

GOST AUTOR

Kako Srbija može da iskoristi novi zamah nemačke privrede

Mihael Šmit, direktor Delegacije nemačke privrede za Srbiju, Makedoniju i Albaniju

U cilju analize stvarnih i potencijalnih angažmana nemačke poslovne zajednice u Srbiji kao prodajnom tržištu i/ili proizvodnoj lokaciji, trebalo bi razmotriti dva aspekta: prvo, status quo trgovinskih i investicionih odnosa i procenu Srbije kao poslovne lokacije od strane kompanija operativnih na njenoj teritoriji; drugo, trenutno stanje i dinamiku same nemačke privrede i moguće implikacije na bilateralne ekonomske odnose Srbije i Nemačke.

Nemačka poslovna zajednica u Srbiji ustanovljena je na dobroj osnovi

Sa godišnjim prometom od oko 2 milijarde evra, Nemačka je najvažniji trgovinski partner Srbije u EU. Trgovinska struktura je relativno raznovrsna i odražava komplementarnu prirodu dve privrede: dok Nemačka snabdeva Srbiju mašinama, hemikalijama i vozilima, Srbija snabdeva nemačku industriju važnim polugotovim proizvodima i sirovinama, pretežno metalom i poljoprivrednim proizvodima. Uvoz iz Nemačke, u meri u kojoj obuhvata sofisticirane mašine za sektore kao što su automobilska industrija, elektronika, energetika, prerađivačka industrija, mašine za građevinsku industriju, doprinosi u srednjem i dugom roku poboljšanju konkurentnosti srpskih kompanija a time i povećanju izvoza iz Srbije.

Nemačke kompanije su do sada investirale oko 1,5 milijardi evra u Srbiju. Posebno ohrabruje činjenica da je priroda i struktura ovih investicija nedavno dobila na većoj raznovrsnosti: nakon prvog talasa tržišno orijentisanih investicija do 2006 godine, kojima su nemačke kompanije kupile postojeće kompanije u cilju snabdevanja lokalnog i regionalnog tržišta (npr. Messer, Henkel, Nordzucker, Knauf, KnaufInsulation, Stada), ulaganja u proizvodna postrojenja globalnih lanaca ponude povećala su se u poslednjih nekoliko godina (Siemens, Draexlmaier, Leoni, Grammer, Falke itd). Dok je prva kategorija investicija donekle ograničena veličinom lokalnog tržišta i/ili postojećih postrojenja i količinom sirovina, druga, bar

teorijski, otvara mogućnost za gotovo neograničenim potencijalom rasta ako se uzmu u obzir ograničenja na tržištu rada, infrastruktura i institucionalno okruženje.

Već sada, oko 400 nemačkih kompanija sa nemačkim kapitalom zapošljava više od 20.000 ljudi u Srbiji. Veliki broj tih kompanija su među 180 članica Nemačkog privrednog udruženja u Srbiji (Deutsche Wirtschaftsvereinigung in Belgrad (DWB)), koje je u martu ove godine sprovele svoju šestu godišnju anketu o poslovnom okruženju u Srbiji.

Ova anketa, u kojoj su učestvovala 72 kompanije članice, predstavlja kritički osvrt na opštu ekonomsku situaciju u Srbiji. Prema njoj, 67% anketiranih smatra da je opšta ekonomska situacija loša. Bez obzira na negativnu ocenu opšte ekonomske situacije, 86% ispitanih kompanija smatra sopstveno poslovanje dobrim odnosno zadovoljavajućim, 67% očekuje veću prodaju a 52% predviđa veći profit u 2011. Ova pozitivna očekivanja takođe se ogledaju u planovima za investiranje i zapošljavanje. Investicioni planovi u 2010. su već premašili očekivanja kada je više od trećine anketiranih kompanija povećalo svoje investicione aktivnosti (prema prošlogodišnjoj anketi samo 17% kompanija je planiralo ekspanziju). Ovogodišnja anketa potvrđuje pozitivan trend: 36% ispitanika planira dodatna ulaganja a 42% planira da zaposli veći broj ljudi u 2011. u odnosu na prethodnu godinu. Skoro 80% ispitanika ponovo bi izabralo Srbiju kao svoju poslovnu lokaciju. Iako se Srbija tradicionalno dobro kotira u ovoj kategoriji, posebno ako se uporedi sa zemljama u okruženju (Makedonija 65%), predstavnici Nemačke poslovne zajednice u Srbiji nisu zadovoljni određenim aspektima poslovnog okruženja. Pored problema u izmirivanju dospelih obaveza poslovnih partnera i ograničenja po pitanju radne snage u pogledu kvalifikacija i dostupnost kadrova, anketirani ispitanici pridaju najveći značaj onim oblastima u kojima prepoznaju potrebu i prostor za značajna unapređenja – pravna sigurnost, borba protiv kriminala i korupcije i efikasnost javne uprave.

