



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Företagsekonomiska institutionen



Svenska företagsetableringar i Ukraina - potentiella risker och möjligheter

Kandidatuppsats i företagsekonomi
Redovisning och Finansiering
Höstterminen 2003
Handledare: Marcia Halvorsen
Författare: Svetlana Stenko 1972-03-30

Förord

Jag skulle vilja tacka de personer som stöttat och hjälpt mig.

Mina föräldrar, vänner och bekanta för att de på olika sätt bistått med goda råd och synpunkter samt haft förståelse för att en stor del av min tid ägnats åt uppsatsen.

Slutligen min handledare Marcia Halvorsen, som bidragit med goda infallsvinklar och konstruktiv kritik.

Svetlana Stenko

Sammanfattning

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan Göteborgs universitet,
Redovisning och Finansiering, Kandidatuppsats, Ht 2003**

Författare: Svetlana Stenko

Handledare: Marcia Halvorsen

Titel: Svenska företagsetableringar i Ukraina – potentiella risker och möjligheter

Bakgrund och problem: Sedan Ukraina blev självständigt 1991, har Ukraina gått igenom stora förändringar. Ett land som under många år var stängd för omvärlden, öppnades och övergick på så kort tid till makroekonomi. Den nya marknaden lockade snabbt till sig omvärldens uppmärksamhet och möjligheterna med en verksamhetsetablering eller investering i Ukraina sågs som mycket stora.

För ett företag kan Ukraina som ung marknadsekonomi föra med sig olika problem i form av en ständigt föränderlig lagstiftning, bristfällig information och brottslighet.

Uppsatsens huvudproblem är – *Vilka risker och möjligheter inträffar svenskrelaterade företag på marknaden i Ukraina?*

Syfte: Syftet med uppsatsen är att försöka belysa risker och möjligheter, som uppstår hos svenska företagare på den ukrainska marknaden.

Avgränsningar: Uppsatsen omfattar endast svenskrelaterade företag på den marknaden i Ukraina.

Metod: Uppsatsen baseras på studien som redan har gjorts av Exportrådet, så den innehåller den explorativa och beskrivande inriktningen med kvalitativ karaktär. I uppsatsen används sekundär data, som redan är tillgänglig för bearbetning. Den empiriska delen ger data om studien i ukrainskt affärsklimat med 15 svenskrelaterade företag i Ukraina och 8 stycken selektivt utvalda skandinaviska företagsledare.

Resultat och slutsatser: Resultatet från studien har kopplats till insamlad litteratur som har analyserats. Sedan utifrån analysen har jag kommit fram till att de riskerna och möjligheterna, som inträffar de svenska företagare på den ukrainska marknaden, kan samtidigt representera hot och möjlighet.

Förslag till fortsatt forskning: Det vore av intresse att göra en jämförande studie mellan ett eller flera av de svenska småföretagen vilka vill etablera sig på marknaden i Sverige och i Ukraina. I undersökningen kan man jämföra de eventuella riskerna och möjligheterna som uppstår hos de svenska företagen vid etablering på den svenska respektive ukrainska marknaderna.

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	3
1.1 Bakgrund	3
1.1.1 Befolkning och naturtillgångar.....	3
1.1.2 Det politiska systemet.....	3
1.1.3 Energi och infrastruktur.....	3
1.1.4 Investeringar i Ukraina.....	4
1.2 Problemformulering	4
1.3 Syfte	4
1.4 Avgränsning	5
1.5 Målgrupp	5
1.6 Disposition	5
2 METOD	6
2.1 Undersökningens inriktning	6
2.2 Metoder för datainsamling	6
2.2.1 Kvalitativa data.....	6
2.2.2 Kvantitativa data.....	7
2.2.3 Primärdata.....	8
2.2.4 Sekundärdata.....	8
2.3 Felkällor	9
2.3.1 Fel i problemanalysen.....	10
2.3.2 Fel i urval.....	10
2.3.3 Fel i datainsamling.....	10
2.3.4 Bearbetnings- och tolkningsfel.....	10
2.4 Validitet och Reliabilitet	11
2.5 Sammanfattning	11
3 REFERENSRAM	12
3.1 Företagets investeringar	12
3.1.1 Export.....	12
3.1.2 Joint venturing.....	13
3.1.3 Direktinvestering.....	14
3.2 Olika slags investeringar	14
3.3 Investeringsmotiv	14
3.4 Risker	15
3.4.1 Politiska risker.....	16
3.4.2 Finansiella risker.....	16
3.4.3 Valuta risker.....	17
3.4.4 Kommersiella risker.....	17
3.5 Företagets makromiljö	17
3.5.1 Kulturella faktorer i Ukraina.....	18
3.5.2 Ekonomiska faktorer i Ukraina.....	18
3.6 Ukrainska bolagsformer	19
3.6.1 Aktiebolag (Joint stock company).....	19
3.6.2 Bolag med begränsat ansvar (Limited liability company).....	19
3.6.3 Bolag med ytterligare ansvar (Additional liability company).....	19

3.6.4 Representationskontor (Representative office).....	19
3.6.5 Joint venture.....	20
3.7 Den ukrainska lagstiftningen.....	20
3.7.1 Lagen om utländska investeringar.....	20
3.8 Det ukrainska skattesystemet.....	21
3.9 Sammanfattning.....	22
4 EMPIRI.....	23
4.1 Företagsinvesteringar.....	23
4.2 Investeringsmotiv.....	24
4.3 De politiska riskerna.....	24
4.3.1 De ukrainska lagstiftningarna och skattesystemspåverkan.....	25
4.3.2 De ukrainska bolagsformerna.....	25
4.4 De finansiella och kommersiella riskerna.....	25
4.5 Valutarisk och inflationspåverkan.....	26
4.6 Påverkan av kulturella faktorer.....	26
4.7 Den ukrainska infrastrukturen.....	27
4.8 Frihandel mellan Ukraina och Ryssland.....	28
4.9 Skillnaden mellan Sverige och Ukraina.....	28
5 ANALYS	30
5.1 Företagsinvesteringar.....	30
5.2 Investeringsmotiv.....	30
5.3 Risker	30
5.3.1 Politiska risker.....	31
5.3.2 Finansiella och kommersiella risker.....	31
5.3.3 Valutarisk och inflations påverkan.....	31
5.4 Påverkan av kulturella faktorer.....	32
5.5 Den ukrainska infrastrukturen.....	32
5.6 Frihandel mellan Ukraina och Sverige.....	32
6 SLUTSATSER, FORTSATT FORSKNING.....	34
KÄLLFÖRTECKNING.....	36
Bilaga1.....	38
Bilaga2.....	39

1 INLEDNING

I detta inledande kapitel presenteras bakgrunden till valet av ämnet. Vidare följer problemformulering. Därefter preciseras syfte och avgränsningar. Slutligen följer målgrupp och disposition.

1.1 Bakgrund

Sedan Ukraina blev självständigt den 24 augusti år 1991 har landet kämpat mot svåra ekonomiska och sociala problem men under senare år har det skett en positiv vändning.

1.1.1 Befolkning och naturtillgångar

Ukraina har 49 miljoner invånare med negativ befolkningstillväxt. Ukraina är till ytan 603 700 m² Europas näst största land, som har 24 län (så kallad oblaster) och tre självständiga administrativa områden: Kiev, Sevastopol och Krim – halvön. Varje län har flera rajjoner¹.

Ukraina har en mycket stor jordbrukspotential. Största delen av landet har ett typiskt inlands-klimat med kalla vintrar och varma somrar. En stor del av landet täcks av skog.

Ukraina har hög industrialiseringsgrad. Här finns gruvindustri, järn- och stålindustri, olje-och gasindustri, kemisk och petrokemisk industri, verksamhetsindustri, byggnadsindustri, textilindustri och livsmedelsindustri. Dessutom finns betydande olje-, mineral- och gasfyndigheter som väntar på utvinning².

1.1.2 Det politiska systemet

I Ukrainas konstitution står att Ukraina är en enda demokratisk stat som skyddar sina invånares humanitära och juridiska rättigheter. Ukraina skiljer mellan den exekutiva, den legislativa, och den dömande makten, precis som Sverige. Den exekutiva makten innehas av Kabinet Ministrov och antimonopol kommitté. Den legislativa makten utövas av parlament, Verhovna Rada, som har 450 ledamöter, så kallad deputater vilka väljs om vart fjärde år och den dömande makten utövas av den högsta domstolen. Landet har en president som får väljas på max två femårsperioder. Presidenten utser premiärministern med parlamentets godkännande.³

1.1.3 Energi och infrastruktur

De viktigaste inhemska energikällorna är kol samt el från kärn- och vattenkraftverk. Enligt Exportrådet statistik, svarar kolet för upp emot en tredjedel av Ukrainas totala energiproduktion. Nästan 80% av de inhemska naturgasbehoven täcks genom import, främst från Ryssland och Turkmenistan.⁴

Ukraina har ett omfattande väg- och järnvägsnät koncentrerat kring städerna Kiev, Lviv, Dnepropetrovsk och Charkiv. Landet genomkorsas i nordsydlig riktning av flera navigerbara floder. Flera västerländska flygbolag har numera regelbunden trafik till Kiev, vissa också till

¹ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s.5

² <http://www.swedishtrade.se>, 2003-11-11

³ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s. 8

⁴ <http://www.swedishtrade.se>, 2003-11-11

Dnepropetrovsk, Odessa och Lviv.

För övrigt har Ukraina många områden i Karpaterna och stränder vid Svarta havet som har turistpotential⁵.

1.1.4 Investeringar i Ukraina

Ukraina har antagit en liberal lagstiftning vad gäller utländska investeringar. Utländska medborgare kan äga upp till 100% av företag, utom inom vissa strategiska branscher⁶. De populäraste branscherna har varit stålindustri, livsmedelsindustri och telekommunikationer.

Det svenska samarbetet med Ukraina inleddes 1995 och har sedan dess ökat. Exporten till Ukraina utgjorde 0,2 % av den totala andelen svensk export under 2001. Exporten från Sverige till Ukraina ökade med 30 % mellan 2000 och 2001. Sveriges största exportvaror till Ukraina var pappersmassa, kemiska produkter, stål, pumpar, kompressorer, telekommunikationsapparatur och transportfordon. Sverige är den femte största leverantören av verktyg till Ukraina. Under 2002 uppgick den svenska exporten till Ukraina till 1, 8 miljarder kronor vilket är en ökning med drygt 37 % mot år 2001.⁷

För investeringarna i Ukraina står företagen: ABB, Astra Zeneka, Airo Catering, Cerealia Foods, CETAB, Ericsson, Electrolux, Nordiska Satelit, Scania, Skanska, Gambro, Ikea, Chumak (före detta South Food), SKF, Swedwood, Tetra Park och Volvo. Intresset bland svenska företag att etablera sig på ukrainsk marknad växer med antalet företag som öppnar representationskontor i Ukraina.⁸

Svenska regeringen har bestämt sig för att satsa på Ukraina. Vid Sveriges ambassad i Kiev finns Exportrådets projekt "AffärsChans Östersjön" för att stödja små och medelstora svenska företag att etablera sig i regionen.⁹

1.2 Problemformulering

Man väljer att satsa på Ukraina eftersom det är en enormt växande marknad. Utrikeshandelsmonopolen försvann, sedan 1991. Det blev möjligt, att penetrera marknaden och besöka potentiella kunder i Ukraina.

Det finns olika information, inom företagsetablering i Ukraina samt utveckling av ukrainsk marknad. I mitt arbete valde jag att titta närmare på en frågeställning:

Vilka risker och möjligheter inträffar svenska företagare på marknaden i Ukraina?

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att försöka belysa risker och möjligheter, som uppstår hos svenska företagare på den ukrainska marknaden.

