller att förenkla procedurerna för företag i frågan om registreringar och andra tillstånd. Enligt Baker har dessutom redan givit positiva resultat. Han poängterar att de stora företagen alltid hittar vägar att lösa sådana typer av problem, medan små och medelstora bolag mer lider av de krångliga procedurerna. Angående företagsklimatet är det vissa saker som är bättre i Bosnien och Hercegovina än i andra länder i regionen, som t.ex. ett stabilt makroekonomisk klimat, en låg inflation, stabil valuta, men han menar samtidigt att dessa faktorer inte är tillräckliga för att dra utländska investerare till landet.

Företagsskatten ligger på 30 % i Federationen Bosnien och Hercegovina och företag kan få en skattereducering under en femårsperiod. Serbiska republiken erbjuder inga skattereduktioner men deras företagskatt är mycket lägre, den ligger på 10 %. Enligt Baker, kommer inga företag till Bosnien och Hercegovina pga. skatteincitament då andra länder i regionen erbjuder mer generösa incitament. Något stöd från regeringen går det knappast att prata om anser han. I nuvarande läget finns det inga tillräckligt effektiva institutioner som kan representera investerarnas intresse och få regeringen att lyssna på utländska företagare. För att Bosnien och Hercegovina ska konkurrera med grannländer om FDI måste regeringen identifiera sina tillgångar och de sektorer som har någonting att erbjuda till utländska investerare för att kunna attrahera mer investeringar.

Vidare berättar Baker att en annan faktor som skrämmer utländska investerare är den dåliga imagen som Bosnien och Hercegovina har i världen. Enligt Baker är det viktigt att marknadsföra landet på ett bra sätt så att utländska företagare ser att Bosnien och Hercegovina är ett säkert land som har förändrats mycket sen kriget. Ett steg i rätt riktning anser han vara den nyligen gjorda promotionvideon ”Enjoy Bosnia”. Organisationer som jobbar med marknadsföring av landet är den statliga turistbyrån som är relativt ny och FIPA. Enligt Baker är FIPA en alldeles för liten och dåligt finansierad organisation för att kunna göra ett bra jobb och landet har verkligen ett behov av en sådan organisation som ska attrahera och representera utländska investerare. Det som FIPA ska göra och som den inte gör i nuläget är att identifiera aktuella investeringsmöjligheter, sälja dem till utländska investerare samt utveckla bra relationer med lokala organisationer och företag. Baker nämner Serbien som exempel som har lyckats utveckla sin agentur under den senaste tiden och det har hjälpt dem att attrahera mer FDI. Han menar att inte ens människor som jobbar på handelskammaren är några effektiva partners för business. Ett annat sätt att marknadsföra landet och investeringsmöjligheter är via handelsdelegationer, ambassader och även via exilbosnier som har etablerat goda affärsrelationer runt om i världen. Även USAID och UNDP leder olika projekt för att marknadsföra landets image, utveckla export och attrahera utländska investeringar. När det gäller regeringen finns det ingen konkret, global strategi för att marknadsföra landet och förbättra dess image och enligt Baker förstår regeringen inte nödvändigheten i att öppna landet mot omvärlden.

Baker berättar vidare att Bosnien och Hercegovinas infrastruktur är relativt utvecklad och att stora delar är förstörda under kriget. De flesta landsvägarna är reparerade men det som landet saknar är motorvägar. En motorväg som ska binda Budapest med Adriatiska kusten och sträcka sig genom hela landet är planerad men det kommer att ta lång tid tills den blir färdig,

och detta för att regeringen saknar medel för motorvägsbygget, menar Baker. Brist på motorvägar i Bosnien och Hercegovina är en av anledningarna till att utländska investerare bygger sina fabriker nära kroatiska gränsen. På så sätt har de både tillgång till billigare arbetskraft i Bosnien och Hercegovina och närhet till kroatiska motorvägar. Baker berättar att det största hindret för ombyggnad av landets järnvägar, som blev skadade under kriget, är oenigheten mellan de två entiteterna om en gemensam järnvägsoperatör. Dåliga järnvägar skadar landets image och stoppar utländska investerare, främst inom skogsindustrin. När det gäller infrastruktur som flygplatser och hamnar, så har landets internationella flygplats i Sarajevo och den bosniska hamnen Ploce tillräckligt stor kapacitet för att täcka investerarnas behov. Enda problemet med flygplatsen är dimman som orsakar svårigheter under vinterhalvåret. Mjukinfrastruktur som telekommunikationer och Internet ska enligt Baker, inte utgöra något hinder för utländska investerare.

Paul Baker hade svårt att hitta argument för utländska investerare att investera i Bosnien och Hercegovina. De få fördelar som landet kan erbjuda i nuläget är naturresurser och människor. Baker menar att utländska företag i Bosnien och Hercegovina är väldigt nöjda med sina arbetare, speciellt när det gäller anställdas kreativitet. Det är en av de resurser som landet förfogar över men inte utnyttjar tillräckligt. Regeringen borde satsa mer på de kreativa industrierna, som grafisk design och filmindustri anser Baker. En del utländska företag kommer till BiH på grund av billig arbetskraft, men det är samtidigt inte bra för landet på lång sikt att få en image som "landet med billig arbetskraft" berättar han vidare. Arbetskraftskostnaden är relativt låg jämfört med EU-genomsnittet, men ändå högre än i några andra länder i regionen, inklusive Serbien, Rumänien och Bulgarien. Det som ställer med problem för investerarna i Bosnien och Hercegovina är att företag får betala höga sociala avgifter för sina anställda och det gör att många väljer att inte anställa fler arbetare än det som är nödvändigt. Enligt Baker är kostnaden och kunskapen hos arbetskraften inga starka argument för utländska företag att etablera sig i Bosnien och Hercegovina. Inom vissa branscher som t.ex. metallindustrin och ingenjörskonst finns det en hel del högkvalificerad arbetskraft från innan kriget, men när det gäller branscher där den tekniska utvecklingen har varit omfattande under de senaste 15 åren, har Bosnien och Hercegovina mindre att erbjuda berättar Baker. Under en lång tid fanns inga teknologiska institut eller universitet som stödde industrin inom teknisk utveckling. Landet måste arbeta på att utveckla nya kunskaper och även att överföra existerande kunskaper till yngre generationer, annars kan det hända att de går förlorade menar Baker. Problemet är att regeringen inte investerar i forskning och utveckling och högskolorna brister i finansiering. En stor tillgång kan vara unga bosnier som har utbildat sig utomlands, exempelvis i EU och USA och som återvänder till sitt hemland berättar Baker och menar att det är dessa människor som utländska företag vill anställa.