Mogućnosti i opšta slika budućeg stanja

Pored značajnih investicija nemačkih kompanija koje posluju na ovoj teritoriji, Srbiji je potreban svež investicioni priliv i intenziviranje trgovinskih veza sa Nemačkom kako bi razvila svoju industrijsku bazu i učvrstila dugoročnu makroekonomsku stabilnost. Preduslovi za to sada su mnogo povoljniji nego prethodnih godina.

Nemačka privreda je u 2010. zabeležila rast BDP od 3,6% dok se prognoze za 2011. i naredne godine konstantno prilagođavaju uzlaznom trendu. Zahvaljujući strukturnim reformama, niskim jediničnim troškovima radne snage, konkurentnim proizvodima i jakoj domaćoj tražnji, koja već učestvuje sa dve trećine u opštem privrednom rastu, rast nemačke privrede je snažan i očekuje se da će nastaviti kretanje dinamičnom trasom i u narednim godinama. Od ekonomije sporog rasta sa padom domaće tražnje, Nemačka je prerasla u „lokomotivu“ evropske privrede. Srbija je već zabeležila posrednu korist ovog razvoja u 2010. godini kada je izvoz njene robe na nemačko tržište porastao za 21%. Kako bi u većoj meri učestvovala u ovom rastu, Srbija mora da privuče više investicija, pre svega iz Nemačke, posebno u sektor proizvodnje. Preduslovi za to su relativno dobri.

Prema nedavnoj anketi Nemačke industrijske i trgovinske komore (DIHK), sprovedenoj među 6.000 industrijskih kompanija, 44% anketiranih planira povećanje svojih investicija u inostranstvu (u poređenju sa 26% u 2010). Posebno velike (68%) i srednje kompanije sa preko 200 zaposlenih (55%), planiraju veću ekspanziju na inostrano tržište nego ikada ranije. Po prvi put Kina je prestigla EU-15 kao željena investiciona destinacija (43% u poređenju sa 40% ispitanika). Četvrtina anketiranih kompanija želi da investira u Rusiju, Ukrajinu, Jugoistočnu Evropu (uključujući Srbiju) i u Tursku.

Važno je napomenuti da se motivacija za investiranje u svetsku privredu i privredu Jugoistočne Evrope značajno promenila tokom poslednjih godina. Međutim, u periodu 2003-2004 godine, kada su zabeležena značajna

ulaganja nemačke privrede u Centralnu i Istočnu Evropu (koja se uglavnom zaobišla Srbiju), 42% kompanija motivisalo je svoje investicione aktivnosti preseljenjem proizvodnje i uštedom troškova. U 2011. godini, situacija se drastično izmenila. Nove članice EU i zemlje Istočne Evrope postale su relativno manje značajne investicione lokacije. Glavni motiv za investiranje sada je usmeren na poboljšanje prodaje i korisničkih servisa (43% kompanija) kao i na uspostavljanje proizvodnje u inostranstvu radi dobijanja pristupa tržištu (35% kompanija). Kako bi ostvarila dobit od investicija nemačkih kompanija, za Srbiju je sada još važnije da se predstavi kao dinamično i stabilno tržište i kao centar distribucije i proizvodnje u regionu Jugoistočne Evrope. Pouzdane i dugoročne strategije za razvoj infrastrukture i integracija Srbije u regionalnu privredu i privredu EU, stoga su od ogromnog značaja. Strategija za promociju ulaganja, zasnovana na faktorima troškova kao što su niski porezi i subvencije, jeste dobra ali nedovoljna.

Zaključak

Kako bi u većoj meri iskoristila buduću potencijal, Srbija mora da podrži izvozno orijentisanu privredu da bi omogućila svoje učešće u budućem privrednom rastu Nemačke i Evrope u celini. Pružanje finansijske pomoći srpskim kompanijama u cilju povećanja konkurentnosti i uspostavljanja novih kanala distribucije, npr. uspešno učešće na trgovinskim sajmovima u Nemačkoj, trebalo bi kombinovati sa naporima da se poboljša imidž Srbije kao zanimljive poslovne destinacije. Pored toga, potrebno je i sveobuhvatnije razumevanje promena u motivaciji preduzeća za investiranje u Srbiju. Investicije nemačkih proizvodnih kompanija u Srbiji mogu biti pokretačka snaga rasta izvoza na najveće tržište EU. Upravo zahvaljujući jednom broju velikih investicija ove vrste, Srbija je u 2010. godini ostvarila suficit u trgovini sa jakim privrednim regionom Bavarske. Ne postoji nijedan razlog da se ovaj razvojni trend ne proširi na druge regione i na Nemačku u celini.