⁵ <http://www.swedishtrade.se>, 2003-11-11

⁶ <http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/>, 2003-12-07

⁷ Borch, L., 2002, Investering i Ukraina, Znannja, Kiev, s.7

⁸ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Sverige, s.18

⁹ <http://www.home.swipnet.se/svuk/ukraina.htm>, 2003-11-19

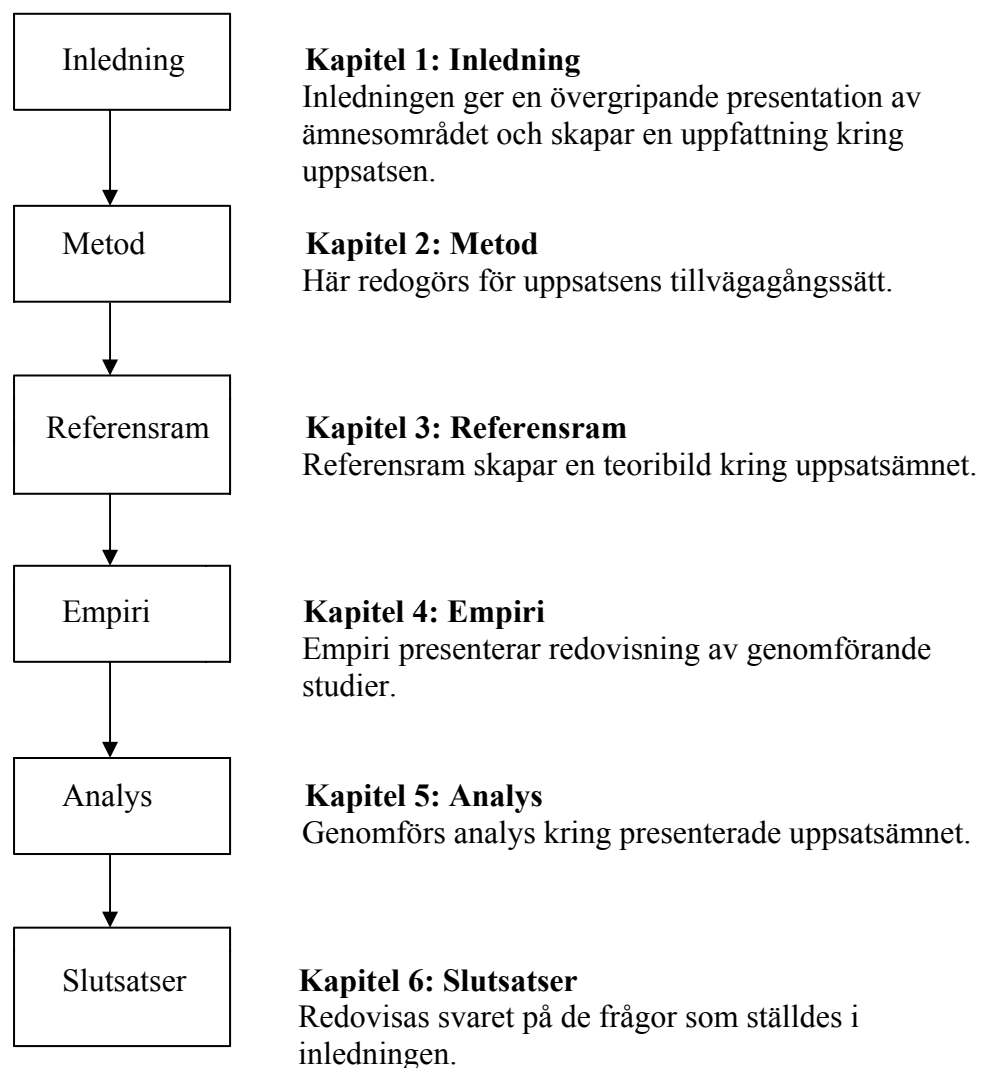
1.4 Avgränsning

Jag har valt att avgränsa så att studien endast skall omfatta svenska företag, som redan har etablerat sig på den ukrainska marknaden eftersom det är där de flesta problemen kan reflekteras och beskrivas. Jag har valt att titta på olika aspekter som finns angivna inom litteraturen och studier som redan har ägt rum.

1.5 Målgrupp

Denna uppsats riktar sig till personer som är intresserade av den ukrainska marknaden och till de som har eventuella funderingar eller planer på att göra investeringar i Ukraina.

1.6 Uppsats disposition



2 METOD

I detta kapitel presenteras metod för att uppnå uppsatsens syfte. Det börjar med att redovisa valda undersöknings inriktning och fortsätter sedan med metoder för datainsamling samt felkällor. Syftet med en metodbeskrivning är att ge läsaren möjligheten att själva bedöma resultatets och tolkningars rimlighet.

2.1 Undersökningens inriktning

För att genomföra en undersökning bör man välja en metod. Undersökningen bör utgå från problemställningen och vad som önskas uppnås med undersökningen. Det finns fyra olika typer, beroende på vilken inriktning:¹⁰

Explorativ inriktning används som en förstudie där man identifiera grundläggande kunskaper genom området.

Beskrivande (deskriptivt) inriktning används som en klartläggande undersökning.

Förklarande inriktning används som en förklarande undersökning som strävar efter att tydligtgöra samband mellan olika variabler.

Förutsägande inriktning används att göra en prognos för den framtida uppgången av någon uppenbarelse.

Mina kunskaper om risker och möjligheter som uppstår hos svenska företagare på den ukrainska marknaden är så gott som obefintliga, därför att varje tillfälle är unik. Ämnet har behandlas separat i tidigare undersökningen och på samma sätt återfinns i litteraturen.

På grund av jag har begränsade resurser och tid, kan jag inte åka till Ukraina och genomföra undersökningen där. Jag kommer att använda undersökningen som har gjorts tidigare av Exportrådet i Kiev och mitt arbete färgar av den explorativa och beskrivande inriktningen.

2.2 Metoder för datainsamling

Enligt Christensen et al., finns det två övergripande sätt att dela in data¹¹. För det första kan man utgå från dess karaktär och form genom att skilja på kvalitativa data och kvantitativa data. För det andra kan man utgå från när och hur data samlades in. Då brukar man skilja på primär- och sekundärdata.

2.2.1 Kvalitativa data

Kvalitativa data är data som utgörs av ord, text, symboler och handlingar. Kvalitativa data används för att bygga teorier, teoretiska hypoteser eller praktiska arbetshypoteser. En kvalitativ undersökning har förutbestämd, begränsade struktur.¹²

¹⁰ Christensen, L., et al., 1998, Marknadsundersökning - en handbok, Studentlitteratur, Lund, s. 28-40

¹¹ Ibid., s. 46-63

¹² Christensen, L., et al., 1998, Marknadsundersökning - en handbok, Studentlitteratur, Lund, s. 46-48

Undersökaren skall inte pröva om informationen giltig eller ogiltig, utan man antingen får en djupare förståelse av ett problem, som studeras eller får en beskrivning över sammanhanget. Kvalitativa data används oftast i undersökningar av explorativ karaktär.¹³

2.2.2 Kvantitativa data

Kvantitativa data är data som utgörs av siffror och fokuserar på mängd, antal och frekvens av variabler. Kvantitativa data användas för att förbättra och utveckla teorier och också teoriernas praktiska förklaringsvärde. En kvantitativ undersökning är formaliserad och strukturerad.¹⁴

Undersökaren skall kunna genomföra formaliserade analyser och jämföra och testa de resultat som jag har kommit fram till. Statistiken spelar en central roll i analysen av kvantitativa data. Kvantitativa data används oftast i undersökningar av beskrivande karaktär.¹⁵

Genom att presentera skillnader mellan kvantitativa data och kvalitativa data kan man titta på kännetecknen av kvantitativ och kvalitativ karaktär, se tabell 1.

Kvantitativ karaktär	Kvalitativ karaktär
* Data som siffror	* Data som ord och text
* Strukturerad	* Ostrukturerad
* Fokuserad på variables samband	* Fokuserar processer innehåll
* Beskrivande och förklarande	* Explorativ, beskrivande, förklarande
* Testar teori	* Bygger teori
* Objektiv	* Subjektiv
* Undersökaren påverkar mindre	* Undersökaren påverkar
* Statistisk analys	* Tolkande analys
* Atomiskt perspektiv	* Helhetsperspektiv
* Reliabilitet prioriteras	* Validitet prioriteras

Tabell 1. Kännetecknen av kvalitativ och kvantitativ karaktär.

Källa: Christense et al., s.48.

Jag använder information som är redan tillgänglig för undersökningen. Jag kommer inte att kontrollera den informationen som finns, utan beskriver jag den som är. Så kommer jag att använda kvalitativa data.

¹³ Holme, I. M., Solvang, K.B., 1997, Forskningsmetodik om kvalitativa och kvantitativa metoder, Studentlitteratur, Lund, s. 27-30

¹⁴ Christensen, L., et al., 1998, Marknadsundersökning - en handbok, Studentlitteratur, Lund, s. 46-48

¹⁵ Holme, I. M., Solvang, K.B., 1997, Forskningsmetodik om kvalitativa och kvantitativa metoder, Studentlitteratur, Lund, s.27-33

2.2.3 Primärdata

Information som man själv samlar in med hjälp av en eller flera olika insamlingstekniker kallas för primärdata. De tekniker som man tas upp är enkät och intervju genom antingen per brev eller telefon, eller personligt besök.¹⁶

Enkät

En enkät är ett tryckt formulär med frågor som respondenten själv besvarar. Enkäten kan skickas ut per post, eller lämnas ut vid besök. Kostnaden per kontakt i båda fall är låg.

Telefonintervjuer

I jämförelse med personliga intervjuer genomförs intervjuer per telefon till en relativt låg kostnad. Tekniken är snabb och svarsfrekvensen är hög. Nackdelar med insamlingstekniken är bland annat att den kräver enklare frågor och liksom vid personliga intervjuer är denna teknik mindre lämplig om det gäller känsliga frågor.

Postala intervjuer

Denna teknik är speciellt lämplig då det rör sig om känsliga frågor och om intervjun innehåller frågor med långa svarsalternativ. Det finns risk för att bortfallet blir stort, men detta kan undvikas genom telefonuppföljning. Det är utan tvekan det billigaste insamlingstekniken nackdelarna är bland annat att det ofta tar lång tid innan svar erhålls från respondenten och det är svårt att kontrollera om svaren är seriösa och ärliga.

FÖRDELAR	NACKDELAR
+ Informationen är anpassad till undersökningens problem	- Kräver viss kompetens av insamlaren
+ Informationen är aktuell	- Dyrt
+ Det är möjligt att strukturera insamling	- Tidskrävande

Tabell 2. För- och nackdelar med primärdata.

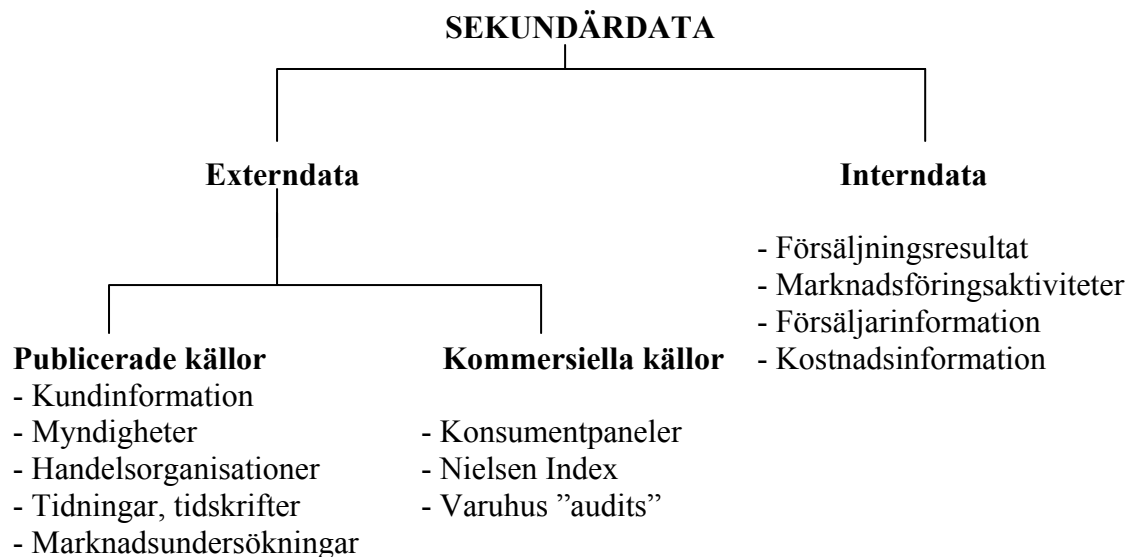
Källa: Christensen et al., s.83.