Det som utländska företag i Bosnien och Hercegovina kan ta del av är klusterfördelar. En del kluster har utvecklats i landet pga. kluster utvecklingsprogram som blev finansierade av internationella organisationer, som t.ex. USAID och GTZ. Den sistnämnda, som är ett projekt av tyska regeringen fokuserade på att utveckla bilindustrikluster i Bosnien och Hercegovina. USAID finansierade olika klusterprogram inom turismsektorn, skogindustrin och jordbruket. Det finns planer att göra Sarajevo till centrum för ett regionalt Balkankluster för Volkswagen och även metallindustri har en stor potential att utveckla ett stort nätverk med andra Balkanländer. Enligt Baker kommer även integrerings- och anslutningsprocessen till EU att påverka positivt utländska företagens beslut att investera i Bosnien och Hercegovina.

4.5 Intervju med Rijad Kovac, Ekonomisk rådgivare, 061205

Rijad Kovac är ekonomisk rådgivare vid EPPU, Avdelningen för ekonomisk planering och implementering, en sektion vid Ministerrådet som är en del av den bosniska regeringen (EPPU 2006). EPPU undersöker och övervakar bl.a. företagsklimatet, ekonomiska reformer, ekonomisk harmonisering med EU. EPPU är starkt beroende av tillgänglig statistik, men pga. den nyligen etablerade statliga statistiska byrån, som inte är färdigutvecklad, utgår EPPU främst från Världsbankens statistik.

Ekonomiska läget i landet beskriver Kovac som ännu problemfyllt. Bosnien och Hercegovina är en övergångsekonomi som kämpar med samma problem som andra övergångsekonomier i Central- och Östeuropa. Bosnien och Hercegovina har dessutom befunnit sig i en efterkrigssituation tills för ungefär två år sedan och detta har dessutom försvårat den ekonomiska situationen i landet ytterligare. En stor del av infrastrukturen var förstörd under kriget och allt är inte reparerat än. Problematiken ligger även i att landet har en väldig komplex politisk struktur, med två entiteter och nio kantoner inom den ena entiteten, Federationen Bosnien och Hercegovina. I landet finns det nästan 100 ministerier med var sin stab och enligt Kovac ställer denna komplicerade strukturen till problem då beslut ska tas och då lagar och regler ska implementeras.

När det gäller den nuvarande ekonomiska situationen, pratar Kovac om en stabil makroekonomisk miljö. Den finansiella sektorn är byggd efter EU-standard och landet har en stabil valutakurs. Även inflationen är låg som bidrar till den stabila makroekonomiska miljön. Dessutom påpekar han att landet har en fördelaktig geografisk position och gott om naturresurser. Ytterligare en möjlighet som utländska företag kan utnyttja i Bosnien och Hercegovina är de privatiseringsprocesser som omfattar en del stora strategiska bolag, främst inom energi och telekomsektorn. Inom snar framtid kommer flera företag att privatiseras och regeringen förväntar sig att det kommer att attrahera utländska investerare. Utöver det berättar Kovac om de naturresurser som landet disponerar över: stora mängder kol, järnmalm, koppar, bauxit samt vatten. Det finns även en stor potential för skogsindustrin och turismsektorn menar han.

Det som landet saknar och som enligt Kovac stoppar de utländska investerarna är en fungerande infrastruktur. Politikerna har enats i att staten måste investera i infrastrukturen men de har svårt att enas om medel och strategi. Förutom den knappa infrastrukturen, stöter investerarna på andra problem som yttrar sig i den komplexa byråkratin. Det komplicerade politiska systemet erbjuder inga okomplicerade regler. Företag som vill registrera sin verksamhet, skaffa bygglov eller liknande måste gå igenom en lång och krånglig procedur berättar han vidare och menar att stora investeringsprojekt måste vänta länge på tillstånd från regeringen. I Serbiska republiken, har man drivit igenom en framgångsrik reform: "Guillotine of procedures". Kovac berättar att genom den lyckades man att minska tiden för olika tillstånd och registreringar. Det som hindrar Federationen Bosnien och Hercegovina att göra samma sak är den komplexa och enligt Kovac dåligt fungerande byråkratin. Medan Serbiska republiken har en relativt centraliserad makt, är den politiska strukturen i Federationen Bosnien och Hercegovina decentraliserad och han menar att det visar sig ställa till vissa problem för Federationen. Enligt Kovac är det bra med decentralisering av makten så länge det lämnas utrymme för att implementera policyn. Vidare berättar han att även skattenivåer är olika i de två entiteterna. Federationen Bosnien och Hercegovina har en företagsskatt på 30 % och erbjuder skatteincitament under en femårsperiod medan företagsskatten i Serbiska republiken är mycket lägre, den ligger på 10 %. Det som ytterligare försvårar situationen för

utländska företag och för det ekonomiska systemet i helhet är de tre folkgruppernas olika politiska intressen. Dessa intressekonflikter präglar näringslivet på alla nivåer anser Kovac.

När det gäller FIPA och andra organisationer som ska marknadsföra landet och ha kontakt med utländska investerare, anser Kovac att de borde fokusera mer på ekonomisk promotion. Det inkluderar aktiviteter som ska marknadsföra investeringsmöjligheter i landet, hjälpa företag att exportera samt skapa nätverk mellan utländskt ägda företag och inhemska företag. Det sistnämnda kan dessutom leda till att möjliggöra för överföring av kunskap och teknologi mellan företag berättar han vidare. "Enjoy Bosnia"-videon uppfattar Kovac som ett effektivt sätt att förbättra landets image i världen.

Det som kan vara en fördel för Bosnien och Hercegovina jämfört med andra länder i regionen, är den stabila mikroekonomiska miljön med en stabil valuta och låg inflation. Kovac menar att dessa fördelar visade sig vara fördelaktiga inom banksektorn då de attraherade en stor mängd utländska banker att etablera sin verksamhet i Bosnien och Hercegovina. Vidare berättar han att utöver naturresurser och den stabila mikroekonomiska miljön har landet en tillgänglig arbetskraft att erbjuda till utländska företagare. Kovac menar att arbetare inom lågavlönade yrkesgrupper har bra kunskaper och det kan vara en fördel för utländska företag medan högkvalificerad arbetskraft inte är någon tillgång som landet kan erbjuda till utländska investerare. Problemet beror främst på utbildningssystemet som är inte är anpassad med företagets behov berättar Kovac och han ser ett behov av reformering av utbildningssystemet.

4.6 Seminarium ”Economy of Bosnia and Herzegovina and Harmonization with the EU”

Under seminariet ”Economy of Bosnia and Herzegovina and Harmonization with the EU” den 1 december 2006 kunde vi ta del av följande information som visar hur företagsklimatet ser ut i Bosnien och Hercegovina. Den presenterades av Dirk Reinermann som är Country Manager för Bosnien och Hercegovina på Världsbanken.

Nedan redovisas en tabell som visar det utländska investeringsinflödet mellan åren 1994-2005 i Bosnien och Hercegovina och enligt Dirk Reinermann (2006) tyder allt på att resultat för 2006 kommer bli ännu lägre än 2005. Vidare menar Reinermann att det är totalt sett är för lågt och att landet behöver se över sina strategier för att kunna öka inflödet.

