

# **ib revija**

št. 1. let. LIV, 2020

**IB revija**  
**Revija za strokovna in metodološka vprašanja trajnostnega razvoja**

**št. 1 / letnik LIV / 2020**

**Izdajatelj:** UMAR, Ljubljana, Gregorčičeva 27  
**Glavna in odgovorna urednica:** dr. Alenka Kajzer

**Urednica:** Urška Sodja

**Uredniški odbor:** prof. dr. Drago Kos, mag. Stanka Kukar,  
prof. dr. Marjan Ravbar, prof. dr. Matija Rojec, prof. dr. Tine Stanovnik,  
prof. dr. Pavle Sicherl, prof. dr. Janez Šušteršič, dr. Boris Pleskovič

**Tehnično urejanje in prelom:** Mojca Bizjak

**Tisk:** Eurograf d.o.o.  
**Naklada:** 145 izvodov  
Prvi natis

Ljubljana, december 2020

Revija je vpisana v mednarodno podatkovno bazo Internet Securities in uvrščena v Journal of Economic Literature.

ISSN 1318-2803 (tisk)  
ISSN 1581-1034 (pdf)

Publikacija je brezplačna.

©2020, Urad RS za makroekonomske analize in razvoj  
Razmnoževanje publikacije ali njenih delov ni dovoljeno.  
Objava besedila in podatkov v celoti ali deloma je dovoljena le z navedbo vira.

## **Kazalo**

<b>zasl. red. prof dr. Marjan Svetličič</b> <b>Kdo plačuje zapitek Trumpove politike.....</b>	<b>3</b>
<b>mag. Tanja Čelebič, dr. Alenka Kajzer, Urška Sodja,</b> <b>Mitja Perko, mag.</b> <b>Migracije kot potencialna ponudba delovne sile v Sloveniji</b> <b>in vključevanje tujcev v družbo .....</b>	<b>17</b>
<b>dr. Alenka Kajzer</b> <b>Kakovost dela in zaposlitve – izzivi merjenja in rezultati .....</b>	<b>29</b>
<b>Vid Vodopivec</b> <b>Willingness to pay for craft beer in Slovenia .....</b>	<b>37</b>

JEL: F140

# KDO PLAČUJE ZAPITEK TRUMPOVE POLITIKE\*

**zasl. red. prof dr. Marjan Svetličič**

Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani

\* Za zelo koristne pripombe in predloge na prvi osnutek članka se zahvaljujem A. Burgerju, M. Nahtigalu, G. Zavodniku, G. Zoretu in dvema anonimnima recenzentoma.

## Povzetek

Članek analizira, v kolikšni meri so se uresničile napovedi, da bodo ceno Trumpove izvolitve plačali predvsem njegovi volivci. Osredotoča se na analizo ameriške gospodarske rasti v času Trumpove administracije, implikacije strategije »najprej Amerika«, trgovinske vojne, vpliva na zaposlenost (posebej v predelovalni industriji), blaginjo (plače) in ne nazadnje na analizo ugleda ZDA v svetu. Še najboljši so bili rezultati na področju stopenj rasti (vsaj do pandemije), vendar je kljub temu prišlo do okrnjenja ugleda ZDA v svetu. Trgovinska vojna je škodila ameriškim interesom (trgovinska bilanca se je poslabšala) in prizadela partnerice, ne le Kitajsko. Zaposlenost se je sicer povečala (manj v obljubljeni predelovalni industriji), toda manj od napovedane in predvidenega vračanja delovnih mest iz tujine, saj so se ameriške investicije v tujini celo povečale. Davčna politika je razbremenila bogate in podjetja ter poslabšala položaj delavcev v primerjavi z lastniki kapitala, tudi zaradi upadanja zdravstvene zaščite ter omejevanja sindikalnega združevanja.

**Ključne besede:** Trump, trgovinska vojna, trgovinska bilanca, zaposlenost, blaginja, predelovana industrija, investicije

## Abstract

The article analyses the extent to which predictions that the price of Trump's election will be paid primarily by his voters are true. It focuses on an analysis of U.S. economic growth during the Trump administration, the implications of the America First strategy, the trade wars, their impact on employment (especially in manufacturing), welfare (wages), and last but not least, the reputation of the U.S. in the world. The results in terms of growth rates (at least until the pandemic) have been relatively good. Nevertheless, the global reputation of the US in the world has been tarnished. The trade wars have harmed American interests (the trade balance deteriorated) more than they have affected its partners, particularly China. Employment increased (less in manufacturing), but less than promised during the election campaign and so the promised return of jobs from abroad never materialised (US investment abroad even increased). Tax policy, on the other hand, has benefited the rich and businesses, but worsened the position of workers compared to capital owners, also due to the erosion of health care and the restriction to trade unions' association.

**Keywords:** Trump, trade war, trade balance, employment, welfare, manufacturing industry, investments

## Uvod

Članek iz leta 2017: So volivci D. Trumpa res »poraženci globalizacije« in ekonomski zmagovalci ameriških volitev? (Svetličič, 2017) je skušal analizirati učinke in opozarjati na možne posledice Trumpove politike za ZDA, svet in še posebej za njegove volivce. Zdaj, ko se približuje konec predsednikovega kontroverznega mandata, polnega čudnih čivkov in laži,<sup>1</sup> ter v luči prihajajočih volitev je čas za oceno, v kolikšni meri so se razmišljanja o posledicah Trumpove politike uresničila in v kolikšni meri so bila napačna. To je za znanstvenike seveda zelo tvegano početje, saj kot pravi na primer J. K. Galbraith, pa ni edini: »Napovedovanje s strani ekonomistov dela astrologijo spoštovano disciplino« (The Economist, 9. 1. 2016). Res je, znanstveniki oziroma strokovnjaki na splošno nismo bili ravno uspešni in nismo opazili dogodkov, teženj, ki bi napovedovale, da se bliža na primer velika recesija ali pandemija covida-19. Tudi številne druge krize, na primer okoljska, se napovedujejo že zelo dolgo. Težava je, da se ne vidijo oziroma se ne odzovemo pravočasno. A. Sweidan<sup>2</sup> bi rekel, da se obnašamo kot črni sloni; vidimo prihajajočo katastrofo, toda nič ne ukrenemo.

Seveda je treba upoštevati, »da naloga znanosti ni napovedovanje prihodnosti, ampak razlagati pojave v družbi in naravi« (osebni razgovor z A. Burgerjem). Strokovnjaki, znanstveniki moramo biti skromni in se zavedati, kako omejen je domet naših teorij. Še vedno je več tega, česar ne vemo, kot tega, kar vemo, posebno ko gre za predvidevanje učinkov kakšne politike. Vsaka politika namreč pravzaprav temelji na predvidevanju njenih posledic. Redkeje pa se lotevamo analiz za nazaj. Morda tudi zato, da se ne bi razkrile omejenost našega vedenja in pomanjkljivosti teorij. V tem članku se lotevamo prav tega; ugotoviti, ali so bile ugotovitve članka iz leta 2017 točne. To je pomembno tudi z vidika ogromnega vpliva, ki ga ima politika ZDA na ves svet.

Preverjali bomo temeljno ugotovitev, tj. da bodo Trumpovi volivci dejansko poraženci volitev, da:

- a. »bodo plačevali višje davke in zdravstvene storitve,
- b. se jim bodo še naprej nižale plače in socialne pravice,
- c. bodo živeli v bolj onesnaženem okolju,
- d. bodo plačevali višje cene doma proizvedenega blaga in storitev, če se bo preprečeval (cenejši) uvoz,
- e. bodo dolgoročno še naprej izgubljali, ne pa ohranjali delovna mesta v predelovalni industriji,
- f. bodo super bogati dejanski zmagovalci volitev.« (Svetličič, 2017: 36)

Članek je analiziral tudi negativne dolgoročne posledice ameriškega protekcionalizma, utelešenega v politiki »najprej Amerika«, in podmeno Trumpove politike, da je za razslojevanje v ZDA kriva globalizacija, z drugimi besedami, Kitajska. Prvo podmeno bomo podrobno analizirali, z drugo pa se v tem članku ne bomo ukvarjali neposredno, ker je že prvotni članek dal odgovor na to vprašanje. In sicer da je treba poslabšanje položaja srednjega razreda in delavcev v večji meri kot globalizaciji pripisati tehničnemu napredku kot pa mednarodni trgovini, torej Kitajski. Poleg tega je teoretično jasno, da je treba »izgubarmem« iz naslova mednarodne menjave priskočiti na pomoč s politikou redistribucije.

Obravnavani mandat leta 2020 zaznamuje izredni dogodek, kot je pandemija covida-19. Ocene bomo zato gradili neupoštevaje učinke pandemije covida-19 kot izrednega zunanjega dogodka. Deloma tudi zato, ker je niti sami nismo predvideli. Ni pa je mogoče popolnoma zaobiti, saj ima Trumpov odziv na pandemijo katastrofalne posledice ne le za ZDA, ampak tudi za svet, in ker odziv ne spada več med »zunanje« nepredvidljive in nepričakovane dogodke.

Članek bo sledil logiki prvotnega članka in se bolj osredotočil na glavne ugotovitve oziroma implikacije Trumpove politike »najprej Amerika« (drugo poglavje), koga je politika najbolj prizadela (tretje poglavje s podpoglavji o trgovinski bilanci in zaposlenosti). V četrtem poglavju sledi celovitejša analiza vplivov na blaginjo. V zaključnem, petem poglavju povzemamo temeljne sklepe.

## 1 Najprej Amerika

»Najprej Amerika« dejansko predstavlja celoviti okvir Trumpove strategije in politike tako na notranjepolitičnem, gospodarskem kot mednarodnem področju. Proti emigrantska politika, omejevanje uvoza, »kupuj ameriško« in »zaposluj Američane« so le njeni sestavni deli. Dejansko niso povsem nov izum, saj so jih delno uporabljali že nekateri konservativni Trumpovi predhodniki, zlasti Bush mlajši in v začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja<sup>3</sup> tudi demokrati. Vendar je v Trumpovi izvedbi dobila popolnoma nove razsežnosti.

Osnovna teza članka je bila, da bo rezultat politike, ki spada pod ta slogan, za ZDA negativen, da bodo ZDA izgubljale tako gospodarsko kot politično<sup>4</sup> in da ima to lahko zelo močne negativne posledice ne le za ZDA,

<sup>3</sup> Glej Irwin, 2020.

<sup>4</sup> »Politika »najprej Amerika« in »napravimo Ameriko spet veliko« bi lahko pomenila dokončno krhanje svetovnega položaja ZDA, ki bi postale le ena od držav sveta, ne pa prva med enakimi, status, ki ga ZDA dejansko uživajo tudi v mednarodnih organizacijah (ne nazadnje ima večina njih sedež v ZDA) (Svetličič, 2017: 34). Z drugimi besedami, njegov mandat pomeni zanikanje dosežka prosvetljenstva, da v svetu štejejo dejstva.

<sup>1</sup> To se nanaša tako na njegove predvolilne obljube kot dnevne aktivnosti. Washington Post poroča, da se je predsednik Trump do julija 2020 več kot 20.000 zlagal (ali 23-krat dnevno v zadnjih 14 mesecih) oziroma dajal napačna sporočila (Kessler in drugi, 2020: 1).

<sup>2</sup> Predsednik Synchronicity Earth Foundation.

ampak tudi za celotni ustroj mednarodne skupnosti, saj spodkopava na pravo utemeljeni sistem mednarodnih ekonomskih odnosov, vzpostavljen po drugi svetovni vojni. Posledica bi bila »še več nestabilnosti, negotovosti in ranljivosti. Praviloma take *samopoškodovalne* trgovinske vojne stopnjujejo naraščanje političnih napetosti in rastoči politični fundamentalizem (populizem, terorizem) v svetu nasploh.« (Svetličič, 2017: 33, 36) Do vsega tega je tudi dejansko prišlo.<sup>5</sup> Ne le to, poleg poglobljanja konfliktov in neenakosti (v ZDA in na svetu) so se začeli močnejše trgati tudi odnosi z zavezniki, krepilo se je njihovo nezaupanje.<sup>6</sup> Začele so se trgati notranje vezi in krhali socialni kapital v ZDA. Giuliano in Wacziarg (2020: 9) sta na podlagi podatkov o predsedniških volitvah v ZDA leta 2016 razkrila, da »populistična gibanja, ki odgovornost za nedelovanje družbe pripisujejo zunanjim dejavnikom – imigrantom in tujcem nasploh<sup>7</sup> –, uspevajo tam, kjer je prišlo do družbene dezintegracije, trganja socialnih vezi«. Ugotovila sta, da je socialni kapital močno negativno povezan z deležem tistih, ki so volilni glas namenili Trumpu oziroma imeli o njem pozitivno mnenje.

Vse to ima tudi negativen vpliv na splošni ugled in gospodarski položaj ZDA v svetovnem gospodarstvu. Izstopanje iz mednarodnih organizacij in regionalnih skupin je že povzročilo preusmerjanje gospodarskega sodelovanja stran od ZDA. EU si je na primer zadala nalogo postati *strateško avtonomna* in neodvisna tako od ZDA kot od Kitajske. R. Cohen celo meni, da je Trumpova politika privedla do tega, da je Putin proglasil liberalizem za zastarel, da je A. Merkel ugotovila, da mora Evropa svojo usodo vzeti v svoje roke, in »oborožila« Ši Džinpinga, da lahko ponuja svoj enopartijski sistem kot alternativni sistem za dežele v razvoju (2020). Skladno z našimi predvidevanji<sup>8</sup> so azijske in južno ameriške države začele nadomeščati trgovino z ZDA s krepitvijo trgovine z drugimi državami. Carter in Steinbach (2020: 1) sta ugotovila, da so države,

ki se niso odzvale s povračilnimi carinami, preusmerile svojo trgovino. Južnoameriške in evropske države so tako imele največ koristi od teh prilagoditev, saj so prodajo v tujini povečale za kar 13,5 milijarde ameriških dolarjev. V večini primerov so tudi kitajski uvozniki iz ZDA bili sposobni najti alternativne vire preskrbovanja. V zadnjih letih se je, na primer, skokovito povečal uvoz soje iz Brazilije in drugih južno ameriških držav. Uresničujejo se tudi predvidevanja, da bo omejevanje uvoza v veliki meri prizadelo tudi ameriške proizvajalce (podražitev vhodnih surovin – delov). Na področju predelovalne industrije je bil, kot ugotavlja Polaski s sodelavci, pozitiven učinek uvedenih ameriških carin več kot kompenziran z večjimi negativnimi učinki in rastočimi cenami vhodnih delov (2020: 17, 35). Carine, ki jih je Trump uvedel za uvoz jekla in aluminija, so škodile podjetjem iz Ohia, ki uporabljajo kovine kot surovine za svoje izdelke, saj v panogah, ki uporabljajo jeklo, pride kar 36 delovnih mest na vsako delovno mesto v jeklarski industriji in proizvodnji aluminija. Raziskava med podjetji v Ohiu leta 2019 je pokazala, da je bilo tistih, ki so dejali, da so carine nanje vplivale negativno, devetkrat več kot tistih, ki so dejali, da so nanje vplivale pozitivno (Polaski in drugi, 2020: 21).

Na splošni političnoekonomski ravni je »politika obtoževanja Kitajske za covid-19 in obratno še zaostrela napetosti med ZDA in Kitajsko in s tem pospeševala ekonomske nestabilnosti in okrepila nacionalizem v obeh državah. To bo otežilo ekonomsko okrepanje tako v ZDA kot v svetu. Celo več, antagonizmi se lahko nenadzorovano razrastejo v destruktivno novo hladno vojno, globalno recesijo in celo vojaški spopad.« (Polaski in drugi, 2020: 23) Politika »*najprej Amerika*« je tako povzročila rojevanje podobnih ekonomsko nacionalističnih teženj po svetu. Virusi ekonomskega nacionalizma in protekcionizma so se nevarno razširili tudi v drugih državah.<sup>9</sup> To zavira mednarodno menjavo in s tem posledično stopnje rasti, saj je znana pozitivna zveza med trgovino in rastjo. Ta politika z vsemi pritisklinami in retoriko slabi samozavest ZDA ter njihov ugled in zaupanje sveta v ZDA.<sup>10</sup> Še bolj je padel ugled predsednika Trumpa.<sup>11</sup> V veliki meri je ta padec ugleda treba pripisati katastrofalnim rezultatom ameriške

<sup>5</sup> Ne more pa se trditi, v kolikšni meri so takšni izidi rezultat Trumpove politike in v kolikšni meri drugih, tudi zunanjih okoliščin, gibanj v drugih državah.

<sup>6</sup> Krugman (2020b) meni, da bodo potrebna desetletja, če ne cela generacija, da si ZDA povrnejo v svetu izgubljeno zaupanje. Umešanih jajc ni mogoče vrniti v prvotno stanje, pravi. Korozivni učinki Trumpove politike so namreč tako globoki in svet zdaj ve, da se v ZDA kaj takega lahko celo ponovi. »Svet bo po Trumpu začel drugače gledati ne le na ZDA, pač na vse Američane,« ugotavlja T. Friedman (2020). Glej tudi odlično analizo senatorja Menendez (2020).

<sup>7</sup> Zdaj bi lahko dodali še pripisovanje odgovornosti za širitev pandemije covid-19 drugim in globalizaciji na splošno.

<sup>8</sup> »Napovedani ukrepi vodijo v politiko diverzifikacije trgovinskih vezi: Mehika se obrača k EU in L. Ameriki, Kanada Evropi itd., EU Japonski, ASEANU, Jugovzhodni Aziji in Avstraliji. Večje možnosti ima Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), ki odpira prostor vodilnejši vlogi Kitajske. Te bi lahko po zgledu ZDA prav tako začele kršiti sprejeta mednarodna pravila, kar bi ogrozilo težko dosežene kompromise, ki so vodili v na pravih temelječ sistem mednarodne menjave in gospodarskega sodelovanja. To bi povzročilo kaos v mednarodnem ekonomskem sodelovanju in razkroj celotnega sistema.« (Svetličič, 2017: 33)

<sup>9</sup> Po podatkih WTO (2020) so države skupine G20 od sredine oktobra 2019 do sredine maja 2020 uvedle 154 novih trgovinskih ukrepov, od tega 95 trgovinskih olajšav in 59 trgovinskih omejitev. Šestdeset odstotkov teh ukrepov je bilo povezanih s pandemijo COVID-19 (65 je olajšalo trgovino, 28 pa omejevalo trgovino).

<sup>10</sup> Taje od leta 2016 padel za kar 50 % (Menendez, 2020) kar je po zadnjih raziskavah Pew najnižje, in to celo v njenih tradicionalnih tesnih zaveznicah. Delež tistih, ki gledajo na ZDA pozitivno, se je v VB znižal s 83 % leta 2000 na samo 41 % leta 2020, na Japonskem pa v enakem obdobju s 77 % ravno tako na 41 %. Podobno v Franciji, v Nemčiji pa še znatno bolj (z 78 % leta 2000 na 26 % leta 2020). Kanadčani so na vprašanje, kako bi z eno besedo opisali ZDA, največkrat navedli besede: kaos, zmeda, nasilnost, razočaranje (Menendez, 2020).

<sup>11</sup> Še najbolj v Belgiji, saj le 9 % Belgijcev verjame, da bo postoril prave stvari v mednarodni politiki (v VB 19 %, v Nemčiji 10 %). Posebno še, če to primerjamo z visoko podporo, ki jo uživata kanclerka Merkel (76 %) in predsednik Macron (64 %).

politike glede pandemije covid-19<sup>12</sup> (Wike in drugi, 2020).

Padec ugleda ZDA in njenega vodstva lahko še dodatno oslabi njene gospodarske povezave s svetom. Raziskave namreč potrjujejo pozitivno zvezo med ugledom voditeljev držav in trgovino oziroma izvozom te države ter obratno. Če so voditelji videni negativno, bo to zaviralo izvoz obravnavane dežele. Ugled države, njena mehka moč, spodbuja njen izvoz. Učinek mehke moči je statistično in ekonomsko pomemben, saj enoodstotno povečanje pozitivnega mnenja dvigne izvoz za približno dve tretjini odstotka. Izhajajoč iz takšne hipoteze je Rose (2019: 1) na podlagi standardnega gravitacijskega modela dvostranskega izvoza od leta 2006 do leta 2017 in letne raziskave Gallupa, ki ljudi v 157 državah sprašuje, ali odobravajo uspešnost voditeljev Kitajske, Nemčije in Rusije, VB in ZDA, ugotovil, konservativno gledano, da je več kot 20% padec ugleda ameriškega voditelja med letoma 2016 (zadnje Obamovo leto) in 2017 (prvo Trumpovo leto) zmanjšal ameriški izvoz za najmanj tri milijarde ameriških dolarjev. Na bolj splošni ravni je ugotovil, da ena odstotna točka porasta ugleda voditeljev dežele poveča njen izvoz za eno stotinko odstotka. To ni nepomembno, saj se običajna nihanja pri ocenjevanju vodij vrtijo okoli 20 % (Wike in drugi, 2020: 18). Ta učinek je razmeroma robusten, saj druge analize vpliva mehke moči dajejo podobne rezultate.

Vse zgoraj navedeno potrjuje tezo članka, da bo politika »najprej Amerika« pravzaprav pomenila padec ameriškega ugleda v svetu in slabitev njenega gospodarskega položaja. Predvidevali smo namreč, da bo posledica odvrčanje gospodarskih stikov z ZDA in preusmerjanje k drugim partnerjem. Odpravljanje trgovinskih sporazumov bi škodovalo gospodarstvu, in ne bi ohranjalo delovnih mest v ZDA. Obenem se posledično krepi vloga Kitajske v tem delu sveta (Svetličič, 2017: 35). T. Friedman (2020) celo meni, da se bomo Trumpovega mandata spominjali ne po oblikovanju *spet velike Amerike*, ampak po tem, kako jo je Kitajska s svojim velikim skokom prehitela.

## 2 Koga sta prizadela ameriški protekcionizem in trgovinska vojna s Kitajsko?

Članek je ugotavljal, da so razlogi za strah pred posledicami trgovinske vojne večplastni. Ob splošnem vnašanju nestabilnosti v svetovno gospodarstvo in dejanskim krnjenjem položaja ZDA v njem takšna politika:

- a. ne bo zmanjšala ameriškega trgovinskega deficita,
- b. ne bo bistveno zavrla vlaganj ameriških podjetij na Kitajskem in s tem preprečila izseljevanje delovnih mest,
- c. delovnih mest v predelovalni industriji ne bo ohranjala oziroma vračala v ZDA v meri, kot je napovedoval Trump, in
- d. bo dvignila cene blaga in s tem zmanjšala blaginjo.

### 2.1 Trgovinska bilanca

Temeljna, toda napačna podmena Trumpovega protekcionizma, temelječa na njegovem pomanjkanju ekonomskega znanja oziroma ideološki zaslepljenosti, je bila, da bodo protekcionistični ukrepi zmanjšali trgovinski deficit, da se bo zmanjšal uvoz iz Kitajske. Tako je Trump s prevelikim naslanjanjem na trgovinsko politiko želel z zadrževanjem delovnih mest doma izboljšati položaj Američanov. Pokazali smo, da je trgovinski deficit makroekonomski fenomen, na katerega vplivata stopnja varčevanja in investicij ter menjalni tečaj, in da ne obstaja jasna korelacija med višino carinske zaščite ter trgovinsko bilanco. Kot navajata Hanke in Li (2019), profesorja mednarodne ekonomike na univerzi Johna Hopkinsa, »je ameriški deficit pridelan doma, rezultat razmerja med domačim varčevanjem in domačimi naložbami. Tujci pridejo v sliko le skozi stranska vrata.« Če ni dovolj prihrankov, se povečuje zadolževanje. To potiska menjalni tečaj navzgor, kar vodi v zmanjševanje izvoza in povečevanje trgovinskega deficita. Če trgovinske vojne ne vodijo v dvig varčevanja ali nižje investicije, potem se bodo trgovinski tokovi le preusmerili na nezaščitene izdelke in v druge države. S tem trgovinska bilanca ostane nespremenjena.

Zato ni nikakršno presenečenje, da se predvideno zmanjšanje trgovinskega deficita ni uresničilo;<sup>13</sup> trgovinski deficit je bil vsako leto triletnega mandata večji. Celotni ameriški blagovni trgovinski deficit se je še povečal; s 750 milijard ameriških dolarjev leta 2016 na 864 milijard leta 2019. V času pandemije se je deficit celo dramatično povečal; v avgustu je dosegel rekordno višino v zadnjih 14 letih. To je posledica zmanjšanja ameriškega izvoza blaga in storitev ob povečanju uvoza za 23 % (zlasti medicinske opreme). Odvisnost ZDA od tega uvoza je izjemno visoka, saj kar 80 % antibiotikov, porabljenih v ZDA, izvira iz Kitajske.<sup>14</sup> Se pa je zmanjšal uvoz izdelkov, za katere so bile uvedene nove carinske stopnje, in sicer za 2,5 %. Izvoz takega blaga pa je bil nižji za kar 9,9 %, odvisno od višine novih carinskih stopenj (Fajgelbaum, 2019). Le upošteva je blagovno menjavo se je uvoz povečal za 16 %. Padati je začel šele leta

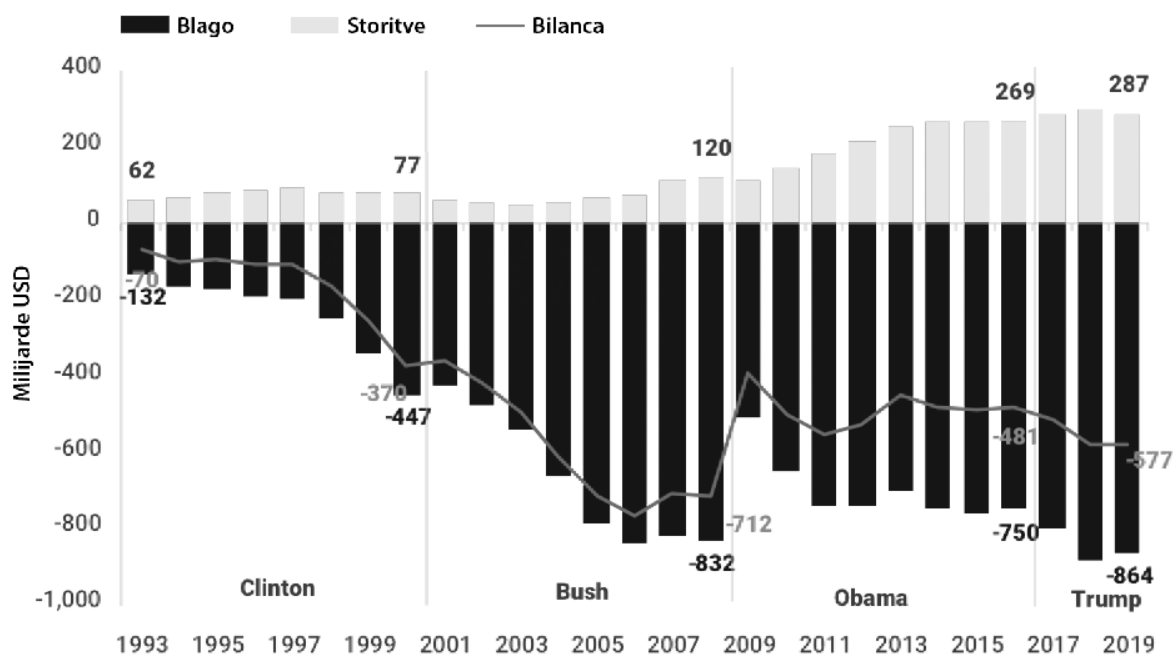
<sup>12</sup> Kar 97 tujih strokovnjakov za mednarodne odnose je ocenilo, da ZDA niso bile učinkovite ali dovolj učinkovite v usklajevanju mednarodnega odgovora na pandemijo. Zato jih kar 52,6 % meni, da bo ugled ZDA v mednarodnem sistemu po pandemiji padel (Jackson in drugi, 2020).

<sup>13</sup> To poznavalcev seveda ne preseneča, saj je »Amiti je s sodelavci ugotovila, da 10-% povečanje tujih carinskih stopenj korelira z 32 % padcem trgovine (2019a).

<sup>14</sup> 95 % ibuprofena, 91 % hidrokortisona, 70 % acetaminophena, 40-45 % penicilina in 40 % heparina je uvoženo iz Kitajske (Taylor, 2020).



Slika 1: Ameriški trgovinski deficit 1993–2019 (v mrd. ameriških dolarjev)



Vir: U.S. Census Bureau. Po: Polaski in drugi, 2020: 18.

2019. Trgovinski deficit s Kitajsko se je sicer zmanjšal (zmanjšati ga je bil eden Trumpovih glavnih ciljev), toda le za skromnih 0,5 % (Lemieux, 2020: 44).

Tudi deficit trgovinske bilance s Kanado in Mehiko, glavnima trgovinskima partnericama, se je znatno povečal (Primack in drugi, 2020). Tudi sklenjeni novi trgovinski sporazum s partnerji v NAFTA, ki naj bi bila po Trumpu škodljiva za ZDA<sup>15</sup> (zdaj se imenuje US-Mexico-Canada Agreement ali USMCA), ni dal pričakovanih rezultatov. Nov trgovinski sporazum je bil sklenjen tudi z Južno Korejo. Ti dve njegovi obljubi sta bili torej uresničeni, učinki pa, kot kaže statistika menjave, pod pričakovanji. Novi sporazumi so dajali prednost finančnemu in farmacevtskemu sektorju, visokotehnološkimi in velikim kmetijskim podjetjem, manj pa so imeli od njih koristi ameriški kmetje ter delavci v obliki povečanja plač in odpiranja novih delovnih mest, kar je Trump obljubljal.

Trgovinska vojna oziroma uvedba uvoznih carin na kitajski izvoz v ZDA je dvignila cene za potrošnike in povzročila farmerjem izgube, saj so izgubili svoj ključni trg (Polaski in drugi, 2020: 18 in 3). Njihov izvoz soje na Kitajsko se je v zadnjih dveh letih zmanjšal za 20 milijard ameriških dolarjev. Analiza Carterja in Steinbacha je pokazala, da so te carine povzročile znatno zmanjšanje proizvodnje ameriškega kmetijstva in izvoza hrane

ter povzročile preusmeritev mednarodnih trgovinskih vzorcev. Ugotovila sta, da izgube v zunanji trgovini z državami, ki so uvedle povračilne ukrepe, presegajo dobičke iz trgovine z državami, ki niso odgovorile s povračilnimi carinami, za več kot 14,4 milijarde ameriških dolarjev. Se pa učinki povračilnih zvišanj carin razlikujejo glede na izdelke, pri čemer se največji učinki prerazporeditve kažejo pri soji in mesnih izdelkih (Carter in Steinbach, 2020: 1). Kitajske povračilne carine na kmetijske izdelke so stale proizvajalce soje iz Srednjega zahoda upad izvoza za leti 2018 in 2019 primerjavi z letom 2017 v višini 6,7 milijarde ameriških dolarjev (Bown, 2020). Sporazum s Kitajsko v prvi fazi sicer predvideva povečanje nakupov soje, vendar se ne zdi, da bo ta cilj dosežen (Jones, 2020). Dosedanji rezultati so pod pričakovanji administracije, možnosti za naslednji sporazum pa so glede na medsebojno obtoževanje glede pandemije covid-19 zelo slabi. Trump je celo izjavil, da novi sporazum ni verjeten (Primack in drugi, 2020).

Potrdila so se tudi predvidevanja, da bo »omejevanje uvoza zvišalo cene potrošnega blaga, omejilo ameriški izvoz in zmanjšalo produktivnost zaradi dražjih uvoznih nadomestil« (Svetličič, 2017: 33). Uvedene carine na kitajski uvoz tudi niso prav veliko pomagale oživiti ameriške predelovalne industrije, prizadele pa so farmerje, saj so se njihovi dohodki bistveno zmanjšali kot posledica kitajskih omejitev na kmetijski uvoz iz ZDA. Omejevanje kitajskega uvoza v ZDA je negativno vplivalo tudi na ameriški izvoz na Kitajsko. Ta se je zmanjšal s 130 milijard ameriških dolarjev leta 2017 za

<sup>15</sup> Nekatere analize to potrjujejo, saj naj ne bi prišlo do konvergence med gospodarstvi, ampak do novih asimetrij, do izgube delovnih mest in padca delavskih plač v ZDA (več v Nahtigal, 2019: 445).