2.2.4 Sekundärdata

Data, som tidigare finns insamlat och sammanställt i något annat sammanhang, t. ex. befintlig statistik, tidigare undersökningar, kallas för sekundärdata. Sekundärdata klassificeras på olika sätt : intern och extern sekundärdata.¹⁷

¹⁶ Christensen, L., et al., 1998, Marknadsundersökning - en handbok, Studentlitteratur, Lund, s. 80-84

¹⁷ Ibid., s. 67-79



Figur 1: Indelning av sekundärdatakällor.

Källa: Christensen et al., s.68

FÖRDELAR	NACKDELAR
+ Kostnadseffektivt	- Användbar data saknas
+ Tidseffektivt	- Fel enheter, klassindelning
+ Stor t urval av källor	- Inaktuella data

Tabell 3. För- och nackdelar med sekundärdata

Källa: Christensen et al., s.80.

Det är viktigt för undersökaren att få en så tillförlitlig information som möjligt. Jag försöker uppnå detta genom att använda mig av så aktuella källor som möjligt och genom att ta reda på flera källor inom samma ämne. De flesta av källorna ger liknande information. Det ger rätt att betrakta den information, som jag kommer att använda mig, är tillförlitligt.

Den information som finns tillgänglig om Ukraina är tillräcklig för kandidatuppsatsens genomförande. För att skapa en stabil grund i uppsatsen använder jag svensk, ukrainsk och internationell litteratur som finns att tillgå. Det finns vissa frågor som är oklara för mig. Då kommer jag att använda telefon- och intervjuer via fax med personer som jobbar på Exportrådet i Kiev och Stockholm. Så kommer jag att använda både primär- och sekundärdata.

2.3 Felkällor

Undersökningen kan betraktas som en process under vilken undersökare passerar ett flertal steg. De fel som man bör identifiera och analysera är fel i problemanalysen, fel i urval och fel i datainsamlingen.

2.3.1 Fel i problemanalysen

Man kan få information som visar att man har valt att studera rätt frågor i undersökningen. Det finns alltid en risk att man upptäcker att undersökningsproblem avgränsats felaktigt. Om det inte finns någon möjlighet att ändra inriktning under arbetets gång, då man bör påtala att det krävs ytterligare undersökningar för att lösa problemet.¹⁸

Jag försöker att undvika fel i problemanalysen genom att ta upp såna frågor av studien som har bekräftelse i de ekonomiska teorierna, som är redan tillgänglig för att använda.

2.3.2 Fel i urval

Man kan förekomma några fel i urvalsmetoden. Det finns fel i definitionen av urvalsobjekt, urvalsramen, som gjorde att det gick miste om en del respondenter. Bortfallsfel, som alltid påverkar undersöknings resultat, och statistiska. Urvalsfelet, som är ofta inte alltid av avgörande betydelse, men när man analyserar mindre kundsegment, ökar detta fel snabbt.¹⁹

Fel i urval kommer inte att uppstå i mitt arbete å ena sidan eftersom jag inte hade intervjuad företagen. Andra sidan kan fel i urval inte uppstå på grund av antalet intervjuade företag är begränsad med bara de svenskrelaterade företagen i Ukraina.

2.3.3 Fel i datainsamling

Det finns mycket som kan gå fel i datainsamlingen, t.ex. att respondenterna inte vill svara på frågorna, snabba och slarviga svar, blir svaret inte alltid helt sanningsenliga, fel i frågeformulären. Då man under datainsamlingen löpande kontrollera och undersöka vilka fel som kan tänkas uppstå.²⁰

Jag använder i arbetet en studie som redan har ägt rum samt går genom den information som finns tillgänglig på olika oberoende av varandra källor.

2.3.4 Bearbetning- och tolkningsfel

Bearbetningsfel kan uppstå genom att data bearbetas på ett sådant sätt att fel slutsatser dras. Det kan vara, t.ex. hanteringsfel, där intervjuaren har antecknat felaktiga svar. Bearbetningsfel kan även bero på analysfel genom att intervjuaren valt olämplig analysmetod eller på tolkningsfel, vilket innebär att felaktiga slutsatser dras ur analysresultatet. Detta kan bero på bristande kunskaper om analysmetodens förutsättningar och begränsningar.²¹

Jag är medveten om att risk för tolkningsfel alltid kan förekomma i undersökningen, men jag försöker genom kritisk granskning av resultatet begränsa denna risk så mycket som möjligt. Med hjälp av olika oberoende källor vid bearbetning, försöker jag att undvika tolkningsfel.

¹⁸ Ibid., s. 226

¹⁹ Ibid, s. 226

²⁰ Ibid, s. 226-227

²¹ Ibid, s. 227-228

2.4 Validitet och reliabilitet

Det kan uppstå mätfel genom ofullkomligheter i mätmetoden. Dessa kan vara av två slag: validitet (giltighet) och reliabilitet (tillförlitlighet). Med validitet menas i vilken grad ett mätinstrument mäter det som avses att mätas. Reliabilitet innebär att ett mätinstrument ska ge tillförlitliga och stabila underlag.²²

Genom att vara noggrann och kritisk under arbetets gång och vid bearbetningen av den insamlade informationen, anser jag att jag har lyckats uppnå tillräcklig hög validitet och reliabilitet i arbetet.

2.5 Sammanfattning

På grund av att uppsatsen baseras på studien som redan har gjorts av Exportrådet, kommer den att innehålla den explorativa och beskrivande inriktningen med kvalitativ karaktär. I uppsatsen används sekundär data, som redan är tillgänglig för bearbetning samt bekräftas den informationen med olika oberoende källor för att en läsare ska kunna lita på det som är skrivet.

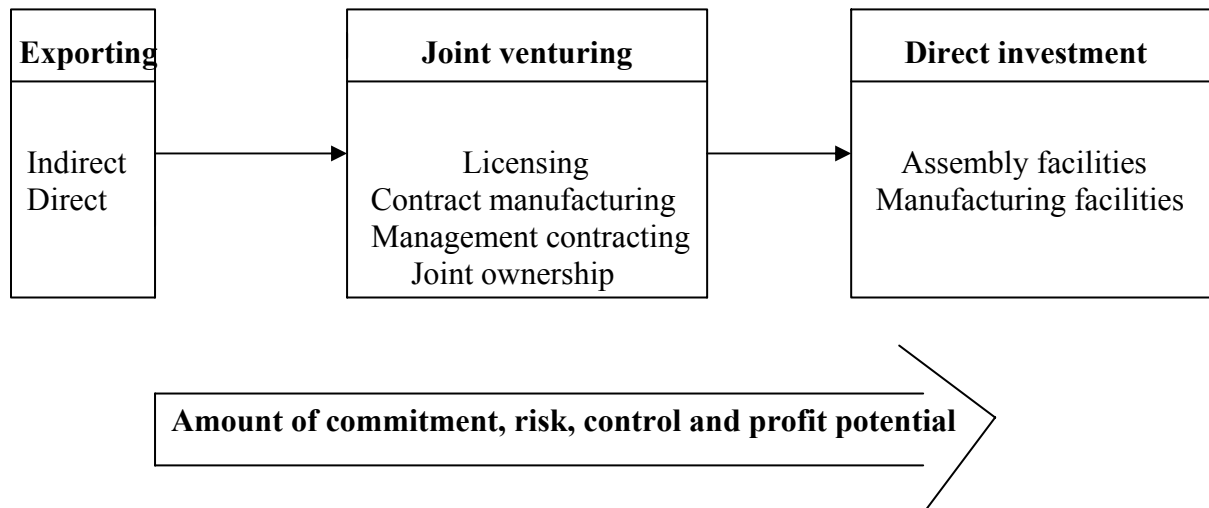
²² Christensen, L., et al., 1998, Marknadsundersökning - en handbok, Studentlitteratur, Lund, s. 227-228

3 REFERENSRAM

I detta kapitel presenteras området som anses vara relevanta för uppsatsen. Det innehåller teori om företagets investeringar, investeringsmotiv samt vilka risker som uppstår hos företagare på marknaden. Därefter följer en beskrivning av ukrainska bolagsformer, lagstiftningen och skattesystemet.

3.1 Företagsinvesteringar

Enligt Kotler, finns det tre strategiska metoder att tillämpa på utländsk marknad.



Figur 2. Market entry strategies.

Källa: Kotler et al., s.169.

3.1.1 Export

Det enklaste sättet att komma på utländsk marknad är genom export. Det finns direkt och indirekt export .

Indirekt export:

- arbetar med självständiga mellanhänder på internationell marknad
- har minimal investering
- har mindre risk
- använder sig av företags export tjänst, för att undslippa fel.

Under tiden byter företag export från indirekt till direkt.²³

Direkt export:

- har högre risk
- har högre vinstmöjligheter
- har kontroll över internationell marknad
- har oberoende mellanhänder

²³ Johansson, S.G., Norrbom, C., 2000, Studieguide till Marketing Management av Philip Kotler, Natur och Kultur, Stockholm, s. 93

3.1.2 Joint venturing

Joint venturing är andra metoden att komma på utländsk marknad. Till skillnad från export, förenar joint venturing något företag, i ett annat land, för att avsätta varorna på internationell marknad. Det finns fyra typer av joint venturing, se Tabeller 4-7²⁴.

Licensering

Fördel	Nackdel
+ mindre risk + färdiga produktions teknologi + kända varumärke	- begränsad kontroll

Tabell 4. För- och nackdelar med licensering.

Källa: egen.

Contract manufacturing

Fördel	Nackdel
+ snabb utgång på utländsk marknad + mindre risk	- begränsad kontroll över produktionsprocess

Tabell 5. För- och nackdelar med contract manufacturing.

Källa: egen.

Management contracting

Fördel	Nackdel
+ mindre risk + Vinsten, strax i början av verksamhet	- begränsad styrning av produktion

Tabell 6. För- och nackdelar med management contracting.

Källa: egen.

²⁴ Kotler, P., et al., 2002, Principles of Marketing, William publishing, Kiev, Moscow, s. 204-205

Joint ownership

Fördel	Nackdel
+ delägare i utländskt företag	- kan uppstå oenigheter i de olika frågor

Tabell 7. För- och nackdelar med joint ownership.

Källa: egen.

3.1.3 Direktinvestering

Direktinvestering – etablering på internationell marknad genom att skapa gemensam företag.²⁵

Fördel	Nackdel
+ lägre produktionskostnader + billig arbetskraft, råvara + skapa nya arbetsplatser + utveckling av mer djupa relationer med lokala kunder, distributionskanaler. + full kontroll över investeringar	- hög risknivå - valutarisk - ostabil marknad - ekonomiska och politiska ändringar av regeringen

Tabell 8. För- och nackdelar med direktinvestering.

Källa: egen.

3.2 Olika slags investeringar

Vissa författare, som behandlar detta ämnesområde indelar investeringarna i olika grupper:

- Anläggningsinvesteringar – är anskaffning av inventarier och fastigheter. Tillsammans med lager investeringar utgör de företagets materiella investeringar eller realinvesteringar.
- Immateriella investeringar – är investeringar i forskning och utveckling, marknadsinvesteringar och investeringar i organisations- och personalutveckling.
- Finansiella investeringar – är investeringar i aktier, obligationer mm
- Företagsinvesteringar (företagsförvärv) – företag som väljer att köpa delar av eller ett helt företag.²⁶

3.3 Investeringsmotiv

Det finns tre motiv till att investera i ett annat företag, som diskuteras av Olve, i boken ”Företag köper företag”.²⁷

²⁵ Ibid., s. 206

²⁶ Persson, I., Nilsson, S-Å., 1993, Investeringsbedömning, Liber Ekonomi, Malmö, s. 22-33

²⁷ Olve, N-G., 1988, Företag köper företag, Mekanförbundets förslag, Uppsala, s. 108

Tillväxtnödvändighet – att nå marknader, produkter eller liknande som företaget inte har möjlighet att utveckla själv.