Utländska direkt investeringar i Bosnien och Hercegovina 1994 – 2005 (Miljoner KM)

1994-1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
83,3	117,4	324,5	310,1	274,2	604,3	330,8	1209,4	474,8

Källa: Ministry of Foreign Trade and Economic Relations

Följande tabell visar Bosnien och Hercegovinas rankingplacering i en jämförelse av 175 länder. Det som utmärker sig är landets placering när det gäller att få kredit där landet har en hög placering. Dirk Reinermann menar att landets placeringar i övrigt är ett resultat av ett företagsklimat som har en för svag utveckling, vilket får negativa konsekvenser för utländska investerare. Han menar att landet måste förbättra sig på dessa områden för att kunna bygga upp sitt land och göra affärsklimatet mer attraktivt därför att landet är i behov av fler arbetstillfällen och stärka sin ekonomi. Landet behöver både utländska men även fler inhemska företag berättar Reinermann som förklarar att det behövs för att kunna stärka landets konkurrensfördelar.

Ease of...	2006 rank	2005 rank	Change in rank
<i>Doing Business</i>	95	91	-4
Starting a Business	141	136	-5
Dealing with Licenses	160	159	-1
Employing Workers	95	96	+1
Registering Property	139	142	+3
Getting Credit	7	7	0
Protecting Investors	83	81	-2
Paying Taxes	111	98	-13
Trading Across Borders	56	53	-3
Enforcing Contracts	117	114	-3
Closing a Business	69	68	-1

Källa: World Bank

Reinermann (2006) påpekar att Bosniens och Hercegovinas placering för att starta ett företag är generellt sämre jämfört med de övriga i regionen. Något som är försvårar är främst den långa tiden det krävs för att registrera ett företag. Reinermann presenterar ett snitt på 54 dagar och jämför det med 32 dagar som är snittet för regionen. Vidare berättar han att detta är en av huvudorsakerna till att många utländska företag inte fullföljer processen att investera i landet därför att det är en för komplicerad process att sig igenom. Detsamma gäller tiden och

kostnaden för att erhålla licenser för att kunna starta ett företag. Snittet ligger långt efter övriga länder i regionen. Övriga faktorer som spelar in är processen med att registrera egendom som också är en viktig faktor i affärsklimatet där landet har en svag placering i jämförelse med andra länder menar Reinermann. Han ser också ett behov av att sänka moms och arbetsgivaravgiften för att göra landet mer attraktivt. Reinermann påpekar även att företagsskatten i Federationen Bosnien och Hercegovina är störst i regionen. Vidare redogör han för behovet att utveckla infrastruktur, där han beskriver situationen som en motsvarande den som existerade innan krigets förödelse. Han påpekar vikten av att samarbeta regionalt för att göra det mindre kostsamt att utveckla infrastrukturen.

Aldin Medjedović (2006) berättar hur investeringsklimatet ser i ut i Bosnien och Hercegovina och framhåller vikten av att jämföra med andra länder i regionen och att inte låsa fast sig vid jämförelser hur landet har utvecklats sedan föregående år. Medjedović påpekar att Bosnien och Hercegovina har utvecklats bättre när det gäller investeringspolitiken, då landet har utformat FDI-lagar som är moderna och är väl anpassade till dagens förutsättningar. Däremot berättar Medjedović (2006) att det finns ett flertal hinder som försvårar utvecklingen för att skapa ett mer attraktivt företagsklimat, varav de största hindren är att det råder en konkurrens på olika villkor, vilket drabbar mindre företag som är villiga att investera. Vidare talar han om att det finns en utbredd korruption och att den svarta ekonomin är alldeles för utbredd i landet. Han påpekar även att proceduren för att registrera och avregistrera företag är komplicerad och ineffektiv vilket har en direkt inverkan på attraktiviteten av landets företagsklimat.

4.7 Enkätresultat

Eftersom svarsfrekvensen i enkätundersökningen blev relativt låg har författarna valt att inte sammanställa dessa data i form av diagram och tabeller, som först var planerat. Data insamlad från enkäterna användes istället för att stödja resultatet från andra insamlingsmetoder. Av 50 stycken utländska företag i Bosnien och Hercegovina som kontaktades, svarade enbart 5 stycken, därför kan inte dessa resultat anses som representativa.

En fråga som ställdes till utländska investerare i Bosnien och Hercegovina, undersökte hur olika faktorer påverkade deras beslut att investera i landet. Faktorerna blev indelade i fem grupper där första gruppen handlade om finansiella determinanter (se bilaga 2). Utifrån de svar som författarna erhöll kunde det urskiljas att företagsskatter, skatteincitament, samt att inflationen och valutan hade en allmänt positiv inverkan på företagens beslut att investera i Bosnien i Hercegovina. När det gäller frågan om lagar och regleringar, så fanns det inget klart samband i företagens svar. Däremot på frågan om mänskliga resurser, var de fem företagen eniga om att kostnad för arbetskraft, tillgänglighet av högkvalificerad arbetskraft, samt att anställning och uppsägning av personal, hade en positiv påverkan på deras investeringsbeslut. Ytterligare kunde det urskiljas att företag som var beroende av naturresurser, ansåg att naturresurserna i Bosnien i Hercegovina påverkade deras investeringsbeslut väldigt positivt. När det gäller marknaden så hade vissa faktorer, som den geografiska positionen av Bosnien och Hercegovina, närheten till andra marknader i regionen, tillgänglighet till kluster och existerande nätverk, visat sig vara positiva för företagens investeringsbeslut. Samtliga företag betonade betydelsen av att vara närvarande på marknaden av strategiska skäl.

De fem utländska företagen ansåg att de inte fick något stöd från institutioner som den bosniska regeringen, FIPA och Handelskammaren i Bosnien och Hercegovina medan ambassaderna har varit mer hjälpsamma. Vidare anser företagen att integreringsprocessen med EU har betydelse för deras företag. Samarbete med inhemska företag bedömer företagen som positivt.

När det gäller hur företag upplever olika faktorerers påverkan på deras affärsverksamhet idag visade svaren att företagen var allmänt nöjda med leverantörsnätverk, valutan och inflationen. Företagen var mindre positiva till lagar och regleringar, företagsskatter och skatteincitament. Resultatet för telekommunikationen i landet gav inget entydigt svar, men transportinfrastrukturen uppfattades däremot som övervägande negativ för företagens verksamhet.

5. Analys

I detta kapitel presenteras analysen av resultaten från empirin med den teoretiska referensramen som underlag.

5.1 Naturresurser

Byggindustrin och metallindustrin är de industrier som attraherar flest utländska investeringar enligt Paul Baker (2006). Dessa industrier är starkt kopplade till naturresurserna vilket tyder på att naturresurserna är ett av de viktigaste argumenten för utländska företagare att investera i Bosnien och Hercegovina. Samtidigt ser Baker en potential för framtida utländska direktinvesteringar inom sektorer som matproduktion, skogsindustri, men främst energisektorn och turism. Samtidigt påpekar Baker att den dåliga infrastrukturen är det största hindret för utländska investerare inom skogsindustrin. Även Rijad Kovac (2006) och Ahmed Turkic (2006) påpekar att Bosnien och Hercegovina har gott om naturresurser vilket visar att det kan finnas en potential i att utnyttja dessa resurser för att attrahera utländska investeringar. Enkätresultaten visar att även de utländska företag i Bosnien och Hercegovina, som har en verksamhet bunden till naturresurser, anser att tillgänglighet till naturresurserna påverkade deras investeringsbeslut positivt. Dunning (1988) diskuterar naturresurserna som viktiga resurssökande motiv för företag som söker sig till länder med tillgång till specifika naturresurser.

