



За милионе немачких, али и других туриста Хрватска је већ одавно хит. Али како ствари стоје за немачким инвестицијама у хрватску привреду и шта хрватски предузетници очекују од Европске уније?

Желимир Феитл поносно показује свој погон за производњу пластичних производа, тачније гајби за боце. Власник и директор фирме Капласт још увек је фасциниран производњом и ту фасцинацију преноси чак и на оне чије је познавање технологије оскудно. "Највише 60 секунди траје производња једног сандука за боце. То значи преко 1.500 сандука дневно", објашњава Феитл.

Ми већ јесмо у ЕУ

Он као и многи хрватски предузетници очекује велики датум: 1. јули и улазак Хрватске у Европску унију. "Ми већ јесмо међународно предузеће: наши стројеви долазе из Њемачке, работи из Француске, етикете из Белгије а сировина из Чешке", објашњава власник фирме из Војнића која у међувремену подмирује потребе 70 одсто тржишта југоисточне Европе.

Највећи део производње одлази у земље настале након распада Југославије. На Запад се извози мало и управо ту Феитл види своју шансу уласком Хрватске у Европску унију. "Отварањем тржишта се побољшавају и наши изгледи за проширењем. Ми већ радимо на томе да и земље унутар ЕУ, заинтересирамо за наше производе", каже Феитл.

Издак из долине суза

И док је одушевљење извозно оријентираних предузећа у Хрватској огромно, код немачких предузетника улазак Хрватске у ЕУ, не изазива толику еуфорију. "Мислим да се може говорити о одређеној дози скепсе која се осећа код немачких предузећа која још нису присутна на хрватском тржишту. Многи размишљају о тому може ли након уласка у ЕУ Хрватска постати атрактивна", каже Гинтер Нојберт из Немачко-хрватске

индустријске и трговинске коморе.



Након година рецесије, Нојберт се нада да би се сада напokon могло изаћи из "долине суза". "За Хрватском ће се повећати интересовање, посебно код мањих и тзв. средње-великих предузећа", каже Нојберт. Он тврди да је Хрватска, упркос неповољним околностима, успела да оствари значајне помаке. "Немачке фирме овде дочекује добра инфраструктура и логистика. И ниво образовања је јако висок, становништво добро барата језицима"

© picture alliance / dpa

Зашто немачке фирме долазе у Хрватску?

Неке познате немачке фирме су већ годинама присутне на хрватском тржишту. Једна од њих је и прехранбена фирма Др. Откер (Оеткер). "Ми смо део хрватске породице", прича менаџер Олаф Кордс. Али иако је прехранбени гигант са седиштем у Билефелду већ 80 година у Хрватској, производња је негде другде. И управо је то слабост хрватског тржишта. "Јако мало предузећа производи овде. Тржиште је са својих 4,4 милиона становника једноставно премало. У таквој ситуацији свако гледа како да смањи трошкове и производи на већим тржиштима", каже Кордс. Др. Откер тако производи у Мађарској и за потребе словеначког и хрватског тржишта. Као отежавајућа околност на рачун Хрватске јесу и релативно високе плате у овој земљи. Предност наспрам осталих источних и југоисточних земаља Европске уније је, како сматра Марио Холзнер са Бечког института за међународну економију, близина важним тржиштима као што су Аустрија, јужна Немачка или северна Италија. Ипак и он сматра да масовне навалe улагача након 1. јула неће бити.

Канцеларка покварила Хрватској забаву

Најава Ангеле Меркел да у недељу неће доћи на славље организовано у Загребу поводом уласка Хрватске у Европску унију емитована је као прва вест у информативном магазину немачке јавне телевизије. (27.06.2013)

Но иако Хрватска нема довољно предности као место за производњу, она ипак из других разлога може бити атрактивна. "Постоје многе бранше у којима итекако можемо да замислимо појачани ангажман немачких предузећа. Поред туризма то је и прехранбена индустрија, али и сектори попут грађевинске санације или повећање енергетске ефикасности. У тим подручјима видимо много потенцијала за немачка предузећа", каже Нојберт. Тренутно се Немачка, кад су у питању директне инвестиције у Хрватску, налази на трећем месту иза Аустрије и Холандије.

Али док немачка предузећа још и могу да причекају са усклађањем на хрватско тржиште, хрватске фирме морају да реагују муњевито уколико желе да постану конкурентна на европском тржишту. "Хрватска се може похвалити првокласним производима погодним за извоз, попут маслиновог уља. Али ти производи су на европском тржишту недовољно познати. Осим тога хрватски произвођачи не могу да производе количине које су потребне да би се покрило велико тржиште. Зато се произвођачима препоручује удруживање производних капацитета", појашњава Нојберт.

Осим недовољног квантитета и препознатљивости, проблем хрватских производа је и њихова цена. "Хрватска роба је ван хрватског тржишта ценама неконкурентна. Отварањем тржишта много робе ће се увозити у Хрватску и мислим да ће се то одразити и на цене. Многи производи једнаког квалитета постаће јефтинији. Улазак у ЕУ је подстицај за повећање конкурентности", закључује Нојберт.

(Дојче веле)