Internationaliseringsmotivet – att nå en internationalisering och därmed globalisering av företaget genom att investera i ett företag att bygga upp en egen marknadsorganisation i ett nytt land.

Konkurrensbegränsningsmotivet – att sträva efter monopol som kan ge högre vinster.

Mattsson, i sin bok ”Internationell Affärsutveckling” påstår att det är viktigt att förstå vilka investeringsmotiv företagens intressenter kan tänkas ha för att agera på den utländska marknaden. Genom en förståelse av de olika investeringsmotiv som förekommer kan man öka möjligheterna att lyckas på den utländska marknaden.²⁸

I boken Mattsson, presenterade olika investeringsmotiv som företagens intressenter kan ha:

- Vilja ta vara på sina speciella kunskaper och kännedom i en marknad med otrolig potential.
- Ha en unik idé.
- Ha upptäckt en ny marknad för en redan känd produkt.
- Ha fått kännedom om en intressant produkt.
- Ha överkapacitet i produktionen.
- Ha tekniska fördelar, hög produktivitet och expertkunskaper.
- Om ett företag redan har en stor marknadsandel på hemmamarknaden, kan det vara ett lämpligt steg att etablera sig i andra länder för att kunna växa.
- Vilja bygga upp kännedom och erfarenhet. När man agerar på den utländska marknaden lär man sig nya sätt att göra affärer och i många fall skapas en image av ett starkt och expansivt företag även på hemmamarknaden. Man lär sig bättre förstå kundernas krav, konkurrenters aktiviteter, ny teknologi och får nya idéer. Man kan också skapa utländska samarbetspartners.²⁹

3.4 Risker

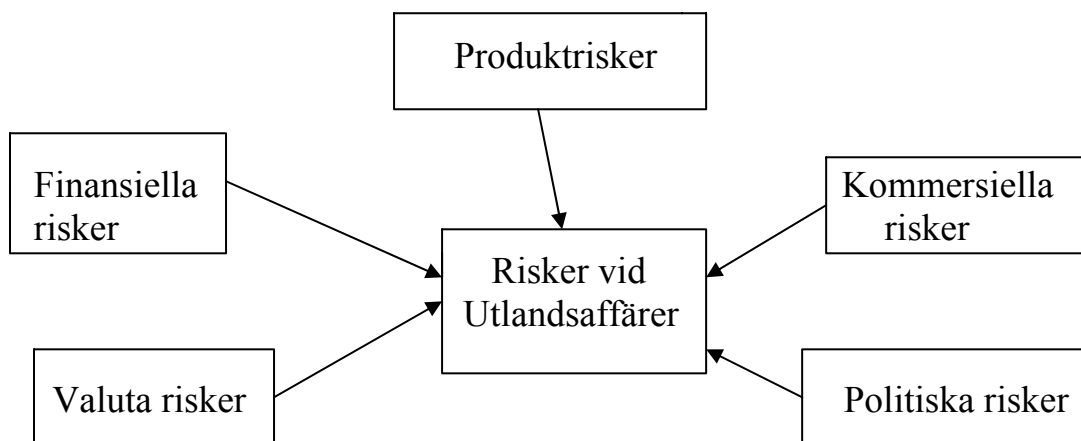
Jag har valt att utgå från de risker som Grath anser kan bli aktuella vid utlandsaffärer.³⁰ Ukraina är ett land som fortfarande befinner sig i ett sådant stadium att marknaden är ny och oberäknelig även för den mest erfarna ukrainaren. Av riskerna väljer jag att mer noggrant beskriva finansiell risk, valutarisk, politisk risk och kommersiella risker. Övriga risker betraktar jag inte fylla någon funktion i uppsatsen.

²⁸ Mattsson, H.M., 2000, Internationell Affärsutveckling, Affärlitteratur, Linköping, s. 77-78

²⁹ Ibid., s. 77-78

³⁰ Ibid., s. 13-30

Alla former av affärer eller affärsbeslut innehåller riskmoment. Men när det gäller utlandsaffärer får riskprofilen en annan karaktär jämfört med om affären hade gjorts upp inom landet. Nedanstående figur visar i grova drag vilka huvudsakliga risker som kan förekomma vid utlandsaffärer.



Figur 3. Risker vid utlandsaffärer.

Källa: Grath, s.14.

3.4.1 Politiska risker

Med politisk risk, även kallad landsrisk, avses risken att en affär inte kan implementeras enligt önskemål eller som planerat beroende på åtgärder eller händelser i landet eller annat lands regering eller myndighet. Det är inget som någon utav parterna kan göra något åt, utan de är beroende av den rådande situationen i landet.³¹

Enligt Grath, kan de politiska riskerna tilldelas olika faktorer som kan vara orsak till riskernas uppkomst, nämligen

- politisk stabilitet
- social stabilitet
- ekonomisk stabilitet

3.4.2 Finansiella risker

Varje affär kan på grund av olika fördröjningar medföra finansiella risker i den meningen att affären inte utvecklas på precis det sätt eller i den takt som det ursprungligen räknats med. Denna risk gäller framför allt vid enskilda och mer komplexa affärer. Vid sådana större projekt kan det många gånger vara svårt att få godtagbara säkerheter från banken. Detta i sin tur kan leda till att likviditeten inte är den bästa inför oförutsedda händelser under affärens gång. Därmed kan en affär gå i stöpet.³²

³¹ Ibid., s.20-23

³² Grath, A., 1999, Företags utlandsaffärer, Industrilitteratur AB, Stockholm, s. 26-29

3.4.3 Valutarisker

Ska betalning ske i annan valuta än den i vilken företagare har sina kostnader och intäkter, uppstår en valutarisk. Genom att värdet i Svenska krona blir beroende av valutakursen på betalningsdagen, blir det automatiskt en kursrisk om fakturering sker i annan valuta än Svenska kronor. Valet av valuta och tiden fram till dess betalning sker avgör valutariskens storlek.³³

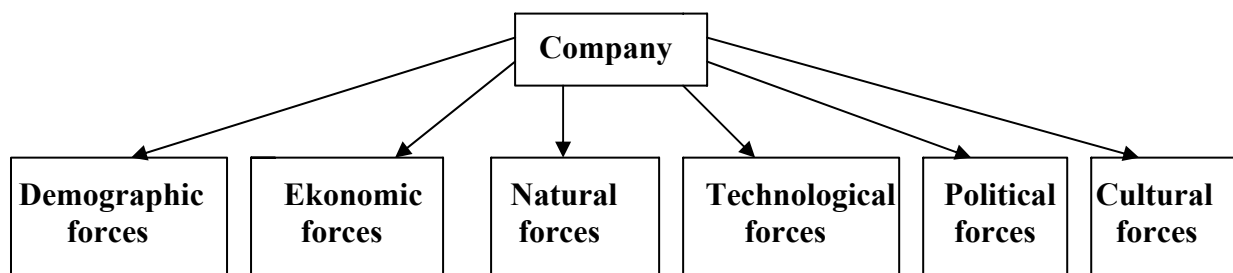
När det gäller bedömningen av olika utländska valutor brukar dessa traditionellt indelas i olika grupperingar av starka eller svaga valutor. De valutor är starka vars hemländer sedan lång tid tillbaka har en politisk stabilitet, stark bas ekonomi, låg inflation och ett stort förtroende i omvärlden. Valet av valuta är även beroende av om affärsverksamheten är långsiktig eller kortsiktig

3.4.4 Kommersiella risker

Med kommersiell risk avses risken för att motparten kommer på obestånd eller inte fullgör sina skyldigheter enligt uppgjort avtal. Det kan uppstå en fråga om hur man bedömer motpartens möjlighet att uppfylla sina förpliktelser. När det gäller Västeuropa är det betydligt lättare att skaffa sig en rättvisande bild av potentiella motparter, genom att studera senaste årsredovisning eller att begära en soliditetsupplysning. Man kan få en bättre total bild av deras verksamhet och även tidigare erfarenhet av utlandsaffärer.³⁴

3.5 Företagets makromiljö

Enlig Kotler,³⁵ finns det olika, ibland samma, faktorer som kan öppna för företagen antingen nya möjligheter eller bli allvarligt hot. De faktorerna som kan påverka företagets makromiljö finns i nedanstående figur 4.



Figur 4. Influential forces in the company's macroenvironment.

Källa: Kotler et al., s.124.

Jag har redan beskrivit befolkningen och naturtillgångarna, det ukrainska politiska systemet samt energi och infrastruktur i avsnitt 1.1.1, 1.1.2, 1.1.3. I det här avsnittet beskriver jag kulturella och ekonomiska faktorer i Ukraina.

³³ Ibid., s. 23-26

³⁴ Ibid., s. 17-20

³⁵ Kotler, P., et al., 2002, Principles of Marketing, Pearson Education Limited, England, s.115-146

3.5.1 Kulturella faktorer i Ukraina

Till sitt ursprung hör ukrainarna till det östslaviska folket, liksom ryssarna och vitryssarna. Sedan 1996 är ukrainska ett statsspråk och det beräknas att ukrainska talas som första eller andra språk av 50 % av befolkningen. 60 % talar eller förstår ryska. Det administrativa språket är ukrainska och alla officiella dokument skrivs generellt på ukrainska. Eftersom ryskan var det dominerande språket under sovjettiden talas det fortfarande i de större städerna.³⁶

Intresset för västländska språk ökar, men det är fortfarande få som har goda kunskaper i engelska. Det finns mycket lite undervisning i svenska språket i Ukraina.

De flesta ukrainare är rysk/ukrainsk-ortodoxa till sin tro men landet har en liten katolsk minoritet i de allra västligaste delarna.³⁷

De ukrainska och svenska flagors färggamma är lik varandra. Det kan handla om att Ukraina och Sverige har gemensamma minnen. I Ukraina i somras upptäcktes viking gravsättning samt antik vapen.³⁸

Det finns en hypotes att Ruriki, som regerade Kieviska Ryssland, hade svenska förfäder.³⁹

Det är ett bra tecken, för de svenska och ukrainska relationerna att efter århundraden, har svenska investerare hittat tillbaka till ukrainska marknaden.

3.5.2 Ekonomiska faktorer i Ukraina

Under sina första tio år hade Ukraina ständigt fallande tillväxttal. Ukraina drabbades hårt av 1998 års kris i Ryssland eftersom Ryssland är Ukrainas största handelspartner. De senaste åren har ekonomin sakta vänt uppåt. År 2001 hade Ukraina en BNP-tillväxt på 9 %. Tillväxten är ett resultat av efterfrågan på ukrainska produkter från Ryssland, EU och Asien samt den ökade inhemska konsumtionen.⁴⁰

Ukraina gränsar till EU länder. Landet har flera branscher med mycket liten konkurrens. Ukraina har en stor inhemsk marknad, köpkraften förväntas öka. Inhemsk parti- och detaljhandel växer t.ex. med 20,3 % under 2002 års första sex månader.⁴¹

Det finns fria ekonomiska zoner som kan vara av särskilt intresse för företag som vill etablera sig i Ukraina. Företag i dessa zoner får flertalet skattefördelar. De särskilda ekonomiska zonerna (så kallade SEZ) i Ukraina är 21 stycken. Utöver detta finns några ”prioriterade utvecklingsområden” (PDA). Tillsammans täcker SEZ och PDA ungefär 10 % av Ukrainas territorium. Det finns tre typer av ekonomiska zoner i landet:⁴²

- 1) fria ekonomiska zoner
- 2) områden med speciella investeringsförhållanden samt

³⁶ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s. 7

³⁷ Ibid., s. 7

³⁸ Petersson, Å., ” Vi följer inte immigrations politik i Ukraina”, Business, Nr 26 30/06 2003, s. 100-101

³⁹ Ibid, s. 100-101

⁴⁰ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s. 16

⁴¹ Ibid., s. 17

⁴² Ibid., s.20

3) territorier för prioriterad utveckling

Alla områden har speciella regler men de generella fördelarna är dessa:

- Ingen eller låg företagsskatt de första 3-5 åren.
- Ingen importtull eller moms.
- Minskade avgifter för återhållande av skatt.
- Inget tvång att konvertera vinsten till utländsk valuta.
- Inga sociala avgifter eller arbetsgivaravgifter.
- Ingen eller liten markskatt.