Turkic (2006) påpekar att flera utländska investerare har visat intresse att investera i vindkraft medan tillgång till vatten och energi anses som starka konkurrensfördelar då landet ska tävla om utländska direktinvesteringar med andra länder i regionen. När det gäller att konkurrera med grannländer om utländska direktinvesteringar anser Baker (2006) att Bosnien och Hercegovina saknar en klar strategi för att identifiera sina tillgångar för att kunna attrahera mer utländska investeringar. Behovet av att identifiera tillgångar nämner även Turkic (2006), då han menar att naturresurserna i Bosnien och Hercegovina inte exploateras tillräckligt. Möjligheten att utnyttja naturtillgångar för att attrahera utländska investeringar kan relateras till Porter (1998), då han framhåller naturresurser som konkurrenskraftiga fördelar då ett land ska konkurrera om utländska direktinvesteringar.

5.2 Mänskliga resurser

Samtliga intervjuade anser att arbetskraften i Bosnien och Hercegovina är tillgänglig och relativt billig jämfört med hur det ser ut i EU (Kovac 2006, Baker 2006, Zukic 2006, Turkic 2006). Samtidigt påpekar Baker och Kovac att kostnaden för arbetskraften är större än i vissa andra länder i regionen och att en stor tillgänglighet på arbetskraft har ett samband med en hög arbetslöshet (Baker 2006, Kovac 2006). Baker (2006) anser inte att Bosnien och Hercegovina ska profilera sig som ett land med billig arbetskraft då det kan skada landets image på långsikt. Dunning (1988) talar däremot om att en billig arbetskraft är en av grundläggande faktorer inom företagets resurssökande motiv.

Enligt Porter (1998) omfattar mänskliga resurser även andra kategorier förutom kostnad och tillgänglighet på arbetskraft, som kompetens och arbetsetik. Medan Ahmed Turkic (2006)

pratar om en tillgång på välutbildad arbetskraft som har goda färdigheter inom teknologi, anser Baker (2006) att Bosnien och Hercegovina inte kan erbjuda kompetent personal inom sektorerna där den tekniska utvecklingen har varit betydande (Turkic 2006, Baker 2006). Enligt Baker ligger problemet i att regeringen inte investerar i forskning och utveckling, samt i att högskolorna saknar nödvändiga resurser. En stor risk är att de färdigheterna som finns i landet går förlorade om det inte möjliggörs en överföring av kunskap till yngre generationer. Utbildningssystemet har brister och att den måste anpassas mer till företagens behov (Kovac 2006, Zukic 2006). Enligt dem efterfrågar utländska företag en typ av kompetens som arbetskraften i Bosnien och Hercegovina saknar, nämligen kritisk tänkande, individualism, samt kommunikations- och presentationsskicklighet.

Däremot visar enkätundersökning att de utländska företagen är allmänt nöjda med arbetskraften i landet, då de beskriver både kostnad för arbetskraft och tillgänglighet på högkvalificerad arbetskraft som positiva faktorer. Paul Baker (2006) är kritisk till utbildningssystemet i Bosnien och Hercegovina men han anser att människor ändå är en av de största resurser som landet förfogar över och som kan erbjudas till utländska investerare. Han menar att utländska företag är allmänt nöjda med sina arbetare och att arbetskraften är väldigt kreativ. Däremot påpekar Baker att regeringen inte utnyttjar och marknadsför de mänskliga resurserna på ett bra sätt. Kotler (1993) diskuterar att landet måste förstå vad företag efterfrågar och inse hur stor vikt olika faktorer för investerarna har, för att kunna attrahera mer utländska direktinvesteringar. Han påpekar att arbetskraftskompetens och tillgång är viktigt därför att de i hög grad påverkar utländska företags investeringsbeslut.

5.3 Marknadspotential

Bosnien och Hercegovina har en liten marknad på nästan fyra miljoner invånare som dessutom är indelat i två entiteter (Baker 2006, Turkic 2006). Paul Baker anser att storleken på den bosniska marknaden inte är något motiv för utländska företag att investera i landet, då det finns större konsumentmarknader i regionen (Baker 2006). Enligt Baker är därför de flesta utländska företag mer orienterade på export än på försäljning på den bosniska marknaden. Däremot anser både Baker och Turkic att närheten till närliggande marknader kan vara en fördel för utländska investerare. Turkic nämner även att ett potentiellt medlemskap i CEFTA (Central European Free Trade Agreement) som landet förhandlar om, skulle erbjuda en tillgång till ännu fler konsumenter (Turkic 2006). Enligt (Dunning 1988) syftar marknadens potential just på marknadens storleksgrad och tillgång till närliggande marknader, då de faktorerna kan ha en stor betydelse för utländska investerare

Turkic (2006) anser även att landets geografiska position kan vara en fördel för utländska investerare. Enkätresultat visar också att de utländska företagen håller med om att landets geografiska position är fördelaktig och även närheten till andra marknader hade positivt påverkan på deras investeringsbeslut. Resultatet från enkäterna visar även på att utländska företag i Bosnien och Hercegovina hade strategiska motiv att etablera sig på marknaden, då deras strategi var att ta marknadsandelar. Strategiska motiv påpekas även av Baker då han diskuterar hur utländska banker valde att etablera sig i Bosnien och Hercegovina för att ta marknadsandelar, då de hade en strategi att bli internationella eller regionala företag (Baker 2006). De strategiska motiven diskuterar även Dunning (1988) då han förklarar hur företag väljer att penetrera en marknad för att utnyttja vissa strukturella brister i samhället eller för att ta en marknadsandel. Det som de utländska företagen lyckades dra nytta av var privatiseringsprocessen i Bosnien och Hercegovina (Kovac 2006, Baker 2006, Zukic 2006,

Turkic 2006). Privatiseringar av stora strategiska företag, främst inom telekom- och energisektorn, anses kunna attrahera fler utländska investerare i den närmaste framtiden.

5.4 Kluster och regionalt samarbete

Etablering på en ny marknad erbjuder ofta en möjlighet att tränga sig in i ett existerande kluster och ta del av informations- och kommunikationsnätverk (Dunning 1988). Enligt Baker finns det möjligheter för utländska företag att utnyttja klusterfördelar även i Bosnien och Hercegovina (Baker 2006). En del kluster utvecklades i landet genom så kallade klusterutvecklingsprogram, som blev initierade och bekostade av internationella organisationer. Bilindustrikluster och kluster inom turismsektorn samt jordbruk och skogsindustri är några exempel på kluster som har utvecklats under senaste tiden. Enligt Baker har även metallindustrin potential att utveckla ett regionalt nätverk med andra länder på Balkan.

