

TENDENCIJE RAZVOJA SRPSKE AUTOMOBILSKE INDUSTRIJE

DEVELOPMENT TENDENCIES OF THE SERBIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY

DANIJEK KADARJAN, MA
Fakultet za menadžment, Novi Sad

MAJA PAUNOVIĆ, MA
Fakultet za menadžment, Novi Sad

Rezime: Ovaj rad predstavlja kratak prikaz situacije u srpskoj automobilske industriji, sa osvrtom na njenu prošlost, kao i na buduće tendencije razvoja. Prikazani su, takođe, pojedini rezultati iskustava automobilske industrije zemalja koje su prošle ili završavaju fazu tranzicije. Utvrđeno je da se u svim posmatranim slučajevima ovoj vrsti proizvodnje posvećuje posebna pažnja od strane vlada tih zemalja, pre svega zbog snažne pokretačke sposobnosti automobilske industrije i njenog doprinosa razvoju drugih privrednih sektora i nacionalnih privreda. Rezultati prikazani u radu predstavljaju započete reforme i moguće tendencije budućeg razvoja srpske automobilske industrije, kroz partnerstvo sa italijanskim proizvođačem "Fiat Auto SpA" u novoformiranom preduzeću "Fiat Automobili Srbija".

Ključne reči: automobili, industrija, tendencije, razvoj

Abstract: This paper presents a brief overview of the situation in the Serbian automotive industry, with reference to her past and the future trends of development. Shown here are also some results of automotive industries in countries that are completing their transition process or nearing completion. It was found that in all considered cases of this type of production, governments pay special attention to this industry segment, primarily because of the strong driving ability of the automotive industry and its contribution to the development of other economic sectors in one countries national economy. The results shown in the paper present commenced reforms and possible future tendencies of development in the Serbian automotive industry, in partnership with the Italian manufacturer "Fiat Auto SpA" in the newly formed company "Fiat Automobiles Serbia".

Keywords: automobiles, industry, tendencies, development

1. UVOD

Privatizacijom Fabrike automobila „Zastava“, od strane italijanskog automobilske giganta „Fiat Auto S.p.A“, srpska automobilska industrija ulazi u novu epohu, u jedno novo doba. Radi dobrobiti domaće privrede i društva, velike se nade polažu u uspešnost partnerske saradnje sa italijanskim gigantom. Smatra se da će rezultati biti pozitivni po domaću privredu i društvo dok god razvojna politika italijanskog giganta bude orijentisana na partnersku saradnju kako je definisano osnivačkim ugovorom nove Fabrike automobila „Fiat Automobili Srbija“.

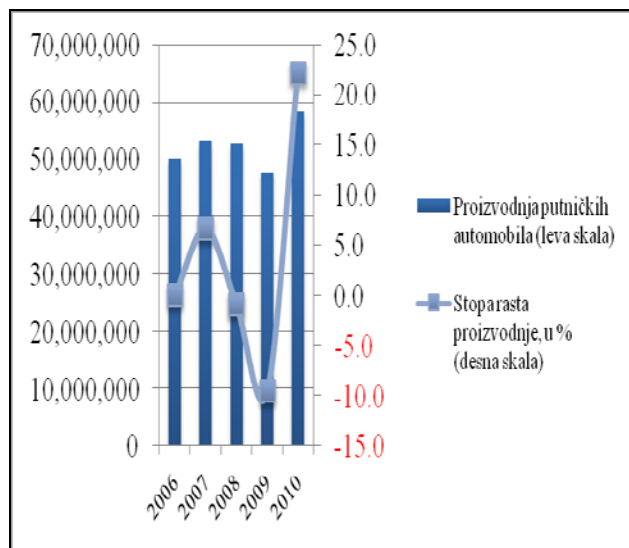
Ovaj rad predstavlja kratak prikaz situacije u srpskoj automobilske industriji, sa osvrtom na njenu prošlost, kao i na buduće tendencije razvoja. Prikazani su, takođe, pojedini rezultati iskustava automobilske industrije zemalja koje su prošle ili završavaju fazu tranzicije. Utvrđeno je da se u svim posmatranim slučajevima ovoj vrsti proizvodnje posvećuje posebna pažnja od strane vlada tih zemalja, pre svega zbog snažne pokretačke sposobnosti automobilske industrije i njenog doprinosa razvoju drugih privrednih sektora. Rezultati prikazani u radu predstavljaju započete reforme i moguće tendencije budućeg razvoja srpske automobilske industrije.