3.6 Ukrainska bolagsformer

I detta avsnitt beskriver jag de bolagsformer som finns på den ukrainska marknaden. Enligt den ukrainska lagen ” Om ekonomiska föreningen” (1992) kan utländska medborgare bli ägare och delägare i de ekonomiska föreningen i samma grad som de ukrainska medborgarna.⁴³

3.6.1 Aktiebolag (Joint stock company)

Av alla bolagsformer är aktiebolag den populäraste formen vid investeringar och andra affärsaktiviteter i Ukraina. I ett sådant företag delas aktiekapitalet upp i ett bestämt antal aktieandelar. Aktieägarna i ett aktiebolag är inte personligt ansvariga för de skyldigheter som bolaget åtar sig, utan bär endast risken för de förluster som uppgår till värdet på aktuellt aktieinnehav och som kan kopplas till bolagets verksamhet.⁴⁴

3.6.2 Bolag med begränsat ansvar (Limited liability company)

Ett bolag med begränsat ansvar är ett bolag, som bildas av en antingen flera personer eller företag och vars aktiekapital delas upp i ägarandelar. I ett bolag med begränsat ansvar är delägare inte ansvariga för bolagets förpliktelser och ansvarar endast för förluster som uppgår till det belopp de investerar i rörelsen.⁴⁵

3.6.3 Bolag med ytterligare ansvar (Additional liability company)

Den enda skillnaden mellan ett bolag med ytterligare ansvar och ett bolag med begränsat ansvar är att medlemmarna i ett bolag med ytterligare ansvar är personligen och gemensamt ansvariga för bolagets förpliktelser.⁴⁶

3.6.4 Representationskontor (Representative office)

Vid etablering på den ukrainska marknaden är representationskontor en mycket vanlig verksamhetsform. Representationskontor beskrivs som en fristående avdelning till ett utländskt moderbolag och representerar och försvarar enhetens intressen. Alla representationskontor bör registreras hos skattemyndigheten senast en månad efter etablering.⁴⁷

⁴³ <http://www.rada.gov.ua> , 2003-12-07

⁴⁴ Systematisk ukrainsk lagstiftningssamling, 18/ 2002, Buhalteria, s.37-42

⁴⁵ Ibid., s. 42-47

⁴⁶ Ibid., s. 47-51

⁴⁷ Ibid., s. 51-57

3.6.5 Joint venture

Denna bolagsform som egentligen inte är en bolagsform i juridisk bemärkelse, har blivit ett alternativ för utländska bolag att bedriva verksamhet genom i Ukraina. Ett Joint venture kan bildas antingen genom att bilda ett nytt bolag tillsammans med en ukrainsk juridisk person eller genom att förvärva andelar i ett redan existerande bolag.

Joint venture finns inte antaget som en bolagsform i den ukrainska lagstiftningen. Termen används som kännetecken för två bolag som har gemensam verksamhet varav ett utav dem är en utländsk investerare. Vanligast är att ett aktiebolag eller bolag med begränsat ansvar och blir därmed en juridisk person.⁴⁸

3.7 Den ukrainska lagstiftningen

Den 28 juni 1996 antogs Ukrainas viktigaste lag, den nya ukrainska konstitutionen. Lagen innehåller inga specifika regler som gäller direkta investeringar eller vilka rättigheter utländska investerare har. Kapitel 126 säger dock att utländska medborgare och statslösa personer har samma rättigheter och skyldigheter som ukrainska medborgare om inte den federala lagen eller internationella avtal anger annat.⁴⁹

3.7.1 Lagen om utländska investeringar

Den juridiska statusen för företag med utländska investeringar regleras i lagen ”Om utländska investeringar” av den 18 september 1991. Detta är den i huvudsak normgivande lagen inom området för utländska investeringar.⁵⁰

Enligt Kapitel 5 i denna lag anges följande bolagsformer för företag med utländska investeringar:

- gemensamma företag med utländskt och inhemskt deltagande,
- företag som helt och hållet tillhör utländska investerare.

Det juridiska systemet för utländska investeringar i Ukraina behöver inte vara mindre fördelaktigt än de regler som gäller för inhemska företag. Men det finns några undantag från denna princip. Möjlighet att bilda företag är begränsad i Kapitel 4 i lagen ”Om utländska investeringar”, vilken anger att i vissa av ekonomins sektorer finns några undantag. Dessa gäller för vapen, tele- och radiokanaler samt informationsbyråer. Vissa aktiviteter måste man begära licens för att utföra. Det är t.ex. mineralutvinning, läkemedelsproduktion, transporter, sjöfart, produktion av sedlar, frimärken och obligationer, förädling av vissa metaller samt postväsende.⁵¹

I vissa avseende ger lagen ”Om utländska investeringar” fördelar för utländska investerare. Kapitel 11 anger att företag som investerar i de viktiga ukrainska branscherna kan få vissa förmåner i deras verksamhet.

⁴⁸ Ibid., s. 61-67

⁴⁹ <http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/> , 2003-12-07

⁵⁰ Ibid

⁵¹ Ibid

För utländska investerares ekonomiska verksamhet är de juridiska ägandegarantierna mycket viktiga. Kapitel 19 säger att utländska investeringar inte kan bli föremål för beslagtagning eller konfiskering förutom i mycket speciella fall.⁵²

Fördelarna för utländska investerare är bland annat att man har rätt att åberopa den lag som gällde förut, om lagen skulle ändras, i upp till 10 år. Dessutom har man rätt att stämna staten om det skulle bli nödvändigt. Företaget kan heller inte bli nationaliserat av staten, företaget kan stämna staten och det kan stänga ner och dra bort investeringarna utan att behöva betala avgifter och skatt på vinsten. Dessutom är de utländska investeringarna garanterade att få tillbaka sin investeringspott om investeringen skulle upphöra.⁵³

3.8 Det ukrainska skattesystemet

I detta avsnitt gör jag en presentation av det ukrainska skattesystemet och tar upp skatter och regleringar som jag anser vara relevanta för uppsatsen. Materialet bygger på samlingsverk av systematisk lagstiftningen i Ukraina.

1991 års ukrainska skattelagstiftning har genomgått många förändringar. De senaste åren har Ukraina försökt harmonisera sina skatteregler till internationell standard, så just nu arbetar de med två parallella system.

Enligt lag ”Om företags beskattning system” finns det 22 olika centrala skatter och 16 lokala skatter, se bilaga 1. De viktigaste skatterna är moms, importmoms, vinstskatt från företag 30 %, en progressiv personalskatt 40 %, arbetsgivaravgifter 36,8 % av lönen. Arbetsgivare ska betala 32 % till Pensionsfonden, 2,5 % till Socialfonder, 2,5 % till Arbetslöshetskassan och 0,84-13,8 % ska betalas till Arbetskadefonder (denna procentsats beror på vilken sektor man arbetar inom).⁵⁴

Alla företag är ålagda att deklarerar varje kvartal och betala skatt varje månad baserat på förra månadens inkomster.

Det finns skillnad i skatt om man är så kallad ”resident” eller ”non-resident” i Ukraina.

Till gruppen ”non-resident” hör utländska representationskontor och ambassader. När ukrainska företag köper någonting från ett svenskt representationskontor betalar de direkt till företaget i Sverige. På detta sätt betalar ett representationskontor inga skatter i Ukraina och har ingen kommersiell verksamhet att beskatta.

Till gruppen ”resident” hör ukrainska företag och privatpersoner, representationskontor med kommersiella verksamhet, direktetablerade utländska företag samt personer som varit i Ukraina mer än 245 dagar.⁵⁵

Sedan 1995 har Ukraina ett avtal med Sverige om att undvika dubbeltaxering samt ömsesidigt skydd av investeringar. Avtalet trädde i kraft den 4 juni 1996.⁵⁶

⁵²Ibid

⁵³Ibid

⁵⁴ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s.21

⁵⁵ Exportrådet, 2003, Marknadsintroduktion Ukraina, Swedish Trade Council, Kiev, s. 21

⁵⁶ [http:// www.skatteverket.se](http://www.skatteverket.se) , 2004-01-06

3.9 Sammanfattning

Referensramen representerar uppsatsens teoretiska del, som är grund till empiri. I kapitlet tas de risker och möjligheter upp som kan inträffa svenskrelaterade företag på marknaden i Ukraina samt beskrivs de eventuella hot och möjligheter som kan uppstå vid frihandel mellan Ukraina och Ryssland.

4 EMPIRI

I detta kapitel presenteras resultatet av studie i affärsklimat i Ukraina, december 2002-2003.

Vid genomförandet av Expertrådets undersökning har använts ett frågeformulär (enkäten). Den finns som bilaga 2. En enkät skickades ut via Internet till 15 svenskrelaterade företag som var verksamma i Ukraina. Det var 10 företag som besvarade enkäten. Enkäten kompletterades med 8 stycken intervjuer med selektivt utvalda skandinaviska företagsledare som har god insikt i det lokala affärsklimatet. Enkätsvaren tillsammans med intervjuerna ligger till grund för studier.

Syftet med undersökning var att ge svenska företag en god inblick i det ukrainska affärsklimatet.

De 15 svenskrelaterade företagen, som besvarade frågorna i frågeformulär kallar jag för de utfrågade.

8 stycken av de selektivt utvalda skandinaviska företagsledare, som blev intervjuade av Expertrådets personal kallar jag för de intervjuade.

Det var en fråga på vilken jag inte hade svar:

- *Vilka av de svenska företagen som var etablerade på den ukrainska marknaden har deltagit i studien av affärsklimat i Ukraina?*

Jag ringde till Expertrådet i Stockholm och intervjuade personen, vilken var ansvarig för information om östeuropeiska länder samt har gjort den här studien. Hans namn är Fredrik Häggström.

Fredrik Häggström sa att de utfrågade företagen och intervjuade personer gick med på undersökningen med villkoret att deras identitet kommer att bli anonym, då kommer de att öppet besvara på frågor.

4.1 Företags investeringar

I Ukraina uppgick de utländska direktinvesteringarna år 2001 till över 700 miljoner USD från 594 miljoner USD år 2000. Investeringarna var mest koncentrerade till livsmedel, handel, bank, finans, transport och logistik. Den största ökningen av investeringar just nu syns i transport och trä, papper och pappersmasseindustrin.

50 % av de utfrågade arbetar med exporten, 40 % av de utfrågade producerar varor och 10% av de utfrågade sysslar med importen i Ukraina.

Stora direktinvesteringar hade gjort de svenska företagen, t.ex. Ericsson, Volvo Lastvagnar, Scania osv.

Det är bara 20 % av de utfrågade som anser att deras ukrainska andel av den totala omsättningen är övervägande delen hos svenska företagare. Hos de flesta utfrågade är den ukrainska andelen av den totala omsättningen låg.

År 2002 förde Sverige in Ukraina i en lands lista för länder som har prioritet för den svenska ekonomin och politiken.

4.2 Investeringsmotiv

Enligt Åke Petersson, som är svensk ambassadör i Ukraina, förstår de svenska företagare som kom in på den ukrainska marknaden att Ukraina är en enorm stor marknad samt har stora möjligheter för utveckling. De har stor tolerans och förståelse för problemen vilka kan och uppstår på den ukrainska marknaden.

De intervjuade säger att de ser Ukraina som en viktig marknad. De anser att lönsamheten i Ukraina är relativt god.

70 % av de utfrågade bedömer lönsamheten i Ukraina, som tillfredställande, jämfört med andra marknaderna.

Samtliga av de utfrågade tror att det finns framtida tillväxtmöjligheter i Ukraina.

En klar majoritet av de intervjuade tror att deras verksamhet i Ukraina kommer att växa.

Majoriteten av de intervjuade betraktar löneläget som ett starkt argument för produktion i Ukraina.

4.3 De politiska riskerna

De intervjuade anser att ett bra kontaktnät är mycket viktigt i Ukraina. Man kommer ofta i kontakt med nya kunder genom olika kontakter. Framför allt politiska kontakter är viktiga i Ukraina.