23 milijard (18 % manj) na 107 milijard ameriških dolarjev leta 2019 (Jones, 2020). Preprosto zato, ker je 84 % vseh izvoznikov bilo prizadetih s povečanjem uvoznih cen surovin za izvožene končne izdelke. Tudi obljuba o vračanju delovnih mest v ZDA, ena ključnih Trumpovih predvolilnih obljub leta 2016, se ni uresničila. Proizvodni sektor se je leta 2019 skrčil za 1,3 %, ustvarjanje delovnih mest pa je dejansko v skladu z rastjo delovne sile na splošno, in ne višje (Fabry, 2020: 2).

Protekcijem je res bumerang, nazaj udari tistega, ki ga sproži, in je zaradi naraščajočega števila trgovinskih sporov zlata jama za pravnike, ki se ukvarjajo s trgovino.

## 2.2 Učinki na zaposlenost

Ena od Trumpovih ključnih obljub je bila revitalizirati trg dela, znižati nezaposlenost, odpirati nova delovna mesta oziroma jih vračati iz tujine. Obljubljal je, »da bi lahko v desetih letih po nastopu mandata dodali 25 milijonov delovnih mest«. Delavcem v Michiganu je obljubil: »Vrnili vam bom delovna mesta nazaj v ZDA. /.../ Če bom izvoljen, ne boste izgubili niti ene tovarne. /.../ Ustvarjali bomo dobra delovna mesta in povišali plače.« (Polaski in drugi, 2020: 14) Trenutna gibanja na tem področju kažejo, da so bile te optimistične obljube povsem nerealne, če ne že naivne (ali pa le predvolilna laž), saj se delovna mesta ne vračajo domov v ZDA, kot obljubljeni, niti se ne odpirajo nova v tujini, kot zamišljeno. V treh letih mandata se je zaposlenost sicer na splošno povečala<sup>16</sup> za 1,2 % letno (Polaski in drugi 2020: 14), kar je v ciklu okrevanja po recesiji pričakovano. Toda rast je bila nižja od predvidevanj in vse do letos počasnejša kot pod Obamo.<sup>17</sup> Izboljšanje razmer na trgu dela v ZDA se je v primerjavi z drugimi državami pod Trumpom ustavilo, ugotavlja The Economist (17. 10. 2020a: 32).

Barattieri in Cacciatore (2020: 31) sta ugotovila, da je imel protekcijem majhne, kratkotrajne in večinoma nepomembne blagodejne učinke v zaščiteneh industrijah. Nasprotno pa ima dolgotrajne in pomembne negativne učinke na industrije, ki uporabljajo zaščitene uvodne izdelke. Pri njih je prišlo do zmanjšanja zaposlenosti zaradi zvišanja cen njihovih surovin in končnih izdelkov. Končni rezultat je oslABLJENA konkurenčnost.

Pri preverjanju ugotovitev članka z rezultati seveda ni ustrezno upoštevati dogajanja v času pandemije. Toda članek ne bi bil popoln, če ga ne prikazemo vsaj kot ilustracijo, kaj se dogaja in kaj se kaže v prihodnje. Tako se je letos nezaposlenost pod vplivom programa pomoči, ki ga je kongres potrdil v marcu in aprilu 2020, po podatkih BBC (2020) znatno zmanjšala (februarja

je bila na zgodovinsko nizki meji 3,5 %). Po koncu delovanja programa pa je po podatkih ameriškega urada za statistiko dela izrazito poskočila (na 14,7 % ali najvišjo raven po veliki depresiji leta 1930) in se nato po aprilu skoraj razpolovila (6. november 2020)<sup>18</sup>. Delež aktivnih Američanov, starih od 25 do 54 let, je do aprila 2020 padel za 70 % (The Economist, 10. 10. 2020c: 5). A zaposlenost je bila tudi v avgustu še pod ravno v času prevzema mandata januarja 2017. Ameriško ministrstvo za delo trdi, da je delo izgubilo več kot 20 milijonov ljudi, kar je v samo enem mesecu izničilo ves prirastek zaposlenosti v vsem desetletju. Lysy (2020) zato ugotavlja, da Trumpovi dosežki na tem področju zaostajajo za predhodnimi predsedniki. Z izjemo leta 2018, ko se zdi, da je znižanje davkov pomagalo trgu dela, je bila pod Trumpom rast delovnih mest nekaj več kot dva milijona letno. Kot kaže, so trgovinske vojne negativno vplivale na zaposlenost in počasnejšo rast ameriškega gospodarstva, ugotavlja tudi revija Forbes (Jones, 2020).

Tudi novi trgovinski sporazumi niso spodbudili zaposlovanja. Polaski je s sodelavci (2020: 11–13) celo pokazala, da bo učinek USMCA v kombinaciji s Trumpovimi carinami na jeklo in aluminij, trgovinsko vojno s Kitajsko in zagroženimi avtomobilskimi carinami za evropske proizvajalce v ZDA povzročil izgubo skupno 366.900 delovnih mest. Celo uradna ocena ameriške vlade o vplivu USMCA na ameriško gospodarstvo in zaposlenost je negativna. Ameriška komisija za mednarodno trgovino (USITC), organ, ki je zadolžen za analizo učinkov trgovine na ameriško gospodarstvo, ocenjuje,<sup>19</sup> da bodo projekti ob popolnem izvajanju sporazuma privedli celo do majhnega krčenja ameriškega gospodarstva in zmanjšanja celotne zaposlenosti v ZDA.

Posebno pozornost v prizadevanjih, da si zagotovi glasove razočaranih delavcev v predelovalni industriji, zlasti avtomobilski in industriji jekla, je Trump namenil revitalizaciji te panoge, zaviranju deindustrializacije ZDA, vračanju industrije oziroma predelovalnih delovnih mest v ZDA. To so bile med najpomembnejšimi in za volivce najprivlačnejše obljube. Res je, število novih delovnih mest v predelovalni industriji se je povečalo z 12,36 milijona decembra 2016 na 12,87 milijona decembra 2019. Ne ve pa se, koliko od tega bi lahko pripisali vračanju delovnih mest iz tujine. Economic Policy Institute celo ocenjuje, da je bilo več delovnih

<sup>16</sup> Podobno kot v drugih razvitih državah.

<sup>17</sup> Pod Trumpom je do pandemije število delovnih mest v treh letih naraslo za 6,4 milijona, pod Obamo pa za sedem milijonov.

<sup>18</sup> Če pa upoštevamo, da uradna statistika podcenjuje število nezaposlenih, se je nezaposlenost še bolj povečala. Furman (2020) navaja dva razloga za takšno podcenjevanje. Prvič, ker ne upošteva povečanja zaposlenosti iz naslova novo zaposlenih, ki so bili iz "različnih razlogov" pred tem nezaposleni in drugič, ker je veliko ljudi zapustilo delovno silo (upokojevanje...). Furman (2020) je, upoštevaje ta dva dejavnika ugotovil, da bi bila dejanska stopnja nezaposlenosti junija 2020 17.1%, ne pa kot prikazuje uradna statistika, 13 %.

<sup>19</sup> Glej USITC, 2019.

mest v ameriški predelovalni industriji ukinjenih, kot pa se jih je odprlo<sup>20</sup> (glej Polaski in drugi, 2020, in The Economist, 17. 10. 2020b: 12). Ta panoga se je leta 2019 dejansko skrčila za 1,3 % (Fabry, 2020: 2).

Nove carine so povzročile tudi znatno zmanjšanje ameriške kmetijske proizvodnje in izvoza hrane ter povzročile preusmeritev mednarodnih trgovinskih vzorcev. Carter in Steinbach (2020: 1) sta ugotovila, da izgube v zunanji trgovini s povračilnimi državami presegajo dobičke iz trgovine z državami, ki se niso »maščevale« s povračilnimi carinami, za več kot 14,4 milijarde ameriških dolarjev (več na str. 7 in 10).

Konkretno: posledica Trumpovih davčnih reform je bila krepitev poslovanja ameriških podjetij v tujini<sup>21</sup> med letoma 2016 in 2018, zapiranje približno 1800 tovarn in ukinitvev 740.000 delovnih mest v predelovalni industriji do februarja 2020<sup>22</sup> (McNicholas in drugi, 2020). Poleg izgube avtomobilskih obratov leta 2016 so se naložbe avtomobilskih podjetij v Michiganu v treh polnih letih Trumpovega predsedovanja, v primerjavi s prejšnjim tremi leti pod Obamo, zmanjšale za 29 %. Te naložbe so od leta 2014 do konca leta 2016 znašale 15,8 milijarde ameriških dolarjev, od januarja 2017 do januarja 2020 pa 11,2 milijarde ameriških dolarjev (Polaski in drugi, 2020: 14). Skratka, poslovni svet se očitno ne ozira dosti na Trumpove obljube o odpiranju novih tovarn in delovnih mest, niti na najbolj prizadetih področjih.

Še pred pandemijo so nekdanja proizvodna središča Srednjega zahoda pod Trumpom doživljala počasnejšo rast delovnih mest kot pod Obamovo administracijo. Za predelovalne sektorje so pozitivne učinke Trumpovih carin več kot izravnali naraščajoči stroški vložkov in negativni učinki povračilnih carin, ki so jih uvedle države trgovinske partnerice (Polaski in drugi, 2020: 3). Edini zmagovalci Trumpove trgovinske politike so bili velika farmacija, visoke finance in visokotehnološka podjetja (Polaski in drugi, 2020: 3).

Če sklenemo: gibanja potrjujejo osnovne teze članka, da gre pri protekcionizmu v resnici za politiko osiromašenja sosedov, ki lahko sproži spiralo trgovinskih vojn, »ki škodujejo tistim, za katere naj bi Trump želel poskrbeti« (Stiglitz, 2016). Poleg tega bodo »ekonomski nacionalizem/protekcijonizem, politika vračanja industrije domov, oviranje izvajanja del in investiranja v tujini povzročili še intenzivnejšo avtomatizacijo in robotizacijo ameriške industrije«, smo ugotavljali.

Roboti namreč lahko zamenjajo nizko plačano delovno silo v tujini. Torej, četudi bi se del predelovalne industrije vrnil v ZDA, bi bila »večina obratov avtomatizirana, kar pomeni manj zaposlitev, kot nekateri pričakujejo«, je svaril Krugman (po Bryan, 2016). To potrjuje znatno povečanje števila robotov v ZDA (za 15 % od leta 2018, ne pa v avtomobilski industriji, kjer je celo padlo za 30 %).<sup>23</sup> Ideja o vračanju predelovalnih panog v ZDA je precej zavajajoča in utopična, smo ugotavljali, »ker dolgoročne tendence kažejo na relativno usihanje te industrije,<sup>24</sup> na njeno zgodovinsko vse bolj marginalno vlogo nasploh in še posebej v ameriškem gospodarstvu. Padanje deleža predelovalne industrije je namreč dolgoročna in nepovratna zgodovinska tendenca, povezana s stopnjo razvoja.« (Svetličič, 2017: 34 in 38) Takšna strategija, v nasprotju s Trumpovimi trditvami, ne bi odpirala novih delovnih mest, ampak bi zavrila preobrazbo gospodarstva v smeri vključujočega razvoja (Svetličič, 2017: 35).

Odstop od pariškega sporazuma bo dolgoročno povzročil zaostajanje ameriške industrije za zahtevami trajnostnega, bolj zelenega krožnega gospodarstva in s tem usihanje konkurenčnosti ameriških podjetij na tem propulzivnem področju. Razen če ne bo glas javnosti, ki sicer manj kot v drugih državah podpira usmeritev k bolj zelenemu gospodarstvu, v programih gospodarskega okrevanja po koronski krizi<sup>25</sup> preglasil »Trumpovo negiranje podnebnih sprememb, ki zastruje izzive, ki jih pred ZDA postavljajo doslej še nevideni požari ali poplavljanje obal« (Menendez, 2020).

Sestavni del politike »najprej Amerika« je bilo tudi pričakovanje, da se bodo zmanjšale ameriške investicije v tujini, zlasti na Kitajskem. Tudi to se ni uresničilo. Kumulativno so se investicije v tujini na splošno in na Kitajskem celo povečale. Leta 2019 so ameriška podjetja na Kitajskem vložila 14,13 milijarde ameriških dolarjev, torej več kot leta 2016, ko je bil Trump izvoljen (Polaski in drugi, 2020: 3). To seveda razvojno ni slabo, ni pa skladno s Trumpovimi željami po zmanjšanju teh naložb. *Selitveni* učinki takih investicij so odvisni tudi od tega, ali gre za horizontalne ali vertikalne naložbe. Apple, na primer, še vedno sestavlja številne proizvode na Kitajskem (Primack in drugi, 2020), kar seveda ne preseneča, saj v tako kratkem času podjetja, četudi bi tako želela, ne morejo prestrukturirati svojih preskrbovalnih verig. Raziskava ameriško-kitajskega poslovnega sodelovanja je razkrila, da se je le malo ameriških podjetij umaknilo iz Kitajske ali to nameravajo storiti (The Economist, 10. 10. 2020c: 8).

<sup>20</sup> Podjetja, kot je na primer Apple, bodo »začela proizvajati svoje izdelke v ZDA, ne pa na Kitajskem«, je Trump izjavil v govoru v predvolilni kampanji avgusta 2016.

<sup>21</sup> Davčna reforma je namreč znižala njihov davek na dobiček iz 28 na 10 %. To je spodbudilo, ne pa zavrlo investicije v tujini.

<sup>22</sup> Fiat Chrysler je leta 2017 zaprl tovarno Conner Avenue v Detroitu; General Motors leta 2019 tovarno avtomobilskih prestav Warren severno od Detroita, in Ford je napovedal zaprtje tovarne motorjev v Romeu v Michiganu.

<sup>23</sup> Verjetno je to posledica poskusov proklamirane politike zadrževanja delovnih mest v tej panogi.

<sup>24</sup> Ne gre za usihanje v absolutnem smislu, saj je proizvodnja vsako leto večja, je pa res, da za to večjo proizvodnjo potrebujemo vedno manj zaposlenih, ker se proizvodnja avtomatizira. Po drugi strani ta industrija zaostaja za hitrim razvojem storitvenega sektorja.

<sup>25</sup> Sedeminpetdeset odstotkov vprašanih Američanov podpira takšno usmeritev (v svetu nasploh 65 %, v Franciji 63 %, Nemčiji 57 % itd. (European Parliament, 2020: 41).

Gibanja torej potrjujejo večino ocen in glavno tezo, »da bodo »plavi ovratniki«, ki so glasovali za Trumpa, v bistvu plačali najvišjo ceno njegove napovedane politike omejevanja uvoza, ukinjanja trgovskih sporazumov in zniževanja davkov korporacijam in najpremožnejšim«. Poleg tega se ugotavlja, da dolgoročno »protekcijem tudi zavira pretok znanja in krha inovativnost ter s tem produktivnost, kar lahko prispeva k naraščanju neenakosti, nestabilnosti in k socialno/političnim konfliktom ter ksenofobiji. Zato bo omejitev tega uvoza najbolj škodila prav najranjlivejšim. Bogati namreč tega uvoznega blaga iz Kitajske ne kupujejo, ker kupujejo v butikih. Ceno izvolitve D. Trumpa bodo tako najbolj plačali prav njegovi »beli« neinformirani volivci, ki se jim mora Trump zahvaliti za zmago« (Brennan, 2016: 1, Svetličič, 2017: 36). Ocena je bila glede na zgoraj navedeno pretirana, vsaj do pandemije, saj se je revščina<sup>26</sup> po uradnih podatkih (2017/2018) zmanjšala<sup>27</sup> (pod Obama še bolj), nekoliko celo neenakost. Če pa bi upoštevali zmanjševanje pravic iz naslova zdravstvenega zavarovanja<sup>28</sup> in drugih ugodnosti<sup>29</sup> ter na koncu še pandemijo, bi se položaj delavcev še poslabšal. Še najbolj prav najrevnejših, tistih, ki delajo na »nezamenljivih«, slabše plačanih in virusom najbolj izpostavljenih delovnih mestih. Pogosto so to mlajši, temnopolti in ženske, medtem ko bolje izobraženi in plačani lahko delajo na domu. The Economist (10. 10. 2020c: 11) poroča, da je bilo v ZDA v juliju 2020 kar 16 % manj tistih delovnih mest, ki so plačana pod 27.000 ameriških dolarjev, v primerjavi z le 2 % manj tistih delovnih mest z dohodki, višjimi od 60.000 ameriških dolarjev na leto.

### 3 Celoviti vpliv na rast in blaginjo

Predvidevalo se je, da se bo »zaradi omejevanja mednarodne menjave (protekcijem) znižala stopnja rasti, zmanjšal nabor izdelkov in storitev, da bodo njihove cene višje, da se bo posledično življenjska raven, zlasti revnejših potrošnikov, znižala.« (Svetličič, 2017: 36)

Praksa je nekatera zgoraj navedena predvidevanja potrdila, druga pa ne, ali pa so bila vsaj pretirana. Ocena, da se bodo stopnje gospodarske rasti znižale, se ni izkazala za točno, saj je povprečna letna stopnja rasti ameriškega gospodarstva od začetka leta 2017

do konca leta 2019 znašala 2,5 %. To pa je bilo komaj kaj več kot v preteklih treh letih pod Obama, vendar je bila malo višja kot v drugih državah (The Economist, 17. 10. 2020b: 12). Leta 2020 je realna stopnja rasti začela padati, čeprav nekoliko manj kot v evrskem območju, na primer. Nekdanji glavni ekonomist in direktor Economics and Policy Group, Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA), Lysy (2020) ugotavlja, »da v najboljšem primeru lahko rečemo, da Trump v prvih treh letih mandata ni izničil gospodarske ekspanzije, ki se je začela s preobratom, ki ga je Obama ustvaril v pol leta po svojem nastopu leta 2009 (po veliki recesiji). Sprva jo je spodbudilo znižanje davkov in velik proračunski primanjkljaj, pozneje pa so jo negativni učinki protekcijem ukrepov potiskali navzdol. Ni pa mogoče z gotovostjo trditi, v kolikšni meri so ti rezultati posledica ukrepov Trumpove administracije in v kolikšni meri ukrepov Zveznih rezerv, demografskih gibanj ali gibanj v drugih državah oziroma v svetu na splošno.«

Rezultati torej zaostajajo za Trumpovimi napovedmi, da »v času njegovega mandata gospodarstvo lahko zraste za 4,5, morda celo 6 % letno«. »Trumponomics ni dosegla rezultatov, ki so jih njeni zagovorniki napovedovali,« zaključuje The Economist (17. 10. 2020a). Krugman (2020a) celo ugotavlja, da »razprostranjeno mnenje, da so republikanci boljši za gospodarstvo kot demokrati, nima realne podlage. Podatki o gospodarski rasti v času zadnjih šestih predsednikov kažejo, da je res nasprotno, in to neupoštevaje vpliva pandemije covid-19 na rast BDP na prebivalca v zadnjem letu mandata, ko je ta stopnja rasti izrazito padla«. Vendar so ZDA še vedno dosegle boljše rezultate kot druge razvite države, tako glede rasti BDP kot tudi glede zmanjšanja brezposelnosti, večje industrijske proizvodnje in višjih dobičkov podjetij. Blinder in Watson (2016) sta ugotovila, da je BDP pod demokratičnimi predsedniki rasel precej hitreje (v povprečju 4,33 % na leto) kot pod republikanski predsedniki<sup>30</sup> (v povprečju 2,54 % na leto).

Zunanja trgovina je med pomembnimi dejavniki gospodarske rasti. Močan vpliv na stopnje gospodarske rasti so imele uvedene povračilne carine, saj so na podlagi podatkov za leto 2019 vplivale na več kot 460 milijard ameriških dolarjev uvoza in izvoza, zvišujoč stroške potrošnikov za približno 57 milijard ameriških dolarjev letno (Lee in drugi, 2019). To je seveda nižalo blaginjo. Dodatni izvoz v države, ki niso uvedle povračilnih carin (učinki preusmerjanja trgovine), je le delno kompenziral te izgube.

Povračilne carine, ki jih je uvedla Trumpova administracija, so dolgoročni ameriški BDP znižale za 0,23 %, <sup>31</sup> plače za 0,15 % in zaposlenost za 179.800 ekvivalentov polnih delovnih ur (York, 2020). To znižanje

<sup>26</sup> Ameriška definicija revščine vključuje posameznike, ki zaslužijo manj kot 35 ameriških dolarjev, oziroma družine z manj kot 70 ameriški dolarji na dan.

<sup>27</sup> Se je pa avgusta že vrnila na stanje pred pandemijo (The Economist, 3.10.2020d,36).

<sup>28</sup> Trump je nasledil Obamov Zakon o dostopni oskrbi (Affordable Care Act). Vendar ga je poskusil na različne načine sabotirati. Glej opis petih sabotaj, ki so oslabile ta sistem, v Thompson, 2020. S svojim odlokom je suspendiral financiranje po Zakonu o socialni varnosti (Social Security) in povzročil, da so se razpoložljivi dohodki tistih z visokimi dohodki povečali.

<sup>29</sup> McNicholas (2020) navaja kar 50 razlogov, zakaj se je položaj delavcev za časa Trumpa poslabšal.

<sup>30</sup> Glej primerjavo tudi v Hyde 2016.

<sup>31</sup> Po oceni M. Amiti s sodelavci (2020) so trgovinske vojne znižale ameriški BDP za 0,4 % letno.

blaginje je tudi posledica dviga cen za potrošnike in proizvajalce. Amiti je s sodelavci (2019b) ugotovila, da je imela uvedba povračilnih carin znaten vpliv na dvig cen končnih in vmesnih proizvodov v ZDA. Tudi Cavallo je s sodelavci ugotovil, da so se ameriške carine, uvedene leta 2008, do avgusta 2019 skoraj v celoti prevalele na cene ameriškega uvoza, kar pa se ni v celoti odrazilo na maloprodajnih cenah, ker so si trgovci znižali marže. Opozorili pa so, da njihove ugotovitve kažejo le kratkoročne učinke novih carinskih stopenj, ko so stroški teh povišanj v celoti padli na domače potrošnike, povišanja cen pa so bila skoraj v celoti prenesena na skupne cene, ki so jih plačali uvozniki (Cavallo in drugi, 2019: 33). Lažje je učinkovanje carin ugotavljati, ko gre za posamezne izdelke. Tako je Amiti s sodelavci ugotovila (2019b), da so se po uvedbi dodatnih carin cene pralnih strojev znatno dvignile in da so se na splošno cene proizvajalcev in potrošniške cene leta 2018 v povprečju zvišale za približno tretjino odstotka. Povišanje carinske stopnje na uvoz jekla je vplivalo na zvišanje cene uvoženega jekla in domačim proizvajalcem jekla omogočilo tudi zvišanje njihovih cen.<sup>32</sup> Je pa to zmanjšalo konkurenčnost preostale industrije in ogrozilo dva milijona delovnih mest Američanov, ki so odvisni od proizvodnje jekla. Ekonomista L. Cox in K. Russ sta izračunala, da v panogah, ki uporabljajo jeklo kot svojo surovino, dela 80 Američanov na enega Američana, ki dela v proizvodnji jekla (Bown, 2020). Učinek na cene proizvajalcev je bil močnejši; 10 % dvig carinske stopnje je imel pozitiven in značilen učinek na indeks cen proizvajalcev v višini 1,5 %, medtem ko je porast carinske stopnje na vhodne materiale dvignil indeks cen proizvajalcev za 2,3 %. Trgovinski šoki so bolj prizadeli temnopolte in Latinskoameričane (glej več v Polaski in drugi, 2020: 9).

Fajgelbaum je s sodelavci ugotovil (2019: 1), da so izgube potrošnikov in podjetij, ki kupujejo dodatno carinsko obremenjene uvozne izdelke, znašale kar 51 milijard ameriških dolarjev letno ali 0,27 % BDP. Po upoštevanju carinskih dohodkov in koristi za domače proizvajalce je agregatna izguba realnih dohodkov znašala 7,2 milijarde ameriških dolarjev ali 0,04 % BDP. V skladu s tem Waugh (2019) ugotavlja pomembne učinke povračilnih carin na domačo potrošnjo. Ti učinki na porabo se kažejo v znatnem zmanjšanju rasti zaposlenosti v predelovalni industriji (Li, Wang in Whalley, 2019; glej Carter in drugi, 2020: 2). Zmanjšala se je tudi raznovrstnost izdelkov na policah. Stroške uvedbe carin so tako v veliki meri nosili potrošniki in uvozniki. Govorimo bolj o ocenah, ker je zanesljivo ugotavljanje agregatnega vpliva zvišanih carinskih stopenj na cene potrošnega blaga precej zapleteno tudi zato, »ker vemo več o motivih uvajanja carin kot pa o tem, kako te vplivajo na gospodarstva, kako se ta odzivajo na nove carinske stopnje, posebno ko gre za velike države, ki imajo možnost vplivati na

cene. Ne nazadnje tudi zato, ker je treba upoštevati tudi spremembe tečajev, posebno v primeru Kitajske« (glej Cavallo in drugi, 2019: 32). Kakšni bodo dolgoročni učinki, tako še ni jasno. Očitno pa je, da smo doslej videli le del teh kratkoročnih učinkov. Vprašanje je, ali bo maloprodaja sposobna dolgoročno vzdržati zmanjšane marže ali pa jih bo, na primer, prevabila na maloprodajne cene v celoti. Seveda pa so skladno s pričakovanji učinka bumeranga v protekcionizmu države, proti uvozu katerih so bile uperjene te nove carinske stopnje, sprejemale povračilne ukrepe. Ti so prizadeli ameriški izvoz. »Odziv ameriških izvoznikov na povračilne carine, ki so jih uvedli v tujini, ni bil skladen z odzivom tujih izvoznikov na nove carine, uvedene na njihov uvoz v ZDA. Njihove povračilne carine so bile naravnane na nediferencirane ameriške izvozne izdelke, katerih cene so ameriški izvozniki znatno znižali brez carinskih obremenitev, zlasti v odnosih s Kitajsko« (Cavallo in drugi, 2019: 33).

Odločilni dejavnik vpliva na blaginjo je gibanje realnih plač. Te so se prva tri leta Trumpovega mandata do pandemije sicer dvignile (letno 2,1 %), s čimer se je nadaljeval trend, ki se je začel že pod Obamovim prvim mandatom in nekoliko umiril v Obamovem drugem mandatu (2,4 %). Po *The Economistu* se je mediana dohodkov ameriških gospodinjstev tako od leta 2017 povečala vzporedno s povečanjem plač najslabše plačanih Američanov (17. 10. 2020a: 32). To pa ne velja za urne postavke.

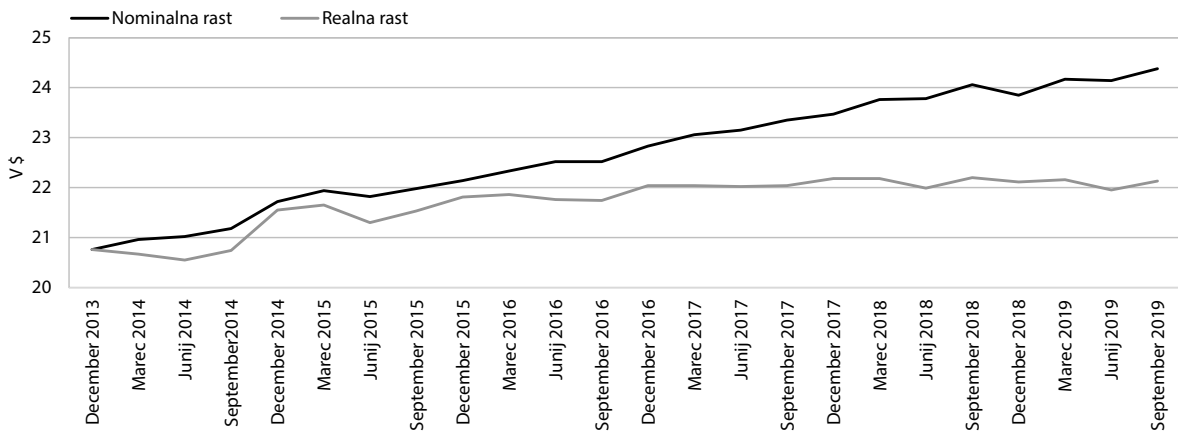
Čeprav so se urne postavke od decembra 2016 do septembra 2019 nominalno povišale za 6,8 % (z 22,83 na 24,38 ameriškega dolarja), je bilo to zvišanje po upoštevanju inflacije dejansko le 0,42-%. Če upoštevamo še zmanjšanje dodatnih ugodnosti (zdravstveno zavarovanje, pokojnina in različne druge ugodnosti), so se plače v treh letih znižale za 1,7 %. Padeč je bil še občutnejši pri predelovalni industriji, zlasti leta 2019 (Salkever, 2020).

Slabšanje položaja delavcev je bilo zato morda celo bolj posledica ukinjanja Obamovih reform na trgu dela in krhanja pravic delavcev do sindikalnega združevanja<sup>33</sup> (Polaski in drugi, 2020: 4). Po podatkih ameriškega urada za statistiko dela (BLS, 2015, 2019) je delež delavcev v zasebnem sektorju, ki so člani sindikata, padel s približno 17 % v leta 1983 na 6,2 % leta 2019. Primerljiv delež delavcev javnega sektorja je v tem obdobju ostal približno ena tretjina. Obenem se je članstvo v sindikatih starostne skupine 16–40 let v državah, kjer so se povečale minimalne plače, povečalo s povprečno 6,5 % v obdobju 2011–2014 na 6,9 % v obdobju 2015–2019. V državah, ki niso zvišale minimalne plače, je ta delež manjši: s povprečno 3,9 % pade na 3,7 % (Clemens & Strain, 2020: 12 in 15). Politika, kot kaže, vpliva na sindikalno članstvo.

<sup>32</sup> Za podrobnejše učinke novih carinskih stopenj na jeklo in aluminij glej preglednico 1 v Lee in drugi, 2020.

<sup>33</sup> Glej McNicholas (2020).

Slika 2: Realna rast plač na uro v obdobju 2014–2019



Vir: Salkever, 2020.

Predsednik Trump je v svojih predvolilnih obljubah obljubljal posebne ugodnosti za delavce v predelovalni industriji in zato namenjal posebno pozornost državam z močno predelovalno industrijo (na primer Ohio).<sup>34</sup> Tudi tu je sicer prišlo do rahlega izboljšanja, vendar samo, če upoštevamo le nominalne podatke. Upoštevaje inflacijo in dodatke pa so po letu 2017 plače dejansko začele stagnirati.

Blaginja je tudi zdravje prebivalcev. Če so ti srečni in uspešni, bodo bolj zdravi in bodo živeli dlje. »Brez zdrave delovne sile ni mogoče imeti zdravega gospodarstva in blaginje,« trdi nobelovec Stiglitz (2020b). ZDA v tem pogledu zaostajajo za številnimi državami. Pričakovana življenjska doba Američanov je krajša kot v najbolj razvitih državah<sup>35</sup> in je prvi dve leti Trumpovega mandata še padla. To ne preseneča, saj »je več Američanov ostalo brez zdravstvenega zavarovanja s Trumpovimi neusmiljenimi napadi na Obamacare« (ib., 2020b). Stopnja nezavarovanih Američanov se je s tako spremembo Obamove zdravstvene reforme dvignila z 10,9 na 13,7 %.