Dunning menar att de internationella handelsavtalen är viktiga för att kunna attrahera utländska direktinvesteringar (Dunning 1988, 2000). Även Bandelj (2002) påpekar hur politiska allianser mellan länder påverkar investeringsflödet positivt. Turkic (2006) menar att ett eventuellt medlemskap i CEFTA skulle generera fler fördelar för landet och på så sätt attrahera fler utländska investeringar och även öppna möjligheter till fler kluster. Baker (2006) pratar också om hur regionalt samarbete påverkar investeringarna och diskuterar hur utvecklingen inom integrerings- och anslutningsprocessen med EU har ett positiv påverkan på utländska företagens beslut att investera i Bosnien och Hercegovina. Detta samband nämner även Bevan och Estrin (2000), då de anser att en planerad tidtabell för ett inträde i EU leder till en ökning i utländska direktinvesteringar. Enkätresultaten pekar på att de utländska företagen i Bosnien och Hercegovina anser att tillgänglighet till kluster och existerande leverantörsnätverk hade en positiv påverkan på deras investeringsbeslut. Det framkommer även att företagen ser integrerings- och anslutningsprocessen med EU som väsentlig och betydelsefull för deras verksamhet, vilket kan tyda på att det finns ett behov för landet att fokusera ytterligare på den utvecklingen.

5.5 Infrastrukturvillkor

Infrastrukturen när det gäller vägnät, järnvägar och telekommunikation är återuppbyggd sedan kriget. Men landet är medvetet om att ytterligare utbyggnader måste göras, då det framförallt finns ett behov att bygga fler motorvägar (Turkić 2006, Kovac 2006, Baker 2006, Reinermann 2006). Däremot går denna utveckling mycket sakta då det saknas en konkret strategi för att realisera de motorvägsplaner som finns. Infrastrukturen är viktig för ett land för att kunna marknadsföra och locka till sig utländska investerare (Kotler, Haider & Rein 1993). Kumar (2001) visar även i sin forskning att fungerande infrastruktur minskar kostnaderna för utländska investerare och att många multinationella företag är känsliga för tillgången till infrastruktur. Detta antyds i de resultat som framkommit då flera fabriker har byggts nära den kroatiska gränsen där företag har tillgång till bättre fungerande infrastruktur. Det kan tyda på att utländska investerare hindras av den rådande infrastrukturen i Bosnien och Hercegovina. Inom skogsindustrin är detta särskilt påtagligt (Baker 2006). Detta indikerar att landets naturresurser därför inte kan utnyttjas till fullo då utländska företag begränsas av det utvecklade järnvägsnätet. Som ovan nämnts är telekommunikationen återuppbyggd sedan kriget och det upplevs inte att den utgör ett hinder för utländska investerare, trots att den inte

är fullt så utvecklad som i EU-länderna (Turkić 2006, Zukić 2006). Dunning (1988) hävdar betydelsen av en utvecklad infrastruktur där förbindelserna till kringliggande regioner är avgörande. Bosnien och Hercegovinas hamn Ploce har kapacitet för att täcka utländska företags behov, men för framtiden krävs det bättre förbindelser till hamnen (Baker 2006). Det betyder att både järnvägsnät och vägnät bör förbättras. I enkätundersökningen framkom det att de utländska företagen uppfattade den rådande transportinfrastrukturen som negativt för deras verksamhet, medan frågan om telekommunikationen i landet inte gav ett entydigt svar. Detta tyder på att landets hårda infrastruktur inte är tillräckligt utvecklad för att landet ska kunna attrahera utländska investerare.

5.6 Regeringens stöd och incitament

Dunning (1988) visar att de regler och incitament som regeringen ger är en av de platsfördelar som en marknadsplats kännetecknas av. Kotler, Haider & Rein (1993) framhåller också betydelsen av att regeringar erbjuder incitament för att attrahera utländska investerare. Där exempel på incitament kan vara hur lagstiftningen är utformad eller diverse skatteincitament. Kovac (2006) berättar om skattesystemet i Bosnien och Hercegovina, som skiljer sig i de två entiteterna, där Serbiska republiken har en företagsskatt på 10 % medan Federationen Bosnien och Hercegovina har en skattesats på 30 %, vilket han menar försvårar situationen för utländska företag. Däremot kan utländska företag få skattereduceringar under en femårsperiod, men detta gäller bara Federationen Bosnien och Hercegovina. I enkätundersökningen framgår det att de tillfrågade utländska företagen påverkades positivt av landets skatteincitament inför deras beslut att investera i landet. Däremot beskrev företagen att skattereglerna i dagsläget har en allmän negativ påverkan för deras företag. Reinermann (2006) beskriver affärsklimatet som underutvecklat när det gäller skattesystemet, därför att skattesatsen inte gör sig fördelaktig i jämförelse med andra länder i regionen. Detta tyder på att landet inte kan använda av sig av skatteincitament som en huvudsaklig attraktionskraft, men att de skatteincitament som erbjuds ändå hade positivt inflytande på företagens beslut att investera i Bosnien och Hercegovina. När det gäller regelverk som möjliggör för utländska investerare att träda in och etablera sig på den bosniska marknaden påpekar Turkić (2006) att det inte är helt okomplicerat, men att det har skett klara förbättringar under de senaste åren. Detta anses dock fortfarande innebära stora problem för utländska investerare då affärsklimatet ger en bild av att vara oattraktivt. Samtidigt försvårar det komplicerade och byråkratiska regelverket även för inhemska företag (Baker 2006). Blomström och Kokkos (2003) forskning visar att det är viktigt att satsa på incitament både för utländska och inhemska företag för att göra landets affärsklimat attraktivt. Morisset (2003) visar också att ett land måste utveckla affärsklimatet innan resurser läggs på promotion. Det som försvårar för utländska företag är framförallt processen att registrera företag men även processen att erhålla licenser menar Reinermann (2006), som visar att skillnaderna är stora i förhållande till andra länder i regionen. Kovac (2006) berättar att Serbiska republiken har gjort klara förbättringar i sitt system, till skillnad från Federationen Bosnien och Hercegovina och detta visar sig också i antal investeringar. Nya lagar för utländska direktinvesteringar har införts som håller en modern standard (Turkić 2006, Medjedović 2006). Dessa lagar har dock fått föga effekt då det är en lång process att få dem implementerade (Baker 2006).

