

PRIVLAČNOST HRVATSKE ZA NJEMAČKE ULAGAČE

ATTRACTIVITY OF CROATIAN MARKET FOR GERMAN INVESTORS

Mr. sc. Željka Hak, PR & Marketing Manager
Njemačko-hrvatska industrijska i trgovinska komora
Zemenhoffova 2, 10000 Zagreb
e-mail: zeljka.hak@ahk.hr

UDK 339.727.22(497.5)

Ključne riječi:

izravna strana ulaganja, greenfield ulaganja, administrativne ulagačke prepreke

Sažetak

Izravna strana ulaganja u današnjim uvjetima sve snažnije konkurencije i globalizacije postaju sve važnije sredstvo razvoja svjetskog i nacionalnih gospodarstava. Kroz strana ulaganja nacionalna gospodarstva mogu u većoj mjeri iskoristiti i aktivirati svoj potencijal, te indirektno generirati rast gospodarstva. Kao posljedica dugogodišnjih i tradicionalno dobrih njemačko-hrvatskih gospodarskih odnosa, danas je Njemačka drugi najveći strani ulagač u Hrvatskoj. Danas unatoč još uvijek prisutnim administrativnim preprekama sve veći broj njemačkih poduzeća pokazuje interes za širenjem poslovanja na hrvatsko tržište. Cilj rada je prikazati atraktivnosti Republike Hrvatske kao odredišta za strana ulaganja. Pri tome je poseban naglasak stavljen na ulaganja iz Njemačke.

Key words:

Foreign direct investment, greenfield investment, investment barriers

Summary

Today in conditions of strong competition and globalization importance of foreign direct investments shows a growing trend for global economy. Foreign direct investments enable national economies to use and activate their potential and generate economic growth indirectly. As result of traditionally intensive German-Croatian economic relations, Germany is the second largest investor in Croatia. Despite still present administrative investment barriers a growing number of German companies shows interest for entering the Croatian market. The main purpose of this article is to show attractiveness of the Croatian market for foreign investors in general and specially for German investments.

1. UVOD

U današnje vrijeme međunarodna poduzeća uslijed rastuće globalne konkurencije, dinamičnog razvoja tehnologije i komunikacijskih sustava te sve veće integracije tržišta, na stranim tržištima traže nove tržišne prilike ili povoljnije uvjete za proizvodnju. Stoga su izravna strana ulaganja u suvremenim uvjetima poslovanja važan čimbenik razvoja ukupnog svjetskog, ali i nacionalnog gospodarstva pojedinih zemalja.

2. DEFINICIJA I ULOGA STRANIH ULAGANJA

Pod pojmom *izravna strana ulaganja* podrazumijevaju se sva ulaganja stranaca (nerezidenata) u domaće vlasničke vrijednosnice¹. Cilj izravnih stranih ulaganja je stvaranje stalnog aktivnog ekonomskog interesa koji sadrži težnju ulagača da kroz kontrolu i upravljanje ostvaruje profit na uloženi kapital. Glavno obilježje stranih ulaganja je da strani ulagač kroz svoju ulogu stječe pravo vlasništva, mogućnost upravljanja te pravo kontrole poslovanja². Glavne prednosti stranih ulaganja su priliv svježeg kapitala i otvaranje novih radnih mjesta te transfer tehnologije. Ulaskom stranih tehnologija, novih znanja i upravljačkih vještina povećava se efikasnost i konkurentna sposobnost domaćih poduzeća. Strana ulaganja potiču konkurenciju na domaćem tržištu i kroz otvaranje novih izvoznih prilika omogućuju uključivanje zemlje odrednice kapitala u globalne gospodarske aktivnosti. Nadalje, izravna strana ulaganja mogu komplementirati proizvodnju domaćih poduzeća i tako unaprijediti njihovu efikasnost poslovanja. Uz izravne učinke stranih ulaganja postoji i niz neizravnih prednosti, koje bez stranih ulaganja i internacionalizacije poslovanja međunarodnih poduzeća ne bi bile moguće. Unatoč brojnim prednostima koje generiraju strana ulaganja, njihov učinak na nacionalno gospodarstvo može biti negativan. Problemi se javljaju kada međunarodna poduzeća na domaćem tržištu posluju s neadekvatnim ili nezadovoljavajućim zdravstvenim ili sigurnosnim standardima, ako nekontrolirano iskorištavaju prirodne resurse i zagađuju okoliš. Pogotovo u malim gospodarstvima nekontrolirani priliv stranih ulaganja može utjecati na ukupna društvena i gospodarska kretanja. Nekontrolirano pritjecanje stranog kapitala može se negativno odraziti na tečaj domaće valute i