Davki seveda pomembno vplivajo na blaginjo neposredno in posredno prek njihovega prerazporejanja. Osnovna značilnost Trumpove davčne politike je bilo zniževanje davkov na splošno, zlasti za podjetja, da bi se tako spodbudila gospodarska rast. Revija Fortune navaja, da je 500 največjih podjetij, ki objavljajo zadosti podatkov za izračun skupnega učinkovitega zveznega davka, leta 2018 v povprečju plačalo le 11,3-% davek na

svoje dohodke. Kar 91 korporacij, vključno z Amazon, Chevron, Delta Airlines, Eli Lilly, FedEx, Halliburton, IBM, Netflix, U.S. Steel in Whirlpool, pa ni plačalo nobenega zveznega davka (Polaski in drugi, 2020: 43). Tako se je položaj 10 % najpremožnejših, oziroma še bolj 0,1 %, znatno izboljšal in neenakost se je še povečala. Zato ne preseneča Stiglitzeva ugotovitev, da je Trump lahko dober predsednik za vrhni 1 % prebivalstva, zlasti vrhnjih 0,1 %, ne pa za vse preostale. Levji delež porasta BDP so tako užili najbogatejši (Stiglitz, 2020a).

Odsotnost prave politike prerazporeditve ni izboljševala položaja, ampak se je ta s stalnim zniževanjem delavskih standardov še poslabševal.<sup>36</sup> Tako se je potrdila tudi domneva, da so za slab položaj srednjega razreda v ZDA bolj krivi notranji dejavniki, avtomatizacija oziroma tehnološki razvoj, in v manjši meri trgovina s Kitajsko (ali globalizacija na splošno), ki ji je glavno krivdo pripisoval Trump. Odsotnost učinkovite politike kompenziranja tistih, ki iz naslova mednarodne menjave izgubljajo, s strani tistih, ki dobivajo, torej pomeni, da je politika redistribucije z vidika evropskega pogleda na socialno pravičnost položaj še poslabšala.

## 4 Sklep

Najbolj splošna ocena sicer še ne popolnoma dokončanega mandata predsednika Trumpa je, da je veliko obljubljal, pa manj uresničil. Res pa je, da je ameriškemu gospodarstvu v letih 2018/19 šlo malo bolje kot gospodarstvu primerljivih razvitih držav (glej The Economist, 17. 10. 2020a: 32).

Njegova politika »naprej Amerika« je, kot smo predvidevali, večinoma poslabšala položaj ZDA, zlasti

<sup>34</sup> Plače v predelovalni industriji so se v tej državi, na primer, v času Trumpovega mandata znižale z 934 na 904 ameriških dolarjev na teden (pa tudi v času predsednika Busha mlajšega), medtem ko so v času Obame rahlo porasle (Polaski in drugi 2020: 20).

<sup>35</sup> Znaša 79,11 leta (ali 46. mesto na svetu) v primerjavi s Slovenijo, ki zaseda 28. mesto z 81,85 leta pričakovane življenjske dobe (<https://www.worldometers.info/demographics/life-expectancy/>). Res pa je, da na povečanje umrljivosti v srednjih starostnih skupinah najbolj vplivajo droge, samomorilnost in bolezn. To je seveda povezano tudi s socialnim položajem.

<sup>36</sup> Več na: <https://www.epi.org/publication/the-trump-administrations-attacks-on-workplace-union-voting-rights-forewarned-of-the-broader-threats-to-voting-rights-in-the-upcoming-election/>.



delavskega razreda, modrih ovratnikov (posebno v predelovalni industriji), torej tistih, ki jim je največ obljubljal (poleg korporacijam, seveda). Tri leta so potrdila naše domneve, da bodo njegovi volivci v največji meri poraženci, pa ne globalizacije ali kitajske ekspanzije, kitajskega uvoza v ZDA, ampak bolj njegove ekonomske politike, protekcionizma, trgovinskih vojn z vsemi posledicami na notranjepolitično-gospodarska gibanja, tehnološki razvoj (avtomatizacija, robotizacija itd.) ob odsotnosti ustrezne politike redistribucije. Kot piše The Economist: »Njegov tim ni razrešil nobenega problema globalnega trgovinskega sistema, niti strukturnih učinkov kitajskih subvencij domačim podjetjem na mednarodne trge.«

Na podlagi obširne empirične analize smo ugotovili, da:

- je politika »najprej Amerika« bistveno okrnila ugled, položaj in vpliv ZDA v svetu ter s tem vnesla nestabilnost in kaos v mednarodni sistem;
- trgovinska vojna s Kitajsko ni dosegla zastavljenih ciljev, ampak bolj škodila ameriškim interesom kot jim koristila;
- se trgovinska bilanca po uvedbi povračilnih carin ni izboljšala, ampak poslabšala;
- se je zaposlenost sicer povečala, ampak bistveno zaostala za optimističnimi napovedmi;
- se je število delovnih mest v predelovalni industriji rahlo povečalo, vendar jih je več odteklo v tujino, kot se jih je vrnilo nazaj v ZDA. V določeni meri je bil to rezultat povečanja ameriških investicij v tujini, kar je v nasprotju s Trumpovo politiko njihovega zmanjševanja v tujini in povečanja doma;
- so plače, čeprav so se na splošno rahlo povečale, pozneje začele stagnirati, v predelovalni industriji pa tudi padati;
- je bil še najboljši rezultat dosežen v stopnjah rasti BDP, ki je bila višja kot v najbolj razvitih državah, vendar so dejansko še vedno zaostajale za stopnjami v času administracije predhodnika, Obame, in tudi, če merimo BDP po prebivalcu;
- je celotna Trumpova politika na splošno zmanjševala blaginjo Američanov, zlasti modrih ovratnikov. Povračilne carine so vplivale na dvig cen potrošnega blaga in vhodnih surovin za industrijo, davčna politika pa je razbremenila bogate in podjetja ter poslabšala položaj delavcev v primerjavi z lastniki kapitala, tudi zaradi krčenja zdravstvene zaščite in omejevanja sindikalnega združevanja.

Naj sklenemo: v prvih treh letih mandata Trump ni popolnoma iztiril rasti, ki se je začela pod Obamo. Krugman (2020a) ugotavlja »da če pogledamo trende gibanja zaposlenosti, bi sploh težko rekli, da se je s Trumpovo izvolitvijo kaj spremenilo na bolje«. Lahko ugotovimo, da gibanje ameriškega gospodarstva potrjuje večino ugotovitev članka, ki smo ga tukaj analizirali. Če bi upoštevali tudi sicer nepredvideno pandemijo, pa še toliko bolj. Tudi poraz Trumpa na volitvah 2020 ponazarja, da volivci niso bili zadovoljni

z njegovimi dosežki, čeprav ankete kažejo, da ne toliko z gospodarskimi kot z drugimi vidiki njegove »čivkarske« politike. Kot kaže, imajo tudi psihologi prav, ko trdijo, da ne štejejo toliko resnica, dejstva kot njihova percepcija. Upati pa je, da se je kljub temu pokazalo, da znanost nekaj ve o posledicah ekonomskih politik in strategij. To je posebnega pomena v času, ko poenostavljane populistične ideje najdejo tako plodna tla ne le v ZDA in svetu, ampak tudi v Sloveniji. Upamo lahko samo, da bodo uspehi medicine v spopadu s covidom-19 to stanje preobrnil v korist znanosti.

## Literatura in viri

- Amiti, Mary, Sebastian Heise, and Noah Kwicklis** (2019a): The Impact of Import Tariffs on U.S. Domestic Prices. JANUARY 04, 2019. Pridobljeno na: <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2019/01/the-impact-of-import-tariffs-on-us-domestic-prices.html>. (4. 10. 2020)
- Amiti, Mary, Stephen J. Redding, and David E. Weinstein** (2019b): The Impact of the 2018 Tariffs on Prices and Welfare. *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 33, no. 4, 2019, pp. 187–210. JSTOR. Pridobljeno na: [www.jstor.org/stable/26796842](http://www.jstor.org/stable/26796842) (4. 10. 2020)
- Barattieri, Alessandro, and Matteo Cacciatore** (2020): Self-harming trade policy? Protectionism and production networks. Working Paper 27630. Pridobljeno na: <https://www.nber.org/papers/w27630> (21. 10. 2020)
- BBC** (2020): US 2020 Election: The Economy Under Trump in Six Charts. Reality Check team. BBC News. 23 September. Pridobljeno na: <https://www.bbc.com/news/world-45827430> (7. 10. 2020)
- Blinder, Alan and Mark Watson** (2016): Presidents and the U.S. Economy: An Econometric Exploration (PDF), *American Economic Review*, vol. 106, no. 4, April, 1015–45. (1. 10. 2020)
- Bown, P. Chad** (2020): There Is Little Dignity in Trump's Trade Policy. *Foreign Affairs*, July 9. Pridobljeno na: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2020-07-09/there-little-dignity-trumps-trade-policy>. (9. 10. 2020)
- Brennan, Jason** (2016): Trump Won Because Voters Are Ignorant, Literally. Pridobljeno na: <http://foreignpolicy.com/2016/11/10/the-dance-of-the-dunces-trumpclinton-election-republican-democrat/> (26. 11. 2016)
- U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, News Release**, Nov. 6. 2020. Pridobljeno na: <https://www.bls.gov/news.release/pdf/empisit.pdf>
- Bryan, Bob** (2016): No matter what Trump does, manufacturing jobs are not coming back to the US. Pridobljeno na: <https://www.businessinsider.in/krugman-no-matter-what-trump-does-manufacturing-jobs-are-not-coming-back-to-the-us/articleshow/55624465.cms>. (16. 10. 2020)
- Bureau of Labor Statistics**, 6. november, 2020. Pridobljeno na: <https://www.bls.gov/news.release/pdf/empisit.pdf>
- Carter, Colin A. & Sandro Steinbach** (2020): The Impact of Retaliatory Tariffs on Agricultural and Food Trade. Working Paper 27147. Pridobljeno na: [https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w27147/w27147.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w27147/w27147.pdf) (21. 10. 2020)
- Cavallo, Alberto, Gita Gopinath, Brent Neiman & Jenny Tang** (2019): Tariff Passthrough at the Border and at the Store: Evidence from US Trade Policy. NBER Working Paper 26396. Pridobljeno na: <https://www.nber.org/papers/w26396>
- Clemens, Jeffrey & Michael R. Strain** (2020): Public Policy and Participation in Political Interest Groups: An Analysis of Minimum Wages, Labor Unions, and Effective Advocacy. Pridobljeno na: <https://www.nber.org/papers/w27902>
- Cohen, Roger** (2020): How Trump Lowered America's Standing in the World. *New York Times*. 29. 10. 2020.
- European Parliament** (2020): The geopolitical implications of the COVID-19 pandemic. PE 603.511 - September.
- Fabry, Elvire** (2020): Trump's Trade War: A Deliberate Choice. Pridobljeno na: [https://institutdelors.eu/wp-content/uploads/2020/11/BP\\_201028\\_TrumpsTradePolicy\\_Fabry\\_EN-1.pdf](https://institutdelors.eu/wp-content/uploads/2020/11/BP_201028_TrumpsTradePolicy_Fabry_EN-1.pdf)
- Fajgelbaum, Pablo D., Pinelopi K. Goldberg, Patrick J. Kennedy, and Amit K. Khandelwal** (2019): The Return to Protectionism. NBER Working Paper 25638. Forthcoming. *Quarterly Journal of Economics*. Pridobljeno na: <https://www.nber.org/papers/w25638>
- Friedman, Thomas** (2020): Trump Has Made the Whole World Darker, *New York Times*, 29. 10. 2020.
- Furman, Jason** (2020): The US unemployment rate is higher than it looks—and is still high if all furloughed workers returned. June 5.
- The US unemployment rate is higher than it looks—and is still high if all furloughed workers returned** | PIIIE.
- Giuliano, Paola, Romain, Wacziarg** (2020): Who Voted for Trump? Populism and Social Capital. NBER Working Paper 27651. Pridobljeno na: <http://www.nber.org/papers/w27651>
- Hanke, Steve and Edward Li** (2019): Trade deficit is homegrown. Trump commits a 'fallacy of composition'. *Autumn 2019 Bulletin*. Pridobljeno na: <https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2019-10/hanke-the-bulletin-fall-2019.pdf> (20. 10. 2020)
- Hyde, Tim** (2016): Why does the economy do better when Democrats are in the White House? Interpreting the post-war economic growth gap, June 20. Pridobljeno na: <https://www.aeaweb.org/research/why-does-the-economy-do-better-democrats-white-house> (20. 10. 2020)
- Jackson, Emily B., Eric Parajon, Susan Peterson, Ryan Powers, Michael J. Tierney** (2020): Snap Poll: What Foreign-Policy Experts Make of Trump's Coronavirus Response. *Foreign Affairs*. May 8. Pridobljeno na: <https://foreignpolicy.com/2020/05/08/snap-poll-what-foreign-policy-experts-think-trump-coronavirus-response-election/> (25. 9. 2020)



- Jones, Chuck** (2020): Trump's Economic Scorecard: 3 Years In Office. *Forbes*, Feb 10, 2020. Pridobljeno na: <https://www.forbes.com/sites/chuckjones/2020/02/10/trumps-economic-scorecard-3-years-in-office/#6b4e105a7847> (1. 10. 2020)
- Kessler, Glenn, Salvador Rizzo and Meg Kelly** (2020): President Trump has made more than 20,000 false or misleading claims, *The Washington Post*, July 13.
- Krugman, Paul** (2020a): Will there be a Biden boom? Opinion, *New York Times*, Sept. 29. Pridobljeno na: [https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?campaign\\_id=116&emc=edit\\_pk\\_20200929&instance\\_id=22620&nl=paul-krugman&productCode=PK&regi\\_id=113540127&segment\\_id=39316&te=1&uri=nyt%3A%2F%2Fnewsletter%2F9590fd53-1e6e-5199-aeca-3927b38c0038&user\\_id=756d69517c8f4f6fdb9a0a694b91642c](https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?campaign_id=116&emc=edit_pk_20200929&instance_id=22620&nl=paul-krugman&productCode=PK&regi_id=113540127&segment_id=39316&te=1&uri=nyt%3A%2F%2Fnewsletter%2F9590fd53-1e6e-5199-aeca-3927b38c0038&user_id=756d69517c8f4f6fdb9a0a694b91642c) (6. 10. 2020)
- Krugman, Paul** (2020b): Trump killed the Pax Americana, *New York Times*, 29. 10. 2020.
- Lee, Tom, Jacqueline Varas** (2020): The Total Cost of Trump's Tariffs. Pridobljeno na: <https://www.americanactionforum.org/research/the-total-cost-of-trumps-new-tariffs/#ixzz6aCx3on8W> (7. 10. 2020)
- Lemieux, Pierre** (2020): The Trump Economy: Three Years of Volatile Continuity. *Regulation*, Summer. Pridobljeno na: <https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2020-06/regulation-v43n2-1-updated.pdf> (12. 10. 2020)
- Li, Chunding, Jing Wang, and John Whalley** (2019): Trade Protectionism and US Manufacturing Employment. NBER Working Paper 25860.
- Lysy, Frank J.** (2020): Trump's Economic Record in Charts. *An Economic Sense*. Its Economy Stupid. Pridobljeno na: <https://aneconomicsense.org/2020/09/10/trumps-economic-record-in-charts/> (2. 10. 2020)
- McNicholas, Celine, Lynn Rhinehart, and Margaret Poydock** (2020): 50 reasons the Trump administration is bad for workers. *Economic Policy Institute*. Pridobljeno na: <https://www.epi.org/publication/50-reasons/> (5. 10. 2020)
- Menendez, Bob** (2020): The Cost of Trump's Foreign Policy. *Committee on Foreign Relations*, Oct. 12, 2020.
- Nahtigal Matjaž** (2019): Modern Free-Trade Agreements and the Rise of Populism: How to Address Popular Discontent? *Teorija in praksa* Vol. LVI, Special Issue, 2019.
- Polaski, Sandra, Sarah Anderson, John Cavanagh, Kevin Gallagher, Manuel Pérez-Rocha, and Rebecca Ray** (2020): How Trade Policy Failed U.S. Workers—and How to Fix It. *Institute for Policy Studies, Boston University Global Development Policy Center, and Groundwork Collaborative*.
- Primack, Dan, Courtenay Brown, Axios** (2020): Pridobljeno na: <https://www.axios.com/trump-economic-promises-e414863a-dddd-4bd9-837a-08f95a5876f3.html> (28. 9. 2020)
- Rose, Andrew K.** (2019): Agent Orange: Trump, Soft Power, and Exports NBER Working Paper No. 25439 Issued in January 2019, NBER Program(s): International Trade and Investment.
- Salkever, David** (2020): The Conversation. Pridobljeno na: <https://theconversation.com/real-pay-data-show-trumps-blue-collar-boom-is-more-of-a-bust-for-us-workers-in-3-charts-131264> (5. 10. 2020)
- Schake, Kori** (2020): The Post-American Order; America First" Will Leave America Behind. October 21, *Foreign Affairs*, November/ December. Pridobljeno na: [https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2020-10-21/post-american-order?utm\\_medium=newsletters&utm\\_source=fatoday&utm\\_campaign=How%20China%20Threatens%20American%20Democracy&utm\\_content=20201021&utm\\_term=FA%20Today%20-%20112017](https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2020-10-21/post-american-order?utm_medium=newsletters&utm_source=fatoday&utm_campaign=How%20China%20Threatens%20American%20Democracy&utm_content=20201021&utm_term=FA%20Today%20-%20112017) (21. 10. 2020)
- Stiglitz, Joseph** (2016): Why the economy has failed so many - and why Donald Trump has the wrong answers. Oktober 26. Pridobljeno na: [http://www.cleveland.com/opinion/index.ssf/2016/10/why\\_the\\_economy\\_has\\_failed\\_so.html#incart\\_2box\\_opinion](http://www.cleveland.com/opinion/index.ssf/2016/10/why_the_economy_has_failed_so.html#incart_2box_opinion) (23. 12. 2016)
- Stiglitz, Joseph** (2020a): The Truth About the Trump Economy, Jan. 17, 2020. Pridobljeno na: <http://www.project-syndicate.org/commentary/grim-truth-about-trump-economy-by-joseph-e-stiglitz-2020-01> (2. 10. 2020)
- Stiglitz, Joseph** (2020b): Lessons of the American election for Europe and the world. *FEPS*. Pridobljeno na: <https://progressivepost.eu/debates/next-global/lessons-of-the-american-election-for-europe-and-the-world.> (11. 11. 2020)
- Svetličič, Marjan** (2017): So volivci D. Trumpa res „poraženci globalizacije“ in ekonomski zmagovalci ameriških volitev. *IB revija, UMAR, Ljubljana*, 1/2017, 25–43.
- Taylor, Cloe** (2019): A record number of robots were put to work across North America in 2018. Pridobljeno na: <https://www.cnn.com/2019/02/28/record-number-of-robots-were-put-to-work-in-north-america-in-2018.html> (5. 10. 2020)
- Taylor, Guy** (2020): Wake-up call: Chinese control of U.S. pharmaceutical supplies sparks growing concern. *The Washington Times*, 17.3. Pridobljeno na: <https://www.washingtontimes.com/news/2020/mar/17/china-threatens-restrict-critical-drug-exports-us/> (15. 10. 2020)
- The Economist** (2016): Free exchange: a mean feat. Pridobljeno na: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2016/01/09/a-mean-feat> (9. 1. 2016)

**The Economist** (2020a, 17. 10.): Watered with liberal tears. How the American economy did under Donald Trump, 31-33.

**The Economist** (2020b, 17. 10.): Grading Trumponomics; How to judge President Trump's economic record, 12.

**The Economist** (2020c, 10. 10.): World Economy, Special Report, 5-14.

**The Economist** (2020d, 3. 10.): And the poor get poorer, 36-37.

**Thompson J. Frank** (2020): Six Ways Trump has sabotaged the Affordable care Act. Brookings. Pridobljeno na: <https://www.brookings.edu/blog/fixgov/2020/10/09/six-ways-trump-has-sabotaged-the-affordable-care-act/> (2. 11. 2020)

**USITC U.S. International Trade Commission** (2019): United States-Mexico-Canada Agreement: Likely Impact on the U.S. Economy and Specific Industry Sectors. Investigation No. TPA-105-003, USITC Publication 4889. Table 2.6, p. 56. Pridobljeno na: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4889.pdf> (2. 10. 2020)

**York, Erica** (2020): Tracking the Economic Impact of U.S. Tariffs and Retaliatory Actions. Pridobljeno na: <https://taxfoundation.org/tariffs-trump-trade-war/Dostp> (4. 10. 2020)

**Waugh, Michael E.** (2019). The Consumption Response to Trade Shocks: Evidence from the US China Trade War. NBER Working Paper 26353.

**Wike, Richard, Janell Fetterolf and Mara Mordecai** (2020). U.S. Image Plummet Internationally as Most Say Country Has Handled Coronavirus Badly, September 15. Pridobljeno na: <https://www.pewresearch.org/global/2020/09/15/us-image-plummets-internationally-as-most-say-country-has-handled-coronavirus-badly/> (2.9.2020)

**WTO** (2020): Report on G20 Trade Measures (mid-October 2019 to mid-May 2020), June 29, 2020. Pridobljeno na: [https://www.wto.org/english/news\\_e/news20\\_e/report\\_trdev\\_jun20\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/report_trdev_jun20_e.pdf) (20. 8. 2020)

JEL: J210, J610

# MIGRACIJE KOT POTENCIALNA PONUDBA DELOVNE SILE V SLOVENIJI IN VKLJUČEVANJE TUJCEV V DRUŽBO

mag. Tanja Čelebič

dr. Alenka Kajzer

Urška Sodja

Mitja Perko, mag.

Urad RS za makroekonomske analize in razvoj

## Povzetek

*Demografske spremembe v Sloveniji med drugim prinašajo zmanjševanje potencialne ponudbe delovne sile in prispevajo k problemu pomanjkanja delovne sile, ki ga blaži priseljevanje tujih državljanov. V obdobju 2000–2019 je bilo priseljevanje močno povezano z gospodarskim ciklom. Simulacije različnih ravni neto priseljevanja kažejo, da lahko močno ublaži problem zmanjševanja in pomanjkanja delovne sile le visoka raven neto priseljevanja. Za doseganje visoke ravni neto priseljevanja je potrebna učinkovita migracijska in integracijska politika, ki bi med drugim vzpostavila dobre pogoje za življenje tujih državljanov. S tem so povezani številni izzivi za oblikovanje ukrepov, ki bodo zagotavljali ustrezno znanje slovenskega jezika in njihovo vključevanje v izobraževanje in na trg dela.*

**Ključne besede:** migracijska gibanja, delovna sila, integracijska politika

## Abstract

*Demographic changes in Slovenia have resulted in a decrease in the supply of labour. Therefore, they have contributed to labour shortages, which are frequently addressed by the immigration of foreign labour force. In the 2000–2019 period, migration flows were strongly connected with the economic cycles. A simulation of different net migration levels indicate that a very high level of net migration would be required to offset the problem of the decline in labour supply and labour shortages. Attracting such a degree of foreign labour force requires an appropriate and integrative policy. This presents several challenges for policy makers, who have to prepare measures to ensure a proper level of knowledge of Slovenian language and the participation of foreign workers in education and the labour market.*

**Keywords:** migration trends, labour force, integration policy

## Uvod

Slovenija se v zadnjih letih sooča z intenzivnimi demografskimi spremembami. Te se kažejo v zmanjševanju števila prebivalstva v najbolj aktivni dobi (20–64 let) in zmanjšujejo potencialno ponudbo delovne sile. Zaradi demografskih sprememb je v obdobju 2014–2019 naraščal delež podjetij, ki se soočajo s težavami pri iskanju ustrezno usposobljenih delavcev. Čeprav se je ob umirjanju gospodarske rasti v zadnjem četrletju leta 2019 že nekoliko zmanjšal delež podjetij, ki poročajo o težavah pri iskanju delavcev, bo zaradi intenzivnih demografskih sprememb tudi v prihodnje pomemben vir ponudbe delovne sile pozitiven neto selitveni prirast, katerega zagotavljanje zahteva ustrezno migracijsko in integracijsko politiko. Čeprav se je zaradi spremenjenih razmer v času izbruha pandemije povpraševanje po delovni sili zmanjšalo, bo ustrezna migracijska in integracijska politika potrebna v obdobju ponovnega zagona gospodarstva.

Čeprav je pomembno delovanje za vključitev domačih neizkoriščenih človeških potencialov<sup>1</sup>, pa lahko k ohranjanju zadostne ponudbe delovne sile (števila prebivalstva v starosti 20–64 let) v naslednjih letih pomembno prispeva le pozitivno neto priseljevanje oziroma spodbujanje vračanja slovenskih državljanov in priseljevanja tujih državljanov. V prispevku smo zato analizirali migracijska gibanja v zadnjih desetih letih v Sloveniji in pripravili simulacije vpliva različnih ravni neto priselitev na ponudbo delovne sile v Sloveniji, kar predstavljamo v prvem poglavju. Ker uspešno vključevanje priseljencev ni le ekonomski proces, ampak vključuje tudi številne socialne, izobraževalne, prostorske in druge vidike, v drugem poglavju obravnavamo tudi pomen politik za vključevanje priseljencev v družbo. V sklepnih mislih pa poudarjamo nekatere izzive migracijske in integracijske politike v Sloveniji.

## 1 Migracijska gibanja v preteklem desetletju

Celotni selitveni prirast v Sloveniji, ki je bil v obdobju 2010–2017 razmeroma nizek, se je v letih 2018 in 2019 močno povečal. Po visokem selitvenem prirastu v letih 2008 in 2009 se je v obdobju 2010–2017 ta znižal na v povprečju okoli 600 ljudi letno. Na to je med drugim vplivala spremenjena struktura gospodarske rasti in kriza, ki je zmanjšala povpraševanje po delovni sili in s časovnim odlogom več kot prepolovila priseljevanje tujih državljanov, od leta 2012 pa k temu prispeva tudi

povečano odseljevanje slovenskih državljanov.<sup>2</sup> Po letu 2014 se ob krepitvi gospodarske rasti in povpraševanja po delovni sili povečuje tudi neto selitveni prirast, predvsem zaradi večjega priseljevanja tujih državljanov. Zaradi izbruha pandemije COVID-19, ki je prinesla številne omejitve gibanja in ekonomske aktivnosti, ocenjujemo, da bo v letu 2020 prišlo do bistvene umiritve migracijskih tokov.

Priseljevanje tujih državljanov je bilo v zadnjih petnajstih letih v Sloveniji močno povezano z gospodarskim ciklom. Število priseljenih tujih državljanov se je prvič v samostojni Sloveniji močno povečalo v obdobju 2005–2008, ko je Slovenija beležila visoko gospodarsko rast ob hitri rasti gradbeništva in velikem povpraševanju po delovni sili. Precej hitro pa je naraščalo tudi v obdobju 2014–2019, ko se je Slovenija ob sorazmerno visoki gospodarski rasti soočala z intenzivnimi demografskimi spremembami (zmanjševanje prebivalstva v starosti 20–64 let, ki so glavni vir ponudbe delovne sile).

Kljub naraščanju skupnega števila tujih državljanov v Sloveniji pa po njihovem deležu v celotnem prebivalstvu<sup>3</sup> ne odstopamo bistveno od drugih držav EU. Bistveno ne odstopamo od drugih držav niti po deležu odseljenih slovenskih državljanov v celotnem prebivalstvu v letu 2017, ko je bilo število odseljenih državljanov največje doslej in je omenjeni delež znašal 0,5 %. Podobno pa velja tudi za delež priseljenih tujih državljanov v letu 2018 v primerjavi s skupnim prebivalstvom, ki je znašal 0,8 %.

Med priseljenimi in odseljenimi je bilo v opazovanem obdobju največ prebivalcev s srednješolsko izobrazbo. Delež priseljenih s srednješolsko izobrazbo se je po letu 2014 hitro povečeval in je leta 2018 znašal 61,9 %. V letih 2013–2017 se je nekoliko povečal tudi delež priseljenih s terciarno izobrazbo, a se iz Slovenije še vedno odseli več terciarno izobraženih prebivalcev, kot se jih vanjo priseli. Na to po naši oceni vpliva struktura povpraševanja po delovni sili pri nas in pogoji dela v primerjavi s drugimi državami (raven plač, možnosti kariernega razvoja in podobno). Spodbudno je, da se od leta 2012 naprej povečuje delež priseljenih slovenskih državljanov s terciarno izobrazbo. V letu 2018 (zadnji podatki) pa je število priseljenih s terciarno izobrazbo ponovno preseglo število odseljenih s terciarno izobrazbo.

Od leta 2014 je največ priseljenih in odseljenih starih od 25 do 29 let. Leta 2018 je njihov delež med vsemi priseljenimi znašal 15 %<sup>4</sup>, med vsemi odseljenimi pa 14,3 %. Zaradi velikega priliva tujih državljanov število priseljenih presega število odseljenih v vseh starostnih

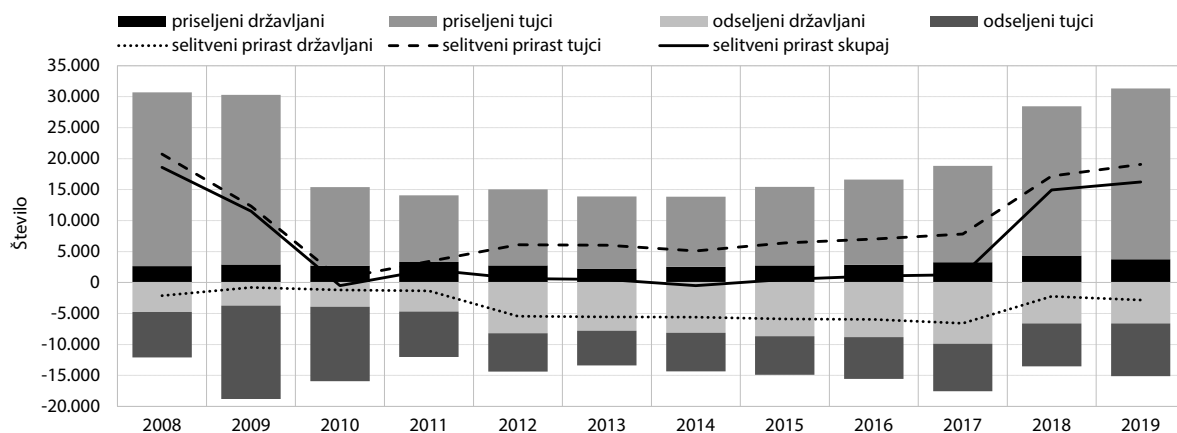
<sup>1</sup> Analiza neizkoriščenih potencialov delovne sile v Sloveniji v obdobju 2008–2018 kaže, da je največ neizkoriščenega potenciala med šolajočimi mladimi, ki bodo v prihodnje vstopili na trg dela, in med starejšimi, kjer je delež delovno aktivnih nizek v primerjavi z drugimi državami (več glej UMAR, 2019).

<sup>2</sup> V obdobju 2012–2017 se je v povprečju letno iz Slovenije v tujino izselilo okoli 8.500 državljanov Slovenije, priselilo pa se jih je okoli 2.800.

<sup>3</sup> Delež tujih državljanov v skupnem prebivalstvu je v Sloveniji leta 2018 znašal 5,9 %.

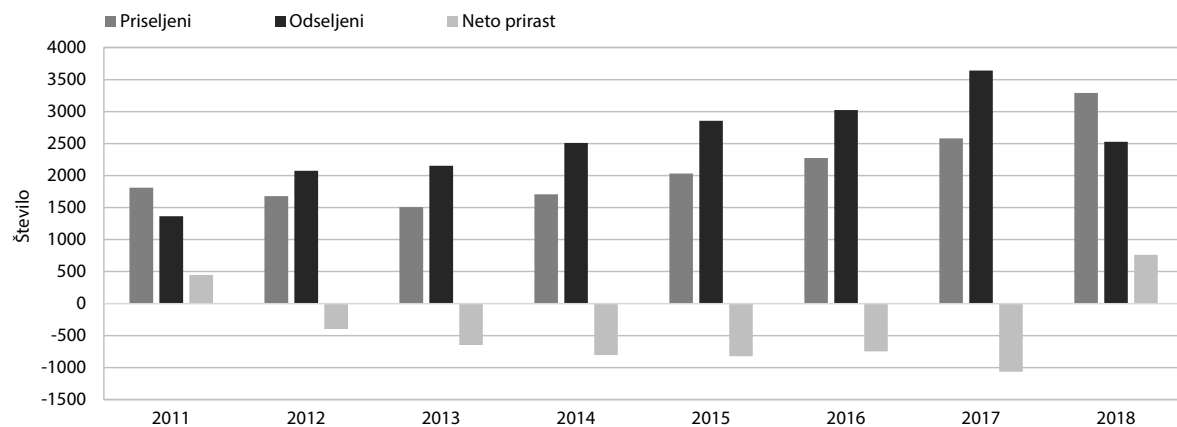
<sup>4</sup> Leta 2018 je bilo 15,4 % priseljenih tudi v starostni skupini 20–24 let.