5.7 Promotionprogram

I Bosnien och Hercegovina arbetar flera institutioner med att marknadsföra landet gentemot utländska investerare där promotionagenturen FIPA är den organisation som bär huvudansvaret (Turkić 2006, Zukić 2006). Deras arbete anses som betydelsefullt i det avseendet att det finns ett behov att förändra landets image (Turkić 2006, Zukić 2006, Kovac 2006, Baker 2006). Bosnien och Hercegovina förknippas fortfarande med Balkankriget trots att det har skett en omfattande utveckling av landet sedan dess (Reinermann 2006, Turkić 2006, Baker 2006). FIPA har utarbetat en promotionvideo för Bosnien och Hercegovina vilket ses som ett litet steg i rätt riktning. (Kovac 2006, Baker 2006, Turkić 2006). Däremot har FIPA begränsade resurser, både när det gäller dess budget och dess arbetsstyrka, vilket har visat sig i deras prestationer (Turkić 2006, Zukić 2006, Baker 2006). Morisset (2003) visar på ett positivt samband mellan promotion och utländska investeringar men han betonar att det krävs ett starkt finansiellt stöd för att göra ett promotionprogram effektivt. Detta överensstämmer med resultaten i denna undersökning, då det har framkommit att FIPAs arbete inte har något betydande effekt för utländska investerare. I enkätundersökningen framgår det att ingen av de fem företagen ansåg att de fått stöd från promotionagenturen. Vidare menar Baker (2006), som har ett brett kontaktnät med utländska investerare i Bosnien och Hercegovina att deras insatser är missriktade, då de inte fokuserar på att bygga upp kontaktnät som knyter utländska investerare med lokala företag. Detta tyder på att FIPA inte uppfyller sin egentliga funktion att representera och hjälpa de utländska företagen. Turkić (2006) som har en god inblick i organisationen beskriver den som byråkratisk och ineffektiv men förklarar att promotionagenturen endast har femton personer anställda vilket kan förklara deras svaga insatser. Wells och Wint (2000) visar i sin forskning att ett effektivt promotionprogram måste vara utformat att först bygga upp en stark image för landet. Morisset (2003) pekar också på innebörden av att fokusera på att utveckla affärsklimatet innan resurser läggs på promotion, särskilt för länder med ett fattigt affärsklimat. Det saknas en klar vision för ett tillvägagångssätt som är effektivt samtidigt som det saknas en heltäckande konkret strategi i landet för att stärka imagen och attrahera utländska investerare (Baker 2006, Turkić 2006, Zukić 2006). Enligt Kotler, Haider och Rein (1993) anses detta som avgörande för att kunna attrahera utländska investerare. De menar att landet måste identifiera sina styrkor och svagheter för att kunna utveckla en marknadsföringsstrategi för landet. Detta indikerar att Bosnien och Hercegovina har svårigheter att stärka sin image, då det saknas en heltäckande strategi för platsmarknadsföring. Affärsklimatet har dessutom många brister, när det gäller tillgängligheten för utländska företag, vilket kan bidra till svårigheterna att stärka landets image gentemot utländska företag.

6. Slutsats

I detta kapitel presenterar författarna de slutsatser som framkommit genom analysen.

Bosnien och Hercegovina är rikt på naturresurser och flertalet utländska företag har investerat i landet på grund av detta. Det finns en stor potential för att kunna utnyttja dem även i framtiden. Landet har däremot inte utnyttjat sina naturresurser tillräckligt, då det saknas en strategi för att identifiera och marknadsföra dem. En annan betydande resurs är människor. Bosnien och Hercegovina kan erbjuda en tillgänglig och relativt billig arbetskraft vilket de utländska företagen ser som en fördel. Däremot motsvarar kompetensen på den högutbildade arbetskraften inte de utländska företagens behov. Landets oförmåga att utveckla och utnyttja de mänskliga resurserna får en negativ effekt för att kunna attrahera utländska investerare. Den bosniska marknaden är relativt liten och utgör inget ett motiv för utländska företag att etablera sig i landet. Bosnien och Hercegovinas geografiska position är en fördel för utländska investerare, då det finns en möjlighet att utnyttja regionen runt omkring landet. Däremot utgör den undermåliga infrastrukturen ett stort hinder för de utländska företagen, den gör det svårt att utnyttja närheten till kringliggande marknader. Infrastrukturen påverkar möjligheten att exportera och möjligheten att utnyttja landets naturtillgångar negativt. Turismen har stor potential att utvecklas i landet, men i dagsläget bromsas den upp av den bristfälliga infrastrukturen. Landet är medvetet om behovet av att utveckla transportinfrastrukturen för att kunna attrahera utländska investerare, men samtidigt saknas resurser, vilket får följden att utvecklingen går långsamt. Klusterutvecklingsprogram har lyckats skapa ett flertal kluster i Bosnien och Hercegovina, vilket är en tillgång för utländska investerare. Även handelsavtal och integrationsprocessen med EU har en positiv inverkan på de utländska företagen, vilket visar att det är ett effektivt medel för att kunna attrahera utländska investerare. Den makroekonomiska stabiliteten upplevs även som en fördelaktig.

Landet har under de senaste åren gjort förbättringar när det gäller regler och incitament som gynnar utländska företag. Däremot finns det fortfarande ett krångligt regelverk med långa procedurer som skapar ett oattraktivt företagsklimat för utländska investerare. Detta gör samtidigt att de skatteincitament som finns förlorar sin verkan för att kunna attrahera utländska företag. Detta leder till att landet kommer på efterkälken i förhållande till andra länder i regionen när det gäller konkurrensen om utländska direktinvesteringar.

Ytterligare ett problem är den dåliga imagen som Bosnien och Hercegovina har, vilket skapar dåliga förutsättningar för att kunna attrahera utländska investerare. Samtidigt görs inte mycket för att stärka imagen och locka utländska investerare, då det saknas en heltäckande strategi för att marknadsföra de tillgångar som finns i landet.

7. Diskussion

Detta kapitel inleds med en kritisk granskning av studien. Vidare presenterar författarna egna reflektioner kring ämnet och avslutar med förslag till vidare forskning.

7.1 Kritisk granskning

Svarsfrekvensen i enkätundersökningen var låg vilket kan ha påverkat resultatet i studien. Författarna anser att en högre svarsfrekvens skulle ha gett en mer övergripande bild av företagets uppfattning av situationen, vilket kunde ha stärkt studiens reliabilitet. Det fanns svårigheter i att komma i direktkontakt med de utländska företagen på grund av att flera huvudkontor inte fanns belägna i Bosnien och Hercegovina. Författarna försökte i så stor utsträckning som möjligt komma i kontakt med respondenterna via en kontaktperson, dessvärre gav det föga resultat.

Under studiens gång har författarna flera gånger reflekterat över hur den politiska situationen inverkar på problemområdet. Författarna har försökt motverka att politiska värderingar påverkar studiens utgång genom att använda sig av så många källor så möjligt. Samtidigt har statistisk fakta alltid dubbelkontrollerats. Ett problem som författarna har stött på var den begränsade statistiken som fanns tillgänglig i Bosnien och Hercegovina. Detta har försökt undvikas genom att främst förlita sig på statistik från Världsbanken.

7.2 Slutkommentar

Författarna anser att vistelsen i landet och praktiken vid Direktoratet för Europeisk Integration har bidragit till en bättre förståelse av problemområdet och har erbjudit en bredare bild av olika processer och situationen i landet.