vanjskotrgovinsku razmjenu. Problemi se mogu također javiti kada strani ulagači ulaze u javni sektor, npr. zdravstvo ili kulturna dobra, i bez nadzora upravljaju strateškim aktivnostima. Stoga se mnoge zemlje zakonskim propisima nastoje zaštititi. Kako bi se generirale prednosti koje strana ulaganja donose te istovremeno izbjegli eventualni štetni učinci, za nacionalna gospodarstva je važno naći pravu mjeru između poticanja i ograničavanja stranih ulaganja. Kao posljedica navedenih trendova, značaj problematike privlačenja stranih ulaganja i stvaranja atraktivnog tržišnog okruženja za strane ulagače postaje također sve važniji element razvoja hrvatskog gospodarstva.

3. HRVATSKA KAO CILJNO TRŽIŠTE ZA STRANA ULAGANJA

Kao novonastala država, Hrvatska je početkom 90-ih godina prošlog stoljeća bila prisiljena uključiti se u svjetska gospodarska kretanja. Nakon početne stagnacije stranih ulaganja uvjetovane ratnim zbivanjima i nestabilnim političkim i gospodarskim uvjetima, interes stranih ulagača za Hrvatskom kao ciljnim tržištem za širenje poslovanja počeo je rasti. U razdoblju od 1993. do kraja 2004. godine, strana su poduzeća u Hrvatsku uložila 10,7 mlrd. US\$. S udjelom od 20%, tj. ukupnim ulaganjima u vrijednosti 2,14 mlrd. US\$, Njemačka je iza Austrije drugi najveći strani ulagač u Hrvatskoj³.

Općenito može se primijetiti da se na hrvatskom tržištu trenutno događa dinamičan razvoj kojeg strana poduzeća žele iskoristiti pri širenju svog poslovanja. Činjenica da u većini zemalja koje tradicionalno najviše ulažu u Hrvatsku vlada recesija, ide u prilog atraktivnosti Hrvatske u ulogu ciljnog tržišta za strana ulaganja. Za Hrvatsku se time otvara prilika da iskoristi svoj povoljan zemljopisni položaj, svoje kvalitetne i visokoobrazovane ljudske potencijale i još uvijek niže troškove proizvodnje te da kroz stvaranje povoljnih pravnih, gospodarskih i institucionalnih uvjeta formira privlačnu ulagačku klimu koja će potaknuti strane ulagače za ulazak na hrvatsko tržište.

Prikazana SWOT analiza daje pregled najvažnijih snaga, slabosti, prilika i prijetnji Hrvatske kao ciljnog tržišta za strane ulagače.