**Slika 1 : Gibanje selitvenega prirasta, 2008–2019**



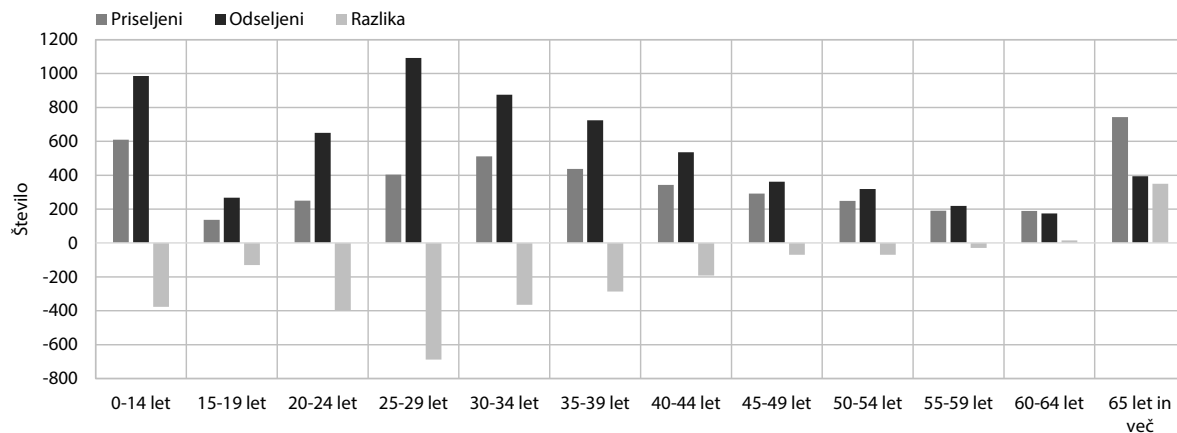
Vir: SURS (2020).

**Slika 2: Število priseljenih in odseljenih oseb s terciarno izobrazbo**



Vir: SURS (2020).

**Slika 3: Število priseljenih in odseljenih slovenskih državljanov v letu 2018**

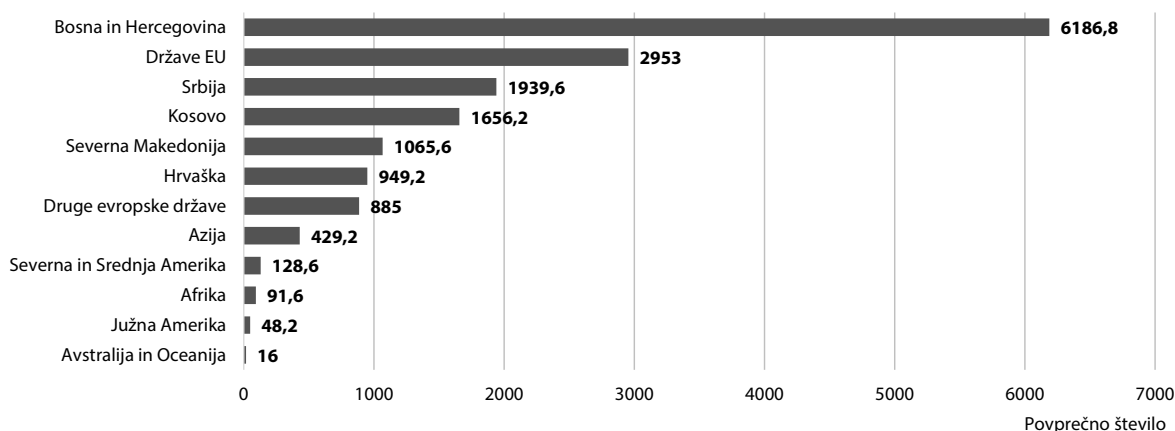


Vir: SURS (2020), lastni preračuni.

**Tabela 1: Starostna struktura priseljenih in odseljenih tujih državljanov leta 2018**

Starostna skupina	Odseljeni		Priseljeni		Razlika v številu
	Število	Delež v %	Število	Delež v %	
0–14 let	627	9,0	2451	10,2	1824
15–19 let	191	2,8	1204	5,0	1013
20–24 let	665	9,6	4119	17,1	3454
25–29 let	843	12,2	3856	16,0	3013
30–34 let	945	13,6	3347	13,9	2402
35–39 let	870	12,6	2836	11,8	1966
40–44 let	724	10,4	2367	9,8	1643
45–49 let	642	9,3	1664	6,9	1022
50–54 let	505	7,3	1108	4,6	603
55–59 let	331	4,8	565	2,3	234
60–64 let	265	3,8	274	1,1	9
65 let in več	324	4,7	310	1,3	-14
Skupaj	6932	100	24101	100	17169

Vir: SURS (2020), lastni preračuni.

**Slika 4: Povprečno letno število priseljenih tujih državljanov v obdobju 2014–2018 po državi prejšnjega prebivališča**

Vir: SURS (2020), lastni preračuni.

Opomba\*: Švica, Ruska federacija, Ukrajina, druge evropske države zunaj EU brez držav nekdanje Jugoslavije (Bosna in Hercegovina, Srbija, Severna Makedonija, Kosovo in Črna gora).

skupinah. Leta 2018 je bilo tudi med odseljenimi slovenskimi državljanji največ starih 25 do 29 let, med priseljenimi pa je bilo največ državljanov v starosti 30 do 34 let.<sup>5</sup> Pri selitvah slovenskih državljanov je bilo več priseljenih kot odseljenih le pri starejših od 60 let (gl. sliko 3), kar kaže na to, da se odseljujejo predvsem mlajši in večinoma priseljujejo starejši.

Kot je razvidno iz tabele 1, je bilo leta 2018 med priseljenimi tujci največ starih 20–24 let, ki predstavljajo tudi starostno skupino, kjer so bile neto priselitve

največje. Največ odseljenih tujcev je bilo starih 30–34 let. V mlajših starostnih skupinah je priseljevanja več kot odseljevanja. Pri starejših je zaznati večje odseljevanje kot priseljevanje, kar bi lahko kazalo na vračanje tujcev v izvorne države.

Približno tri četrtine tujih državljanov, ki so se v obdobju 2014–2018 priselili v Slovenijo, je prišlo iz držav nekdanje Jugoslavije, največ iz Bosne in Hercegovine (38,3 % vseh priseljenih tujcev), sledijo ji Srbija (12,2 %), Kosovo (10,9 %), Severna Makedonija (6,9 %) in Hrvaška (6,5 %). Iz držav EU jih je v tem obdobju prišlo 13,8 %, od tega jih je približno tretjina vseh iz EU brez Hrvaške prišla iz Bolgarije.

<sup>5</sup> Glede na temo analize je v prispevku poudarek na osebah, starejših od 15 let. Leta 2018 je bilo sicer največ priseljenih slovenskih državljanov v starostni skupini 0–14 let.



## 1.2 Vpliv različnih ravni migracij na ponudbo delovne sile

Zmanjševanje števila prebivalstva v starostni skupini 20–64 let po letu 2012 zmanjšuje ponudbo delovne sile, vendar se to zaradi skromnega povpraševanja po delovni sili sprva še ni izražalo kot omejitveni dejavnik pri rasti zaposlenosti. Po letu 2014 pa so demografska gibanja povečevala problem pomanjkanja delovne sile, kar se je odražalo v povečevanju deleža podjetij, ki poročajo o pomanjkanju delovne sile. Tako se je delež podjetij, ki v predelovalnih dejavnostih, kjer je zaposlenih največji del delovno aktivnih v Sloveniji, v obdobju 2013–2019 potrojil oziroma povečal z 11 % v drugem četrtletju 2013 na 35 % v drugem četrtletju 2019.

V letih 2018 in 2019 se je število priseljenih močno povečalo, kar je prispevalo k oblikovanju visokega neto selitvenega prirasta, ki je v razmerah intenzivnih demografskih sprememb pomembno vplival na obseg potencialne ponudbe delovne sile. Ob predpostavki nadaljevanja gospodarske rasti in povpraševanja po delovni sili smo pripravili simulacije vpliva različnih ravni neto priselitev na ponudbo delovne sile.

V simulaciji smo predpostavili gibanje najbolj aktivnega dela prebivalstva v starosti 20–64 let po dveh scenarijih gibanja neto selitvenega prirasta: (i) izravnani neto tokovi, (ii) postopno povišanje neto selitvenega prirasta na 10 tisoč oseb letno do leta 2022. Poleg predpostavk o migracijah scenariji predvidevajo nadaljevanje ugodnih trendov aktivnosti določenih skupin prebivalstva. Predpostavljamo poviševanje stopnje aktivnosti, ki temeljijo na nadaljnjem povečanju aktivnosti mladih zaradi naraščanja deleža visoke izobrazbe, starejših in žensk, ki so do zdaj imele relativno nižje stopnje aktivnosti glede na skupno povprečje.

Simulacije<sup>6</sup> kažejo, da bi se v primeru izravnane neto selitvenega prirasta (število priselitev enako odselitvam) in ob pričakovanih demografskih pritiskih zmerne rast delovno aktivnih (1 % na leto), ki smo jo dosegali v preteklosti, v nekaj letih popolnoma ustavila, ker obstoječa ponudba ne bi omogočila nadaljnje rasti. Vidnejšo blažitev upadanja prebivalstva v starosti 20–64 let bi kratkoročno omogočil le pritek tuje delovne sile, kakršen je bil prisoten v krajšem obdobju pred krizo (neto priliv okoli 10 tisoč oseb na leto). Tudi takšen obseg neto priseljevanja bi po naši oceni problem zaostritve pomanjkanja delovne sile le odložil za nekaj let.

Z izbruhom krize COVID-19 so se gospodarske razmere in razmere na trgu dela v letu 2020 sicer bistveno spremenile. Številne institucije napovedujejo padec gospodarske aktivnosti in povečanje brezposelnosti v letu 2020. Zaradi omejitev pri čezmejnem gibanju prebivalstva so se migracijski tokovi močno umirili, kar pa je v Sloveniji prispevalo k ohranitvi problema pomanjkanja delovne sile, predvsem v kmetijstvu, kjer tujci opravijo veliko sezonskega dela v pomladanskem času.<sup>7</sup>

Obseg neto migracij, ki bi ublažil probleme pomanjkanja delovne sile, v obdobju ponovnega okrevanja gospodarske rasti zahteva oblikovanje in izvajanje ustrezne migracijske politike oziroma usklajenih pristopov za privabljanje tujih delavcev in spodbujanje vračanja odseljenih državljanov. V nadaljevanju zato podajamo kratek pregled izkušenj s politiko za vključevanje priseljencev v družbo, ki pogosto zajemajo tudi predintegracijske ukrepe.

## 2 Politike za vključevanje priseljencev v družbo

Vključevanje priseljencev v družbo je bilo vedno pomemben del migracijskih gibanj in politik. V vse bolj globaliziranem svetu in naraščanju obsega migracij ter vse večji raznolikosti izvora priseljencev, njihovega socio-ekonomskega ozadja in razlogov za migracije, pa je postalo to vprašanje še pomembnejše in posebej kompleksno.<sup>8</sup>

Za uspešno vključevanje tujih državljanov v družbo so potrebne ustrezne integracijske politike, ki vključujejo tako ukrepe za čim hitrejšo integracijo tujih državljanov po prihodu v državo na trg dela in v družbo kot tudi zagotavljanje ustreznih pogojev za bivanje (stanovanja, zaposlitev) ter storitve splošnega pomena (zdravstvo, izobraževanje, socialna zaščita ipd.). Uspešno vključevanje priseljencev ni le ekonomski proces, ampak vključuje tudi številne socialne, izobraževalne, prostorske in druge vidike. Zagotavljanje ustreznih življenjskih pogojev vpliva na izbiro države priselitve in verjetnost, da bodo priseljenci ostali v državi dlje časa. Vključevanje priseljencev in njihovih otrok v družbo je pomembno za družbeno kohezijo in vključujočo rast.<sup>9</sup> Na integracijo vplivajo različni dejavniki: socio-ekonomski (država izvora, starost, spol, verska pripadnost ipd.), znanja in spretnosti ter trg dela, življenjski pogoji, državljanstvo in socialne okoliščine. Za čim hitrejšo vključevanje tujih državljanov v družbo države sprejemajo integracijske

<sup>6</sup> Za simulacijo aktivnosti na trgu dela je predpostavljen naslednji scenarij rasti aktivnega prebivalstva zaradi: i) nadaljevanja trenda naraščanja deleža visoko izobraženih, ii) izenačitve (nižje) stopnje aktivnosti žensk z (višjo) stopnjo aktivnosti moških do leta 2030 in iii) povečanja stopnje aktivnosti starejših za 15 o. t. do leta 2030. Za podrobnejši opis metodologije glej Peschner in Fotakis (2013, 2015). Stopnja rodnosti in pričakovano trajanje življenja sta skladna z ESSPOP2015.

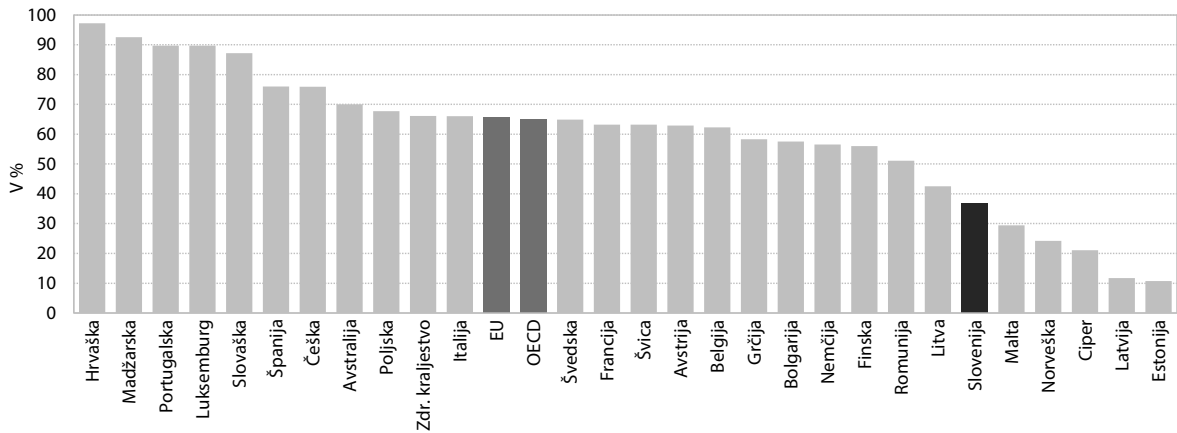
<sup>7</sup> Na pomen migracij kaže tudi del ukrepov nekaterih držav v času krize COVID-19. Tako je v začetku aprila Nemčija dosegla dogovor o prihodu sezonskih delavcev iz Vzhodne Evrope. Dovoljeno je, da v aprilu in maju vsak mesec v Nemčijo prispe 40.000 sezonskih delavcev iz Vzhodne Evrope (skupno 80.000 delavcev).

<sup>8</sup> IOM (2019: 185).

<sup>9</sup> OECD (2018a).



**Slika 5: Delež priseljencev (15–64 let), ki obvladajo višjo raven znanja jezika gostujoče države, OECD, 2017**



Vir: OECD (2019b).

programe, ki so namenjeni tujcem po prihodu v tujo državo, za čim lažje in čim hitrejšo vključevanje v družbo.

Za uspešno vključevanje tujih državljanov v družbo je bistvenega pomena znanje jezika države priselitve<sup>10</sup>, poleg tega pa k hitrejšemu in učinkovitejšemu vključevanju v družbo omogoča tudi poznavanje družbe, delovanje institucij, poznavanje pravic na področjih zdravstva, izobraževanja, trga dela. Za lažje vključevanje tujih državljanov v družbo ob prihodu v državo države sprejemajo zgodnje integracijske programe ali prenavljajo obstoječe programe, da bi povečale njihovo učinkovitost. Nizozemska je sprejela t. i. »Integral Migration Agenda«, ki poudarja potrebo po vključevanju, zlasti v začetnem obdobju priselitve, in sodelovanju med različnimi deležniki. V Belgiji (nemško govoreča skupnost) je za večino tujih državljanov, ki imajo dovoljenje za bivanje za dlje kot tri mesece, od leta 2018 obvezen obisk integracijskega programa. Francija je leta 2017 uvedla t. i. pogodbo o vključevanju, ki posamezniku omogoča vključitev v integracijski proces, ki vključuje državljansko izobraževanje, učenje francoskega jezika in pomoč pri iskanju različnih storitev. V Nemčiji so leta 2018 integracijske ukrepe bolj prilagodili ciljnim skupinam ter njihovem znanju in spretnostim.<sup>11</sup> Poleg osnovnega integracijskega programa izvajajo tudi dodatne programe, ki so prilagojeni potrebam ciljnih skupin: integracijski programi vključno z bralno pismenostjo, integracijski programi za ženske, integracijski programi za mlajše odrasle, dohitevalni programi, intenzivni tečaji.<sup>12</sup>

Znanje jezika države priselitve je najpomembnejši dejavnik uspešne integracije tujih državljanov v družbo.<sup>13</sup> Zato ne preseneča, da je več držav EU (npr. Nemčija, Francija, Belgija, Poljska, Grčija in Estonija) v zadnjih

letih prenovilo jezikovne programe. Francija je jezikovno izobraževanje podaljšala z 200 na največ 400 ur oziroma 600 ur za priseljence, ki ne znajo brati ali pisati, v Nemčiji so priseljenci, ki nameravajo ostati v državi dlje časa, upravičeni v kratkem času do učenja nemškega jezika. Nemčija se je odločila izboljšati jezikovno znanje v povezavi s programi poklicnega izobraževanja, ki vključujejo tudi učenje jezika, še zlasti izobraževalni programi na področju dolgotrajne oskrbe.<sup>14</sup> Na Švedskem ima posameznik, ki ima dovoljenje za bivanje in je registriran v registru prebivalstva, pravico do sodelovanja v programu Švedščina za priseljence. Tujim državljanom, ki čakajo na dovoljenje za bivanje, so na voljo različne možnosti učenja švedskega jezika: v študijskih krožkih, prostovoljnih organizacijah, online programih.<sup>15</sup>

Ukrepi za vključevanje tujih državljanov v družbo se izvajajo tudi v Sloveniji. Tujci, ki niso državljani EU, so upravičeni do brezplačne udeležbe na tečaju slovenskega jezika<sup>16</sup>, v katerega so vključene tudi vsebine poznavanja slovenske družbe, in do brezplačnega prvega opravljanja izpita. Vendar pa je trajanje programa razmeroma kratko, uspešnost kandidatov na izpitu slovenskega jezika razmeroma nizka, za tujce iz držav članic EU predstavlja finančno oviro tudi plačljivost tečaja. Premajhna prilagojenost programov učenja slovenskega jezika potrebam tujih državljanov se odraža v mednarodni primerjavi v nizkem deležu priseljencev, ki dosegajo višje ravni znanja jezika (gl. sliko 5). Zato bi bila po zgledu nekaterih drugih držav potrebna prenova jezikovnih programov. Dodatne možnosti za učenje jezika za posameznike, ki imajo ustrezna digitalna znanja in spretnosti, ponujajo IT in nove tehnologije, ki dopolnjujejo klasične metode

<sup>14</sup> OECD (2019c).

<sup>15</sup> For asylum seekers who want to learn Swedish.

<sup>16</sup> Tečaj se izvaja kot program Začetna integracija priseljencev (ZIP), ki poteka v obliki 180-, 120- in 60-urnega tečaja (Uredba o načinih in obsegu zagotavljanja programov pomoči pri vključevanju tujcev, ki niso državljani Evropske unije, 2012).

<sup>10</sup> OECD (2019c).

<sup>11</sup> OECD (2019c).

<sup>12</sup> Integration courses: learning German and much more (2018).

<sup>13</sup> OECD (2019a).

učenja jezika in omogočajo učenje jezika že pred prihodom v tujo državo.<sup>17</sup>

Tujci potrebujejo ob prihodu v državo različne informacije o pravicah, storitvah, pomembne za njihovo bivanje. Slovenija krepi informiranje tujih državljanov, od leta 2018 deluje prenovljena spletna stran z informacijami, pomembnimi za življenje in delo, leta 2018 so se začela ustanavljati središča medkulturnega dialoga v Kopru, Mariboru in Velenju (MNZ, 2019). Pomembno vlogo pri informiranju in vključevanju tujcev v družbo imajo tudi nevladne organizacije, na primer Slovenska filantropija. V tujini so razvili tudi drugačne pristope, tako na primer v Nemčiji v zvezni državi Baden-Wurtemberg in Berlin t. i. družinski obiskovalci obiščejo priseljene družine na njihovem domu in jih seznanijo s storitvami, ki so dosegljive v bližini njihovega doma.<sup>18</sup>

Poleg integracijskih programov za priseljence OECD priporoča tudi izvajanje predintegracijskih programov, v katere se tujci vključijo v domači državi in ki lajšajo integracijo ob prihodu v tujo državo.<sup>19</sup> Ti programi obsegajo poznavanje življenja v tuji državi, znanje jezika, veščin iskanja zaposlitve, začetni proces priznavanja kvalifikacij ipd. in jih nekatere države že izvajajo (Avstrija, Francija, Nizozemska). Avstrija ima od leta 2013/2014 v Beogradu in Ankari posebne predstavnike za vključevanje v družbo, izvajajo posebne module, v okviru katerih bodoče priseljence, ki se bodo priselili v Avstrijo zaradi združitve z družino, informirajo o nemškem jeziku, pravicah in dolžnostih, avstrijskem trgu dela in vrednotah. Priseljenci dobijo tudi kontaktne podatke storitvenih centrov v Avstriji v bližini njihovega bodočega doma.<sup>20</sup>

Zaposlitev je eden ključnih dejavnikov uspešnega vključevanja priseljencev v družbo. Vključevanje priseljencev na trg dela poteka postopoma in je odvisno od splošnih politik, okoliščin, znanj in spretnosti priseljencev ter razlogov za priselitev. Zaposlitve v zasebnem sektorju in javne storitve zaposlovanja so priselencem večinoma hitro dostopne, v povprečju pa imajo boljši dostop do trga dela, različnih oblik pomoči in izobraževanja priseljenci v državah, ki imajo dolgo tradicijo priseljevanja, to je v zahodnoevropskih državah, in slabšo v srednjeevropskih državah. Pomemben dejavnik vključevanja na trg dela so znanja in spretnosti ter možnosti za vključevanje v vseživljenjsko učenje, do katerega imajo v povprečju tujci v severnoevropskih državah boljši dostop kot v srednjeevropskih državah.<sup>21</sup> Primer države, ki je razvila individualiziran pristop za vključevanje v izobraževanje, je Finska, kjer se za vsakega tujca, ki ni zaposlen in biva na Finskem manj kot tri leta, pripravi individualni integracijski načrt, ki je izdelan na

podlagi začetne ocene priseljenca, njegovih besedilnih in matematičnih spretnosti, znanja finskega jezika, informacij o dosedanjih izobraževanjih in delovnih izkušnjah.<sup>22</sup>

V primerjavi z domačimi prebivalci imajo tuji državljani manjše besedilne, matematične in digitalne spretnosti,<sup>23</sup> ki zmanjšujejo možnosti za vključevanje v družbo in delo. Vključenost tujih državljanov v vseživljenjsko učenje, ki bi lahko prispevala k izboljšanju njihovih znanj in spretnost, je veliko nižja kot vključenost slovenskih državljanov, zato so na tem področju potrebni ukrepi: (i) omogočanje in spodbujanje vključenosti v izobraževanje, (ii) razvijanje postopkov za preskuse znanj in spretnosti in spodbujanje uporabe že obstoječih postopkov,<sup>24</sup> (iii) omogočanje vključevanja tujih državljanov z nizkimi spretnostmi v programe za izboljšanje temeljnih spretnosti, (iii) spodbujanje vrednotenja znanj in spretnosti tujih državljanov.

Poleg vključevanja ekonomskih priseljencev v družbo so potrebni ukrepi za vključevanje njihovih otrok v družbo, zlasti v izobraževanje.<sup>25</sup> Uspešnost pri šolanju vpliva tudi na položaj mladih na trgu dela po končanem šolanju, če ostanejo v državi dlje časa. Mladi tako predstavljajo potencialni vir delovne sile, ki lahko ublaži negativne posledice pomanjkanja kadrov zaradi demografskih sprememb, in prispevajo k zmanjšanju neskladij na trgu dela. V večini držav EU je izobraževanje eno najšibkejših področij politik vključevanja priseljencev v družbo, izobraževalne politike pa so praviloma bolj ciljane na potrebe priseljencev v državah, ki imajo veliko priseljencev. Nordijske države so razvile individualiziran pristop, ki temelji na potrebah učenca. Nasprotno so izobraževalni sistemi Nemčije, Francije in Luksemburga slabše odzivni na potrebe priseljencev.<sup>26</sup>

V Sloveniji je uspešnost otrok tujih državljanov pri šolanju slabša kot slovenskih državljanov. Dosežki tujih državljanov pri PISA 2018 so nižji kot pri domačih prebivalcih, delež zgodnjih osipnikov<sup>27</sup> in delež mladih (20–24 let) z nizko izobrazbo sta višja kot pri slovenskih državljanih. Prav tako je delež mladih (15–24 let), ki niso niti zaposleni niti vključeni v izobraževanje, višji kot pri slovenskih državljanih. Slabši dosežki mladih vplivajo na njihov položaj na trgu dela, zato bi bila potrebna nadaljnja krepitev ukrepov za uspešnejše izobraževanje<sup>28</sup>

<sup>22</sup> OECD (2016a).

<sup>23</sup> Po izsledkih raziskave PIAAC 2012 oziroma 2015.

<sup>24</sup> Spletni vprašalnik SVOS za ocenjevanje lastnih spretnosti, ki ga je razvil Andragoški center Slovenije.

<sup>25</sup> Siarova in Essomstba (2014).

<sup>26</sup> MIPEX (2015).

<sup>27</sup> Kazalnik meri delež mladih (18–24 let), ki imajo največ osnovnošolsko izobrazbo in niso vključeni v izobraževanje ali usposabljanje.

<sup>28</sup> Število ur učenja slovenskega jezika za dijake v srednjih šolah se je povečalo na najmanj 120 ur (Pravilnik o tečaju slovenščine za dijake v srednjih šolah, 2018) oziroma 90 ur, če so v skupini največ trije dijaki (Pravilnik o spremembah Pravilnika o tečaju slovenščine za dijake v srednjih šolah, 2020).

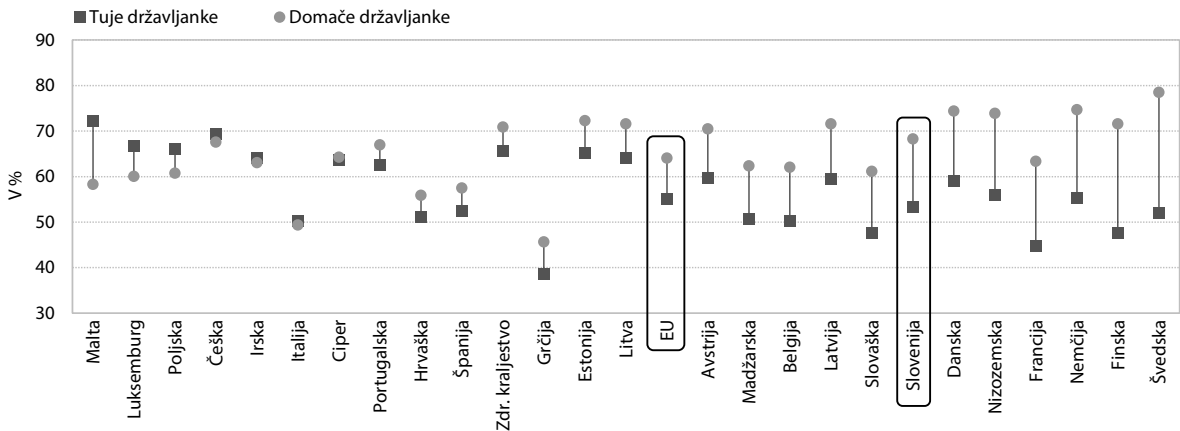
<sup>17</sup> OECD (2019a).

<sup>18</sup> OECD (2017).

<sup>19</sup> OECD (2017).

<sup>20</sup> OECD (2017).

<sup>21</sup> MIPEX (2015).

**Slika 6: Stopnje delovne aktivnosti žensk (15–64 let) glede na državljanstvo, leto 2018**

Vir: Eurostat (2020).

in prehod na trg dela, vključno s krepitvijo vseživljenjske karijerne orientacije.

Združitev družine je bistvenega pomena za omogočanje družinskega življenja, združitev družine ima pomembno mesto v politikah držav, zlasti v zahodnih državah (IOM, 2019: 195). V večini držav EU imajo ločene družine pravico do združitve.<sup>29</sup> V Sloveniji imajo državljani tretjih držav, ki v Sloveniji prebivajo dovolj časa in imajo izdano dovoljenje za začasno prebivanje za eno leto ali veljavno dovoljenje za stalno prebivanje, pravico, da se lahko združijo svojo družino.<sup>30</sup> Priseljenci zaradi združitve družine se praviloma spopadajo z več izzivi kot ekonomski priseljenci. Vključevanje je še zlasti težavno za ženske iz držav, kjer ženske, ki imajo družino, tradicionalno niso zaposlene, zato potrebujejo podporne storitve, ki jim zagotovijo, da postanejo del družbe in vstopijo na trg dela.<sup>31</sup> Na ta način tudi povečajo ponudbo delovne sile. V Sloveniji stopnja delovne aktivnosti tujih državljanek močno zaostaja za delovno aktivnostjo slovenskih državljanek, zaostanek je med večjimi v EU. Zato bi bilo smiselno oblikovanje ukrepov, ki vplivajo na vključevanje priseljencev na trg dela: (i) izboljšanje orodij za pregled pridobljene izobrazbe, spretnosti in delovnih izkušenj, (ii) ugotavljanje potreb po znanju in spretnostih, (iii) vključevanje v vseživljenjsko karierno orientacijo, (iv) spodbujanje in (iii) krepitev aktivne politike zaposlovanja, (iv) večja vključenost tujih državljanek v izobraževanje, zlasti v izobraževalne programe za tiste poklice, po katerih je veliko povpraševanje na trgu dela. Te možnosti so predvsem velike na področju zdravstva in socialnega varstva, kjer je pomanjkanje delovne sile veliko. Primer države, ki je sprejela ukrepe za povečanje zaposlenosti tujih žensk, je Danska (usposabljanje, svetovanje ipd.).<sup>32</sup>

Na kakovost življenja tujih državljanov pomembno vpliva dostopnost zdravstvenih storitev. Politike vključevanja tujcev v družbo namenjajo vprašanju zdravstva pozornost šele v zadnji letih. V povprečju so tujcem bolj prijazni zdravstveni sistemi v državah, v katerih obstaja močna zaveza enakosti možnosti, to pa je v severnoevropskih državah in manj v južnoevropskih in srednjeevropskih državah.<sup>33</sup> V Sloveniji je dostop do zdravstvenih storitev za tuje državljane urejen in podoben kot za slovenske državljane<sup>34</sup>, vendar je lahko njihov slabši dostop do zdravstvene oskrbe posledica slabše informiranosti in strahu pred izostajanjem iz službe. Številne študije zdravstvenih težav migrantskih delavcev kažejo na večjo razširjenost duševnih motenj, ki verjetno izvirajo iz diskriminacije, neurejenih delovnih razmerij, občutka osamljenosti in izoliranosti.<sup>35</sup> Poleg tega tuji delavci pogosteje tožijo zaradi bolezni, ki jih povzročajo obremenitve na delu, med njimi je tudi več poškodb in smrti na delu v primerjavi z domačimi delavci.<sup>36</sup>

Na kakovost življenja vpliva tudi dostopnost stanovanj. V Sloveniji se večji delež tujih državljanov kot v povprečju

<sup>29</sup> MIPEX (2015).