2. POSLEDICE EKONOMSKE KRIZE PO AUTOMOBILSKU INDUSTRIJU U SVETU

Kolaps američkog finansijskog tržišta negativno je uticao na globalni ekonomski i finansijski sistem u proteklih nekoliko godina. Sredinom 2007. godine uočeni su prvi znaci početka turbulencija na tržištu nekretnina u Sjedinjenim Američkim Državama, a negativni efekti krize manifestovali su se već u drugoj polovine iste godine. Recesija i kolaps, ne samo američkog finansijskog tržišta već finansijskih tržišta evropskih i vanevropskih zemalja, nastupile su u drugoj polovini 2008. godine. Globalna ekonomska kriza se veoma brzo prelila na privredu ugrozivši poslovanje svetskih giganata automobilske industrije.

Na slici 1 se jasno mogu uočiti negativni efekti finansijske krize. Sve do sredine 2007. godine, tačnije do trenutka prvih oscilacija u finansijskom sistemu Sjedinjenih Američkih Država, nivo svetske proizvodnje putničkih vozila dostigao je 40 miliona. U naredne dve godine prisutan je trend smanjenja obima proizvodnje automobila, koji je svoj najniži nivo dostigao u 2009. godini (smanjenje od oko 10% u odnosu na 2008. godinu) kada su negativni efekti globalne krize počeli da se produbljuju i izazivaju recesiju. Ako je suditi prema analizama OICA – International Organization of Motor

Vehicle Manufacturers ohrabruje činjenica da je automobilska industrija prošle godine uspjela da se oporavi, izađe iz negativne zone i ostvari dinamičan rast proizvodnje od preko 20%.



Slika1: Proizvodnja putničkih automobila u svetu

Budući da korene finansijske krize pronalazimo u Sjedinjenim Američkim Državama u ovom delu rada analiziraćemo situaciju u američkoj automobilskoj industriji za vreme svetske ekonomske krize.

Automobilska industija u Sjedinjenim Američkim Državama ozbiljno je uzdrmana svetskom ekonomskom krizom. Prodaja automobila na američkom tržištu u 2008. godini opala je za četvrtinu, a najveći giganti poput Ford-a i Chrysler-a su zabeležili pad prodaje od rekordnih 33%. Slične probleme sa potražnjom, prodajom vozila i ostvarenim godišnjim profitom imali su i evropski proizvođači automobila. Gubici velikih igrača krajem 2008. i početkom 2009. godine premašivali su desetine milijardi dolara te su zbog toga velike auto kompanije bile primorane na višemesečna zatvaranja fabrika, otpuštanje velikog broja radnika i usporavanje proizvodnje usled smanjene potražnje.

Tri najveća proizvođača automobila u Sjedinjenim Američkim Državama, *General Motors*, *Chrysler* i *Ford* krajem 2008. godine bili su u obavezi da smanje troškove radne snage i pokažu da su u svakom trenutku solventni, odnosno da su u stanju da podmire svoje obaveze. Budući da su kompanije bile pred bankrotom, zatražile su pomoć od države u iznosu od 34 milijarde dolara. Američki Kongres je par meseci pre nastanka kolapsa u američkoj auto industriji usvojio *TAR program (Troubled Asset Relief)* koji je pružao finansijsku pomoć od 700 milijardi dolara. Na konto ovog finansijskog programa pomoć su dobile *General Motors*, *Chrysler* i *GMAC*, ogranak *General Motors-a*. Međutim, ni ova pomoć nije bila dovoljna automobilskoj industriji Sjedinjenih Američkih Država. Kako bi stala na noge i vratila proizvodnju na nivo pre nastupanja krize, u decembru 2008. godine *General Motors-u* i *Chrysler-u* je odobreno dodatnih 17,4 milijarde dolara kredita kako bi

izbegli bankrot. Ministarstvo finansija *General Motors-u* je obezbedilo 13,6 milijardi dolara kredita za izmirivanje dospelih obaveza, od čega je sa 6 milijardi dolara kredita podstaklo *GMAC*, kroz proces kupovine automobila i podršku distributerima.

Revizorska kuća *Deloitte&Touche* je početkom marta 2009. godine izrazila sumnju u mogućnost opstanka *General Motors-a*, budući da se ova kompanija suočava sa stalnim operativnim gubicima, nedovoljnim novčanim tokovima za otplatu kratkoročnih dugovanja i negativnim kapitalom. Početkom juna 2009. godine prognoze revizorke kuće *Deloitte&Touche* su se ostvarile budući da je kompanija *General Motors* od suda zatražila zaštitu u bankrotstvu koje poreskim obveznicima daje 60% vlasništva u kompaniji. Do kraja 2010. godine ovaj gigant je zatvorio 10 fabrika, 2.600 poslovnica, prekinuo proizvodnju određenih marki vozila (*Pontiac* i *Saaba*) i smanjio broj zaposlenih za oko 20.000 što je 34% radne snage.