Tablica 1. SWOT analiza konkurentnosti hrvatskog gospodarstva

S - SNAGE	W - SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Geografski položaj i prometna povezanost • Visokoobrazovani i kvalitetni ljudski potencijali • Niži troškovi proizvodnje u odnosu na zapadnoeuropske zemlje i mnoge zemlje Srednje i Istočne Europe • Relativno stabilno političko i gospodarsko okruženje • Stabilni i relativno dobro razrađeni bankovni sustav s velikim udjelom stranih banaka povećava povjerenje stranih ulagača • Tradicija u određenim granama industrijske proizvodnje (npr. brodogradnja, proizvodnja alatnih strojeva i sl.) • Dugogodišnja tradicija i veliki potencijal u turizmu • Blizina, kulturna povezanost i jezična sličnost sa susjednim tržištima Srbije, Crne Gore, Makedonije i sl. gdje su okvirni uvjeti manje stabilni • Veliki potencijali u poljoprivredi • Očuvani okoliš 	<ul style="list-style-type: none"> • Neučinkovit pravni sustav • Komplicirana i dugotrajna administracija i birokracija • Korupcija u poslovanju i državnoj administraciji • Nedovoljno izgrađena prometna infrastruktura • Neriješeni imovinskopravni odnosi i nesređene zemljišne knjige • Poteškoće u privatizaciji državnih poduzeća • Dugotrajni procesi odlučivanja u Vladi i ministarstvima • Proračunski i vanjskotrgovinski deficit • Nedostatak ulaganja u naprednije proizvodne faktore, i u istraživanje i razvoj • Zastarjela tehnologija u mnogim industrijskim granama
O - PRILIKE	T - PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Na temelju SSP-a s EU hrvatski će se pravni sustav morati uskoro prilagoditi standardima EU • Dinamična kretanja u gospodarstvu predstavljaju poticaj za ulazak stranih ulagača • Članstvo u WTO-u, CEFTA-i i EFTA-i dat će hrvatskom gospodarstvu razvojne impulse • Iz nedovršene privatizacije u turizmu i nekim drugim sektorima proizlaze prilike za zainteresirane strane ulagače • Visoka ulaganja u infrastrukturne projekte koji bi se prema svim prognozama trebali nastaviti i u budućnosti prilika su pogotovo za građevinska poduzeća • Normalizacija odnosa i intenzivnija gospodarska suradnja s ostalim zemljama bivše Jugoslavije • Recesija u zapadnoeuropskim zemljama tjera sve više poduzeća na internacionalizaciju poslovanja • Stabilnost u regiji i uspostava učinkovite suradnje sa susjednim zemljama • Liberalizacija trgovine kao potpora poticanju izvoza • Jezične i kulturne sličnosti sa susjednim tržištima bivše Jugoslavije omogućuju djelovanje na tim tržištima iz sigurnijeg poslovnog okruženja 	<ul style="list-style-type: none"> • „Odliv mozgova,“ • Negativan utjecaj političkih odluka i sukoba unutar vladajuće koalicije na kretanja u gospodarstvu • Politički sukobi oko privatizacije državnih poduzeća (npr. Sunčani Hvar, INA) smanjuju povjerenje stranih ulagača • Animizitet hrvatskog stanovništva i lokalnih vlasti prema stranim ulaganjima može otežati ili čak onemogućiti ostvarivanje pojedinih investicijskih projekata • Barijere pri ulasku stranih ulagača • Pad konjunktura svjetskog gospodarstva • Nekonkurentnost hrvatske industrije na globalnom tržištu • Deficit platne bilance • Neučinkovite vladine mjere za poticanje ulaganja

Izvor: Hak, Ž.: „Hrvatska kao ciljno tržište za njemačke ulagače“, Magistarski rad, Ekonomski fakultet - Zagreb, studeni 2004., str. 22

Unatoč relativno povoljnim okvirnim uvjetima, strana se poduzeća pri svojim ulagačkim pothvatima i poslovanju u Hrvatskoj nažalost susreću s brojnim problemima koji negativno utječu na atraktivnost Hrvatske u ulozi ciljnog tržišta za strane ulagače. Glavne ulagačke prepreke su još uvijek pravna nesigurnost, neučinkovitost pravnog sustava i sudstva, sporo rješavanje sudskih sporova, komplicirani administrativni postupci i netransparentnost u procesu privatizacije.

Kako bi se potaknuo gospodarski razvoj i iskoristio potencijal Hrvatske kao ciljnog tržišta za strana ulaganja, hrvatska će Vlada morati dosljedno pristupiti uklanjanju ulagačkih prepreka i poboljšanju ulagačke klime. S obzirom na činjenicu da su hrvatskim proizvodnim poduzećima za povećanje konkurentnosti i opstanak na tržištu potrebna nova i moderna tehnološka rješenja, različiti oblici strateške suradnje i saveza sa stranim partnerima su neizbježni.

Iz detaljne analize stranih ulaganja u Hrvatskoj, vidljivo je da problem nije toliko u ukupnoj visini stranih ulaganja, koliko u njihovoj strukturi. Strana ulaganja u Hrvatsku danas još uvijek uglavnom dolaze kroz privatizaciju državnih poduzeća, a ne kao *greenfield* ulaganja koja generiraju direktno novu proizvodnju, radna mjesta i prateće pozitivne učinke na gospodarski razvoj. Do sada je veliki dio prihoda iz privatizacije državnih poduzeća odlazio u financiranje potrošnje i saniranje proračunskog deficita, a ne u povećanje proizvodnje i zaposlenosti. Kako bi Hrvatska u budućnosti privukla *greenfield* ulaganja, prijeko su potrebne Vladine reforme. Unatoč činjenici što se malo i srednje poduzetništvo smatra jednim od glavnih katalizatora gospodarskog rasta i činjenici da su upravo srednja europska poduzeća najsklonija internacionalizaciji poslovanja, ovaj se segment poduzetništva u Hrvatskoj još uvijek nedovoljno potiče. Zakonska regulativa i implementacija propisa u praksi još uvijek nisu prilagođeni stvaranju poticajne ulagačke klime i veliki broj sada uspješnih stranih ulaganja ostvaren je uz velike poteškoće s državnom administracijom i nedovoljnu potporu mjerodavnih državnih institucija.