<sup>30</sup> Državljan tretjih držav so v Sloveniji obvezno zdravstveno zavarovani na podlagi pridobitve enotnega dovoljenja za prebivanje in delo ali modre karte EU. Njihovi družinski člani so obvezno zdravstveno zavarovani na podlagi dovoljenja za začasno prebivanje zaradi združitve z družino. Posebej si morajo urediti dopolnilno zdravstveno zavarovanje pri eni od zasebnih zdravstvenih zavarovalnic. Tuji državljani z dovoljenjem za stalno prebivanje v Sloveniji in stalnim prebivališčem, ki nimajo dovolj sredstev za preživljanje, so upravičeni tudi do plačila dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja, če so prejemniki denarne socialne pomoči.

<sup>31</sup> Zečkanovič in Bilban (2017).

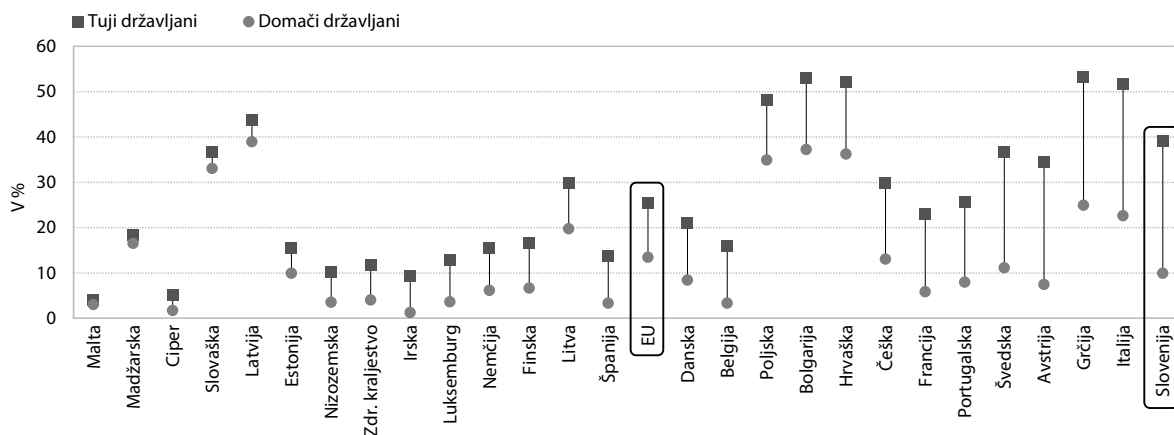
<sup>32</sup> Razlike v incidenci poškodb in smrtnih primerov med tujimi in domačimi delavci lahko pripišemo številnim preprekam pri zagotavljanju varnosti pri delu, ki jih pri domačih delavcih ne najdemo. Zečkanovič in Bilban (2017) navajata, da so tuji delavci pogosteje zaposleni v dejavnostih, kjer so poškodbe pogostejše (npr. gradbeništvo). Pri tem kot dodatno težavo izpostavljata tudi jezikovno prepreko, ki otežuje informiranje delavcev o njihovih pravicah in dolžnostih glede varnosti pri delu.

<sup>29</sup> MIPEX (2015).

<sup>30</sup> Informacije za tujce (2020).

<sup>31</sup> OECD (2017).

<sup>32</sup> OECD (2019c).

**Slika 7: Delež prebivalcev, ki živijo v prenaseljenih stanovanjih, EU glede na državljanstvo, 2018**

Vir: Eurostat (2020).

EU spopada s preobremenjenostjo s stanovanjskimi stroški. Precej višji kot v povprečju EU je tudi delež tujih državljanov, ki živijo v prenaseljenih stanovanjih. Hkrati beležimo tudi največjo razliko med deležem tujih in domačih državljanov v prenaseljenih stanovanjih, kar kaže na omejen dostop tujih državljanov do stanovanj.

Vključevanje priseljencev v družbo se primarno odvija na lokalni ravni, zato imajo lokalni subjekti pomembno vlogo pri spodbujanju vključevanja priseljencev v družbo<sup>37</sup>. Pri vključevanju tujih državljanov v družbo delujejo različne institucije (šole, zavodi za zaposlovanje, zdravstvene ustanove, nevladne organizacije), sodelovanje med njimi povečuje uspešnost integracije.<sup>38</sup> Krepitev in prilagajanje ukrepov za vključevanje v družbo različnim skupinam tujih državljanov (na primer ekonomski migranti, združeni družinski člani, ranljive skupine ipd.), ki imajo različne potrebe, povečuje možnosti za njihovo uspešno vključevanje v družbo. Tujci, ki so uspešno vključeni, pa lahko prispevajo k družbi ne le v ekonomskem pomenu, ampak tudi drugače.

### 3 Sklepne misli

Priseljevanje tujih državljanov je v Sloveniji zelo odvisno od gospodarskega cikla. Število priseljenih tujih državljanov se je močno povečalo v obdobju 2014–2019, ko se je Slovenija ob sorazmerno visoki gospodarski rasti spopadala z intenzivnimi demografskimi spremembami (zmanjševanje prebivalstva v starosti 20–64 let, ki so glavni vir ponudbe delovne sile).

Slovenija se spopada z intenzivnimi demografskimi spremembami, ki so se v zadnji letih kazale tudi kot problem pomanjkanja delovne sile. Ob zmanjševanju

potencialne ponudbe delovne sile (prebivalstva v starosti 20–64 let) je imelo neto priseljevanje (neto migracije) vedno večji pomen pri blažitvi problema pomanjkanja delovne sile. Ob predpostavki nadaljevanja gospodarske rasti in rasti zaposlenosti simulacije potrebnega neto priseljevanja kažejo, da bi za blažitev problema pomanjkanja delovne sile Slovenija potrebovala neto selitveni prirast v višini okoli 10 tisoč letno, ki bi zmanjšal problem pomanjkanja delovne sile v prihodnjih letih. Na velik pomen migracij za slovensko gospodarstvo kaže tudi dejstvo, da je tudi ob izbruhu krize COVID-19, ki je v letu 2020 povzročila upad gospodarske aktivnosti, problem pomanjkanja delovne sile, posebno tuje, še vedno aktualen. To se kaže predvsem v velikem pomanjkanju tujih delavcev za sezonska dela v kmetijstvu.

Za privabljanje tuje delovne sile so poleg ekonomskih vidikov pomembni tudi drugi, ki vplivajo na vključevanje v družbo in kakovost življenja tujcev. Zaradi nižje ravni plač v primerjavi z razvitemi državami EU je Slovenija lahko manj konkurenčna pri pridobivanju tuje delovne sile, vendar bi lahko ponudila visoko raven kakovosti življenja. K temu zagotovo ne prispeva skromna dostopnost do stanovanj, saj podatki kažejo, da velik del tujih državljanov v Sloveniji živi v prenaseljenih stanovanjih.

Za vključevanje tujih državljanov v družbo je pomembno znanje slovenskega jezika. Tečaj tujega jezika za tuje državljanke je v Sloveniji relativno kratek, kar zagotovo prispeva k njihovem slabemu znanju višje ravni jezika. Upoštevati je treba tudi razlike med tujci, nekateri se slovenskega jezika hitro naučijo, pri določeni skupini priseljenih (na primer nizko izobraženih nezaposlenih družinskih članov) pa lahko prihaja do težav. Zato bi bila po zgledu nekaterih drugih držav potrebna prenova jezikovnih programov, kar je skupaj z razvojem možnosti za učenje jezika za posameznike, ki imajo ustrezna digitalna znanja in spretnosti, z uporabo informacijske

<sup>37</sup> IOM (2019: 200).

<sup>38</sup> OECD (2018b).

tehnologije velik izziv. Pomanjkljivo znanje jezika lahko vpliva tudi na slabšo dostopnost do zdravstvenih storitev, čeprav so pravice tujih državljanov na tem področju izenačene s pravicami slovenskih državljanov.

Ker v Sloveniji stopnja delovne aktivnosti tujih državljanek močno zaostaja za delovno aktivnostjo slovenskih državljanek, bi bilo smiselno oblikovanje ukrepov, ki vplivajo na vključevanje priseljencev na trg dela. Ob velikem pomanjkanju delovne sile v zdravstvu in socialnem varstvu bi bilo smiselno razmisliti o programih, ki bi povečali vključenost tujih državljanek na trg dela in njihovo usposobljenost za delo na teh področjih. Zaradi morebitnih kulturnih in jezikovnih ovir je oblikovanje takšnih ukrepov vsekakor izziv, ki pa ga je nujno treba obravnavati zaradi naraščanja potreb po dolgotrajni oskrbi zaradi staranja prebivalstva.

Potencialni vir delovne sile so tudi otroci priseljencev, če ostanejo v Sloveniji dlje časa, zato je smiselna krepitev ukrepov, ki omogočajo lažji prehod mladih iz šolanja v zaposlitev. Ker je ustrezna izobrazba pomemben pogoj za uspešno participacijo posameznika na trgu dela, je smiselna krepitev ukrepov za lažje vključevanje priseljencev v izobraževanje, krepitev vseživljenjske karierni orientacije in spodbujanje kadrovskega štipendiranja.

## Literatura in viri

- Eurostat** (2020). Podatkovna baza. Luxembourg: Eurostat. Pridobljeno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- For asylum seekers who want to learn Swedish** (b.d.). Solna: Swedish Migration Agency. Pridobljeno na: <https://www.migrationsverket.se/English/Private-individuals/Protection-and-asylum-in-Sweden/While-you-are-waiting-for-a-decision/Learn-Swedish.html>
- Fotakis, C. in J. Peschner** (2015). Demographic change, human resources constraints and economic growth: the EU Challenge Compared to Other Global Players. European Commission Working Paper 1/2013.
- Informacije za tujce** (2020). Pridobljeno na: <https://infotujci.si/drzavljani-tretjih-drzav/nameni-prebivanja-za-izdajo-dovoljenja-za-zacasno-prebivanje/zdruzitev-druzine/>
- Integration courses: learning German and much more. Germany visa** (2018). Pridobljeno na: <https://www.germany-visa.org/integration-courses-learning-german-and-much-more/>
- IOM** (2019). World Migration Report 2020. Ženeva: International Organization for Migration. Pridobljeno na: [https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2020.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf)
- MIPEX** (2015). How countries are promoting integration of immigrants. Pridobljeno na: <http://www.mipex.eu/>
- MIZŠ** (b.d.). Postopek vključevanja. Ljubljana: Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. Pridobljeno na: [http://www.mizs.gov.si/si/vkljucevanje\\_priseljencev\\_v\\_sistem\\_vzgoje\\_in\\_izobrazevanja/postopek\\_vkljucevanja/](http://www.mizs.gov.si/si/vkljucevanje_priseljencev_v_sistem_vzgoje_in_izobrazevanja/postopek_vkljucevanja/)
- MNZ** (2019). Poročilo o delu Urada za migracije za leto 2018. Ljubljana: Ministrstvo za notranje zadeve Republike Slovenije. Pridobljeno na: [http://emm.si/wp-content/uploads/Porocilo\\_2018\\_SLO.pdf](http://emm.si/wp-content/uploads/Porocilo_2018_SLO.pdf)
- OECD** (2016a). Finding the Way: A Discussion of the Finnish Migrant Integration System. Pariz: OECD.
- OECD** (2016b). Skills Matter: Further Results from the Survey of Adult Skills. Pariz: OECD.
- OECD** (2017). Making Integration Work. Family Migrants. Pariz: OECD.
- OECD** (2018a). Settling in 2018. Indicators of Immigrant Integration. Pariz: OECD.
- OECD** (2018b). Working Together for Local Integration of Migrants and Refugees. Pariz: OECD.
- OECD** (2019a). How to make Integration Policies Future-Ready? Their Successful Economic Integration and Social Inclusion is a Key Policy Objective. Pariz: OECD.
- OECD** (2019b). Integration Scoreboard. Pariz: OECD.
- OECD** (2019c). International Migration Outlook 2019. Pariz: OECD.
- OECD** (2020). Building an EU Talent Pool. A new approach to migration management for Europe. Pariz: OECD.
- Peschner, J. in C. Fotakis** (2013). Growth potential of EU human resources and policy implication for future economic growth. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- PISA Database** (2019). Pariz: OECD. Dosegljivo na: <http://www.oecd.org/pisa/data/>
- Pravilnik o spremembah Pravilnika o tečaju slovenščine za dijake v srednjih šolah.** Ur. l. RS 22/20.
- Pravilnik o tečaju slovenščine za dijake v srednjih šolah.** Ur. l. RS 30/18.
- Siarova, H. in M. A. Essomba** (2014). Language support for youth with migrant background. Sirius. Sirius network policy brief series, št. 4. Pridobljeno na: [http://www.sirius-migrationeducation.org/wp-content/uploads/2018/10/Polciy-Brief-4\\_Language-Support.pdf](http://www.sirius-migrationeducation.org/wp-content/uploads/2018/10/Polciy-Brief-4_Language-Support.pdf)
- Spletni vprašalnik SVOS** (b.d.). Ljubljana: Andragoški center Slovenije. Pridobljeno na: <https://pismenost.acs.si/svos/>
- SURS** (2020). Podatkovna baza. Ljubljana: Statistični urad RS. Pridobljeno na: <https://pxweb.stat.si/SiStat/sl>
- UMAR** (2019). Ekonomski izzivi 2019. Ljubljana: Urad za makroekonomske analize in razvoj RS.
- Začkanovič, A. in M. Bilban** (2017). Zdravstvene težave migrantskih delavcev. Pridobljeno na: [http://www.zvd.si/media/medialibrary/2018/05/Zavod\\_za\\_varstvo\\_pri\\_delu\\_RDV\\_1\\_2017\\_Zdravstvene\\_tezave\\_migrantskih\\_delavcev.pdf](http://www.zvd.si/media/medialibrary/2018/05/Zavod_za_varstvo_pri_delu_RDV_1_2017_Zdravstvene_tezave_migrantskih_delavcev.pdf)





JEL: J810, J880

# KAKOVOST DELA IN ZAPOSLOTIVE – IZZIVI MERJENJA IN REZULTATI

**dr. Alenka Kajzer**

Urad RS za makroekonomske analize in razvoj

## **Povzetek**

*Kakovost dela / zaposlitve je pomembna za blaginjo posameznika in družbe. Članek obravnava merjenje kakovosti dela v zadnjih dvajsetih letih, uvrstitev Slovenije po nekaterih merilih kakovosti dela ter pomen kakovosti dela za oblikovanje politik in zakonskega okvira. Opredeljevanja in merjenja kakovosti dela so se v zadnjih dvajsetih letih lotile številne institucije in raziskovalci, vendar so zaradi številnih razsežnosti tega področja številni poskusi merjenja ostali na ravni obsežnega seznama kazalnikov.*

**Ključne besede:** merjenje kakovosti dela, Slovenija

## **Abstract**

*Job quality is important for individual and societal well-being. The article provides an overview of existing indicators of job quality and their development over the last twenty years. It also provides an overview of the ranking of Slovenia according to some job-quality indicators and underlines the importance of job quality for policymaking. There is a consensus that job quality is a multi-dimensional concept, but there is variance as regards a number of dimensions. Nevertheless, many job-quality concepts remain on the shopping list of indicators.*

**Keywords:** job quality, Slovenia

## Uvod

Delo je osrednji del posameznikovega življenja in zato njegova kakovost pomembno vpliva na blaginjo posameznika in družbe (Clark, 2015). Medtem ko delo posamezniku zagotavlja dohodek, njena kakovost vpliva tudi na njegovo zdravje in položaj v družbi. Clark (2015) poudarja tudi pomen zadovoljstva z delom za posameznikovo blaginjo. Kakovost zaposlitve pa ni pomembna le za blaginjo posameznika in gospodinjstva, v katerem živi, ampak tudi za udeležbo (participacijo) na trgu dela, za produktivnost, raven zaposlenosti in socialno vključenost (OECD, 2014).

Warhurst in drugi (2017) prikazujejo, da se v literaturi uporablja več izrazov s podobnim pomenom: na primer dostojno delo (decent work)<sup>1</sup>, dobra zaposlitev (good work / job) ali t. i. pošteno delo (fair work). Kljub temu pa je kakovost dela (job quality) v zadnjih dvajsetih letih v središču zanimanja različnih strok in poskusov opredeljevanja in merjenja. Vendar merjenje kakovosti dela kljub zanimanju različnih strok večinoma izhaja iz ekonomske znanosti oziroma t. i. ekonomike dela.

Ker se je zavedanje o pomenu kakovosti zaposlitve v zadnjih dvajsetih letih močno povečalo in razširilo, je nastalo več pobud političnih, raziskovalnih in statističnih združenj za oblikovanje načina merjenja kakovosti zaposlitve. V prispevku v prvem delu opisujemo različne okvire oziroma koncepte merjenja kakovosti zaposlitve, ki poudarjajo njeno večdimenzionalnost. Canzes in drugi (2015) poudarjajo, da gre v bistvu za tri različne koncepte: (i) kakovost dela, ki odraža značilnosti dela ne glede na to, kdo ga opravlja, (ii) kakovost zaposlitve, ki odraža značilnosti delovnega razmerja oziroma pravno-formalne oblike dela, in (iii) kakovost dela, ki zajema način in pogoje dela, ki vplivajo na posameznikovo dobro počutje. Pregled predvsem ekonomske literature glede opredeljevanja in merjenja kakovosti dela kaže, da večina poskusov ostaja na ravni obsežnega seznama kazalnikov, le manjše število poskusov merjenja pa je pripeljalo do razvrščanja držav po kakovosti dela ali do sinteznega indeksa kakovosti dela. V drugem delu tako prikazujemo ocene kakovosti zaposlitve v Sloveniji oziroma njeno uvrščanje po različnih indeksih. Prispevek sklenemo s pomenom merjenja kakovosti zaposlitve za oblikovanje politik.

## 1 Opredeljevanje in merjenje kakovosti dela in zaposlitve

Na ravni EU se je kakovost dela in zaposlitve začela uveljavljati leta 2000, ko je postala del t. i. Lizbonske strategije. Laekenski kazalniki so bili tako prvi poskus

oblikovanja meril kakovosti zaposlitve. Tako je bilo sprva predlaganih deset razsežnosti kakovosti dela in zaposlitve, ki so bile združene v dve skupini:

- I. **značilnost zaposlitev oziroma dela**, ki zajemata predvsem (1) osnovne vrojene značilnosti dela, in (2) vključenost v vseživljenjsko učenje in možnost kariernega razvoja.
- II. **Delo oziroma zaposlitev v povezavi s trgovino dela**, ki zajema še naslednje vidike: (3) razlike med spoloma, (4) zdravje in varstvo pri delu, (5) fleksibilnost in varnost, (6) vključenost in dostop do trga dela, (7) socialni dialog in vključenost zaposlenih v odločanje, (8) organizacija dela in ravnovesje med poklicnim in družinskim življenjem, (9) raznolikost in odpravljanje diskriminacije, (10) gospodarska gibanja in produktivnost.

Glavna pomanjkljivost t. i. laekenskih kazalnikov kakovosti dela je dejstvo, da ne upošteva plačila, ki je pomemben vidik kakovosti zaposlitve tudi v povezavi z zadovoljstvom z delom / zaposlitvijo. Prav tako pa je omenjeni koncept vseboval tudi razsežnost, ki se nanaša predvsem na gospodarske razmere, ki nimajo neposrednega vpliva na kakovost dela / zaposlitve.

Po sprejetju Lizbonske strategije so se z oblikovanjem svojih meril kakovosti dela in zaposlitve odzvali tudi socialni partnerji. Tako so leta 2001 delodajalci iz združenja Business Europe sicer izrekli podporo predlogu Evropske komisije, vendar so očitali tudi nejasnosti in preveliko število kazalnikov (UNICE, 2010). V svojem stališču so poudarili, da je treba število kazalnikov omejiti na največ 10 in izpostavili naslednja področja:

1. število nesreč pri delu s smrtnim izidom ali resnimi poškodbami,
2. razširjenost poklicnih bolezni,
3. število izgubljenih dni zaradi bolniške odsotnosti,
4. en kazalnik produktivnosti dela,
5. delež delovno aktivnih z nizko, srednjo in visoko izobrazbo,
6. delež prebivalstva z osnovno, srednjo in visoko ravniyo IKT-pismenosti,
7. povprečni čas iskanja prve zaposlitve,
8. stopnja delovne aktivnosti in stopnja brezposelnosti po spolu, starosti in izobrazbi,
9. delež prebivalstva, ki ustanavlja svoje podjetje.

Čeprav je združenje delodajalcev opozorilo na določene pomembne vidike kakovosti dela, ki se nanašajo predvsem na vpliv delovnega okolja na zdravje, pa se številni drugi predlogi ne nanašajo na kakovost zaposlitve, ampak bolj na kakovost oziroma usposobljenost delovne sile. Že samo za merjenje navedenih področij pa bi bilo treba uporabiti več kakor deset kazalnikov, ki so jih postavili za zgornjo mejo.

<sup>1</sup> ILO (1999) dostojno delo opredeli kot delo, ko naj bi vsi zaposleni delali v razmerah svobode, enakosti, varnosti in človeškega dostojanstva.

**Tabela 1: Prikaz Laekenske opredelitve kakovosti dela**

Razsežnost		Kazalnik
I. Značilnost dela	1) vrojena kakovost dela	Prehod med neaktivnostjo in zaposlitvijo ter med zaposlitvami glede na plačo
		Prehod med neaktivnostjo in zaposlitvijo ter med zaposlitvami glede na vrsto zaposlitve
		Zadovoljstvo z zaposlitvijo
	2) Vseživljenjsko učenje in karierni razvoj	Delež delovno sposobnega prebivalstva v vseživljenjskem učenju po starosti, spolu in izobrazbi
		Delež delovno aktivnih, ki uporablja računalnik ob posebnem usposabljanju ali brez njega
	II. Zaposlitev z vidika trga dela	3) Enakost spolov
Razlika med stopnjo delovne aktivnosti žensk in moških		
Spolna segregacija v poklicih		
Spolna segregacija v dejavnostih		
4) Zdravje in varstvo pri delu		Pojavnost nesreč pri delu
5) Fleksibilnost in varnost		Delež zaposlenih, ki dela s skrajšanim delovnim časom, in delež zaposlenih s pogodbo za določen čas, v skupnem številu zaposlenih
6) Vključenost na trg dela in dostop do njega		Prehod med zaposlenostjo, brezposelnostjo in neaktivnostjo
		Prehod med neaktivnostjo in zaposlitvijo in usposabljanjem
		Stopnja delovne aktivnosti po spolu, starosti in izobrazbi
		Stopnja dolgotrajne brezposelnosti po spolu
		Delež osipnikov (early school leavers)
		Stopnja brezposelnosti mladih
7) Organizacija dela in ravnovesje med poklicnim in družinskim življenjem		Razlika med stopnjo delovne aktivnosti posameznikov 20–50 let, ki imajo v gospodinjstvu otroke 0–6 let, in med stopnjo pri tistih, ki nimajo otrok
		Delež otrok v organiziranem varstvu izven družine
		Zaposleni, ki so prenehali z delom zaradi družinskih obveznosti v preteklosti in niso razpoložljivi za delo
8) Socialni dialog in vključenost zaposlenih		Socialni sporazum obstaja ali ne
9) Raznolikost in odpravljanje diskriminacije		Razlika med stopnjo delovne aktivnosti 55–64 let in splošno stopnjo delovne aktivnosti
		Razlika med stopnjo delovne aktivnosti tujcev, etničnih manjšin in domačih državljanov
10) Gospodarske razmere in produktivnost		Rast produktivnosti merjena na opravljeno uro in Rast produktivnosti, merjena na zaposlenega
		BDP na opravljeno uro in BDP na zaposlenega
	Delež prebivalstva z doseženo vsaj srednjo izobrazbo po spolu, starostnih skupinah in zaposlitvenem statusu	

Vir: OECD (2014).

Leta 2008 je Evropski sindikalni inštitut za raziskovanje, izobraževanje, zdravje in varnost<sup>2</sup> ob finančni podpori Evropske komisije oblikoval t. i. evropski indeks kakovosti zaposlitve (v nadaljevanju EIKZ) (European job Quality index – EJQI)<sup>3</sup>. Gre za sintezni indeks, ki skuša ovrednotiti kakovost dela / zaposlitve in z vidika posameznika zdravja in varstva pri delu ter z vidika psiholoških in ekonomskih dobrobiti, ki jih zaposlitev prinaša posamezniku. Indeks zajema 6 razsežnosti, ki jih meri s 16 kazalniki:

- (1) **zaslužek**, ki se meri z sredstvi z zaposlenega na zaposlenega v SKM in s stopnjo tveganja revščine delovno aktivnih,
- (2) **atipične zaposlitve**, ki se meri z deležem začasnih zaposlitev v skupnih zapolnitvah in deležem zaposlenih s skrajšanim delovnim časom in tistih, ki ne delajo prostovoljno s krajšim delovnim časom,
- (3) **delovni čas in ravnovesje med poklicnim in družinskim življenjem**, ki se meri z deležem zaposlenih, ki dela več kot 46 ur tedensko, deležem zaposlenih, ki delajo v izmenah ali ob neobičajnih urah (zvečer, ponoči, ob koncih tedna), delež zaposlenih, ki prostovoljno delajo s krajšim delovnim časom, delež zaposlenih, ki so zadovoljni z ravnovesjem med poklicnim in družinskim življenjem,
- (4) **delovni pogoji in varnost zaposlitve**, pri tem se izpostavlja zaznava posameznike glede intenzivnosti dela, avtonomnosti pri delu, fizičnih pogoji za delo in varnosti zaposlitve, omenjene zaznave pa se merijo z Evropsko raziskavo delovnih pogojev (vsakih pet let)
- (5) **spretnosti in karierni razvoj**, kjer se uporabljata kot kazalnika delež vključenih v vseživljenjsko učenje in ocena možnosti za karierni razvoj (Evropska raziskava delovnih pogojev)
- (6) **zastopanje kolektivnih interesov**, ki se meri z ravnijo kolektivnih pogajanj, deležem vključenih v sindikate in oceno posameznika o sodelovanju pri odločitvah o spremembah organizacije dela.

Leta 2010 je Evropska komisija (EMCO, 2010) oblikovala nov nabor kazalnikov, ki zajema štiri področja:

1. **Ekonomsko-socialna varnost**, ki jo sestavlja ustrezno plačilo in varna zaposlitev, ki omogoča karierni razvoj.
2. **Izobraževanje in usposabljanje**, ki jo sestavlja področji, ki omogočata razvoj spretnosti in zaposljivost.
3. **Delovni pogoji**, ki zajemajo zdravje in varnost pri delu, intenzivnost dela, avtonomnost pri delu in zastopnost kolektivnega interesa zaposlenih.

<sup>2</sup> European Trade Union Institute for Research, Education and Health and Safety.

<sup>3</sup> Leschke J., Watt, A(2008): Job quality in Europe. European Trade Union Institute for Research, Education and Health and Safety (ETUI-REHS): WP 2008.07

#### 4. Ravnovesje med poklicnim in družinskim življenjem ter enakopravnost spolov, ki omenjeni področji merita z več kot 10 kazalniki.

Ker posamezno razsežnost sestavlja več področij, ki se merijo več kot z enim kazalnikom, je bilo skupno število kazalnikov kar 55. Tako tudi s tem poskusom na ravni EU ni bilo oblikovano merilo kakovosti zaposlitve, ki bi bilo uporabno za oblikovalce politik in ustrezalo zahtevam združenj delodajalcev po največ 10 kazalnikih.

Podobno kot na ravni EU so se poskusi oblikovanja koncepta in kazalnikov za merjenje kakovosti zaposlitve oblikovali tudi v drugih mednarodnih organizacijah. Tako je mednarodna organizacija dela (ILO) leta 2012 skušala oblikovati sistem kazalnikov za merjenje koncepta dostojnega dela, ki ga je sprejela leta 1999, ki je vseboval 10 področij. Pri tem so strokovnjaki ILO poleg že omenjenih razsežnosti izpostavili tudi področje sistemov socialne zaščite.

Z razvojem načina merjenja kakovosti zaposlitve so se vse od leta 2000 ukvarjali tudi pri komisiji Združenih narodov za Evropo, kjer so oblikovali široko strokovno skupino, ki je leta 2015 izdala obsežen statistični priročnik<sup>4</sup> za merjenje kakovosti zaposlitve. Strokovna skupina je opredelila 7 razsežnosti in znotraj njih skupaj 12 področij:

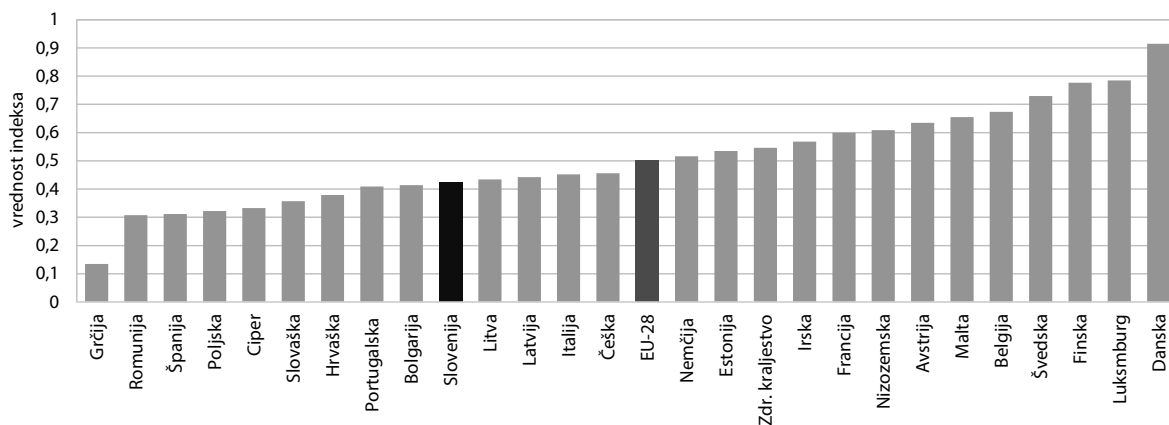
- i) Varnost in etničnost zaposlitve,
- ii) dohodek in dobrobiti iz zaposlitve,
- iii) delovni čas in ravnovesje med poklicnim in družinskim življenjem,
- iv) varnost zaposlitve in socialna varnost,
- v) socialni dialog,
- vi) razvoj spretnosti in usposabljanje,
- vii) odnosi na delovnem mestu in motivacija za delo.

Omenjena strokovna skupina je sicer zelo natančno opredelila vsebino in vire podatkov za posamezne kazalnike, vendar pa je bilo njihovo število bistveno preveliko (skupaj 67) za redno spremljanje in mednarodno primerjavo. Zato so predlagali, da se kazalniki uporabljajo predvsem na nacionalni ravni in pri tem upoštevajo nacionalne posebnosti.

Strokovnjaki OECD so koncept merjenja kakovosti zaposlitve izpeljali iz okvirja za merjenje blaginje (OECD well-being Framework) in Stiglitz, Sen and Fitoussi koncepta merjenja blaginje (Canzies in drugi (2015). Izpostavili in merili so naslednje tri dimenzije kakovosti zaposlitve:

- a) **Kakovost plačila za delo**, ki obravnava dva vidika: (i) višina plačila, ki neposredno vpliva na materialno blaginjo, in (ii) porazdelitev plačil, ki je prav tako pomembna za blaginjo (merjeno z Gini koeficientom).

<sup>4</sup> Priročnik obsega okoli 300 strani.

**Slika 1: Evropski indeks kakovosti zaposlitve 2015**

Vir: Piasna (2017).