Det som författarna kunde komma fram till under studiens gång var att Bosnien och Hercegovina har flera viktiga reformer att genomföra för att landet ska kunna utveckla ett attraktivt affärsklimat för utländska investerare. I nuläget utgör det fattiga affärsklimatet och infrastrukturen det största hindret för landets framtida utveckling. Problematiken försvåras ytterligare av den komplexa politiska situationen som domineras av olika nationalistiska intressen som motarbetar varandra.

Det har varit intressant att studera situationen i Bosnien och Hercegovina då landet är under omfattande samhällsförändringar. Författarna anser att landet har flera resurser som kan vara av intresse för utländska investerare, men i dagsläget saknas det en strategi att utnyttja dessa resurser och marknadsföra dem.

7.3 Förslag till vidare forskning

Många förändringar i Bosnien och Hercegovina väntas ske inom en snar framtid, då landet fortfarande är under övergångsprocessen till en marknadsekonomi. Det gör landet till ett

intressant undersökningsområde utifrån flera aspekter. Författarna flera förslag till vidare forskning:

- Undersöka hur investeringsflödet kommer att påverkas av stabiliserings- och anslutningsprocessen och närmandet till EU.
- Undersöka vilka faktorer som dämpar landets utveckling samt göra en studie på hur landets entiteter skiljer sig åt när det gäller att förbättra företagsklimat och attrahera utländska investeringar
- En komparativ studie mellan Bosnien och Hercegovina och andra länder i regionen som skulle visa på framgångsfaktorer för att lyckas attrahera utländska direktinvesteringar.

Källförteckning

- Akbar, Yusaf. H. & Plikynas, Darius. (2006). Neural Network Approaches to Estimating FDI Flows: Evidence from Central and Eastern Europe, *Eastern European Economics*, vol. 44, no. 3, May–June 2006, ss. 29–59.
- Bandelj, Nina. (2002). Embedded Economies: Social Relations as Determinants of Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe, *Social Forces*, Vol. 81, No. 2. (Dec., 2002), ss. 411-444.
- Bevan, Alan.A. & Estrin, Saul. (2000). The Determinants of Foreign Direct Investment in Transition Economies, *William Davidson Institute Working Paper*, Number 342, October 2000.
- Bell, Judit. (1995). *Introduktion till forskningsmetodik*, Studentlitteratur, Lund.
- Charlton, Andrew. (2003). Incentive Bidding For Mobile Investment: Economic Consequences and Potential Responses. *OECD Development Centre Working Paper*, No. 203, January 2003.
- Denscombe, Martin. (2000). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*, Studentlitteratur, Lund.
- Directorate of European Integration. (2005) EU Integration Strategy of Bosnia and Herzegovina - April 2006 (Elektronisk)
Tillgänglig: <<http://www.dei.gov.ba/en/pdf/strategijaIntegriranjaEN.pdf>> (2006-10-08).
- Dunning, John. H. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions, *Journal of International Business Studies*, vol. 19, No. 1. (Spring, 1988) ss. 1-31.
- Dunning, John. H. (1994). *The Prospect for Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe*, The Economics of Change in East and Central Europe, edited by Peter J. Buckley and Pervez N. Ghauri, Academic Press Limited.
- Dunning, John. H. (2000). *A Rose by Any Other Name...? FDI Theory in Retrospect*, University of Reading and Rutgers University, ss.1-20.
- Ejvegård, Rolf. (2003). *Vetenskaplig metod*, Studentlitteratur, Lund.
- EPPU (2006) www.eppu.ba. (Elektronisk)
Tillgänglig: <<http://www.eppu.ba/index2.html>> (2006-12-01)
- EUTDI (2007) www.eutdi.co.ba. (Elektronisk)
Tillgänglig: <<http://www.eutdi.co.ba/index.php?opcija=sadrzaj&kat=1&jezik=E>> (2007-01-17)
- Halvorsen, Kurt. (1992). *Samhällsvetenskaplig metod*, Studentlitteratur, Lund.

- Hirsch, Seev. (1976). An International Trade and Investment Theory of the Firm, *Oxford Economic Papers*, vol. 28 (July), ss. 258-270.
- Hymer, Stephen. (1979). *The Multinational Corporation: A Radical Approach*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ministry of Foreign Trade and Economic Relations (MOFTER)- Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa (2006). *Informacija o Direktnim Stranim Ulaganjima u BiH od Maja 1194. Do 31.12.2005.Godine*.
Tillgänglig: <http://www.mvteo.gov.ba/upload/doc/informacija_o_direktnim_stranim_ulaganjima_1994-2005.pdf> (2007-01-05).
- Morisset, Jacques. (2003). *Effectiveness of Promotion Agencies at Attracting Foreign Investment*. Herndon, VA, USA: World Bank Publications, s. 1-124
- National encyklopedin (2006) www.ne.se
Tillgänglig: <http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=133983&i_sect_id=133983&i_ord=bosnien%20och%20hercegovina&i_history=3> (2006-12-19)
- Reijlan, Janno. Reijlan, Ele. & Andresson, Kairi. (2001) *Attractiveness of Central and Eastern European Countries For Foreign Direct Investment In The Context of European Integration: The Case Of Estonia*, 41st ERSA Congress Zagreb, 29. Aug.-1.Sept. 2001
- Rugman, Alan. M. (1979). *International Diversification and the Multinational Enterprise*, Lexington Books, Lexington.
- Rugman, Alan. M. (1986). New Theories of the Multinational Enterprise: an Assessment of the Internalisation Theory”, *Bulletin of Economic Research*, vol.38, ss. 101-118.
- OECD. (2006). *Investment Reform Index 2006 – Progress in Policy Reforms to Improve the Investment Climate in South East Europe*. (Elektronisk)
Tillgänglig: <<http://www.investmentcompact.org/dataoecd/41/0/37686316.pdf>> (2007-01-15)
- Patel, Runa & Davidson, Bo (2003). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*, Studentlitteratur, Lund.
- Pershin, Vitaly. (2003). *Essays in the Economics of Foreign Direct Investment*, The University of Western Australia, ss.21-50.
- Porter, Michael. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London.
- Porter, Michael. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations, with a new introduction by the Author*, Macmillan, London.
- Soci Anna. (2002). *FDI: the current state of play*, Dept. of Economics, University of Bologna.
- Svenska Exportrådet. (2006) Landrapport Bosnien och Hercegovina. (Elektronisk).
Tillgänglig: <<http://www.swedishtrade.se/landrapporter/?objectID=4131>> (2006-12-22)

Tharakan, P. K. M (1984). *The Economics of Intra-Industry Trade*, North Holland, Amsterdam.

The European Commission's Delegation to Bosnia and Herzegovina. (2006) Milestones in the relations between the EU & Bosnia and Herzegovina (Elektronisk)

Tillgänglig: <http://www.delbih.ec.europa.eu/en/eu_and_country/bilateral_relations.htm> (2006-10-05)

The Worldbank Group.(2007). Doing Business - Explore Economies (Elektronisk)

Tillgänglig: <<http://www.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=26>> (2007-01-14).