Kao što je vidljivo iz navedene SWOT-analize Hrvatska u odnosu na neka susjedna tržišta ima visoke troškove rada i proizvodnje, što je isključuje iz skupine zemalja atraktivnih za klasične lohn-poslove i proizvodnju u nižim fazama dorade. Međutim zbog lokacijskih prednosti te fleksibilnih i dobro obrazovanih ljudskih

potencijala, strategija Hrvatske trebala bi se usmjeriti na proizvodnju i izvoz tehnološki zahtjevnijih poluproizvoda za svjetsku industriju.

U kojoj će mjeri Hrvatska biti privlačna za strane ulagače i u kojoj će mjeri uspjeti motivirati *greenfield* ulaganja kao generator gospodarskog rasta, u budućnosti će prvenstveno ovisiti o gospodarskoj politici i integracijskim procesima.

4. NJEMAČKA PODUZEĆA KAO STRANI ULAGAČI U HRVATSKOJ

Detaljniji uvid u tržišne odluke i načela poslovanja njemačkih međunarodnih poduzeća pruža studija dr. Dennis A. De-a profesora sa School of International Business iz njemačkog grada Reutlingena iz 2001. godine. Studija je provedena na uzorku od 82 njemačka srednja poduzeća koja uspješno posluju na inozemnom tržištu. Prema ovoj studiji istočna je Europa najzanimljivije ciljno tržište za njemačke ulagače. Kod ukupno 37,8% ulaganja ispitanih poduzeća radi se o ulaganjima u tranzicijske zemlje. Na drugom mjestu nalaze se ulaganja u zapadnoeuropske zemlje s udjelom od 30,5%. Studija pokazuje da njemačka poduzeća internacionaliziraju svoje poslovanje prvenstveno iz tri razloga, a to su tržišni razlozi (63%), niži troškovi proizvodnje i poslovanja (19%) te logistički razlozi (11%). Prema ispitanim ulagačima glavne su prednosti internacionalizacije poslovanja sinergijski efekti i brži napredak (31,7%), niži troškovi poslovanja (24,4%), niži troškovi organizacije (19,5%), manja udaljenost od kupaca (12,2%) i nezavisnost (12,2%).

Njemačka je već godinama tradicionalno jedan od najvažnijih strateških partnera Hrvatske. Učvršćivanju i unapređivanju hrvatsko-njemačkih gospodarskih odnosa značajno su doprinjeli liberalizacija hrvatskog tržišta početkom 2000. godine, te naponi Hrvatske oko integracije u europske strukture. Gospodarska suradnja središnja je točka bilateralnih njemačko-hrvatskih odnosa. Iako su Njemačka i Hrvatska povezane raznolikim gospodarskim i trgovinskim odnosima, naponi Hrvatske oko uključivanja u EU dodatno su učvrstili suradnju. Članstvo u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji (WTO), potpisivanje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju Europskoj uniji te članstvo u CEFTA-i pozitivno

se odražavaju na njemačko-hrvatske gospodarske odnose.

Od 1992. godine ove dvije zemlje potpisale su brojne bilateralne sporazume, od kojih treba istaknuti Ugovor o poticanju i uzajamnoj zaštiti ulaganja, Sporazum o međunarodnom cestovnom prometu osoba i stvari, Sporazum o preuzimanju i reprogramiranju vanjskog duga, Sporazum o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja te Sporazum o tehničkoj suradnji. Značaj Hrvatske za njemačko poduzetništvo potvrđuje i lokalno djelovanje Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore te Njemačkog ureda za vanjsku trgovinu. Ove dvije njemačke gospodarske organizacije aktivno unapređuju njemačko-hrvatske gospodarske odnose kroz pružanje informacija i posredovanje kontakata.

Uslijed prethodno navedenih promjena u proteklih nekoliko godina zabilježen je rastući interes njemačkih poduzeća za ulaganje u Hrvatsku. Njemačka je iza Austrije drugi najveći strani ulagač u Hrvatskoj, a na hrvatskom tržištu danas posluju i ulažu renomirana njemačka poduzeća kao što su Deutsche Telekom, Siemens, Bayer AG, Daimler Chrysler, BASF, Schott, Messer, Meggle, RTL, ThyssenKrupp, Kaufland, Metro, Lidl WAZ-Estdeutsche Allgemeine Zeitung ili Hipp.