Opel, ogranak *General Motors-a*, je sredinom novembra 2008. godine zbog slabe tražnje novih automobila obustavio proizvodnju vozila na tri nedelje. Tronedeljni odmor za više od 7.000 radnika, smanjio je broj proizvedenih automobila za oko 40.000. Top menadžment ovog nemačkog proizvođača obavestio je javnost da u uslovima ekonomske krize ne planira otpuštanja svojih radnika, ali da je teško dostići nivo prodaje od 1,74 miliona vozila iz 2007. godine.

Automobilska kompanija *Ford* pored pada prometa i gubitku u poslovanju od preko 14,5 milijardi dolara nije tražila pomoć Vlade Sjedinjenih Američkih Država već je početkom marta 2009. godine u okviru plana restrukturiranja svojim kreditorima ponudila mogućnost otkupa duga ili zamene za kapital. Međutim, minus u knjigama od oko 8,7 milijardi dolara u 2008. godini je naterao kompaniju da razmotri svoje mogućnosti, te su se u javnosti pojavile i informacije o nameri Forda da proda od 20% od 33% učešća u japanskoj *Mazdi* kako bi došao do svežeg novca. Ford je u periodu ove finansijske krize zabeležio najveći gubitak u istoriji automobilse industrije. Kako bi prevazišao negativne faktore ekonomike krite veliki gigant je prodao dve najveće britanske filijale *Jaguar* i *Land Rover* grupaciji *Tata Motors* za 2,3 milijarde dolara.

Švedska auto industrija *Volvo* je poput svojih konkurenata, u uslovima finansijske recesije i konstantnog usporavanja privredne aktivnosti, beležila pad prodaje i smanjenje profita. Volvo je samo u IQ 2009. godine godine zabeležio gubitak od 737 miliona dolara. Švedski proizvođač automobila je obelodanio da je zbog slabije prodaje na evropskom i američkom tržištu otpušteno oko 6.000 radnika, od čega su polovinu činili radnici u fabrikama, a ostatak zaposleni u administraciji.

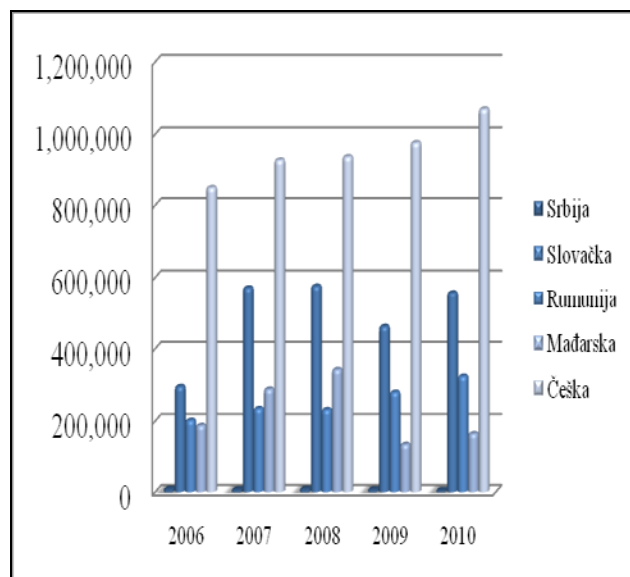
Ukupan broj prodatih vozila u Americi u 2009. godini godini iznosio je oko 14,5 miliona što nije ni blizu prodaje pre recesije koja je iznosila 16,2 miliona vozila. Pad trenda prodaje vozila polako jenjava, jer su se Vlade država aktivno angažovale na smanjivanju i potpunom

eliminisanju negativnih posledica finansijske krize. Ipak, nije realno očekivati da će opravak automobilske industrije biti brz i dinamičan. Povratak na stare prodajne rezultate ne treba očekivati pre 2012. godine.

3. KOMPARATIVNA ANALIZA AUTOMOBILSKE INDUSTRIJE U ODABRANIM ZEMLJAMA CENTRALNE I ISTOČNE EVROPE

Vlade zemalja Centralne i istočne Evrope su među prvima sprovele određene mere i akcije u automobilske industriji u cilju smanjivanja negativnih efekata svetske ekonomske krize. Tokom proteklih nekoliko godina, dok je tržište razvijenih zemalja Zapadne Evrope stagniralo sa proizvodnjom i prodajom vozila, nove članice Evropske unije su u uslovima krize doprinele blagom rastu evropskog automobilskeg tržišta. Međutim, u poređenju sa Zapadnom Evropom, zemlje Centralne i istočne Evrope zaostaju najviše zbog usporavanja privredne aktivnosti i smanjenja bruto društvenog proizvoda, velike stope nezaposlenosti, nepovoljnih uslova za dobijanje bankarskih kredita ilii neke vrste lizinga, valutnog rizika, ekonomskih i političkih turbulencija i mnogih drugih makroekonomskih faktora. Bez obzira na sve pomenuto Češka je u 2009. godini ostvarila najbolju prodaju automobila marke "Škoda" (grupacija "Volkswagen"), dok su na drugom, trećem i četvrtom mestu najbolje prodavani automobili marke Ford, Fiat i Renault.