De intervjuade säger att mutor och korruption är vanligt i Ukraina. Det beror på de exceptionellt låga lönerna bland de statsanställda. Mutor och korruption är något som genomsyrar hela statsapparaten, från botten till toppen.

Mutor är ovanligt inom den privata sektorn.

70 % av de utfrågade påverkas inte av svarta ekonomin.

100 % av de utfrågade påverkas inte alls av brottsligheten.

De intervjuades affärsverksamhet blev lite påverkad av brottslighet i Ukraina.

Majoriteten av de intervjuade tror att Ukraina kommer att gå med EU inom 10-20 år. De anser att med nuvarande system kommer det att dröja 15 år innan Ukraina går med i EU. Om systemet förändras inom de närmaste åren kommer det att gå lite snabbare. En del av de intervjuade tycker att Ukraina hör mer hemma i EU än vissa nuvarande medlemmar. En annan del av de är skeptiska till att Ukraina kommer att gå med i EU. Landet är för nära knutet till Ryssland för att göra det.

4.3.1 De ukrainska lagstiftningarna och skattesystemspåverkan

Den ukrainska lagstiftningen, anses av de utfrågade (100 %) inte ha det fördelaktigare för utländska investeringar. Förändringar i den ukrainska lagstiftningen, enligt 80 % av de intervjuade åsikter, skapar många problem för flertalet företag att anpassa verksamhet.

Flesta av de intervjuade tycker att muntliga avtal i Ukraina alltid bör följas upp av skriftliga. Uppföljningen av aktiebolagslagstiftningen kan förbättras. 50 % av de utfrågade bedömer aktiebolagslagen ej tillfredställande.

80 % av de utfrågade anser att företags skattelag och avtalsrätten är dålig.

En klar majoritet av de intervjuade anser att byråkratin har en negativ inverkan på verksamheten. Byråkratin genererar en del extra pappersarbete vilket för med sig att en eller två personer bör jobba heltid med myndighetskontakter. Det har blivit bättre men byråkratin är fortfarande stor.

90 % av de utfrågade anser att skattesystemet i Ukraina inte följs på ett tillfredställande sätt.

100 % av de utfrågade är överens om att återbetalning av moms fungerar antingen mycket dåligt eller fungerar inte alls.

Vinstbeskattning anses av 88% av de utfrågade inte som helt förmånlig.

Majoriteten av de intervjuade anser att gratis information är det enda positiva med de ukrainska myndigheterna. Det gäller att ha rätt kontakter för att kommunikationen med myndigheterna ska löpa smidigt.

4.3.2 De ukrainska bolagsformerna

I Ukraina i början av 1990-talet byggdes många av företagen upp med joint-venture samt då öppnades många av representationskontoren. De flesta misslyckades med bolagsformer eftersom det var svårt att hitta pålitliga samarbetspartners.

Flesta av de intervjuade och utfrågade har med tiden ändrat sina bolagsformer och öppnat företagen som antingen bolag med begränsat ansvar eller aktiebolag. I den situationen som den ukrainska marknaden befinner sig just nu, är det mer säkert för de svenska företagen att ha begränsat ansvar. Sålunda bär ägare inte ansvar för bolagets förpliktelser.

4.4 De finansiella och kommersiella risker

Majoriteten av utfrågade är nöjda med det ukrainska banksystemet med avseende på tillgången till korta krediter, men bara 26 % av de utfrågade är nöjda med tillgången till längre krediter.

88 % av de utfrågade är missnöjda med hur det ukrainska banksystemet fungerar med avseende på tillgången till fördelaktiga korta räntor medan alla av de utfrågade är missnöjda med tillgången till långa räntor.

90 % av de utfrågade säger att ukrainska banker sköter interna transaktioner bra.

22 % av de utfrågade är missnöjda med internationella överföringar.

67 % av de utfrågade anser att det ukrainska banksystemet med avseende på insättargarantin ej fungerar tillfredställande.

40 % av de utfrågade påstår att svenska företagare har några större problem med ukrainsk bokföring.

Trots olika problem som uppstår på den ukrainska marknaden, upplever 70 % av de utfrågade svenska företagarna att betalningsförmågan hos de ukrainska företagarna är bra.

4.5 Valutarisk och inflationspåverkan

I Ukraina, i början av självständigheten åren 1992 – 1993 fanns det ingen finanspolitik som motsvarade någon ekonomisk teori. Nazional'nij Bank Ukraina (NBU) och den ukrainska regeringen hade inte erfarenhet eller kunskaper i den ekonomiska vetenskapen. Vid brist i ekonomi, svarade den ukrainska penningpolitiken med ökade penningemissioner. Sålunda var volym av emission så stor att det ledde till enorm hög inflation. I 1995 blev stoppad den penning emission.

Under 1996-1997 åren var det mer stabilt med den ukrainska valutan – grivna. Det ledde till att investeringen kom in i Ukraina men bara i handels- och finansområde, det vill säga i skapande av infrastruktur för att rycka framåt import vara, men inte att producera det.

År 1998 rasade grivna. Det stoppade ström av importvara i Ukraina samt uppkom investering i produktion, t.ex. i produktion av tobak, öl och vissa livsmedelsindustrier.

År 2000 var inflationen mer än 25 %. År 2001 uppgick inflationen till 6,1 % och år 2002 blev den 99,4 %.

Majoriteten av utfrågade svenska företagen anser sig inte påverkas alls av inflationen.

Endast en tredjedel påverkas negativt av valutakursen.

Enligt information av den ukrainska statistiska byrån, som kom i början av år 2004, uppgick inflationen till 8,2 % i 2003. Det berodde på att i år 2003 hade Ukraina dåligt skörderesultaten.

4.6 Påverkan av kulturella faktorer

Det är intressant att de investerare som har etablerats på den ukrainska marknaden i början av 1990-talet mer eller mindre lyckades där. Nästan under 10 år var antal investerare oförändrat. Ingen har lämnat den ukrainska marknaden, trots alla problem som uppstod och fortsätter uppstå på marknaden.

Det är viktigt att förstå särskilda kulturella faktorer för att lyckas och undvika problemen på utländska marknader.

Många av de intervjuade upplever att nära personliga relationer med sin samarbetspartner är ganska viktig i Ukraina.

Det är viktigt i Ukraina, för att göra ett bra intryck, att alltid var korrekt klädd.

Alla intervjuade anser i princip att det är en fördel att tala ryska eller ukrainska. Det finns två grupperingar bland de intervjuade. Dels finns de som anser att engelska räcker men att det finns goodwill i att hantera något av de lokala språken. Dels finns de som anser att det är en klar nackdel att inte tala något av språken.

Inom företagen finns det alltid folk som kan olika utländska språken.

Flesta av de intervjuade säger att om man har kunnig lokal personal i Ukraina som vet hur kontakten med myndigheterna sköts, kan servicen hos de ukrainska myndigheterna, fungera mycket snabbt och bra. På grund av att kontakterna med myndigheter är så omständlig krävs mer arbete och mer personal, vilket kostar pengar.

Enligt de intervjuade blir affärer försenade och allt tar längre tid i Ukraina. Inget kan göras i Ukraina innan skriftligt avtal finns, ukrainarna måste hela tiden gardera sig för varje liten sak så det inte blir problem med myndigheterna.

88 % av de utfrågade anser att det är lätt att hitta kompetent personal i Ukraina, men det är inte helt lätt att hitta pålitliga samarbetspartners.

60 % av de utfrågade påstår att det är svårt i Ukraina att få information från andra företag, men ännu svårare är att få information från myndigheter.

Eftersom lagarna tolkas på många olika sätt i Ukraina blir många frågor svårare än vanligt att lösa.

4.7 Den ukrainska infrastrukturen

Flesta av de intervjuade säger att infrastrukturen som gäller bilvägar och postväsendet kan förbättras men att mobil telefoni, fast telefoni och Internet fungerar väl.

65 % av de utfrågade är missnöjda med hur posten fungerar i Ukraina.

70 % av de utfrågade påstår att bilvägarna håller dålig standard.

55 % av de utfrågade anser att infrastrukturen i Ukraina fungerar med tillfredställande avseende på fast telefoni och flygtransporter.

90 % av de utfrågade är nöjda med mobiltelefoni och Internet fungerar i Ukraina.

60 % av de utfrågade vet inte hur infrastrukturen fungerar med avseende på sjötransporter, eftersom de inte använder det.

De intervjuade påstår att köpa teknisk utrustning och hyra kontor är relativt lätt i Ukraina, men att hyra fabrik och lager är svårare. Den ukrainska tullen fungerar i dagsläget inte bra.

De ukrainska transporterna med flyg och bil fungerar i dagsläget tillfredställande.

4.8 Frihandel mellan Ukraina och Ryssland

I februari år 2003 skrev Ukraina och Ryssland under ett avtal om frihandel mellan. I Ukraina finns det två åsikter, en optimistisk och en pessimistisk, angående frihandel med Ryssland.

Ekonomiministern i Ukraina Horochkovskij, V. är optimistisk. Han säger att frihandel med Ryssland kommer att leda till att konkurrensen blir hårdare än nu, då varor som kommer på ukrainsk marknad bli av hög kvalitet samt låg pris.

Enligt Ekonomiministern i Ukraina, är den ukrainska regeringens position om frihandel med Ryssland följande:

- 1) Ju mer investerare kommer till Ukraina desto bättre för landet.
- 2) Det viktigaste är att företagen skall betala skatter.
- 3) Regeringens plikt är att skapa likadana villkor för introduktion av affärer.
- 4) Då kommer ekonomin att bli stark, när det ska bli öppet.

En pessimistisk åsikt hör till Professor av New Yorks universitet, chef av ZAO ” Kraft foods” Loguch, Y. Han säger att utländska investerare inte känner till Ukraina och inte heller ukrainsk marknad. De känner till Polen, Ungern och Ryssland samt gärna investerar i dessa länder.

Loguch, Y., påstår att Ryssland drar till sig investerare med enorm territorium sålunda med stor marknaden. Frihandel mellan Ukraina och Ryssland leder till att utländsk investerare inte kommer att investera i Ukraina, i stället går de till Ryssland, därför att Ryssland har:

- marknad större än ukrainsk
- stora förmåner på energi
- billigare arbetskraft än i Ukraina

Utländska investerare kommer att producera ganska billiga varor i Ryssland och exportera till Ukraina samt före detta Sovjet Unions republiker. Efteråt betonar Loguch, Y., Ukraina försvinner som ekonomi enhet utan kommer att bara ha politisk gräns. Loguch, Y., påstår att Ukraina bör stärkas som industristat och sedan öppna sina ekonomigränser, åt investerings sidan, inte åt import.

4.9 Skillnader mellan Sverige och Ukraina

Enligt de intervjuade, sker möten, i Ukraina som kan vara antingen mycket formella eller helt informella, i flera hierarkier innan man gör upp om en affär. Affärsmöten sker oftast på toppnivå. I toppen av företagen sitter oftast äldre personer och de kan sällan engelska. Om man har en skriftlig offert bör man översätta den till ryska, annars kan det lätt bli missuppfattningar när affärspartnern själv börjar översätta den.

Till skillnad mot Skandinavien bygger ukrainska affärer mer på förtroenderelationer än kontaktrelationer.

Ukrainarna blandar in mer känslor i förhandlingar, blir mer personliga än svenskarna, men det tar ofta kortare tid från talk till aktion i Ukraina än i Sverige.

Det kan inget göras i Ukraina innan skriftlig avtal finns, ukrainarna bör hela tiden gardera sig för varje liten sak så det inte blir problem med myndigheterna.

Tidsuppfattningen är viktig i Ukraina, därför är det viktigt att sätta konkreta och exakta deadlines.

Det är inte nödvändigt att ha en svensk person i ledningen lokalt vid distribution och lokal försäljning, utan det är viktigt att ha en svensk person vid investeringar.

Man får mer respekt som utländsk företagsledare än i Sverige.

Ukrainsk ledarstil är auktoritär, medarbetarna tar inga egna initiativ. Alla beslut, stora som små tas av chefen.