- b) **Varnost na trgu dela**, ki zajema vidik ekonomske varnosti, ta pa vključuje verjetnost izgube zaposlitve in stroške za zaposlenega. Razsežnosti sta merjeni: (i) z verjetnostjo izgube zaposlitve (prehoda v brezposelnost) in trajanja brezposelnosti ter (ii) s stopnjo javnega zavarovanja za primer brezposelnosti (pokritost z nadomestili za brezposelnost in njihova višina).
- c) **Kakovost delovnega okolja**, ki zajema neekonomski vidik kakovosti zaposlitve in zajema naravo in vsebino dela, organizacijo delovnega časa in odnose na delovnem mestu. Kakovost delovnega okolja se meri s prisotnostjo obremenitev pri delu, zajema pa kombinacijo visokih zahtev na delovnem mestu in omejenih sredstev za delo.

Zaradi velikega števila razsežnosti kakovosti zaposlitve je njeno merjenje zapleteno. Tudi podatkovni viri so za to številni in so pogosto časovno neuskkljeni, saj dinamika njihovega zbiranja pogosto ni letna. Tako so zelo pogosto vir podatkov: Evropska raziskava o delovnih pogojih, ki se izvaja vsakih pet let, ad-hoc moduli ankete o delovni sili, Evropska raziskava o kvaliteti življenja, Evropska socialna raziskava (ESS) in Eurobarometer flash modul o pogojih dela. Merjenje kakovosti dela vsekakor še naprej ostaja izziv za raziskovalce in statistike. Canzes in drugi (2015) menijo, da je bilo zanemarjanje vprašanja kakovosti dela pri oblikovanju politik v veliki meri posledica premalo razvitega in neenotnega načina merjenja kakovosti zaposlitve.

## 2 Razvrstitev Slovenije po različnih merjenjih kakovosti zaposlitve

Čprav številne institucije in strokovnjaki poudarjajo pomen kvalitete zaposlitve za blaginjo posameznika in družbe, pa so bili le redki koncepti njenega merjenja razviti do te mere, da so kakovost zaposlitve v posamezni državi dejansko izmerili. V nadaljevanju prikazujemo

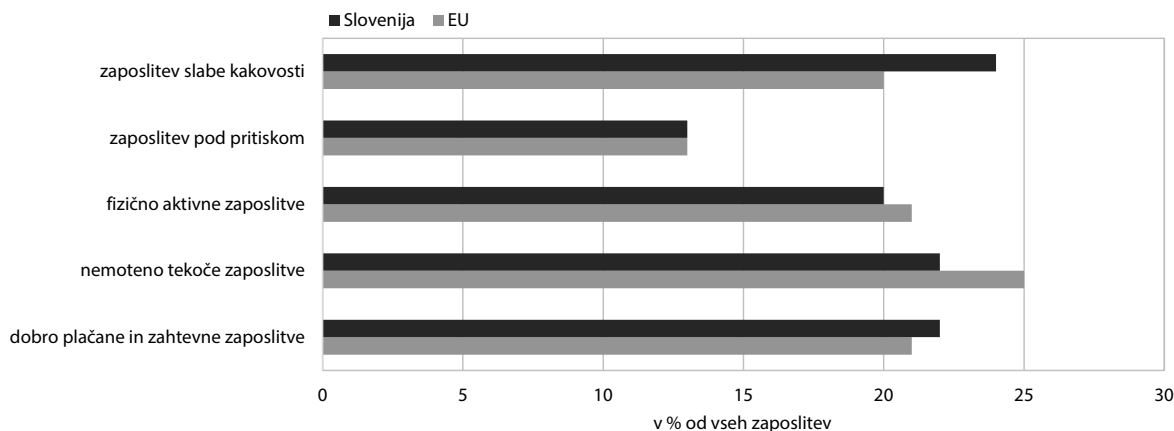
nekaj rezultatov merjenja, s poudarkom na uvrstitvi Slovenije.

Evropski indeks kakovosti zaposlitve (EIKZ) je eden redkih poskusov oblikovanja sinteznih indeksov, ki meri šest razsežnosti z različnimi kazalniki,<sup>5</sup> ki jih ponderira ter standardizira njihove vrednosti v pod-indeksu z vrednostmi od 0 do 1 (Leschke, J. in drugi, 2008). V nadaljevanju najprej predstavljamo uvrstitev Slovenije po posameznih pod-indeksih leta 2005/2006, ko je bil indeks prvič izračunan.

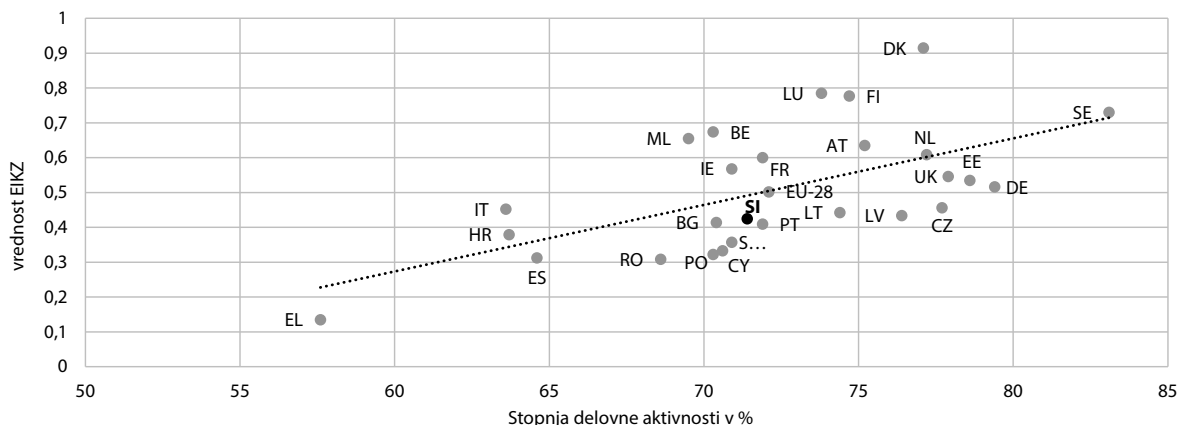
Slovenija se je leta 2005 po EIKZ uvrščala nad povprečje EU-27 s podobno vrednostjo indeksa kot so ga imele stare članice EU-15 (pred širitvijo leta 2004). Po pod-indeksu zaslužka, ki ga sestavljata sredstva za zaposlene na zaposlenega v SKM in stopnja tveganja revščine delovno aktivnih, se je uvrščala okoli povprečja držav EU-27. Po pod-indeksu razširjenosti nestandardnih zaposlitev, kjer se meri razširjenost začasnih zaposlitev, zaposlitev s krajšim delovnim časom in deležem oseb, ki ne prostovoljno delajo s krajšim delovnim časom, pa se uvršča med države z veliko razširjenostjo (na sedmo mesto med državami EU). Slabo pa se Slovenija odreže po pod-indeksu delovnega časa in ravnovesja med poklicnim in družinskim življenjem, ki se meri z deležem oseb, ki delajo več kot 46 ur tedensko, deležem zaposlenih, ki delajo v izmenah ali ob neobičajnih urah. Po tem pod-indeksu so slabše samo 4 države. Prav tako se uvršča med najslabše po pod-indeksu, ki merijo delovne pogoje in varnost zaposlitve, ki izpostavlja posameznikove zaznave intenzivnosti dela, avtonomnosti pri delu, fizičnih pogojev za delo in zaznane verjetnosti izgube zaposlitve v naslednjih šestih mesecih.<sup>6</sup> Nad povprečje EU-27 se Slovenija uvršča po pod-indeksu, ki meri spretnosti in karierni razvoj,

<sup>5</sup> Vrednosti posameznih kazalnikov so ponderirane in standardizirane v vrednosti od 0 do 1, pi čemer 1 pomeni boljše kakovost.

<sup>6</sup> Slabši od Slovenije sta bili samo Grčija in Češka.

**Slika 2: Profili kakovosti zaposlitve kot delež od vseh zaposlitvev, v %**

Vir: Eurofound (2017: 131).

**Slika 3: Evropski indeks kakovosti zaposlitve in stopnja delovne aktivnosti (20-64 let) v državah EU, leta 2015**

Vir: Eurostat; Piasna (2017).

saj se uvršča na deseto mesto s podobno vrednostjo pod-indeksa kot Avstrija. Med boljše (na šesto mesto med državami EU-27) se uvršča tudi po pod-indeksu zastopanje kolektivnih interesov.

Piasna (2017), ki je analizirala kakovost zaposlitve s pomočjo EIKZ v obdobju 2005–2015, je ugotovila, da se je v kakovost zaposlitve v večini držav po številnih pod-indeksih poslabšala. To velja tudi za Slovenijo, ki se je leta 2005 uvrščala okoli povprečja EU, leta 2015 pa je za njim zaostala.

Med bolj kompleksne analize in meritve kakovosti zaposlitve pa sodi študija Eurofounda (2017). V analizi na osnovi velikega števila kazalnikov za sedem dimenzij kakovosti s pomočjo metode razvrščanja oblikujejo naslednje skupine (profile) zaposlitve: (i) dobro plačane in zahtevne zaposlitve (t. i. high flying), (ii) nemotene tekoče zaposlitve (t. i. smooth running), (iii) fizično aktivne zaposlitve (t. i. active manual), (iv) zaposlitve pod pritiskom (t. i. under pressure) in (v) zaposlitve slabe kakovosti (t. i. poor quality). Slovenija

se je leta 2015 po deležu posameznih skupin zaposlitve uvrščala blizu povprečja EU, pri čemer nekoliko odstopa zgolj po višjem deležu zaposlitvev slabe kakovosti in nižjem deležu nemotenih tekočih zaposlitvev glede na povprečje EU (Eurofound, 2017).<sup>7</sup>

OECD (2014) po svojem merilu kakovosti dela Slovenijo uvršča v skupino držav s srednjo kakovostjo zaposlitve, saj se pri večini kazalnikov uvršča v sredino med analiziranimi državami, pri čemer je treba poudariti, da jo po kazalnikih kakovosti delovnega okolja uvršča v skupino najslabših (Canzes, 2015).

Kljub vsem težavam pri merjenju kakovosti zaposlitve je vprašanje ali se kakovost in količina dopolnjujeta ali izključujeta, pojavlja v številnih razpravah. Analize povezanosti kakovosti zaposlitvev in njihovega obsega kažejo, da se kakovost in količina ne izključujeta

<sup>7</sup> Analiza je bila narejena na osnovi podatkov iz ankete o delovnih pogojih, ki je bila izvedena leta 2015.

oziroma, da ni t. i. trade-off-a med kakovostjo in količino zaposlitev. OECD (2016) ugotavlja pozitivno korelacijo med posameznimi komponentami kakovosti zaposlitve in stopnjo delovne aktivnosti, s katero merijo obseg zaposlitev. Tako OECD (2016) ugotavlja, da obstaja pozitivna korelacija med kakovostjo zaslužka in stopnjo delovne aktivnosti, med obsegom zaposlitev in varnostjo na trgu dela ter med kvaliteto delovnega okolja in obsegom zaposlitev. Da se kakovost in obseg zaposlitev ne izključujeta, dokazuje tudi Piasna (2017), ki pokaže na pozitivno korelacijo med Evropskim indeksom kakovosti zaposlitve in stopnjo delovne aktivnosti, ki je tudi prikazana v sliki 3.

### 3 Zaključek

Merjenje kakovosti zaposlitve v zadnjih dvajsetih letih predstavlja izziv za številne institucije in raziskovalce. Vsi se strinjajo, da je pomemben element življenja, ki vpliva na blaginjo družbe in posameznika. Prav tako se raziskovalci strinjajo, da je kakovost zaposlitve sestavljena iz več dimenzij. Večja kakovost zaposlitve, ki prinaša tudi zadovoljstvo z delom, povečuje lojalnost in pripadnost posameznika podjetju, s čimer se zmanjšuje fluktuacija zaposlenih in s tem povezano stroški za delodajalce.

Čeprav obstaja obsežen nabor kazalnikov, ki merijo posamezne razsežnosti kakovosti zaposlitve, obstaja zgolj nekaj sinteznih kazalnikov, ki dejansko merijo in razvrščajo države po kakovosti zaposlitve. Slovenija se je po merjenju OECD (2016) uvrščala v skupino povprečnih držav. Po evropskem indeksu kakovosti zaposlitve se je leta 2005 uvrščala nekoliko nad povprečje EU, v obdobju 2005–2015 pa se je tako merjena kakovost zaposlitve zmanjšala in je zaostala za povprečjem EU.

Clark (2015) pa poudarja, da ima lahko kakovost zaposlitve pozitiven vpliv na produktivnost in donosnost poslovanja podjetij. Večja kakovost dela, ki prinaša tudi zadovoljstvo z delom, povečuje lojalnost in pripadnost posameznika podjetju, s čimer se zmanjšuje fluktuacija in s tem povezano stroški. Za podjetje je torej smiselno, da zasleduje tudi cilj večje kakovosti zaposlitve.

Zaposleni izberejo zaposlitev, ki ustreza njihovim preferencam tudi po merilih kakovosti dela. Podjetja lahko z vlaganji v kakovost dela med drugim izboljšajo poslovne rezultate, pri čemer seveda ne maksimirajo zgolj kakovosti zaposlitve. Ob tem pa seveda lahko nekatere slabše značilnosti zaposlitev kompenzirajo z večjim poudarkom na drugih značilnostih. Tako lahko na primer slabše pogoje dela nagradijo z boljšim plačilom. Pripravljenost posameznika na izbiro med posameznimi vidiki kakovosti dela je v veliki meri odvisna od njegovih preferenc, kar zahteva od podjetij dobro upravljanje s človeškimi viri.

Zaradi večje pogajalske moči bi podjetje v pogajanjih z zaposlenim lahko zmanjšalo kakovost dela do ravni, ki ni več družbeno in socialno sprejemljiva. Za to je tukaj pomembna vloga države, da zmanjša to neravnovesje in vzpostavi zakonski okvir, ki med drugim zagotavlja tudi kakovost dela. Med te ukrepe sodi npr. ureditev minimalnega plačila (minimalne plače) s pomočjo zakonske ureditve ali kolektivnih pogajanj, zakonska ureditev s področja varstva in zdravja pri delu. Na osnovi informacij o slabi kakovosti dela lahko država pripravi ustrezne programe, ki so usmerjeni na povečanje blaginje posameznikov s slabimi zaposlitvami. Država lahko tudi z znižanjem davkov poveča neto zaslužke nizko plačanih posameznikov, prav tako lahko s subvencioniranjem otroškega varstva in / ali ustrezno ureditvijo prožnih oblik delovnega časa omogoči lažje usklajevanje poklicnega in družinskega življenja. K slednjemu pa lahko prispeva tudi z ustreznimi vlaganji v infrastrukturo, ki posamezniku omogoči lažji in hitrejši dostop do delovnega mesta.



## Literatura in viri

- Cazes, S., A. Hijzen in A. Saint-Martin** (2015). „Measuring and Assessing Job Quality: The OECD Job Quality Framework“. OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 174. Paris: OECD Publishing. Pridobljeno na: <https://doi.org/10.1787/5jrp02kpw1mr-en>
- Clark, A. E.** (2015). What makes a good job? Job quality and job satisfaction. IZA World of Labor 2015: 215.
- EMCO** (2010). Quality in Work – Thematic Review 2010. Brussels: EU Employment Committee.
- Eurofound** (2017). Sixth European Working Conditions Survey – Overview report (2017 update). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Commission** (2009). Indicators of job quality in the European Union Study. Pridobljeno na: <http://www.europarl.europa.eu/activities/committees/studies.do?language=EN>
- Leschke, J. in A. Watt** (2008). Job quality in Europe. WP2008.07. Brussels: ETUI-REHS.
- OECD** (2014). OECD Employment Outlook 2014. OECD Publishing. Pridobljeno na: [http://dx.doi.org/10.1787/empl\\_outlook-2014-en](http://dx.doi.org/10.1787/empl_outlook-2014-en)
- OECD** (2016). How good is your job? Measuring and assessing job quality. Pridobljeno na: <http://www.oecd.org/sdd/labour-stats/Job-quality-OECD.pdf>
- Piasna, A.** (2017). European Job Quality Index 2005-2015 ETUI Working Paper 2017.06. Brussels ETUI.
- UNECE** (2015). Statistical Framework for Measuring Quality of Employment. Pridobljeno na: [https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/publications/2015/ECE\\_CES\\_40.pdf](https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/publications/2015/ECE_CES_40.pdf)
- UNICE** (2001). UNICE position paper on the Commission Communication 'Employment and Social Policies: A Framework for Investing in Quality'. Pridobljeno na: [www.buinessseurope.eu](http://www.buinessseurope.eu)

JEL: M310

# WILLINGNESS TO PAY FOR CRAFT BEER IN SLOVENIA

**Vid Vodopivec**  
samostojni podjetnik

## Povzetek

*Pivo je najbolj priljubljena alkoholna pijača na svetu. Čeprav ta pijača obstaja že tisočletja, je v zadnjih desetletjih po novi vrsti piva – mikrovarjenem pivu – čedalje večje povpraševanje, saj ga kupujejo ne le poznavalci, temveč tudi čedalje širši krog prebivalstva. Povečanje povpraševanja po mikrovarjenem pivu je dokaj nov svetovni fenomen, ki ga nekateri pripisujejo spreminjanju okusa potrošnikov. Priljubljenost mikrovarjenega piva je k vstopu v panogo privabila številne nove proizvajalce. To velja tudi za Slovenijo, kjer se je število pivovarn povečalo z 22 v letu 2010 na 62 v letu 2016. Kako je mogoče pojasniti, da se proizvodnja mikrovarjenega piva tako povečuje, ko pa povpraševanje po tradicionalnih vrstah piva, zlasti v razvitih državah, stagnira?*

*Odgovor je v uspešnem prizadevanju ponudnikov mikrovarjenega piva, da prepričajo potrošnike s poudarjanjem kakovosti in ekskluzivnosti. Tako se vse več potrošnikov zaveda, da »vsa piva niso narejena enako« in so za vrhunsko pivo – to seveda ni običajno, »tradicionalno«, temveč mikrovarjeno pivo – pripravljeni plačati več. Ta »nova« vrsta piva, mikrovarjeno pivo, je prinesla močan nov veter v sicer dokaj ustaljeno, zrelo panogo proizvodnje piva. Še nedavno smo v restavraciji lahko naročili samo pivo – in so nas z njim tudi res postregli. V Sloveniji je bilo tako edino vprašanje »Laško ali Union?«, saj sta ti dve blagovni znamki desetletja nesporno obvladovali trg piva.*

*Namen članka je raziskati, kolikšno cenovno premijo so potrošniki pripravljeni plačati za mikrovarjeno pivo v primerjavi z običajnim pivom (svetlim ležakom), in kateri dejavniki vplivajo na to premijo. Da bi pridobil potrebne podatke, sem marca 2018 izvedel spletno anketo, v kateri je sodelovalo 181 slovenskih pivcev piva. V anketi sem se osredotočil na ugotavljanje cenovne premije mikrovarjenega piva v barih in restavracijah. Cenovno premijo sem ocenil z metodo pogojnega vrednotenja in izraženih preferenc.*

*Rezultati raziskave kažejo, da so anketiranci za mikrovarjeno pivo – v primerjavi s tradicionalnim ležakom po svoji izbiri, ki bi stal 2,40 evra – pripravljeni plačati premijo v višini 1,35 evra. Ugotavljam, da se je povpraševanje po mikrovarjenem pivu izkazalo za cenovno prožno. Starost anketirancev je na cenovno premijo za mikrovarjeno pivo vplivala negativno, njihov dohodek pa pozitivno. Izkazalo se je tudi, da dve lastnosti, povezani s pivom, statistično pomembno vplivata na cenovno premijo: pomembnost, ki jo potrošniki pripisujejo ceni, in stopnja vsebnosti alkohola v pivu – prva je s premijo povezana negativno, druga pozitivno.*

**Ključne besede:** koliko so potrošniki pripravljeni plačati, mikrovarjeno pivo

## **Abstract**

*While beer has been around for millennia, in recent decades a new variety – craft beer – has seen a global explosion in popularity. To shed light on recent developments in the Slovenian beer industry, this paper investigates how much more people are willing to pay for craft beer compared to traditional (lager) beer, and what factors influence this price differential. Based on an online survey of Slovenian beer consumers, willingness to pay (WTP) for craft beer in restaurants and bars is assessed via the contingent valuation method. The results show that, on average, respondents are willing to pay a premium of €1.35 for a serving of craft beer compared to the lager of their choice, which is priced at €2.40. Perhaps unexpectedly, demand for craft beer proved to be elastic, with an own-price elasticity of -1.8. The craft beer premium was negatively affected by respondents' age and positively by their income. Two beer-related attributes proved to statistically significantly affect WTP: the importance placed on price and level of alcohol content, the first lowering and the second increasing WTP.*

**Keywords:** *willingness to pay, craft beer*

## 1 Introduction

Beer is the most consumed alcoholic beverage in the world. While beer itself has been around for millennia, in recent decades a new variety – craft beer – has seen an explosion in popularity, moving from the fringe of niche consumption towards that of the general population. This explosion in craft beer is a fairly new global phenomenon, attributed to shifting consumer tastes (Canback, 2019). The popularity of craft beer has enticed numerous new producers to enter the market. This finding also applies to Slovenia, where the number active breweries increased from 22 in 2010 to 62 in 2016 (Brewers of Europe, 2017). With the general beer category experiencing limited to no growth – particularly in developed countries, why is the beer industry so enticing to enter?

The answer lies in the premiumisation of beer – a higher willingness to pay for superior beer, which primarily comes in the form of craft beer. In other words, consumers are realising that “not all beer is created equal”, and craft beer has successfully differentiated itself from what is perhaps known as regular “traditional” beer. In fact, this “new” product category, craft beer, has rattled a stale and mature industry.<sup>1</sup> It was not that long ago that one could go into a restaurant and just order “a beer” and, without any further questions or clarifications, be brought one. In Slovenia, the only follow up question to such an order might be “Laško or Union?”, the brands that held an undisputed duopoly for decades.

The definition of craft beer – while varying widely from country to country – is typically based on brewing capacity. A common theme in the definition is the restriction on brewing capacities, which is why craft beer is synonymous with microbrewed beer (see the discussion of the definition of craft beer by Garavaglia & Swinnen, 2017a). In Slovenia, the definition of a microbrewery is one that does not exceed the production of 20,000 hectolitres in a year (Štamcar, 2015). In the United States, where the modern craft beer movement is considered to have originated, the definition is extended to include (i) metrics related to ownership of the brewery and (ii) the permissible ingredients used in beer production.<sup>2</sup> As is clear from the above description, this type of beer is costlier to produce both because brewers cannot take advantage of economies of scale and because they face higher input costs due to the superior quality of their ingredients (Garavaglia & Swinnen, 2017a).

To shed light on recent developments in the beer industry in Slovenia, the purpose of this paper is to investigate how much more people are willing to pay for craft beer compared to traditional (lager) beer, and what factors influence this price differential. In particular, the paper tests the following four hypotheses:

- Hypothesis 1: Consumers are, on average, willing to pay a price premium for craft beer over traditional beer.
- Hypothesis 2: Demand for craft beer is inelastic. Given the large increase in the consumption of craft beer, one may assume that persons choosing such beer do not regard traditional beer as a close substitute for craft beer and may thus be relatively insensitive to price (for the U.S., for example, Toro-González et al., 2014, found that demand for craft beer is inelastic).
- Hypothesis 3: A price premium for craft beer over traditional beer is negatively affected by a person’s age and positively by his or her income (in line with the findings, for example, of Gabrielyan et al., 2014, for U.S. beer drinkers).
- Hypothesis 4: The price premium for craft beer over traditional beer is related to the importance placed on the perceived beer attributes such as taste, aroma, and origin (again in line with Gabrielyan et al., 2014, who find that the overall taste and hoppiness of a beer affects WTP).

To obtain the necessary information, in March 2018 I carried out an online survey of 181 Slovenian beer consumers, using the convenience snowball sample. I focused on willingness to pay (WTP) for craft beer for on-trade consumption, i.e. consumption in bars and restaurants. I assessed WTP using the contingent valuation method, specifically, an iterative bidding game, thus using the stated preference approach as the basis of measurement.

The results of my survey show that, on average, respondents were willing to pay a premium of €1.35 for a serving of craft beer compared to the lager of their choice (for which the hypothesised price was set at €2.40). Perhaps unexpectedly, the demand for craft beer proved to be elastic, with an own-price elasticity of -1.8. The craft beer premium was negatively affected by respondents’ age and positively by their income. And two beer-related attributes proved to statistically significantly affect WTP: the importance placed on price and level of alcohol content, the first lowering and the second increasing WTP.

The paper proceeds as follows. Section 2 describes trends and developments in the beer market. Both global trends as well as trends in the Slovenian beer market are presented, with special attention devoted to the entry of microbreweries. Section 3 defines the concept of WTP and explains the way it is measured in the case of craft beer, presents key dilemmas in

<sup>1</sup> Such a development is even more impressive given the important cost disadvantages craft beer producers are subjected to. For example, due to their small scale of production, craft beer producers – unlike the market leaders – produce beer at only one location and therefore face considerably higher per-unit transportation costs.

<sup>2</sup> In reality, the distinctions between craft and other types of beer are blurred, *inter alia* because large companies such as Heineken and AB InBev are launching their own brands of craft-style beers or merging with small breweries. Euromonitor (2017) also points out the ambiguity of the definition of “craft beer”.

formulating the questionnaire, and describes the survey implementation. The results of the survey – obtained by testing the stipulated four hypotheses – are presented in Section 4. The last section concludes by interpreting the findings and deriving implications for the marketing of craft beer.

## 2 Trends and developments in the beer market

Ordering a beer today is much more difficult than it was 10 years ago. Up to the recent past, in Slovenia the only dilemma was whether to select Laško or Union, that is, which one of the two major brands which held an undisputed duopoly for the past century or so. Nowadays, the choice is not so simple. The selection process is no longer centred around brands, but rather the styles of beer, a trend which has been labelled as “consumer promiscuity” when it comes to choosing beer (see, for example, ROTHCO, 2019). As a result of these new, modern styles of beer, brand loyalty has plummeted. New styles of beer are often grouped under the generic term of “craft” or “microbrewed” beer, and they stand against the prominent and overly abundant lager beer which has been the default style of beer since the Industrial Revolution. And perhaps not surprisingly, not only has the selection of beer increased, but so has its price. These craft beers command a considerable price premium – generally, they are about 50 percent more expensive than their more traditional lager counterpart.

This section aims to put historic developments in the beer market in perspective. It starts by explaining the global scene by probing historical developments and trends in beer production. It continues with a discussion of the forces behind the entry – and proliferation – of microbreweries. It concludes by presenting trends in the Slovenian beer market.

### 2.1 Global developments and trends

This section presents the historical developments in beer production, arguing that until the premiumisation stage of beer development factors driving the supply side of the market were mostly responsible for the vast changes that have occurred.

#### Historical developments: how lager became king

Historically, the beer industry was characterised by many small producers. According to Howard (2014), until the 18<sup>th</sup> century natural barriers discouraged the formation of only a few producers dominating the market. First, since beer consists mostly of water, it was costly to transport – due to the worse transport infrastructure and systems in general, historically more so than today. In addition, early commercial brews

were ales and stouts, both of which spoiled rather quickly. These limitations prevented early brewers from selling their product on a larger scale, restricting the geographic reach of beer producers. Moreover, the simplicity of its main ingredients – water, malted grains, hops and yeast – provided little room for innovation and thus disabled a producer from differentiating itself and gaining a competitive advantage. Things have changed since then, as modern technology has changed the way we produce, and in turn, also the way we consume beer.

Several technological innovations laid the groundwork for the beer industry we see today, as well as for the most dominant style of beer, lager. In the eighteenth century, a more science-based approach to brewing beer was established. Better knowledge regarding the function of yeast – the ingredient responsible for the fermentation process and hence for producing alcohol in beer – led to improved brewing methods and thus to greater control of the production process. Such improved control enabled brewers to produce a reliable and consistent final product, and the resulting brewing method would give rise to the most predominant style of beer in the world today: lager. Lager, which in German literally means “storage”, overcame the main problem with beer at the time, a short shelf life. And a prominent scientific discovery also helped lager establish its dominant position – in the 1860s Louis Pasteur developed the “pasteurisation” method, which further extended beer’s shelf life (see Poelmans & Swinnen, 2011).

Along with several other scientific advances, the Industrial Revolution helped propel lager beer to its present-day dominance and commercial success. The invention and later improvements of the steam engine allowed beer to be transported faster as well as across greater distances, as they provided recourse to more advanced and efficient modes of transportation. Moreover, the invention of refrigeration allowed breweries to produce lager year-round, thus not only in the winter months (the brewing of lager requires cooling, see Meusdoerffer, 2009).

Many other major innovations helped with the storage and manufacturing of beer. Before the 1860s, glass bottles had to be hand-blown and as a result were relatively expensive. The invention of the “chilled iron mould” allowed brewers to mass produce glass beer bottles at a fraction of the cost. Bottling beer in glass bottles enabled it to be transported greater distances and to be preserved in a better fashion, particularly on longer journeys, as opposed to the traditional method of storing it in casks. Just as important were the innovations when it came to sealing the beer. Initially, various types of corks were used, similar to the ones used in wine. By 1892, a metal-based seal was used, the same one that is used for glass bottles today, the “crown cork”, enabling brewers to develop automatic bottling

machines (Swinnen, 2011). By the first half of the 20th century, metal cans were being used and popularised in the United States, eventually making their way to Europe and the rest of the world.

These discoveries and innovations helped bring down the price of beer, made it available to a larger audience, and delivered a product with consistency. At the same time, they also contributed to the homogenisation and blandness of beer over the past century (the aspect that eventually made room for the emergence of craft beer – see below), as well as to consolidation within the industry. The modern machinery and brewing methods led to the mass-production of beer, and as a consequence, companies needed to achieve economies of scale in order to stay competitive.

Declining global beer sales have forced established brewers into mergers and acquisitions. Looking at data from 2012, the top four brewers accounted for roughly half of global beer sales by volume and 70 % by revenue (SABMiller, 2012). Compared with ten years prior to that, the top 10 firms accounted for less than half of global sales. Fast forward to 2016 and we have the fifth largest ever acquisition in history, where the world's biggest brewery AB InBev acquired the second biggest, SABMiller, for \$90 billion. The new brewing behemoth will be responsible for the production of nearly 3 in 10 beers consumed around the world (Business Insider, 2016). While some market share was gained internally through sales growth, most has occurred from consolidation through mergers, acquisitions and joint ventures, with the primary goal of expanding into new geographic areas (Howard, 2014).

To summarise the developments in the beer industry, a suitable tool is the concept of the J-curve.<sup>3</sup> According to this framework, a product's life cycle is divided into four stages (Canback, 2016). In the first, the artisanal stage, a large number of breweries coexisted, each operating in a limited geographic space, as beer was manufactured in small batch production and sold locally, limited by slow and costly transport and short shelf life. In the mass-production stage – coinciding with the Industrial Revolution – numerous technical improvements helped streamline the production of beer and utilised scale economies, driving down the price, thus reducing the number of beer producers. In the homogeneity stage, maximum efficiency is reached as beer becomes standardised, synonymous with clear lagers, and the industry becomes extremely concentrated. Consumers lose interest in the product due to the lack of diversity. That sets the stage for the advent of the premiumisation stage (which we are still witnessing): producers

emphasise the superior quality and exclusivity of their products, while trying to attract wealthier consumers, who are willing to pay more for better, "premium" products. The quality of ingredients is improved, the location of production assumes a more prominent role, as does the overall appearance of the authenticity of the product, providing fertile ground for the emergence of craft beer.

According to the J-curve concept, the beer market has completed a full circle: it started with many producers, it shrank to a few, and has gone back to many. In the long history before mass production, all beer was by definition craft and microbrewed beer. As described above, innovations in the production of beer and overall advancements in technology allowed the mass production of a homogeneous product, and in contrast, the latest trends in craft production represent a return to the roots. In contrast to the first three stages of the J-curve, the key factor affecting the premiumisation stage is consumer demand. In this stage, producers cater to the newly developed, diverse needs of consumers by offering them differentiated products. And as predicted by the theory of monopolistic competition, such differentiation allows them to increase the price of beer.