Za sve veći broj njemačkih poduzeća internacionalizacija poslovanja postaje način izbjegavanja stagnacije i pada prodaje na matičnom tržištu te snižavanja tro-

škova. Njemačkim poduzećima su za širenje poslovanja u zadnjih nekoliko godina posebno zanimljiva tržišta Središnje i Istočne Europe, a među njima pogotovo zemlje koje su u svibnju 2004. godine postale članice Europske unije. Jedna od glavnih prednosti ovih zemalja je očekivani gospodarski boom koji bi trebao povećati potražnju za proizvodima i uslugama. Već sada 20-25% svih stranih ulaganja realiziranih u Središnjoj i Istočnoj Europi dolazi upravo iz Njemačke. Činjenica da su njemačka poduzeća realizirala više od petine ukupnih stranih ulaganja u Hrvatskoj pokazuje da Hrvatska po atraktivnosti za njemačke ulagače ne zaostaje za drugim zemljama u regiji. Pri tome je udjel njemačkih ulaganja u ukupnim realiziranim ulaganjima još i veći ukoliko se uzmu u obzir ona ulaganja koja njemačka poduzeća ostvaruju preko trećih zemalja (prvenstveno preko svojih podružnica u Austriji).

U Njemačkoj se zadnjih godina kao posljedica recesije javlja trend sve većeg širenja malog i srednjeg poduzetništva na nova tržišta. Stoga se upravo iz ove skupine njemačkih poduzeća javljaju mnogi potencijalni ulagači u Hrvatsku. Danas većinu njemačkih ulaganja u Hrvatskoj čine još uvijek isplate Deutsche Telekom-a za većinski paket dionica u HT-u (74% svih njemačkih stranih ulaganja). Međutim, i u drugim sektorima postoje ugledni i ohrabrujući primjeri uspješno realiziranih ulagačkih projekata njemačkih poduzeća navedenih u Tablici 2.

Tablica 2. Odabrani primjeri njemačkih ulaganja u Hrvatskoj

Poduzeće	Opis
T- Hrvatski Telekom (ulagač: DeutscheTelekom)	<ul style="list-style-type: none"> • većinski udio • najveće njemačko ulaganje u Hrvatskoj • jedno od najvećih stranih ulaganja u Hrvatskoj uopće
Vivera d.o.o. (ulagač: Hipp GmbH)	<ul style="list-style-type: none"> • realizirano početkom 2002.godine preuzimanjem poduzeća Vivera d.o.o. od strane njemačkog poduzeća Hipp GmbH • danas je Vivera jedan od važnijih proizvođača dječje cerealne hrane u ovom dijelu Europe • gospodarski razlozi za preuzimanje bili su moderan i tehnološki uravnotežen pogon, kvalitetni stručnjaci i dostupnost kvalitetnih sirovina iz biološkog uzgoja
Farmacija d.d. Phoenix International (ulagač: Phoenix International Beteiligungs GmbH)	<ul style="list-style-type: none"> • u siječnju 2004. njemačko poduzeće Phoenix International Beteiligungs GmbH preuzelo je 96% udjela zagrebačkog poduzeća Farmacija d.d.(drugog najvećeg europskog distributera i trgovca lijekovima). Nakon preuzimanja zagrebačko poduzeće za distribuciju i veleprodaju farmaceutskih i medicinskih proizvoda Farmacija d.d. postaje članica europske mreže Phoenix Grupe