I Ukraina går inte mjukt ledarskap eftersom personalen har svårt att ta initiativ och ansvar.

Löneförhandlingar är individuella samt det finns inga fackföreningar i Ukraina. Löneskillnaderna är större mellan de anställda än i Sverige. Vid löneförhandlingar talar man bara om nettolön, inte om brutto.

I Ukraina är nätverk viktigare än i Sverige för att göra affärer.

Alla de intervjuade och utfrågade anser inte att skillnaden mellan svensk och ukrainsk bokföring innebär några större problem för dem.

5 ANALYS

I de första fyra kapitlen presenterades information på ett så objektivt sätt som möjligt, utan inslag av egna åsikter och analyser. I detta kapitel tolkas och analyseras den information som presenterades med empirin i kapitel fyra och kopplas även samman med den teoretisk referensramen.

5.1 Företagsinvesteringar

Hälften av respondenterna (se avsnitt 4.1) exporterar varor till Ukraina. De började med den indirekt exporten, eftersom det är lägre risk, små investeringar och arbetar med mellanhänderna som redan är etablerade i Ukraina. Just nu gör respondenterna direkt investering till Ukraina. De får högre vinst än med indirekt exporten samt har kontroll över ukrainsk marknad, men deras risk blir högre än vid indirekt export.

En fjärdedel av respondenterna (se avsnitt 4.1) sysslar med produktion av varorna i Ukraina. De gör direkt investering i de ukrainska industrierna.

Oavsett att på den ukrainska marknaden förväntar respondenterna hög risknivå, bland annat valutarisk, ekonomiska och politiska risker samt ostabilt marknad, kommer svenska investerare till Ukraina. Den ukrainska marknaden har många möjligheter vilka drar till sig investerare, bland annat billig arbetskraft och råvara, lägre produktionskostnader och full kontroll över investeringar.

5.2 Investeringsmotiv

Respondenterna är gemensamma i sina uttalande om att de väljer att investera i den ukrainska marknaden eftersom Ukraina har potential samt drar till sig svenska investerare på grund av tillväxtpotentialerna som finns på marknaden. Det är bara en tredjedel av respondenterna (se avsnitt 4.2) som är missnöjda med den ukrainska marknaden jämfört med andra marknaderna.

Som sagt, i avsnitten 4.7, Ukraina har inte så hård konkurrens på sin marknad som de andra europeiska marknaderna. Det finns möjlighet för svenska företagsinvestorer att sträva efter ”lediga” marknads andelar som finns på den ukrainska marknaden.

5.3 Risker

De riskerna som uppstår hos de svenskrelaterade företagen på den ukrainska marknaden, kan samtidigt belysa hot och möjlighet för företagen. Jag anser att risker och möjligheter som inträffar investerare vid affärsverksamheten i Ukraina begränsas inte bara de risker som ingår i Graths figur 3 (se avsnitt 3.4). De kan omfatta makroekonomiska risker också, som Kotler beskriver i figur 4 (se avsnitt 3.5). Utöver de riskerna som beskrevs ovanpå kan det finnas ett antal risker som är lite mer speciella för Ukraina, t.ex. brottslighet, frihandel mellan Ukraina och Ryssland anser jag som den största hinder för investering i Ukraina.

5.3.1 Politiska risker

Den politiska risken upplevs av respondenterna som en relativt stor risk. Jag antar att de senaste åren går positiv utveckling mot en stabil marknad i Ukraina.

Det som i dag är aktuellt är risken för myndigheters ständiga lagändringar. Den svensk investerare är helt beroende av den rådande situationen i Ukraina (se avsnitt 4.3.1). Som affärsman i Ukraina är man utsatt för regeringens och myndigheters nyckfullhet. Den relativt instabila politiska situationen i Ukraina tror jag skapar ett naturligt sätt att tänka i ett kortsiktigt perspektiv och inför investeringar med långsiktigt perspektiv tas en riskpremie med i beräkningen som inkluderar ett antal möjliga risker. Det är omöjligt att förutsätta vad som kommer att hända från dag till dag. Detta kan komma att skapa en konflikt för en svensk investerare som är van vid att kunna tänka i ett långsiktigt perspektiv.

Den ukrainska lagstiftningen, som inkluderar skattereglarna, har under tiden varit föremål för många omvälvande förändringar (se avsnitt 4.3.1) och upplevs av alla respondenter som mycket nyckfull och därmed som den största risken på den ukrainska marknaden. Det är svårt även att veta om man befinner sig på rätt eller fel sida lagen på grund av svårtolkad lagtext.

De intervjuade varnar svenska företagare för att undvika sådana bolagsformer som joint-ventures, eftersom det är mer komplicerat och innebär större risker, många har blivit lurade samt undvika att starta eget företag eller öppna ett representationskontor.

Den risk som är särskilt intressant att gå igenom är risken av brottsligheten. Nu upplevs det inte av respondenter att vara ett stort problem, som den var för ett antal år sedan. Jag tror att det kan bero på att de antingen lärde att skydda sig eller hittade andra utväg. Enligt respondenter den viktigaste i Ukraina är kontakter, särskilt de politiska kontakter(se avsnitt 4.3.1).

5.3.2 Finansiella och kommersiella risker

Jag anser att de olika riskerna är beroende av varandra. De politiska risker, som anses vara ostabila, leder till att påverka de finansiella riskerna. På grund av det ostabilt lagstiftningen har de flesta investerare kortsiktiga relationer på den ukrainska marknaden. Det avspeglas i de finansiella risker, så att det ukrainska banksystemet ser fördel i att sträva efter samt tillfredsställa de klienter som har kortsiktigt perspektiv.

Många ute på den ukrainska marknaden lever kvar i det gamla sovjetiska systemet. Med tanke på hur lång tid det tagit att implementera den västerländska affärsbeteende kan jag endast spekulera i hur lång tid det kommer att ta att genomföra detta hos olika företagen samt att utbilda och motivera anställda. Jag tror för att denna implementering ska lyckas krävs internationell hjälp. Det ukrainska företag, som på ett eller annat sätt har kontakt med ett utländskt företag, kommer förmodligen att anamma det västerländska affärsbeteendet snabbare.

5.3.3 Valutarisk och inflations påverkan

Alla utländska affärer i Ukraina sker i den amerikanska valutan - dollar. I föl rasade kraftigt dollarn och den ukrainska valutan påverkades av detta. Dollarn blev svag, men på grund av att

det i fjol var det dåliga skörderesultat samt efterfrågan på livsmedelsvaran ökade, som följd av det började priserna gå upp. Det ledde till inflationsökning (se avsnitt 4.5).

Jag anser att inflationsökningen leder till att de svenska investerarna inte kommer att direkt-investera i den ukrainska produktionen, utan kommer exporten av de svenska varorna att växa.

Respondenterna uppfattar inte inflationen som någon större risk, trots att inflationsökning (se avsnitt 4.5).

5.4 Påverkan av kulturella faktorer

Det är viktigt i relationen att ha respekt för varandra oavsett affärs- eller privatrelationer. Som respondenterna påstår är personliga relationer, så kallad personligkemi i Sverige är ganska viktiga i Ukraina (se avsnitt 4.6).

Det är viktigt för den svenska investeraren att försöka så mycket som möjligt anpassa sig på den ukrainska marknaden. Respondenterna är överens om att kunna språket det är en fördel för deras partnerskapsrelationer.

Respondenterna varnar (se avsnitt 4.6) svenska företagare, som fungerar på den ukrainska marknaden om att de inte skall investera utan att vara ordentligt bekanta med landet. Det kan vara värt att ha en utsänd som lever i Ukraina ett tag innan, för att få en klarare bild av Ukraina och ukrainare (se avsnitt 4.9).

Respondenterna uppger att alla relationer, t.ex. med myndigheterna, kunderna etc., kan fungera bra om man har kunnig personal i Ukraina, som vet hur de kontakterna bör skötas.

5.5 Den ukrainska infrastrukturen

Ukraina hade ärvt av före detta Sovjet Union de gamla tekniska utrustningar av infrastrukturen: flyg-, bil- och sjötransporter.

De första investeringar, som kom på ukrainsk marknad vid några stabila år 1996 – 1997, användes för att skapa och renovera den gamla infrastrukturen (se avsnitt 4.5).

Den ukrainska infrastrukturen, enligt respondenternas uppfattning, önskas blir bättre (se avsnitt 4.7), men ändå verkar den fungera tillfredställande.

5.6 Frihandel mellan Ukraina och Ryssland

Den risk, som uppstår vid frihandel mellan Ukraina och Ryssland, är intressant att studera. På ytan kan man inte se någon risk endast möjligheter. Under ytan finns ett isberg som dyker upp vanligtvis i olämpliga situationer, dessa finns det gott om på den ukrainska marknaden.

Jag kan jämföra den ukrainska marknaden med båten ”Titanic”. Kapten – den ukrainska regeringen vet att båten – marknaden, inte kommer att tåla de isberg som kan finnas under ytan. Ändå vill han inte acceptera det – den ukrainska regeringen ser bara positiva faktorer som förväntar Ukraina vid frihandel med Ryssland, bland annat att kvaliteten är hög på varan, den har ett lågt pris (se avsnitt 4.8). Till slut går ”Titanic” i sin sista resa – regeringen skriver

under avtalet mellan Ukraina och Ryssland. Med andra ord vet den ukrainska regeringen säkert att Ryssland har bättre förmåner att erbjuda de utländska investerarna än Ukraina (se avsnitt 4.8), men ändå skriver de under avtalet. Det leder till att direkt investering i de ukrainska industrierna kommer att minska samt exporten av de ryskproducerade varorna med utländsk investering kommer att ökas. Det kan också leda till att direkt investering i den ukrainska marknaden kommer att försvinna. Men den ukrainska marknaden är ingen båt och efter eventuella misslyckanden, kan det hända att den sjunkande båten kan komma upp till ytan igen och åka vidare mot framtiden med positiva förutsättningar.

6 SLUTSATSER, FORTSATT FORSKNING

I detta avslutande kapitel presenteras de slutsatser som jag har kommit fram till utifrån analysen. I kapitel besvaras frågan som uppstod i avsnitt 1.2 Problemformulering.

Uppsatsen syfte var att *belysa risker och möjligheter, som uppstår hos svenska företagare på den ukrainska marknaden*. Jag har uppnått syften genom att betrakta en studie i det ukrainska affärsklimatet som genomfördes bland företag som bedriver affärsverksamhet på den ukrainska marknaden. Jag tror att de svenska företagarna inte kan sitta och vänta på att allt ska komma på plats. De måste handla nu, trots svårigheter som faktiskt finns på den ukrainska marknaden. Min uppfattning är att de företag som är verksamma i Ukraina är positiva och optimistiska inför framtiden. Detta bidrar till att tro på landet som enligt min egen uppfattning är en potentiellt mycket intressant marknad för Sverige.

Enligt Kotler, kan en faktor vara så positiv som negativ. De risker och möjligheter som jag kom fram till, kan samtidigt representera hot och möjlighet för de svenska företag som investerar i den ukrainska marknaden.

Risker och Möjligheter

I början av en investering uppstår de första riskerna hos de svenska investerarna på marknaden i Ukraina. Vid exporten innebär lägre risker än vid direkt investering, men de företagen som direkt investerar i den ukrainska industrin får högre vinst än de företag som exporterar varor i Ukraina.

Ukraina har goda tillväxtmöjligheter men man beaktar det faktum att landet fortfarande är nybildad makroekonomi.

Investeringsmotiv består av möjligheter med vilka den ukrainska marknaden drar till sig de svenska investerarna:

- den stora marknaden
- verksamheter som växer upp
- flera branscher med liten konkurrens
- billig och kvalificerad arbetskraft
- hög lönsamhet, jämför med andra marknader
- billiga råvaror och halvfabrikat
- lönerna är lägre än i Sverige
- fria ekonomiska zoner
- svenska företagare har lämpliga produkter för den ukrainska marknaden
- svenska företagare har stor erfarenhet att erbjuda de ukrainska företagare

Den politiska risken är en av de största riskerna som utgör hinder för att göra affärer i Ukraina.