UNCTAD. (2006) Country fact sheet: Bosnia and Herzegovina N/A - 22, 26/09/06.

(Elektronisk)

Tillgänglig: <http://www.unctad.org/sections/dite_fdistat/docs/wid_cp_ba_en.pdf> (2006-10-10).

Vernon, Raymond. (1966). International Investment and International Trade in the Product Life Cycle, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 80, ss. 190-207.

Wells, Louis. T. & Wint, Alvin. G. (2000). *Marketing a Country: Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment*

Tillgänglig: <<http://rru.worldbank.org/Documents/PapersLinks/244.pdf>>

Muntliga Källor:

Baker Paul, (061127) Internationell FDI expert, EUDTI, Intervju.

Kovac Rijad, (061205) Ekonomisk rådgivare, EPPU, Intervju.

Medjedović Aldin, (061201) Ordförande, Center for Regional Initiatives, Seminarium "Economy of Bosnia and Hercegovina and Harmonization with the EU".

Reinermann Dirk, (061201) Country Manager, Världsbanken, Seminarium "Economy of Bosnia and Hercegovina and Harmonization with the EU".

Turkić Ahmed, (061201) Extern promotion expert, Directorate of European Integration, Intervju.

Zukić Nermin, (061129) VD, Foreign Investors Council, Intervju.

Bilagor

Bilaga 1 - Intervjufrågor till representanter för utländska företag samt till ekonomiska experter för Bosnien och Hercegovina

- 1) Hur skulle du beskriva den aktuella situationen i Bosnien och Hercegovina när det gäller antal utländska direktinvesteringar? Hur har antalet utländska investeringar utvecklats under de senaste åren?
- 2) Vilka sektorer/industrier har varit mest intressanta för utländska investerare under de senaste åren?
- 3) Vilka fördelar har Bosnien och Hercegovina att erbjuda till potentiella utländska investerare?
- 4) Vad gör regeringen för att stödja utländska investerare?
- 5) Vilka skatteincitament erbjuder Bosnien och Hercegovina till utländska investerare?
- 6) På vilket sätt påverkar infrastrukturen möjligheter för utländska investerare?
- 7) Hur skulle du beskriva konkurrensen mellan utländskt ägda företag och inhemskt ägda företag i Bosnien och Hercegovina?
- 8) Vad anser du om konkurrensen mellan Bosnien och Hercegovina och andra länder i regionen för att attrahera utländska investeringar?
- 9) Hur påverkar integreringsprocessen med EU utländska investeringar i Bosnien och Hercegovina?
- 10) Vad gör Bosnien och Hercegovina att förbättra sin image och vad gör landet för att marknadsföra sig i världen?
- 11) Vilken roll spelar FIPA för Bosnien och Hercegovina?
- 12) Hur har FIPA förändrat situationen för landet sedan organisationen etablerades?

13) Är landets naturresurser av intresse för utländska investerare? Vad gör Bosnien och Hercegovina för att marknadsföra sina naturresurser gentemot potentiella utländska investerare?

14) Vilka andra institutioner kan marknadsföra landet för att attrahera utländska investerare?

15) Vilken betydelse har arbetskraften för att attrahera utländska investerare?

16) Hur påverkar arbetskostnaderna processen att attrahera utländska investeringar?

17) Finns det regionala kluster i Bosnien och Hercegovina som kan vara av betydelse för utländska företagare?

Bilaga 2 – Enkätformulär

Dear Sir or Madam

We are research students from University College of Södertörn in Stockholm, Sweden, and have both completed internships at the Council of Ministers, Directorate for European Integration. Currently we are working on a project examining the factors that influence foreign direct investment in Bosnia & Herzegovina.

As part of our research we are conducting a survey of companies that have made foreign investments in Bosnia & Herzegovina. This survey will help us to identify those factors that are important in determining investment decisions and that influence the environment for conducting business in BiH. It is for this reason that we are contacting you with the kind request that complete the questionnaire that accompanies this letter.

As your company is recognized both as an important example of foreign investment in Bosnia & Herzegovina, and for your accomplishments and contribution to the local economy, your views and opinions can make an extremely valuable input to our research. Accordingly, we hope that you will provide us with the few minutes of your time that will be required to complete the questionnaire. We assure you that the information you provide will be treated confidentially, and will only be presented in a completely anonymous manner.

We wish to thank you in advance for your cooperation and for your participation to our research project.

We are hoping for your prompt reply.

Yours sincerely,

Kristina Seitz and Ervin Krnjic
Södertörn University College Stockholm

Please feel free to contact us if you have any questions.

kristina01.seitz@student.sh.se

ervin01.krnjic@student.sh.se

QUESTIONNAIRE

1. In what year did your company enter the market in Bosnia and Herzegovina?

2. In what way did your company enter the market (entry mode)?

3. What was the company's main reason to invest and enter BH market?

4. How did the privatization process in BH affect your company's investment decision?

	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>

5. How did the BH image affect your company's decision to invest in BH?

	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>

6. How did the following determinants affect your company's decision to invest in BH?

Financial determinants	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Corporate taxes						
Tax incentives						
The inflation rate						
The currency						

Laws and regulations	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Company registration						

Patent protection						
Trading across borders						
Human resources	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Labor cost in BH						
Availability of highly-skilled labor						
Hiring and firing						
Natural resources	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Natural resources in BH						
Market	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
BH geographical position						
Size of the market						
Possibility to large-scale production						
Proximity to other markets, region accessibility						
Access to regional clusters						
Access to existing distribution-networks						
Strategic reasons (to be present on the market)						

If there are other determinants that affect your investment decision, please indicate them and specify as negative or positive.

7. How would you describe the support given to your company from following institutions?

	<i>Not helpful</i>	<i>Slightly helpful</i>	<i>Helpful</i>	<i>Very helpful</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Embassies					
FIPA					
Government					
Chamber of commerce					

8. What impact does the EU-integration and association process have for your company?

	<i>Not important</i>	<i>Slightly important</i>	<i>Important</i>	<i>Very important</i>

9. How do you find the cooperation between your company and domestic companies?

	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>

10. How do the following determinants in BH affect your business today?

	<i>Very negative</i>	<i>Slightly negative</i>	<i>Positive</i>	<i>Very positive</i>	<i>No affect at all</i>	<i>Not relevant for our business</i>
Transportation infrastructure						
Tele-communication infrastructure						

Distribution network						
Laws and regulations						
Corporate taxes						
Tax incentives						
The currency						
Inflation rate						

If you have any special comments please feel free to note them here.

Bilaga 3 - Lista över respondenter

Företag	Respondent	Titel
Birac d.o.o	Brusokiene Alnija	Acting Director General
Bos-Agro-Food d.o.o	Glamoc Armin	General Manager
Ericsson d.o.o	Halimic Adnan	Managing Director
HVB Central Profit Banka d.d	Zsolnai Alexander	Chairman & CEO
Scania BH d.o.o	Maric Mario	Country Manager