### The entry of microbreweries

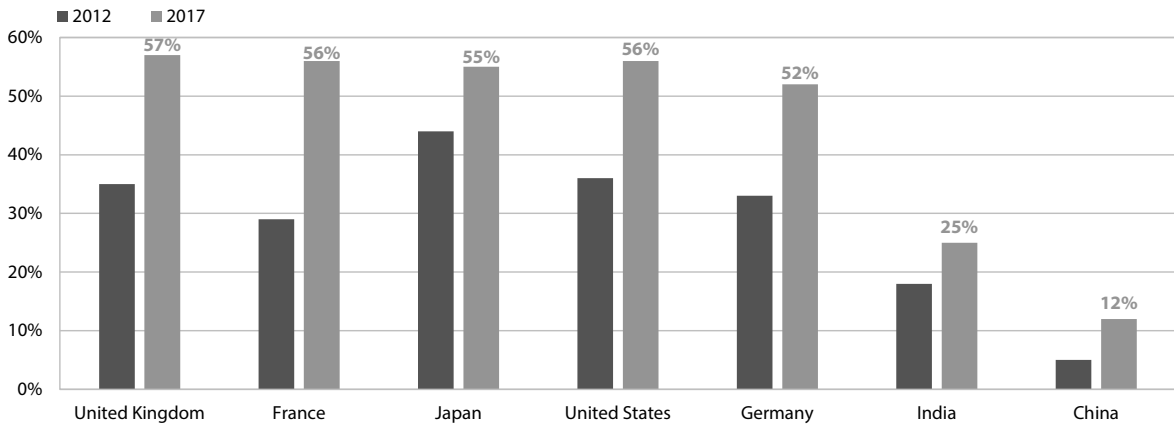
With the strong cost-cutting effects of economies of scale, the beer market toward the end of the 20th century was a tough, competitive environment to enter. New breweries could not compete on price, and they had to differentiate themselves in a different aspect: taste. Fortunately for microbreweries, it was not that difficult to do so – the homogenisation of mass-produced beer had made different lagers practically indistinguishable from each other, contributing to the emergence of what is sometimes labelled "industrial beer". One of the foremost scholars of craft beer, Glenn Carroll, stated that "The people behind the microbrewery movement, in an almost moralistic and evangelical way, thought that beer had become disgusting" (George, 2002).

Many drivers behind the shift in consumer preferences in recent decades can be seen as a pushback to capitalism and globalisation. These grievances are perhaps most apparent in the political arena, where a rise in nationalist, populist, and anti-immigrant rhetoric has taken hold in numerous countries around the globe, most notably with Trump and Brexit at the helm. While globalisation is generally recognised as a force which diminishes distances in the world, "levels the playing field", and makes the world smaller through the internet-of-things and connectivity, it is also increasingly being blamed for enabling power and resources to become more concentrated and unevenly distributed. Hence the emergence of anti-neoliberalism, the vilification of multinational corporations, and the championing of local, community producers. The so-called "race to

<sup>3</sup> The J-curve evolution of an attribute means that the attribute's graph is shaped like the letter 'J', that is, the quantity in question in the initial period diminishes and gradually reverses its trend towards growth (Canback, 2016).



**Figure 1: The rise of distrust toward large brands and companies worldwide (the percent of consumers with little or no confidence in large corporations and brands)**



Source: ATKearney (2017).

the bottom” – multinationals leveraging their power to maximise their benefits by locating facilities in places with the lowest environmental standards, lowest wages and taxes, or both – have contributed to the distrust consumers have for multinational corporations, which is present not only in developed countries but also in China and India (see Figure 1).

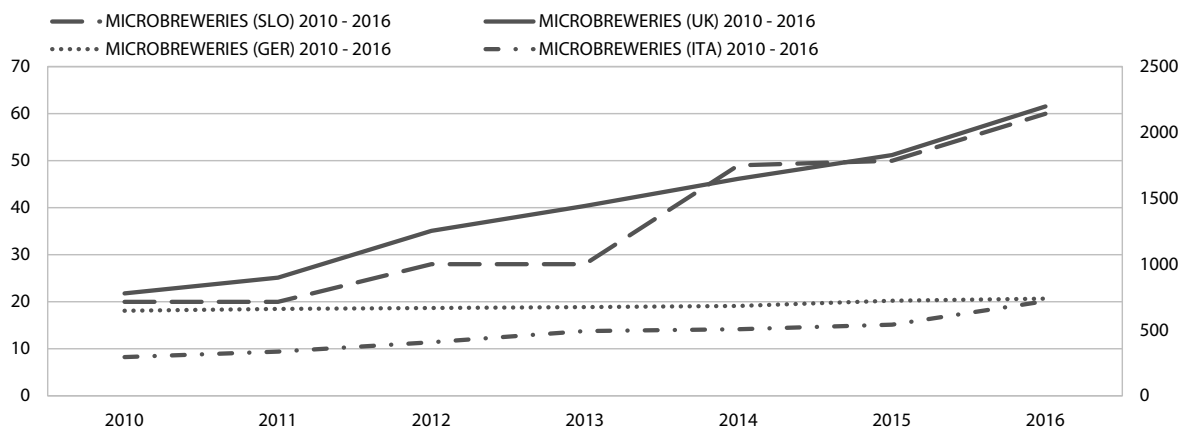
Also related to anti-globalisation sentiment is the pursuit of the “authenticity” of products. Being socially constructed and context-specific, there is no objective definition thereof. Carroll (2015) points to two main kinds of authenticity. The first kind is “type” or genre authenticity, which refers to whether or not a product possesses traits that are characteristic of a certain product category. In the case of beer, this form of authenticity deals primarily with the quality and type of ingredients used (what type of hops was used), the production process (was it top or bottom fermenting?), and the taste of the final product (does it taste like an IPA should?). If the answers to these questions are ‘positive’, then the product is deemed to be of the authentic “type”.

The second kind of authenticity is “moral” authenticity and relates not so much to the product but rather to the organisation or firm-producer itself, and to the way it operates. Questions pertaining to this form of authenticity revolve around the motivations and goals of said brands or companies, such as whether they are driven solely by profit or are genuinely concerned about their community, environment, human well-being, etc. Moral authenticity encompasses the virtues which marketers refer to as a “lifestyle brand” and is usually accompanied by phrases such as organic, cruelty free, ethically sourced, not-tested on animals, and locally made. This new emphasis placed on authenticity by consumers transcends the imperative of location and borders and puts ethics and moral values higher on the list of priorities (Carroll, 2015).

Favouring local brands over international ones is by no means a new phenomenon. Shimp and Sharma (1987) developed the concept of “consumer ethnocentrism”, according to which consumers view a foreign product as inferior to their own. Contrasting consumer ethnocentrism is the “country of origin” effect, in which consumers view goods produced in countries with a well-known tradition and history of producing them as superior to goods produced elsewhere. In the case of the beer market, sticking to the “country of origin” principle would concentrate market share in the hands of brewers from countries with a strong tradition and history of brewing beer (such as Belgium and Germany). In fact, this is the case when looking at macrobrewed beer, as the three largest breweries controlling a whopping 42 percent of the global beer market – AB Inbev, Heineken and Carlsberg are headquartered in Belgium, the Netherlands and Denmark, respectively – all come from nations with a rich tradition of brewing. However, this new idea of authenticity transcends the country-of-origin effect in that it places a greater emphasis on locally produced, and in many cases sourced, ingredients and labour.

The trends described above are perhaps most pronounced among the millennial generation.<sup>4</sup> The millennial generation has been touted as one of the biggest consumer groups leading the movement toward more local, artisanal and craft products and less of the mass-produced, homogenous products of the past few decades (Daneshkhu, 2018). This can be at least partly attributed to the widespread use of the internet by millennials, providing them access to more information than ever before, educating them on evolving social, cultural and political landscapes (ATKearney, 2019).

<sup>4</sup> While there is no universally agreed upon definition, most label those born anywhere between the early 1980s and late 1990s as millennials (for example, Posard et al., 2018, refer to millennials as those born between 1982 and 2000).

**Figure 2: The number of microbreweries in Slovenia and selected European comparators, 2010–2016**

Source: Euromonitor (2018). Note: The number of microbreweries in Slovenia is shown on the left axis, and for other countries on the right axis.

What is quite telling is the proliferation of craft beer apps, which are uniquely suited to serve the needs of localisation and authenticity, among others. They not only provide up-to-date information about local producers, including customer reviews, but also offer sales venues, lists of top-rated beers and breweries, and information about special events. Moreover, they enable the customisation of one's own personal beer palate by providing a rating of beers the customer has already tried and suggesting new beers that he or she might want to taste. And they also offer advice about being "politically correct": they provide information whether a particular product that may have a craft beer label is, in fact, produced by big breweries (such as "Blue Moon", produced by Anheuser-Busch and Miller), as some customers may prefer not to consume such products.<sup>5</sup>

In addressing anti-globalisation sentiments, businesses are inventing new ways to succeed in the changed environment. In the early 1990s, "glocalisation", a buzz word and business strategy utilised by multinationals, was all the rage. The strategy was centred on developing and distributing products globally but still tailoring them to accommodate the needs of regional and local markets. However, nowadays it is not enough for McDonalds to offer a Chicken Maharajah Mac to ensure its success in India; the ingredients themselves must be sourced locally (Kannan, 2014) – the strategy labelled "multi-localism" (ATKerney, 2019).

Big breweries have been attempting to emulate microbreweries in three main ways. One way is through acquisitions, in line with the slogan "if you can't beat them, join them", or in this case, have them join you (Euromonitor, 2017). Emulating microbreweries can be difficult, however, as these takeovers can be withheld

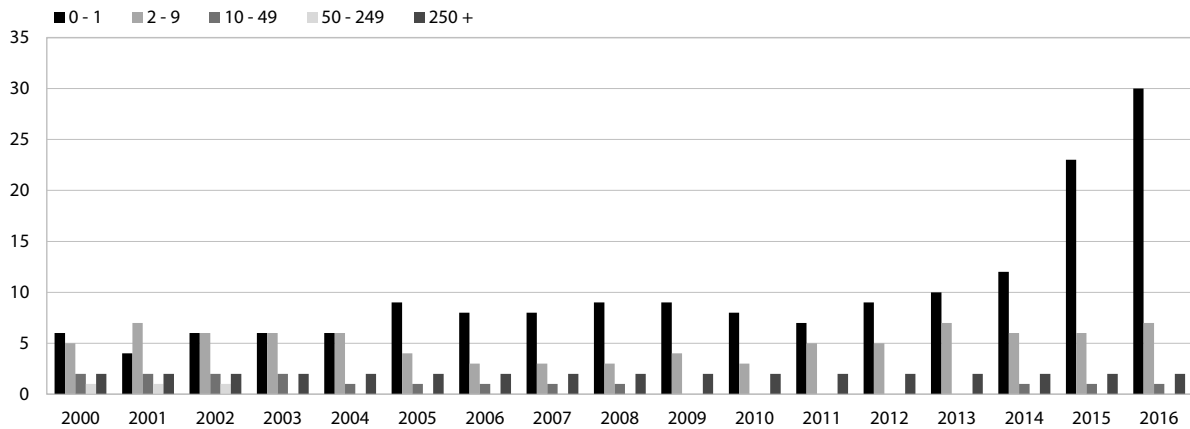
from the public and consumers have no easy way of knowing that a particular microbrewery has "sold-out". Another method is masking their products, hiding the fact that the producer is a brand extension of a megabrewer, as opposed to an organically formed independent local producer. Such products have been dubbed so called "quasi-craft" brands (Canback, 2019). For example, Molson Coors, a megabrewer in a joint venture with AB Inbev, which caught on to the craft trend early on, launched its own craft brand of beer, Blue Moon. It has successfully tricked consumers into thinking that it is in fact a "craft" brand and provides a "craft" experience. And third, megabreweries are mimicking the marketing strategies of microbreweries. For example, instead of employing a mass-marketing campaign, which is the norm for such companies, they are sponsoring local events, utilising social media influencers, and expanding their grassroots image.

## 2.2 Trends in the Slovenian beer market

While Slovenia plays a minor role in the global beer market, domestic developments have mirrored those occurring globally. In addition, being on the periphery, the preferences of Slovenian beer consumers have also been shaped by the "exposure effect". Market power has become increasingly more concentrated. And as on the global scene, Slovenia saw incredible growth in breweries, all of which were microbreweries.

Since 2010, the number of microbreweries in Slovenia has considerably increased. According to Euromonitor (2018), in 2010 there were 20 microbreweries in Slovenia, with the number steadily increasing to reach 60 in 2016 (Figure 2). The growth in the number of microbreweries in Slovenia exceeded such growth in most European countries. The most remarkable growth in microbreweries in this period was experienced by the UK, where their number increased from below 600 to over 2000.

<sup>5</sup> To appeal to millennials, some apps also use tricks such as enabling a mobile phone to resemble a glass of beer, a feature called "Virtual Beer/iBeer" (Braun, 2018).

**Figure 3: The number of companies in beer production in Slovenia, by employment size (2000–2016)**

Source: Statistical Office of Slovenia, personal communication.

Note: presented in the table is the number of active producers in a certain year (employing at least one person and/or posting positive revenues) of the subsector DA.15.960 for years 2000–2007 and 11.050 for 2008–2016, according to the standard classification of activities.

In Slovenia, microbreweries are by far the most dynamic firm-size category of beer production (Figure 3). While from 2000–2011 the number of microbreweries stagnated in a range from 6–9, starting in 2012 this number greatly increased, reaching 30 by 2016.<sup>6</sup> Of course, during the whole 2000–2016 period there were only two producers occupying the largest size category – the two big Slovenian producers, Laško and Union. Interestingly, the size category of 2 – 9 workers showed very little dynamism, and quite notable is the “case of the missing middle”: there were virtually no firms in the size categories of 10 – 49 or 50 – 249 workers.

The two major players mentioned above, Laško and Union, have held an undisputed duopoly in the Slovenian beer market for the past several decades (Cerar, 2015). Union is in fact a product of a union – hence the name – of a number of small brewers that banded together. Laško acquired Union in 2005 under the guise of national interest, in order to fend off the other main bidder – Interbrew (now the biggest brewer AB Inbev), a foreign multinational corporation. The newly formed company was acquired by the global brewing giant Heineken a decade later in 2015 (Morozov, 2017).

The above trends in Slovenia have been shaped by several forces. On one hand, they echo the antiglobalisation sentiment, with Slovenian consumers strongly favouring local food and beverage products, ranging from fruit and vegetables, to type of flour and milk and dairy products. Being on the periphery, the preferences of Slovenian beer consumers have also been shaped by the “exposure effect”. Šušteršič

and Šušteršič (2013) demonstrate that an increase in imports following EU entry had two opposing effects on Slovenian beer producers. First and unsurprisingly, the increase in beer imports resulted in a decline in the production of domestic producers. Secondly, the increased diversity of types of imported beer had a positive impact on the volume of sales of small producers.<sup>7</sup> The authors interpret the latter result by suggesting that imports of beer, by bringing more variety onto the market, induce domestic consumers to develop their tastes and appreciate different types of beer, which in turn induces demand for the products of domestic microbrewers (according to this interpretation, Slovenia has been a laggard in craft beer consumption). This result is completely in line with Swimanathan (1998, cited in Garavaglia & Swinnen, 2017b), who – in the case of the USA – also finds that the growth in beer imports stimulated the entry of new craft breweries, also attributing the effect to the development of the appreciation of new beer tastes via imported beers.

The growing number of Slovenian microbreweries (and imports) has strongly enriched the scope of beer supply. Some of the most popular Slovenian microbreweries include Carniola, Humanfish, LOO-BLAH-NAH, Maister, Mali Grad, Pelicon, Reservoir Dogs, Tektonic, and Vizir. Nonetheless, in 2018 Slovenian microbreweries had a market share of only around 2 percent and a production capacity for supplying up to 6 percent of domestic consumption (Morozov, 2018), thus still lagging substantially behind countries with more developed microbreweries (for example, the market share of microbreweries in the USA is 10 percent).

<sup>6</sup> The number of microbreweries according to Statistical Office of Slovenia is only half of the number reported by Euromonitor, suggesting that the latter also includes producers whose predominant activity is outside beer brewing.

<sup>7</sup> Šušteršič and Šušteršič (2013) also find that the increase in the diversity of small producers positively affected the volume of the sales of small producers.

### 3 Measurement of WTP for craft beer, questionnaire formulation and survey implementation

Smith and Nagle (2002, p. 2) define WTP as “the maximum price a buyer is willing to pay for a given quantity of a good or service.” In the study of microeconomics, WTP corresponds to a consumer’s reservation price (cf. also Le Gall-Ely, 2009). Initially, the concept of WTP was used to help calculate the monetary value of pure public goods, and conversely the cost associated with their negative externalities (air pollution, etc.).

One can distinguish two ways of measuring WTP: the stated preference and the revealed preference approaches (Bredert et al., 2006). The revealed preference approach measures WTP based on the actual purchasing decisions of a consumer as reflected in market data or in data generated by experiments (performed in either the field or laboratories). The stated preference approach, in contrast, infers WTP from answers to survey questions and is thus not based on the actual purchases of consumers.

There are pros and cons to both approaches. The revealed preference approach, while reflecting actual market behaviour and purchasing decisions, often falls short of capturing additional insights that would make the analysis more interesting and helpful. In other words, while the revealed preference approach most accurately answers the question “Do you buy product X at price Y?”, it is not equipped to handle other relevant questions, for example, “Why do you buy product X at price Y?” (Wertenbroch & Skiera, 2002). The stated preference approach, on the other hand, while capturing more comprehensive, richer data, lacks the accuracy and truthfulness of the revealed preference approach (Arrow et al, 1993). The stated preference approach is carried out in the form of interviews, questionnaires or focus groups, and because it takes place in an unnatural environment and because respondents are removed from the consequences of their decisions, the preferences expressed in such settings may not be truthful. Indeed, Le Gall-Ely (2009) reports that in comparison to the revealed preference method, stated preference methods lead to significantly higher estimates of WTP.

For the purpose at hand, I decided to use the stated preference approach. I thus avoided acquiring actual, market data on beer purchases – information that is proprietary and therefore difficult to acquire. Equally importantly, utilising the stated preferences approach allowed me to manipulate the price of craft beer itself and observe the response to the stipulated change in the price directly.

Once the stated preference approach has been selected, a further important choice relates to the setting in

which WTP for beer is estimated, above all, to choosing between on-trade vs. off-trade beer consumption (the former refers to drinking beer in restaurants and bars, and the latter to buying beer in retail outlets). Since craft beer is primarily consumed on-trade, I decided to focus only on on-trade consumption (see Euromonitor 2018 for the prevalence of craft beer consumption).

There are other reasons to focus on on-trade consumption related to the fact that off-trade selling points typically employ practices that complicate customer’s buying decision process. Off-trade selling points such as grocery stores often have a plethora of offerings for the same product – in the case of beer, four-packs, six-packs, 24-packs, and beer bottles and cans also come in different sizes – and each offering is priced differently per unit. Moreover, the prices of products are often set so as to end in odd numbers, often with a 9 (see the discussion about such pricing of, for example, Gueguen & Legohere, 2004). Such practices make decisions more difficult, particularly as in grocery stores there are many stimuli demanding our attention, putting a strain on our capacity to process various information. In addition, off-trade customers have to deal with “strategic” purchasing decisions about the timing of consumption (they may want to buy in order to stock up), about purchases for special occasions, etc, all of which affect their WTP. In contrast, purchases made on-trade are vastly less complicated, as the consumer only needs to focus on immediate consumption and there are many fewer considerations to be made, such as who will consume what, how many and when. With a customer’s buying decision process simplified, it is easier to pin down such a complex concept such as WTP.

To ensure both the reliability and validity of the survey, creating *ceteris paribus* conditions when measuring WTP for craft beer was of utmost importance (cf. Litwin, 1995). This was achieved by making sure that the questions asked contained all the necessary information – “controls” – about the postulated circumstances of beer drinking, so that the conditions under which price comparisons were made were identical for all interviewees.<sup>8</sup> An important control was ensuring a similar location of the hypothesised beer consumption. Thaler (1985) provides an example of a study where the estimated WTP for a cold beer greatly differs depending on the location of the purchase (resort vs. grocery store). Accordingly, WTP related to off-trade purchases is subject to various extraneous factors that, unless their impact is accounted for, cloud the measurement of WTP. In contrast, the focus on on-trade consumption automatically introduces important controls, including

<sup>8</sup> In a similar vein, some other studies of WTP directly determine the external circumstances affecting WTP – for example, in their study of WTP for the sensory attributes in beer, Gabrielyan et al. (2014) selected four beers specifically brewed to have different levels of hops and bitterness, and then asked respondents to evaluate the sensory attributes of those beers using the contingent valuation method.

controlling for location. In my questionnaire I therefore defined the precise location for which WTP is measured, explicitly mentioning Ljubljana-centre as the location where price comparisons were to be made.

Another important feature to control for is single serving quantity, that is, the unit of measurement for the quantity of beer the question relates to. This is not an easy task. Producers of craft beer are aware of their higher price, and they often package their product so as to make comparisons with the cheaper, macrobrewed variety of beers more difficult. For instance, Bevog, perhaps the most well-known and established Slovenian craft beer producer, does not sell its product in standard 500 millilitre units, but rather in 330 millilitre bottles and cans. The only way to purchase a 500-milliliter product from Bevog is to buy a draught beer on-trade (in that case, setting the price is up to the final establishment). It is not strange to see other irregular sizes amongst product offerings, such as 355, 450 and 650 millilitre offerings. In addition, producers try to confuse customers by selling beer in glass bottles as well as in cans, with prices differing between the two.

And of course, the survey also had to remove any confusion of the respondents as regards what precisely is understood under the term "craft" beer. As mentioned above, although the definition of craft beer varies from country to country, it is typically defined based on the capacity limit of the brewery. Moreover, another trait – artisanal production – is also often associated with craft beer and so different terms, oftentimes used interchangeably, are used for craft beer: "microbrewed" and "artisanal" beer, although they do not necessarily mean the same thing. To make things worse, oftentimes "craft" is conflated (lumped together) with styles of beer, primarily IPAs, pale ales, ales, porters and the like. Such labelling is confusing to the consumer – and it can be frustrating for a researcher, because consumers have different ideas of what "craft" beer means, and the measured WTP may be affected by those differences. Therefore, to provide a clear definition of what craft beer is – output-based definitions are not very helpful because consumers have few ways of knowing the outputs of various breweries – I used terminology most commonly associated with both type of beers: when referring to craft beer I added the word "microbrewed", and when referring to traditional beer I added the word "lager".<sup>9</sup>

Given this largely uncharted territory of beer labelling, I found an effective way of informing my respondents in order to differentiate craft vs. traditional beer through the questionnaire itself. In a separate question, I asked

the respondents which beer brand they consume most frequently – for both traditional and craft beer – and then, when providing the answer, I indicated the beer type of their brands in the questionnaire itself. In that way respondents familiarised themselves with the beer type they most frequently consume. That clarified the questions that followed, as the respondents learned the difference between the two beer types and were thus better equipped to answer the subsequent questions regarding WTP. Moreover, by personalising the questions, I attempted to elicit a more truthful response. So, instead of posing more generic questions as in the pre-test, the question with a piped in response would read (assuming the previous answers regarding the most commonly preferred traditional and craft beers were Union and Bevog, respectively): *"Would you choose Union beer over Bevog, if Union costs €2.40 and Bevog costs €4.00? (Prices are fixed to the location Ljubljana-centre.)"*<sup>10</sup>

In questions soliciting information about WTP for craft beer, I thus used a closed-ended contingent valuation with a double-bounded dichotomous choice (Le Gall-Ely, 2009).<sup>11</sup> Respondents were presented with a scenario in which they were asked to choose between a traditional lager beer, which costs €2.40, and a craft beer, which costs €4.00 (see above). The question that followed represented the same scenario, with the only change being the price of the craft beer which, depending on their previous answer, either increased or decreased. This scenario repeated itself at least two or three times in the subsequent questions.

The questionnaire also contained several other questions. First, I included a question about the importance respondents placed on various beer characteristics, to examine whether these characteristics affected WTP for beer. Second, price was included among the beer characteristics, and respondents were asked about the importance of price in their beer consumption, so as to be able to check the internal consistency of the answers to WTP questions. And third, I included questions regarding demographic data (age, completed education, and labour market status).

The survey was implemented via an online questionnaire, using a convenience snowball sample. The biggest shortcoming of such sample is its unclear representativeness of the entire population, as respondents are selected in a non-random fashion (see

<sup>9</sup> There is also a drawback to such labelling, though, because the categories of beer formed in this way are not mutually exclusive. For instance, lager, the style which I label as macrobrewed and traditional, can in fact be "craft" beer if it is produced in a brewery that fits the guidelines for producing "craft" beer. In practice, however, there are virtually no craft lagers on the market.

<sup>10</sup> The pre-test of the questionnaire – conducted via a personal interview of 25 respondents in Ljubljana's city centre – revealed several shortcomings of the pre-test-version of the questionnaire that were subsequently corrected. Above all, the questions eliciting WTP were modified as indicated above (the pre-test version of such question was: "Would you choose traditional lager (e.g. Union or Laško) beer over craft, if the lager costs €2.40 and the craft (microbrewed) costs €4.00?").

<sup>11</sup> Arrow et al. (1993) stress that open-ended questions (such as "What is the maximum amount you would be willing to pay for this offer?") are prone to overstatement.

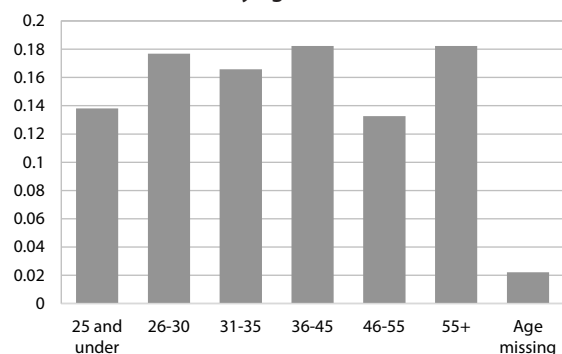


Evans & Mathur, 2005). In total, the survey was taken by 181 respondents with valid responses. The personal characteristics of the respondents are as follows:

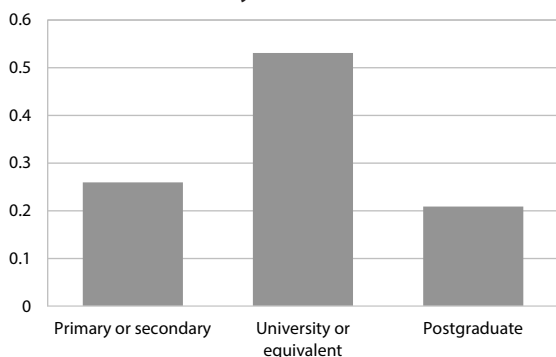
- The share of females was 26.7 percent.
- The average age of respondents was 40.1 years (see the age distribution in Figure 4, Panel A).
- Over 50 percent of the respondents had a university degree or equivalent, and 21 percent had postgraduate education (see the age education distribution in Figure 4, Panel B).
- A large majority (72.9 percent) of respondents were employed, 6 percent were unemployed, and 21 percent were out of the labour force (see the labour force status distribution in Figure 4, Panel C).

**Figure 4: The distribution of respondents by age, education and labour force status**

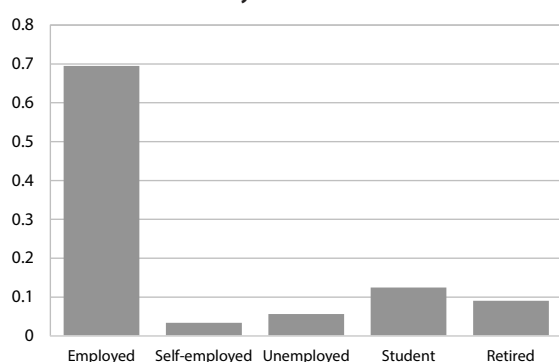
**Panel A: Distribution by age**



**Panel B: Distribution by education**



**Panel C: Distribution by labour force status**



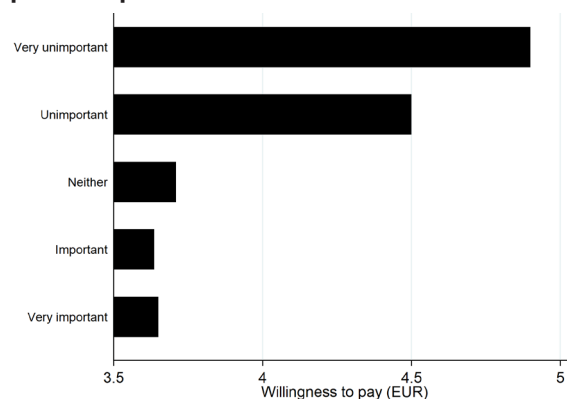
Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.

## 4 The results of the survey on WTP for craft beer in Slovenia

The summary statistics of key beer-related questions are presented in Table 1. Above all, the mean value of WTP – the key variable of interest – is €3.75, meaning that, on average, the respondents were willing to pay €1.35 more for craft beer than for the lager of their choice (for which the hypothesised price was set at €2.40, see Section 3). When choosing beer, the following attributes proved to be most important: taste, drinkability, aroma and price, each having a mean value above 3. Similarly, when choosing among unknown beers, the following attributes proved to be the most important: beer style, price, manufacturer's reputation, and also the design of the label. Accordingly, price considerations play an important role in decisions about buying both beer that consumers are familiar with as well as those that they have not yet tasted.

At this point, we can also verify the internal consistency of the responses about WTP. As explained in Section 3, in addition to posing questions soliciting information about WTP, each respondent was also asked to evaluate the importance he or she places on various beer attributes, one of them being price. As shown in Figure 5, there is a clear correlation between the importance the respondents place on price and WTP, with those attributing higher importance exhibiting lower WTP, suggesting that the responses about WTP are indeed internally consistent.

**Figure 5: WTP for craft beer by perceived importance placed on price**



Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.



**Table 1: Mean and variance of selected beer-related questions**

	Mean	Variance
WTP	€3.75	€1.74

**Beer attributes I**

(based on survey question 41: When choosing beer, how important are the following attributes, with 1 – very unimportant and 5 – very important)?

Taste	4.70	0.45
Price	3.48	0.82
Geographic origin	2.55	1.54
Aroma	4.20	0.69
Drinkability	4.43	0.48
Level of alcohol content	2.65	1.12
Brand	2.52	1.22

**Beer attributes II**

(based on survey question 44: When choosing among **unknown beers**, how important are the following attributes of beer or the circumstances of sale, with 1 – very unimportant and 5 – very important)?

Design of the label	3.01	1.22
Beer style (IPA, ale, stout)	3.79	1.06
Origin of the brewery	2.91	1.24
Price	3.55	0.79
Beer promotion/happy hour	2.90	1.25
Manufacturer's reputation	3.06	1.17

Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.

**Testing Hypothesis 1: “Consumers are, on average, willing to pay a price premium for craft beer over traditional beer.”** Checking this hypothesis consists of a one-tailed t-test whether the sample mean of the measured WTP ( $\bar{x}$ =€3.75) is statistically significantly greater than €2.40 (the price of the traditional lager beer with which the craft beer was compared to):

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \quad (1)$$

Where  $\mu_0 = 2.40$  (the null hypothesis),  $s = 1.32$  is the standard deviation of the sample WTP, and  $n = 181$  is the number of observations in the sample. Calculations show the value of the t-test is 13.82, with the p-value being smaller than 0.0001. The probability that the null hypothesis is true – that is, that a price premium for craft beer over traditional beer is zero – is thus below 0.01 percent, hence the null hypothesis of a zero price premium is rejected. This confirms Hypothesis 1.<sup>12</sup>

**Testing Hypothesis 2: “Demand for craft beer is inelastic.”** Testing this hypothesis requires an empirical estimation of the own-price elasticity of demand for craft beer. The data needed for this estimation have been generated by the survey. Below I present a graphical depiction of the relationship studied, describe the empirical model to be estimated, and present the empirical results.