Den otillräckliga lagstiftningen och problem med myndigheter gör att de flesta av svenska investerare har korta relationer i Ukraina.

Finansiella och kommersiella risker kan betraktas både som en möjlighet och risk. Risken uppstår när svenska företagare vill ha långa affärsrelationer på marknaden i Ukraina. Då fungerar det ukrainska banksystemet på ett icke tillfredställande. På kort sikt perspektiv blir det en möjlighet för svenska investerare.

Kommersiella risker betraktas som en möjlighet när det handlar om betalningsförmåga hos de ukrainska företagen. Andra kommersiella risker inträffas under arbetsgång, de ukrainska företagen är inte alltid pålitliga vid partnerskapsarbete.

Valutarisk, i fallet med den ukrainska marknaden, anses inte som en risk snarare tvärtom som en möjlighet eller tilldragande faktor för de svenska företagen, t.ex. det är löneläget i Ukraina.

Inflationen är både positiv, om den är under kontroll, och negativ, om den växer kraftigt. Det är bra med växande inflation eftersom den under tiden gynnar produktion och återupplivning av ekonomisk effektivitet. Inflationsökning leder till ökning av varupriser som i sin tur leder till att ökas extra vinst eftersom inköpspriser är låga.

Man bör anta kulturella faktorer som de är samt försöka dra fördel av dem eftersom brist på kulturella kunskaper kan leda till att de svenska investeringarna som kom och kommer på den ukrainska marknaden kan misslyckas. Jag anser att kunnighet i de ukrainska kulturella faktorerna, som en fördel och möjlighet i affärsverksamheten vilken kan hjälpa vid behov. I Stockholm och Kiev finns också Exportrådet som hjälper svenska företagare. Där finns samlad kompetenta specialister inom många områden.

Den ukrainska infrastrukturen anses inte vara motbjudande för svenska företagare. Generellt har Ukraina bra infrastruktur och tillgång till sjöfart över Svarta Havet. Till och med gränsar Ukraina med Ryssland och EU länder.

Jag anser att frihandel mellan Ukraina och Ryssland är den största risken som uppstår just nu för svenska företag. Oavsett de risker som jag har beskrivit ovanpå har de svenska företagen investerat i och exporterat till Ukraina, men just nu tror jag att läget ändrats. Svenska företag skulle vilja investera i den ukrainska industrin, om det finns en annan mer tillfredställande rysk marknad. Jag hoppas bara på en sak att allting tar längre tid i Ukraina, med andra ord tar det mycket tid tills avtalet om frihandel mellan Ukraina och Ryssland träder i kraft. Så har de svenska företagen, som befinner sig just nu på den ukrainska marknaden och de vilka planerar att komma dit, tid för att anpassa sin verksamhet till de förändringarna vilka kommer att äga rum.

Jag anser att den ukrainska marknaden har brett verksamhetsfält. Det kan vara intressant att göra en jämförande studie mellan ett eller flera av de småsvenska företagen vilka vill etablera sig på de marknaderna i Sverige och i Ukraina. Efteråt kan man jämföra de eventuella riskerna och möjligheterna som uppstår hos de svenska företagen vid etablering på de svenska respektive ukrainska marknaderna.

I Ukraina pågår fortfarande en oerhörd och många gånger komplicerad förändringsprocess. Jag är säker på att ingen kan lämna svar på alla frågor. Det krävs också mycket tid och praktisk talang, förnuft och idériedom, djärighet och försiktighet för att lyckas på den ukrainska marknaden.

Och sist men inte minst, *man måste ha tålamod – allt tar tid.*

KÄLLFÖRTECKNING

Litteratur:

Borch, L., 2002, *Investering i Ukraina*, Znannja, Kiev

Christensen, L., Andersson, N., Carlsson, C., Haglund, L., 1998, *Marknadsundersökning - en handbok*, Studentlitteratur, Lund

Exportrådet, 2003, *Marknadsintroduktion Ukraina*, Swedish Trade Council, Sverige

Exportrådet, 2002, *Studie i affärsklimat Ukraina*, Swedish Trade Council, Kiev

Grath, A., 1999, *Företagets utlandsaffärer*, Industrilitteratur AB, Stockholm

Holme, I. M., Solvang, K. B., 1997, *Forskningsmetodik om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund

Johansson S. G., Norrbom C., 2000, *Studieguide till Marketing Management av Philip Kotler*, Natur och Kultur, Stockholm

Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J., 2002, *Principles of Marketing*, Pearson Education Limited, England

Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., Saunders, J., 2002, *Principles of Marketing*, William publishing, Kiev, Moscow

Lekvall, P., Wahlbin, C., 1998, *Information för marknadsföringsbeslut*, IHM Förlag, Göteborg.

Mahovikov, G., et. al., 1998, *De internationella investering och upphandling*, Znannja, Kiev

Mattsson, H.M., 2000, *Internationell Affärsutveckling*, Affärlitteratur, Linköping.

Olve, N-G., 1988, *Företag köper företag*, Mekanförbundets förslag, Uppsala.

Persson, I., Nilsson, S-Å., 1999, *Investeringsbedömning*, Liber Ekonomi, Malmö.

Systematisk ukrainsk lagstiftningssamling, 18/03 2002, Buhalteria

Systematisk ukrainsk lagstiftningssamling, 22/04 2002, Buhalteria

Artiklar:

Chinkarenko, I., Horochkovskij, V., *"Jag gör insats på små och medel stora företagare"*, Business, Nr 10 10/03 2003

Gulanskij, L., *"Letar efter den bästa, Business "*, Nr 27 7/7 2003

Petersson, Å., *"Vi följer inte immigrations politik i Ukraina"*, Business, Nr 26 30/06 2003

Pichenko, V., et al., *"...om investering och lån"*, Business Nr 6 10/02 2003

Rubchenko, M., *"Tar alla barriärer bort"*, Business, Nr 41, 13/10 2003

Semenov, S., *"När jag kommer att bli stor"*, Business , Nr 27 7/7 2003

Serov, V., Loguch, Y., *"Om någon hade tänkt investera i Ukraina, då nu kommer att inte göra det"*, Business, Nr 39, 29/9 2003

Skolotjanij, Y., *"Sverige: på två sidor av euro"*, Business, Nr 36 8/09 2003

Smirnov, K., *"Ändring av klimaten eller istid"*, Business, Nr 40 6/10 2003

Internet:

<http://www.swedishtrade.se>, 2003-11-11

<http://www.home.swipnet.se/svuk/ukraina.htm>, 2003-11-19

<http://www.sida.se/Sida/jsp/polopoly.jsp?d=239>, 2003-11-19

<http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>, 2003-12-07

<http://www.skatteverket.se> , 2004-01-06

<http://www.hem.passagen.se/> , 2004-01-09

<http://www.ukrainaemb.se>, 2004-01-11

Bilaga 1:

Ur ukrainsk lag ”Om företags beskattningssystem”:

Kapitel 14: Statliga skatter och avgifter:

1. Till statliga tillhör följande skatter och avgifter:
 - 1) Moms
 - 2) Kaccisavgift
 - 3) Vinstskatt
 - 4) Vinst skatt för fysiska personer
 - 5) Tullavgift
 - 6) Fastighetskatt
 - 7) Markskatt
 - 8) Ränta avgift
 - 9) Transportfordons avgift
 - 10) Näringsgren avgift
 - 11) Avgift på geologisk undersökningsarbete
 - 12) Avgift för speciell användning av naturtillgångar
 - 13) Avgift för miljöförorening
 - 14) Chernobilsfond avgift
 - 15) Försäkringsavgift
 - 16) Pensionsfondavgift
 - 17) Innovationsfondavgift
 - 18) Avgift för licensering
 - 19) Jordbruksavgift
 - 20) Engångsavgift vid ukrainsk gräns
 - 21) Stämpelavgift
 - 22) Avgift för utveckling av vinodling och trädgårdsodling

Kapitel 15: Lokala skatter och avgifter:

1. Till lokala skatter tillhör följande:
 - 1) Reklamskatt
 - 2) Kommunalskatt
2. Till lokala avgifter tillhör följande:
 - 1) Hotel avgift
 - 2) Parkeringsavgift
 - 3) Marknadsavgift
 - 4) Kurortavgift
 - 5) Avgift av lokalsymbolanvändning
 - 6) Transitavgift för transportfordon
 - 7) Företagsavgift
 - 8) Avgift av hundägare
 - 9) Auktionsavgift
 - 10) Avgift för genomförande tagningar på filmer
 - 11) Hästkapplöpningavgift
 - 12) Avgift på vinsten av hästkapplöpning
 - 13) Casino avgift
 - 14) Avgift på vägbanor

Bilaga2:

Lagstiftning

- Aktiebolagslagstiftning
- Skattelagstiftning
- Avtalsrätt
- Investeringar

1. I vilken utsträckning bedömer du att aktiebolagslagen efterlevs i Ukraina?
2. I vilken utsträckning bedömer du att skattelagen efterlevs i Ukraina?
3. I vilken utsträckning anser du att avtalsrätten efterlevs i Ukraina?
4. Anser du att Ukraina har en lagstiftning som är fördelaktig för utländska investeringar?
5. Orsakar ofta återkommande förändringar i lagarna ett problem för dig med att anpassa verksamheten därefter?

Ekonomi och finansiering

- Momsåterbetalning
- Bokföring
- Bank
- Skatter

5. I vilken utsträckning bedömer du att återbetalning av moms fungerar i Ukraina?
6. Hur bedömer du betalningsförmågan hos ukrainska företagare?
7. Anser du att skillnaden mellan den svenska och den ukrainska bokföringen leder till problem för verksamheten?
8. Vad anser du om vinstbeskattningen i Ukraina?

10a. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på tillgång till kortfristiga krediter?

10b. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på tillgång till långfristiga krediter?

10c. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på tillgång till fördelaktiga korta räntor?

10d. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på tillgång till fördelaktiga långa räntor?

10e. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på interna transaktioner?

10f. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på internationella överföringar?

10g. Hur fungerar det ukrainska banksystemet med avseende på insättargaranti?

11. Hur påverkar valutakurssystemet din affärsverksamhet?

12. Hur påverkar inflation i Ukraina din affärsverksamhet?

Etableringsvillkor

- Möjlighet att hyra/köpa lokaler eller mark
- Tull
- Infrastruktur

- Tillgång till personal
- Informations utbud
- Myndighetskontakter
- Språkkunskaper

13. Vad är din bedömning av etableringsprocessen för ditt företag i Ukraina (exempelvis bolagsbildning, registrering etc).?

14a. Hur bedömer du att det är att hyra mark i Ukraina?

14b. Hur bedömer du att det är att hyra fabrik och lager i Ukraina?

14c. Hur bedömer du att det är att hyra kontor i Ukraina?

14d. Hur bedömer du att det är att hyra teknisk utrustning i Ukraina?

15a. Hur bedömer du att det är att köpa mark i Ukraina?

15b. Hur bedömer du att det är att köpa fabrik och lager i Ukraina?

15c. Hur bedömer du att det är att köpa kontor i Ukraina?

15d. Hur bedömer du att det är att köpa teknisk utrustning i Ukraina?

16. Hur anser du att den ukrainska förtullningsprocessen fungerar?

17a. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på bilvägar?

17b. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på flygtransporter?

17c. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på sjötransporter?

17d. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på post?

17e. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på fast telefoni?

17f. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på mobil telefoni?

17g. Hur anser du att infrastrukturen i Ukraina fungerar med avseende på Internet?

18. Hur bedömer du att det är att hitta kompetent personal i Ukraina?

19. Är löneläget i Ukraina ett argument för att flytta dit produktionen?

20. Hur bedömer du att det är att hitta pålitliga samarbetspartners i Ukraina?

21. Visar dina erfarenheter på att varierande språkkunskaper hos de ukrainska affärsmännen utgör ett hinder för affärssamarbete?

22. Hur bedömer du att det är att få information i Ukraina från/om andra företag?

23. Hur bedömer du att det är att få information från myndigheter i Ukraina?

24. Hur påverkar den svarta sektorn av ekonomin i Ukraina lönsamhet för ditt företag?

25. Påverkar brottsligheten i Ukraina din affärsverksamhet?