<p>EuropapressHolding – WAZ (ulagač: WAZ- Westdeutsche Allgemeine Zeitung)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • nakladnička kuća Westseutsche Allgemeine Zeitung- WAZ stječe udjel u nakladničkoj kući Europapress Holding • danas je EPH vodeća nakladnička kuća u Hrvatskoj u čijem se portfelju nalaze najčitaniji hrvatski tiskovni mediji
<p>Schott - Boral Pula d.o.o. (ulagač: Schott GmbH)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Schott je preuzeo veći udio u Boralu 1998g. u procesu privatizacije • osnove preuzimanja su: kvalitetni stručnjaci, tehnologija specijalizirana za ručnu proizvodnju medicinskog stakla • Schott-Boral ima dobre izgleda da se razvije u vodećeg svjetskog obrađivača borosilikatog stakla • pogonski prostori u Zagrebu i Puli
<p>Meggle Osijek d.d. (ulagač: Meggle GmbH)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • od 1996. mljekara Meggle uspješno posluje na hrvatskom tržištu • u rujnu 2004. Meggle nakon značajnih administrativnih poteškoća preuzima hrvatsku mljekaru IPK MIA (91% dionica). Poduzeće otada posluje pod nazivom „Meggle Osijek d.d.“ • poduzeće proizvodi za hrvatsko i inozemno tržište • uvedeni su svi potrebni EU–certifikati, a Meggle planira daljnja ulaganja u hrvatsku mljekarsku industriju • uložena su znatna sredstva u poboljšanje kvalitete i izgradnju tržišta
<p>ThyssenKrupp Belišće (ulagač: ThyssenKrupp d.d.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1997. godine ThyssenKrupp preuzima većinski paket dionica bivše Tvornice strojeva Belišće, koja se nalazila pred stečajem • poduzeće proizvodi hidraulične preše za izradu automobilskih guma i dijelove za strojeve u industriji automobilskih guma • danas se većina proizvodnje (95%) izvozi • od 1997. do danas poduzeće je tržišni udjel na svjetskom tržištu povećalo sa 4% na 96% i razvilo se u svjetskog lidera u svojoj branši • kupci strojeva svjetski su poznati proizvođači automobilskih guma Michelin, Goodyear, Pirelli
<p>Sano d.o.o. (ulagač: Sano Moderne Tierernährung GmbH)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • poduzeće djeluje u Hrvatskoj od 2000. godine, a sredinom 2003. otvoren je novi proizvodni pogon u Popovači • prije otvaranja novog pogona mnoge administrativne prepreke skoro su dovele do obustave ulaganja i odgodile otvaranje pogona • pogon raspolaže DIN ISO 9001 certifikatima • poduzeće Sano je jedan od vodećih europskih proizvođača premiksa, vitaminsko-mineralnih dodataka i mliječnih supstrata za hranidbu domaćih životinja • proizvodi zadovoljavaju standarde EU • razvojni planovi predviđaju proizvodnju dodataka stočnoj hrani za izvoz na susjedna tržišta i njemačko tržište

Metro Cash & Carry	<ul style="list-style-type: none"> • jedno od većih njemačkih ulaganja • prema poslovnim planovima Metro će u Hrvatsku uložiti oko 85,5 milijuna € (646 milijuna Kuna) do kraja 2005. godine • 2003 je Metro u Rijeci otvorio svoju treću veletrgovinu na području Hrvatske • do 2005 predviđeno je otvaranje veletrgovina u Splitu i Osijeku
RTL Hrvatska	<ul style="list-style-type: none"> • sredinom 2003. godine RTL stječe koncesiju za emitiranje na bivšem kanalu HRT 3 • ovo je ulaganja značajno za liberalizaciju hrvatskih medija
Siemens d.d.	<ul style="list-style-type: none"> • Siemens djeluje u Hrvatskoj od 1992. godine kao jedno od prvih velikih stranih poduzeća koja su se širila na hrvatsko tržište • 1994. Siemens preuzima većinski paket dionica u poduzeću Končar energetski transformatori d.o.o. • 1995. Siemens postaje većinski vlasnik hrvatskog poduzeća ATM za automatizaciju procesne tehnike • uz glavno sjedište u Zagrebu Siemens djeluje i preko podružnica u Splitu, Osijeku i Rijeci • u Hrvatskoj Siemens djeluje u sektorima informacijske i telekomunikacijske tehnologije, programskog i sistemskog inženjeringa, industriji, energetike, medicinske tehnike, građevinske tehnologije i transporta

Izvor: Izrada autorice prema podacima dostupnim od Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore iz 2004. godine.

Iako službeni podaci o broju njemačkih poduzeća u Hrvatskoj ne postoje, njihov se broj procjenjuje na oko 300⁴. Ova brojka ne obuhvaća mnoga njemačka poduzeća koja su prisutna u Hrvatskoj na osnovi ugovora ili nekog drugog oblika suradnje s hrvatskim poduzećima. Njemačka poduzeća u Hrvatskoj mimo tradicionalno atraktivnih sektora telekomunikacija, bankarstva, trgovine i farmaceutike djeluju i u sektorima kao što su elektronika i elektrohehnika, medicinska tehnika, oprema za industrijska postrojenja, industrija građevinskog materijala, metaloprerađivačkoj industriji, prehrambenoj industriji i uslužnom sektoru.