A useful first exploratory step of the elasticity analysis is the graph presenting willingness to pay for craft beer on the vertical axis and the number of respondents that expressed willingness to purchase craft beer at the indicated level or above it on the horizontal axis (Figure 6). The information was obtained from the key survey questions eliciting WTP for craft beer. The presented line is an approximation of the demand curve for craft beer. As seen from the graph and in line with the theoretical predictions, the slope of the line is negative – for a craft beer all respondents are willing to pay €2.00 or more, three quarters €2.50 or more, one half €3.50 or more, one quarter €5.00 or more, and 5 percent of respondents €6.00.

Empirical estimation of the own-price elasticity for craft beer was performed as follows. The own-price elasticity of demand for a certain product is defined as the ratio of the proportional change in the quantity of

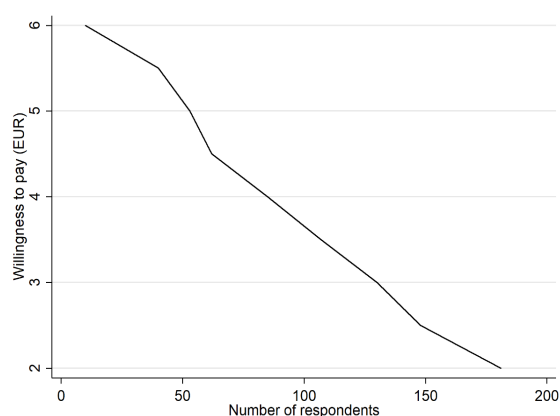
<sup>12</sup> For comparison, using a similar approach – applying the contingent valuation method to evaluate consumers' WTP for the sensory attributes of different kinds of craft beer – Gabrielyan et al. (2014) found that US consumers are willing to pay 41 cents (5.9 percent) more for a six-pack of a specific beer whose taste was rated one unit higher on a nine-point Likert scale.

**Table 2: Estimates of own-price elasticity for craft beer, aggregate and by age group**

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Aggregate	Age: 25 and under	Age: 26-30	Age: 31-35	Age: 36-45	Age: 46-55	Age: 55+
Ln(WTP)	-1.768***	-1.649***	-1.802***	-1.945***	-2.257***	-1.520***	-1.390***
	[0.066]	[0.083]	[0.129]	[0.183]	[0.191]	[0.098]	[0.149]
Constant	6.648***	1.357***	1.598***	1.839***	2.217***	1.082***	0.976***
	[0.087]	[0.107]	[0.171]	[0.252]	[0.259]	[0.122]	[0.187]
Observations	181	25	32	30	33	24	33
R-squared	0.798	0.945	0.867	0.802	0.819	0.916	0.737

Source: Calculations based on own survey of WTP for craft beer in Slovenia.  
 Notes: Standard errors in brackets; \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1.

**Figure 6: WTP for craft beer by survey respondents**



Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.

the product demanded to the proportional change of the price of the product. In our case, we can take the number of respondents willing to buy craft beer at a certain price or above that price as “the quantity of the product demanded” (Q) and WTP as the corresponding price (see Le Gall-Ely, 2009, p. 93). To obtain an empirical estimate of WTP for craft beer based on our survey data, the following equation was estimated via a regression analysis (the ordinary least squares method):

$$\ln(Q) = c + \eta * \ln(WTP) \tag{2}$$

with *c* and  $\eta$  being the parameters to be estimated. Equation (2) is in a convenient log-log form, so the own-price elasticity for craft beer is obtained directly as the parameter  $\eta$ . This can easily be verified – taking derivatives of both sides of Equation (2) and rearranging, one obtains:

$$\eta = \frac{dQ/Q}{dWTP/WTP} \tag{3}$$

where the numerator of the ratio at the right-hand-side of Equation (3) is the proportional change in the number of respondents willing to buy craft beer, and the denominator is the proportional change in WTP. Thus, by definition, the ratio equals the own-price elasticity for craft beer.

The empirical results are as follows. Based on our survey data, the estimated own-price elasticity for craft beer – calculated over the whole sample of respondents – is -1.8 (Table 2, model 1; the table also presents estimates of elasticity for craft beer by age group, which are used to check the validity of Hypothesis 3 below). The estimate is statistically significant at 1 percent. Elasticity being greater than 1 in absolute terms means that the demand for craft beer is elastic. Therefore, based on our empirical analysis, we reject Hypothesis 2, i.e. that demand for craft beer is inelastic.

For comparison, according to Euromonitor (2014), the price elasticity for beer (lager, stout, and dark beer) is -0.4 (that is, it is inelastic). In contrast, the price elasticity for dark beer is -1.5, that is, it is elastic and similar in magnitude to the one obtained in this study.<sup>13</sup> As for the estimates of the elasticity of demand for beer in the US, Tremblay and Tremblay (2005) summarise the findings of seven studies, all of which find demand for beer to be inelastic, with the average estimate amounting to -0.498 (the estimates of individual studies range from -0.142 to -0.889).

To shed further light on the analysis of the own-price elasticity of demand for craft beer, we contrast constant elasticity estimates with arc elasticity estimates. The latter measure elasticity between two points on the demand curve, with percentage changes in the two variables of interest being calculated at the midpoint. The arc estimates of elasticity are calculated by the following formula:

$$\eta_i = \frac{(Q_{i+1} - Q_i) / \left(\frac{Q_{i+1} + Q_i}{2}\right)}{(WTP_{i+1} - WTP_i) / \left(\frac{WTP_{i+1} + WTP_i}{2}\right)}, i = 2, 2.5, \dots, 5.5 \tag{4}$$

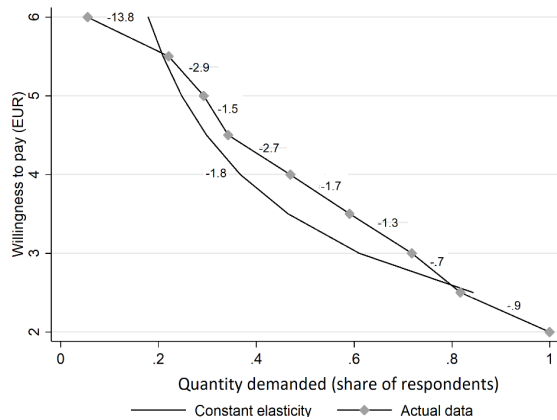
The interval estimates are obtained for 50-cent intervals, spanning the range from €2.00 to €6.00.

<sup>13</sup> Euromonitor International (2014) presents long-run price elasticities (responses in quantities demanded to price changes measured over a five-year period), averaged across 880 countries.

Our arc estimates of elasticity range from -0.9 to -13.8, while nearly monotonically decreasing from higher to lower values of WTP (Figure 7). We can thus conclude that except for the very high and very low levels of WTP, the interval estimates match the constant elasticity estimate of -1.8 pretty well. From the figure we can also observe that the estimated -1.8 price elasticity corresponds to a price of craft beer of about €5.00.

Moreover, from the calculated arc elasticities it can also be concluded that the price of craft beer at which demand for such equals -1 is about €4.00. This is also the optimum price in terms of revenue maximisation, because increasing the price beyond €4.00 – into the range where estimated arc elasticities are larger than 1 in absolute value – would disproportionately reduce the quantity demanded and thus lower total revenue.

**Figure 7: Arc estimates of the elasticity of demand for craft beer**



Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.  
 Note: The figure presents two curves: one that depicts the predicted (fitted) values of willingness to pay obtained based on the estimated equation (X) and thus representing constant elasticity in every point on the curve; the other presents actual WTP with associated arc estimates of the elasticity of demand for selected intervals.

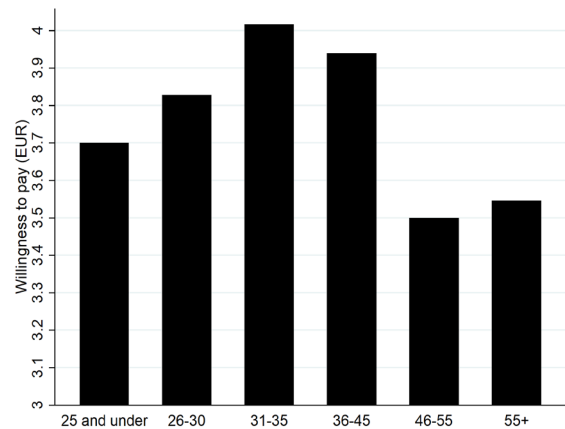
**Testing Hypothesis 3: “A price premium for craft beer over traditional beer is negatively affected by a person’s age and positively by his or her income.”**

Testing was performed both via direct comparisons of the price premium and WTP for various age and income groups, as well as via estimating regressions with the logarithm of WTP as a dependent variable and age and the logarithm of the individual’s hourly wage as explanatory variables.

A comparison of WTP by age group shows that for the three youngest groups – 25 and under, 26–30 and 31–35 – WTP increases with age, reaching a maximum of €4.00 for the 31–35 category (Figure 8). For the oldest three groups, WTP is smaller, particularly for the 46–55 and 55 and above categories; for the latter two categories, WTP is smaller than for any other age category. From

the graph we can thus conclude that the relationship between age and WTP has an inverted U-shape, that is, WTP increases with age initially, reaches a peak at 31–35, and decreases at higher ages.

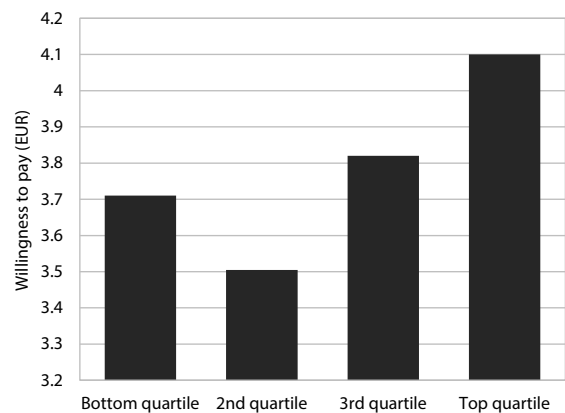
**Figure 8: WTP for craft beer by age**



Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.

In contrast, the comparison of WTP by income group suggests a rising WTP pattern by income, or perhaps a U-shaped pattern.<sup>14</sup> The average WTP of the third and even more of the fourth quartile exceeds the average WTP of the bottom quartile (Figure 9). The exception breaking the steadily increasing pattern of WTP by age categories is the second quartile, for which WTP is the lowest.

**Figure 9: WTP for craft beer by income quartile**



Source: Own survey of WTP for craft beer in Slovenia.

A regression analysis sheds further, more definite light on the examined relationships. Table 3 presents the results of the estimated regression, with ln(WTP) as a

<sup>14</sup> Income is approximated by the predicted hourly wage. The latter is imputed using the estimates of the earnings function for the entire Slovenian population in 2015 as reported in Laporšek et al. (2019), which includes education, gender, age and age squared among the explanatory variables.

**Table 3: Estimating income elasticity for craft beer and the impact of a person's age and perceived beer attributes on WTP**

	(1)	(2)	(3)
Age	-0.005**	-0.006**	-0.004*
	[0.002]	[0.002]	[0.003]
Ln(predicted hourly wage)	0.252*	0.238*	0.250*
	[0.128]	[0.133]	[0.135]
<b>Beer attributes related to known beers</b>			
Taste		-0.007	
		[0.045]	
Price		-0.064**	
		[0.032]	
Geographic origin		-0.008	
		[0.026]	
Aroma		0.019	
		[0.037]	
Drinkability		-0.023	
		[0.041]	
Level of alcohol content		0.056*	
		[0.029]	
Brand		-0.020	
		[0.029]	
<b>Beer attributes related to unknown beers</b>			
Design of the label			0.014
			[0.027]
Beer style (IPA, ale, stout)			0.014
			[0.030]
Origin of the brewery			-0.016
			[0.029]
Price			0.009
			[0.035]
Beer promotion/happy hour			-0.012
			[0.027]
Manufacturer's reputation			-0.019
			[0.029]
Constant	0.905***	1.171***	0.890***
	[0.254]	[0.379]	[0.321]
Observations	177	177	177
R-squared	0.033	0.075	0.028

Source: Calculations based on own survey of WTP for craft beer in Slovenia.  
Notes: Standard errors in brackets; \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1.

dependent variable and age, ln(predicted hourly wage), and various perceived beer attributes as explanatory variables. First, regarding age, the estimated coefficient – ranging from -0.004 to -0.006, i.e. one year of additional age being associated with a 0.4–0.6 percent reduction in WTP – is negative and statistically significant in all estimated models. Moreover, we find that the estimates of own-price elasticity for craft beer by age group

are also the lowest for the oldest two age categories (46-55 and 55 and over, see Table 3, models (2) – (7)). This is perhaps a surprising finding, given that WTP is the lowest for these two age categories. Second, regarding personal income, the coefficient of ln(predicted hourly wage) – which equals income elasticity of WTP – is positive and significant in all three estimated models, ranging from 0.24 to 0.25. Therefore, based on a

regression analysis, we can confirm Hypothesis 3 that a price premium (WTP) for craft over traditional beer is negatively affected by a person's age and positively by his or her income.<sup>15</sup>

**Testing Hypothesis 4: "The price premium for craft beer over traditional beer is related to the importance placed on the perceived beer attributes."**

This hypothesis is tested via a regression analysis, using the same model as for Hypothesis 3. The estimated model thus has  $\ln(\text{WTP})$  as a dependent variable and the following explanatory variables: age,  $\ln(\text{predicted hourly wage})$ , and two sets of perceived beer attributes: those related to the consumption of beer that respondents are familiar with, and those related to choosing among unknown beers. Note that the valuation of beer attributes was obtained based on the survey questions about the importance (on a scale of 1 to 5) placed on various beer attributes.

The results show that only two perceived beer attributes affect WTP, or equivalently, the price premium for craft over traditional beer. Two attributes among those related to known beers are statistically significant: price and level of alcohol content, with the first lowering and the second increasing WTP (Table 3, model 2). Interestingly, other attributes – taste, geographic origin, aroma, drinkability and brand – are shown to have statistically insignificant effects. Among beer attributes related to unknown beers, no attributes proved statistically significant (Table 3, model 3). Note that the estimated models control for the respondent's age and predicted hourly wage. We can therefore partially confirm Hypothesis 4, as two of the studied perceived beer attributes – price and level of alcohol content – are shown to statistically significantly affect the price premium for craft beer over traditional beer.

## 5 Conclusion

The paper analysed factors that determine WTP for craft beer consumed in bars and restaurants among Slovenian consumers. The information about WTP was obtained via an online survey, with the key questions eliciting information about WTP being based on contingent valuation and double-bounded dichotomous choice. Information was also collected regarding the desired beer attributes, as well as about selected respondents' personal characteristics.

The key findings are as follows:

- (a) On average, respondents were willing to pay €1.35 more for a serving of craft beer as compared to a

serving of the lager of their choice (for which the hypothesised price was set at €2.40). The price premium that consumers were willing to pay for a craft beer was statistically significant (thus Hypothesis 1, i.e. that consumers are, on average, willing to pay a price premium for craft beer over traditional beer, is confirmed).

- (b) My analysis shows that demand for craft beer is elastic. Based on the survey data I collected, the own-price elasticity for craft beer was estimated to be -1.8 (therefore, Hypothesis 2, i.e. that demand for craft beer is inelastic, is rejected).
- (c) Analysis of the survey data also shows that a price premium for craft beer over traditional beer is negatively affected by a person's age and positively by his or her income (Hypothesis 3 is thus validated).
- (d) The results show that two perceived beer attributes affect WTP in a statistically significant manner: price and level of alcohol content, with the first attribute lowering and the second increasing WTP. These findings partially validate Hypothesis 4, i.e. that the price premium for craft beer over traditional beer is related to the importance placed on the perceived beer attributes.

In light of the discussion of drivers of the shift in preference to craft beer in Section 2, the finding that consumers are willing to pay a price premium for craft beer over lager should really not come as a surprise. Indeed, all of the discussed drivers – the pushback to capitalism and globalisation, pursuit of the "authenticity" of products, preference to locally sourced ingredients – are very much also present in Slovenia. The finding that in Slovenia the price premium for craft beer over traditional beer is negatively affected by a person's age and positively by his or her income also conforms to expectations. It is also in line with the result obtained by Gabrielyan et. al (2014) that in the United States consumers with relatively high incomes are willing to pay more for a beer, and that age has a negative impact on WTP. On the other hand, the finding that the demand for craft beer in Slovenia is elastic is somewhat unexpected, but it may be related to the fact that the emergence of craft beer in Slovenia is relatively recent and that it takes time for consumers to change preferences – to "develop a taste" for craft beer.<sup>16</sup> And also the finding that a high level of alcohol content is highly valued by Slovenian drinkers falls into the category of surprises.

What implications for the marketing strategies of microbreweries can be derived from the above findings?

<sup>15</sup> To test for nonlinearity, the squared terms of both age and  $\ln(\text{predicted hourly wage})$  were added to the estimated models. In all specifications, the coefficients of both terms proved to be insignificant and thus nonlinearity could not be proved.

<sup>16</sup> That demand for craft beer is more elastic than demand for mass-produced beer is confirmed by Toro-González et al. (2014). They find that demand for beer in United States is inelastic, but that the demand for craft beer is notably more price responsive compared to mass-produced beer, with respective own-price elasticities of -0.126 and -0.212. Note that this study uses retail sales data of various types of beer, and thus the revealed preferences approach to measuring WTP.

The finding that demand for craft beer is elastic suggests that by lowering prices, the overall revenues from on-trade beer consumption would likely increase and, depending on the microbreweries cost function, also profits might increase. This outcome may occur because, as our survey data suggest, the loss of revenue due to lowering the price would be more than compensated by increased sales as additional consumers enticed to drink craft beer at the lower price would enter the market. Indeed, our calculations show that the optimal price in terms of revenue maximisation is approximately €4.00 (at that price, the elasticity of demand for craft beer equals -1), and so either lowering or increasing the price would result in a loss of revenue (whether that price is also profit-maximising depends on the producers' cost functions, and thus determining the profit-maximising price is beyond the scope of this paper).

Given the low market share of craft beer in Slovenia, producers may also consider the temporary use of penetration pricing to increase the craft beer market share. Another, quite intriguing, implication relates to the finding that a higher level of alcohol increase WTP for craft beer. This implies that, again depending on producers' cost implications, increasing the alcohol level would positively affect the producers' profits. Given the non-representativeness of the sample from which the above findings are obtained, however, these implications should be taken with great caution.<sup>17</sup>

Because the above results may not be representative of the overall population – given the convenience snowball method of the survey that I relied upon – it would be instructive, as part of follow-up research, to draw a more representative sample and compare the new results with those obtained above. Moreover, with Slovenia being a laggard in the craft beer market, it would be interesting to repeat the study of WTP for craft beer after, say, 5 years, to see if WTP for craft beer changes.

---

<sup>17</sup> In their study of WTP for sensory attributes in beer, Gabrielyan et al. (2014) also express concern about sample representativeness as 51 percent of their respondents held an advanced academic degree, and they acknowledge limitations regarding the extent to which their findings can be generalised to broader populations.



## References

- Arrow, K., Solow, R., Portney, P. R., Leamer E. E., Radner, R. & Schuman, H.** (1993). *Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation*. Available at [https://www.researchgate.net/publication/235737401\\_Report\\_of\\_the\\_NOAA\\_panel\\_on\\_Contingent\\_Valuation](https://www.researchgate.net/publication/235737401_Report_of_the_NOAA_panel_on_Contingent_Valuation), accessed July 11, 2019.
- ATKearney** (2017). *Global Future Consumer Study*. Available at <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-at-kearney-global-future-consumer-study-reveals-shift-from-affluence-to-influence-economy-300480994.html>, accessed December 3, 2019.
- ATKearney** (2019). *Competing in an Age of Multi-Localism*. Available at <https://www.slideshare.net/atkearney/at-kearney-competing-in-an-age-of-multilocalism-113090816>, accessed July 11, 2019.
- Kannan, S.** (2014). How McDonald's conquered India. BBC News, Delhi, 19 November 2014. Available at <https://www.bbc.com/news/business-30115555>, accessed December 4, 2019.
- Brewers of Europe.** (2017). Beer statistics, 2017 edition. Available at <https://brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2017/Statistics-201712-001.pdf>, accessed December 3, 2019.
- Braun, A.** (2018). Craft Beer Apps that Are Worth Checking Out. Available at <https://www.maketecheasier.com/craft-beer-apps-worth-checking-out/>, accessed May 26, 2019.
- Breidert, C., Hahsler, M., & Reutterer, T.** (2006). A Review of Methods for Measuring Willingness-To-Pay. *Innovative Marketing*, 2(4), 8-31.
- Business Insider** (2016). Biggest beer companies in the world. Available at <https://www.businessinsider.com/biggest-beer-companies-in-the-world-2016-1>, accessed May 25, 2019.
- Canback** (2016). Introducing the J-Curve. Available at [https://www.canback.com/app/uploads/2018/11/canback\\_j-curve.pdf](https://www.canback.com/app/uploads/2018/11/canback_j-curve.pdf), accessed December 3, 2019.
- Canback** (2019). Revolutions are Built on Hops. [https://www.canback.com/app/uploads/2019/09/canback\\_wp\\_craft\\_beer.pdf](https://www.canback.com/app/uploads/2019/09/canback_wp_craft_beer.pdf), accessed December 3, 2019.
- Carroll, G. R.** (2015). Authenticity: Attribution, Value, and Meaning, *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Available at <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0020>.
- Cerar, G.** (2015). Globalizacija v pivovarstvu pomeni vse najslabše. RTV SLO. Available at <https://www.rtv.slo.si/gospodarstvo/globalizacija-v-pivovarstvu-pomeni-vse-najslabse/361121>.
- Daneshkhu, S.** (2018). How millennials' taste for 'authenticity' is disrupting powerful food brands. Available at <https://www.ft.com/content/09271178-6f29-11e8-92d3-6c13e5c92914>, accessed Dec. 3, 2019.
- Evans, J. R., & Mathur, A.** (2005). The Value of Online Surveys. *Internet Research*, 15(2), 195-219.
- Euromonitor** (2014). Price Elasticities in Alcoholic Drinks. Euromonitor Research, Euromonitor International.
- Euromonitor** (2017). Beer global overview, Euromonitor International.
- Euromonitor** (2018). Beer in Slovenia, Euromonitor International.
- Gabrielyan, G., McCluskey, J. J., Marsh, T. L., & Ross, C. F.** (2014). Willingness to Pay for Sensory Attributes in Beer. *Agricultural and Resource Economics Review*, 43(1), 125-139.
- Garavaglia, C., & Swinnen, J.** (2017a). The Craft Beer Revolution: An International Perspective. *Choices* 32(3), 1-8.
- Garavaglia, C., & Swinnen, J., (Eds.)** (2017b). *Economic Perspectives on Craft Beer: A Revolution in the Global Beer Industry*. London: Palgrave Macmillan.
- George, C.** (2002). The Rise of the Mighty Microbrew. Insights by Stanford Business. Available at <https://www.gsb.stanford.edu/insights/rise-mighty-microbrew>, accessed July 10, 2019.
- Gueguen, N., & Legohérel, P.** (2004). Numerical encoding and odd-ending prices. *European Journal of Marketing*, 38(1/2), 194-208.
- Howard, P. H.** (2014). Too Big to Ale? Globalization and Consolidation in the Beer Industry. In M. Patterson & N. Hoalst-Pullen (Eds.), *The Geography of Beer: Regions, Environment, and Societies* (pp. 155-165). Dordrecht: Springer Netherlands. Available at [https://doi.org/10.1007/978-94-007-7787-3\\_14](https://doi.org/10.1007/978-94-007-7787-3_14).
- Laporšek, S., Orazem, P.F., Vodopivec, Mi., & Vodopivec, Ma.** (2019). Winners and Losers after 25 Years of Transition: Decreasing Inequality in Slovenia. Faculty of Management, University of Primorska, processed.
- Le Gall-Ely, M.** (2009). Definition, Measurement and Determinants of Consumer's Willingness to Pay: A Critical Synthesis and Avenues for Further Research. *Recherche et Applications En Marketing* (English Edition), 24(2), 91-112. Available at <https://doi.org/10.1177/205157070902400205>.
- Litwin, M. S.** (1995). How to measure survey reliability and validity. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. Available at doi: 10.4135/9781483348957.
- Meusdoerffer, F. G.** (2009). A Comprehensive History of Beer Brewing. In *Handbook of Brewing* (pp. 1-42). Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA. Available at <https://doi.org/10.1002/9783527623488.ch1>.
- Morozov, S.** (2017 July 15). Po pivovarski vojni in tajkunizaciji revolucija na slovenskem trgu piva. Available at <https://www.dnevnik.si/1042778240>, accessed September 7, 2017.
- Morozov, S.** (2018 June 26). Craft pivovarji v Sloveniji imajo zmogljivosti za šestodstotni tržni delež. Available at <https://www.dnevnik.si/1042826960>, accessed December 4, 2019.

- Poelmans, E., & Swinnen, J.** (2011). From Monasteries to Multinationals (and Back): A Historical Review of the Beer Economy. LICOS Discussion Paper Series, Discussion Paper 294/2011.
- Posard, M. N., Kavanagh, J., Edwards, K., & Efron, S.** (2018). Millennial Perceptions of Security: Results from a National Survey of Americans. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2018. Available at [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RR2571.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2571.html).
- ROTHCO** (2019). How Heineken got promiscuous drinkers to settle down. Available at [https://www.iapi.ie/files/awards/1354706402\\_Adfx\\_Heineken.pdf](https://www.iapi.ie/files/awards/1354706402_Adfx_Heineken.pdf), accessed May 25, 2019.
- SABMiller** (2012). Global Beer Market Trends. London, UK. Available at <https://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/investors/sabmiller/reports/annual-reports/annual-report-2012.pdf>, accessed June 5, 2018.
- Shimp, T. A., & Sharma, S.** (1987). Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE, *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Smith, G. E., & Nagle, T. T.** (2002). How much are your customers willing to pay? *Marketing Research*, 14(4), 20 – 25.
- Swinnen, J. (Ed.)** (2011). *The Economics of Beer*. Oxford: Oxford Press.
- Štamcar, M.** (2015). Najboljše pivo je butično. Available at <https://www.dnevnik.si/1042712848>, accessed May 15, 2015.
- Šušteršič, J., & Šušteršič, S.** (2013). Do Consumer Tastes Evolve with Competition? The Case of the Slovenian Beer Market. *Kyklos*, 66(2), 306–316. Available at <https://doi.org/10.1111/kykl.12023>.
- Thaler, R.** (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214. Available at <http://www.jstor.org/stable/183904>.
- Toro-González, D., McCluskey, J. J., & Mittelhammer, R. C.** (2014). Beer snobs do exist: Estimation of beer demand by type. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 39(2), 174–187.
- Tremblay, V. J., & Tremblay, C. H.** (2005). *The U.S. Brewing Industry: Data and Economic Analysis*. MIT Press.
- Wertenbroch, K., & Skiera, B.** (2002). Measuring Consumers' Willingness to Pay at the Point of Purchase. *Journal of Marketing Research*, 39(2), 228–241. Available at <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.2.228.19086>.

## Navodila avtorjem za oblikovanje in pošiljanje znanstvenih in strokovnih prispevkov za objavo v IB reviji

Prispevke objavljamo v slovenskem jeziku, na avtorjevo željo in v skladu z uredniškim programom IB revije pa tudi v angleškem jeziku, v takem primeru mora biti povzetek v slovenskem jeziku nekoliko daljši (ena stran).

Za vse članke oziroma prispevke velja obojestransko anonimni recenzentski postopek. Recenzenta sta lahko dva in ju izbere uredništvo. Uredništvo si pridržuje pravico zavrnitve članka brez zunanjega recenziranja.

Zaradi anonimnega recenziranja naj bodo podatki o avtorju priloženi na posebni naslovni strani. Ta naslovna stran naj vsebuje ime in priimek avtorja, strokovni naziv, domači naslov in polni naslov ustanove, telefonsko številko ter predlog tipa po tipologiji, ki se uporablja pri vodenju bibliografij v sistemu COBISS, ter izjavo, da predloženo besedilo še ni bilo objavljeno oziroma ni v pripravi za tisk. Če je naslov članka zelo dolg, naj avtor predlaga tudi skrajšani naslov.

V primeru, da je delo skupinsko, je treba navesti soavtorje skupaj z ustreznimi podatki.

IB revija je bila sprejeta v mednarodno bazo revij Journal of Economic Literature (JEL), zato je potrebno članek opremiti s trištevlično kodo JEL klasifikacijskega sistema.

Vse prispevke lektoriramo. Če ob lektoriranju prihaja do večjih sprememb, uredništvo članek vrne v avtorizacijo.

Dolžina besedila naj ne presega eno avtorsko polo (16 strani - avtorska stran obsega 30 vrstic v širini 60 znakov ali skupaj 1800 znakov s presledki in ločili) oziroma 30.000 znakov. Prispevek naj bo opremljen s ključnimi besedami in povzetkom v angleškem in slovenskem jeziku. Tabele, grafe, slike je treba kot priloge predložiti v izvirniku, opremljene z naslovi in legendo.

Besedilo celotnega prispevka, skupaj z morebitnimi formulami, vključenimi v besedilo mora biti napisano v pisavi Myriad Pro (alternativa Arial), velikosti 9, opombe pod besedilom pa v velikosti 7. Besedilo mora biti poravnano na obeh straneh, z enim razmikom med odstavki. Besedilo povzetka in ključne besede morajo biti v kurzivi.

Dolžina posamezne formule med besedilom ne sme biti daljša od 7cm. V primeru, da je formula daljša jo je treba razbiti na več vrstic.

Besedilo prispevka mora biti oddano v .doc formatu ter opremljeno z vsemi tabelami in grafikoni.

Grafikone je treba predložiti tudi v izvirniku, v .xls formatu, v črnobeli grafiki (ne v barvah). Velikosti grafikonov so:

a) 8 x 22 cm (graf v širini celega stolpca)

b) 9 x 11 cm (dva grafa vzporedno).

Pisava je Myriad Pro (alternativa Arial), velikost pisave 10.

Tabele se lahko predložijo v .doc ali .xls formatu, oblika pisave je Myriad Pro (alternativa Arial), velikost pisave 8.

Uporabljeno literaturo in vire je treba navesti v seznamu na koncu članka in urejeno po abecednem redu priimka avtorjev. Osnovna oblika reference v besedilu je (Kovač, 1998), v seznamu na koncu članka pa: Priimek, začetnico imena. (Leto). Naslov knjige (Prispevka. Naslov revije ali zbornika, številka, strani). Kraj: Založba.

Opombe je treba v besedilu označiti z zaporednimi številkami od začetka do konca besedila, nadpisanimi na ustreznem mestu v besedilu in po enakem vrstnem redu razvrščene pod besedilom.

Prispevek je treba oddati v elektronski obliki na e-pošto urednice [urska.sodja@gov.si](mailto:urska.sodja@gov.si).

Za vse nadaljnje informacije se obrnite na uredništvo IB revije.

*Uredništvo*



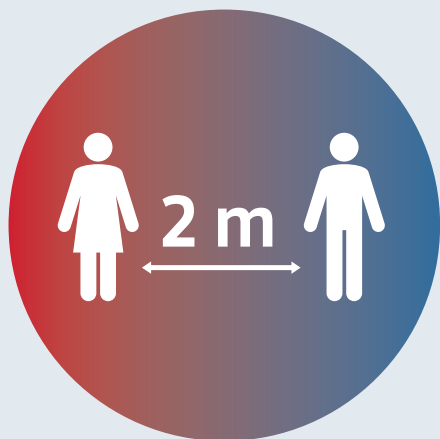
# #OstaniZdrav

Imam izbiro. Ravnam Odgovorno.



REPUBLIKA SLOVENIJA  
VLADA REPUBLIKE SLOVENIJE

[www.gov.si/ostanizdrav](http://www.gov.si/ostanizdrav)



**Razdalja 2 m**



**Redno umivanje in  
razkuževanje rok**



**Vključena aplikacija  
#OstaniZdrav**



**Nošenje zaščitne  
maske**



**Naložite si  
#OstaniZdrav  
še danes.**

**ib revija**

št. 1. let. LIV, 2020