U prošlih deset godina Hrvatska je na području stranih, posebno njemačkih ulaganja ostvarila zadovoljavajuće rezultate. Međutim, zbog objektivnih poteškoća, ali i propusta i pogrešaka u gospodarskoj politici, mnoge su prilike propuštene. Promjenom političkih i gospo-

darskih uvjeta, izlaskom iz međunarodne izolacije i sve većim stupnjem uključenosti u međunarodne integracijske procese Hrvatskoj se otvaraju nove mogućnosti za motiviranje stranih ulagača za ulazak na njezino tržište. Za očekivati je da će interes njemačkih ulagača u budućnosti biti usmjeren prema sektorima kao što su turizam, infrastrukturni razvoj, energetika, zaštita okoliša i zbrinjavanje otpada.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA O POSLOVNIM OČEKIVANJIMA NJEMAČKIH PODUZEĆA U HRVATSKOJ

Kako bi se stekao opći dojam o poslovnim očekivanjima njemačkih poduzeća koja djeluju u Hrvatskoj, u ožujku 2004. godine provedeno je istraživanje među članovima Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore. Istraživanje je provedeno na uzorku od 200 njemačkih poduzeća koja djeluju u Hrvatskoj i njihovim hrvatskim podružnicama. U istraživanju više od 70 njemačkih i hrvatskih poduzeća ocijenilo je razvoj poslovanja u 2003. godini i dalo prognozu za 2004. godinu.

Odgovori njemačkih poduzeća na pitanja o razvoju uvjeta poslovanja u Hrvatskoj kao i njihova prognoza budućih poslovnih kretanja pokazuju da je raspoloženje među njemačkim poduzetima u Hrvatskoj u 2004. godini bilo optimistično.

U istraživanju apsolutna većina, tj. 79% poduzeća razvoj poslovanja tijekom 2003. godine ocijenilo je pozitivnim (61%) ili izuzetno pozitivnim (18%)⁵.

Za 2004. godinu 83% poduzeća iz uzorka prognoziralo je širenje svog poslovanja u Hrvatskoj. Čak 10% poduzeća pri tome je računalo sa značajnim povećanjem obujma poslovanja tijekom 2004. godine. Među ispitanim poduzetima negativno je raspoloženje bilo ograničeno: samo 3% ispitanih poduzeća računaju s pogoršanjem uvjeta poslovanja, a 14% ispitanih poduzeća smatra da će uvjeti poslovanja ostati nepromijenjeni⁶.

Rezultati istraživanja potvrđuju da postoje brojne mogućnosti za daljnju izgradnju tradicionalno dobrih njemačko-hrvatskih gospodarskih odnosa. Iako je hrvatska gospodarska politika stavila naglasak na privlačenje stranih ulaganja, sa stajališta ispitanih poduzeća, u 2003. godini malo toga se je promijenilo u odnosu na prethodne godine. Naime, 60% ispitanih poduzeća smatra da se ulagački uvjeti nisu bitno promijenili u odnosu na 2002. godinu, a čak 8% anketiranih podu-

zeća smatra da su se ulagački uvjeti pogoršali. Unatoč činjenici da provedene reforme očito ne pokazuju željene rezultate, 32% ispitanih poduzeća ipak je primijetilo određena poboljšanja ulagačke klime. Pri ocjeni uvjeta za ulazak na hrvatsko tržište ispitana poduzeća izrazila su kritičan stav.

Odgovori na pitanje o ulagačkoj klimi pokazuju da niti u 2003. godini nisu ostvareni bitni napretci u uklanjanju trgovinskih i ulagačkih prepreka. Prema mišljenju ispitanih poduzeća neophodne reforme još uvijek ne idu u korak s cjelokupnim razvojem hrvatskog gospodarstva. Prema percepciji ispitanih poduzeća najveća prepreka za strane ulagače u Hrvatskoj su nedostatak pravne sigurnosti i tromost pravnog sustava. Nadalje, ispitana poduzeća susreću se učestalo s dugotrajnim postupcima pri dobivanju dozvola potrebnih u svakodnevnom poslovanju. Svakodnevno poslovanje otežavaju i mukotrpan postupak pri financiranju poslovnih pothvata te poteškoće pri provođenju carinskog postupka i uvoznih odredbi. Česte promjene zakonskih odredbi i propisa ne samo da otežavaju poslovanje nego izazivaju i nesigurnost kod stranih poduzeća. Rezultati istraživanja pokazuju također da je korupcija i dalje prisutna u hrvatskom poslovnom svijetu. S korupcijom se ispitana poduzeća susreću između ostalog kod obavljanja administrativnih postupaka te kod javnih natječaja⁷.

Među ispitanim poduzetima vlada pozitivno raspoloženje na temelju kojeg se može naslutiti da će se njemačka ulaganja u Hrvatsku sljedećih godina dinamično razvijati. Kako bi se dodatno motivirala strana ulaganja, Vlada će napokon morati početi rješavati administrativne probleme i početi provoditi učinkovitu reformu pravnog, carinskog i poreznog sustava. Mnoga njemačka, ali i druga strana poduzeća vide velike poslovne potencijale u projektima koji će biti nužni tijekom procesa pristupanja Hrvatske Europskoj uniji. Stoga je uspostava pregovora s EU, sa gospodarskog stajališta, jedan od važnih faktora utjecaja na buduća gospodarska kretanja i razvojne impulse hrvatskog gospodarstva.

6. ZAKLJUČAK

U prošlih deset godina Hrvatska je na području stranih, posebno njemačkih ulaganja ostvarila zadovoljavajuće rezultate. Međutim, zbog objektivnih poteškoća, ali i propusta i pogrešaka u gospodarskoj politici, mnoge su prilike propuštene. Promjenom političkih i gospodarskih uvjeta, izlaskom iz međunarodne izolacije i sve većim stupnjem uključenosti u međunarodne integracijske procese Hrvatskoj se otvaraju nove mogućnosti za motiviranje stranih ulagača za ulazak na njezino tržište. U budućnosti će prvenstveno ovisiti o Vladini gospodarskoj politici koliko će Hrvatska biti privlačna za strane ulagače i u kojoj će mjeri uspjeti motivirati gre-

enfield ulaganja kao značajni generator gospodarskog rasta. Pri tome su za Hrvatsku od velike važnosti njemačka poduzeća, koja su vrlo sklona stranim ulaganjima i u Hrvatskoj vide atraktivno ciljno tržište za međunarodno širenje svog poslovanja. Iako još uvijek postoje brojni problemi s kojima se susreću strani ulagači pri svojim poslovnim pothvatima na hrvatskom tržištu, opće je raspoloženje među njemačkim poduzetnicima pozitivno i optimistično. S uspostavom pregovora s Europskom unijom Hrvatskoj će se otvoriti nove prilike za motiviranje njemačkih ulagača. ■

Literatura

1. Babić, A. i Stučka, T., Izravna strana ulaganja", <http://ekonomijamoderna.inet.hr>, 2001.
2. De, A. D.: IKB „Erfolgsfaktoren bei Auslandsinvestitionen“, SIB- School of International Business Reutlingen, 2001.
3. Hak, Ž.: „Hrvatska kao ciljno tržište za njemačke ulagače“, Magistarski rad, Ekonomski fakultet – Zagreb, Zagreb, studeni 2004.
4. Hrvatska narodna banka, www.hnb.hr/statistika/hstatistika.htm
5. Interni materijali Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore
6. Previšić, J. – Ozretić Došen, Đ.: „Međunarodni marketing“, Masmedia, Zagreb, 1999.

Bilješke

- ¹ Babić, A. i Stučka, T., Izravna strana ulaganja", <http://ekonomijamoderna.inet.hr/fdi.htm>, 2001.
- ² Previšić, J. i Ozretić-Došen, Đ., Međunarodni marketing", Masmedia, Zagreb, 1999., str. 402-403
- ³ Hrvatska narodna banka, www.hnb.hr/statistika/hstatistika.htm (datum pristupanja Internetskom izvoru: 13.04.2005.)
- ⁴ Interna dokumentacija Njemačko-hrvatske industrijske i trgovinske komore, lipanj 2004.
- ⁵ Hak, Ž.: „Hrvatska kao ciljno tržište za njemačke ulagače“, Magistarski rad, Ekonomski fakultet - Zagreb, studeni 2004., str. 116
- ⁶ Hak, Ž.: „Hrvatska kao ciljno tržište za njemačke ulagače“, Magistarski rad, Ekonomski fakultet - Zagreb, studeni 2004., str. 117
- ⁷ Hak, Ž.: „Hrvatska kao ciljno tržište za njemačke ulagače“, Magistarski rad, Ekonomski fakultet - Zagreb, studeni 2004., str. 118