Budući da su top četiri automobilske industrije u Centralnoj i istočnoj Evropi Češka, Mađarska, Rumunija i Slovačka, u daljem tekstu ćemo dati kratak prikaz poslovanja automobilske industrije pomenutih zemalja sa posebnim fokusom na ostvarene targete u procesu proizvodnje putničkih automobila.



Slika2: Komparativna analiza proizvodnje automobila u Srbiji i zemljama Centralne i istočne Evrope

3.1. Automobilska industrija Češke

Prema kriterijumu proizvodnje automobila Češka je lider na tržištu Centralne i istočne Evrope sa preko 792 hiljade proizvedenih putničkih vozila. Automobilska industrija u Češkoj predstavlja jedan od ključnih sektora ekonomije koji zapošljava preko 126.000 ljudi i u bruto domaćem proizvodu učestvuje sa 7,4% [4].

Od aprila 1991. godine "Škoda" je u vlasništvu "Volkswagen"-a, koji je u razvoj "Škoda auto" uložio preko 3 milijarde USD. Prema kriterijumu ostvarene prodaje automobila "Škoda" predstavlja najuspešnije auto kompaniju na teritoriji Češke. Ostvareni prihod od prodaje vozila dostiže čak 5% bruto domaćeg proizvoda. Treba istaći da je na kraju 2010. godine i pored negativnih uticaja svetske ekonomske krize prodajni target za prethodnu godinu smanjen za samo 1,7% i da je ovaj gigant u prošloj godini uspeo da proda preko 570.000 vozila.

Podaci sa slike 2 pokazuju da je automobilska industrija u Češkoj uspevala da se odupre svetskoj ekonomskoj krizi budući da je u posmatranom periodu beležila pozitivan trend rasta proizvodnje (prema prognozama CMS izuzetak je samo 2012. godina).

3.2. Automobilska industrija Slovačke

Automobilska industrija Slovačke sa učešćem od 17% u bruto domaćem proizvodu i nivoom zaposlenosti od 76.000 ljudi [4] predstavlja sektor koji se najdinamičnije razvija u ovoj zemlji.

Prava ekspanzija je započela početkom 2000-tih godina. Do kraja 2006. godine proizvedeno je oko 300.000 putničkih vozila, dok je za vreme ekonomske krize ukupna proizvodnja u 2008. godini dostigla nivo od oko 575.000 putničkih automobila. Međutim, već naredne godine nivo proizvedenih putničkih automobila je opao za skoro 20%.

U prošloj godini je ostvareno povećanje proizvodnih jedinica (sa 461.000 u 2009 na 557.000 u 2010. godini) i prognozira se da će se u narednih nekoliko godina broj putničkih automobila povećati na 866.000 godišnje (tabela 1), čime će ova država postati jedan od najvećih proizvođača automobila po stanovniku [1].

Tabela 1: Projekcije proizvodnje automobila u odabranim zemljama Centralne i istočne Evrope (u 000 jedinica)

	Češka	Slovačka	Rumunija	Mađarska
2011	812.2	795.8	379.9	240.2
2012	799.7	803.4	469.8	269.3
2013	869.7	849.2	507.5	288.8
2014	923.9	860.0	554.7	324.3
2015	1,010.90	866.0	569.1	341.9

Izvor: CSM Worldwide Automotive Forecasting

3.3. Automobilska industrija Rumunije

Sa ostvarenih 6% u bruto domaćem proizvodu i nivoom zaposlenost od oko 60.200 radnika [4] automobilski sektor ima značajnu ulogu u rumunskoj ekonomiji.

Francuski proizvođač "Renault" 1999. godine sa investicijom od oko milijardu USD preuzeo je kontrolu nad rumunskim proizvođačem "Dacia". Za ulazak na rumunsko tržište automobilske industrije 2007.godine zainteresovao se veliki gigant Ford koji je od kraja devedesetih godina bio odsutan sa tržišta Centralne i istočne Evrope.

Rumunija je posle češke i slovačke automobilske industrije u uslovima svetske ekonomske krize bila trećeplasirana u regionu sa ostvarenom proizvodnjom vozila od približno 280.000 u 2009. godini. Zanimljivo je napomenuti da je Rumunija jedna od retkih zemalja Centralne i istočne Evrope koja za vreme recesije nije imala velike oscilacije u proizvodnji automobila, čak je u 2009. godini ostvarila rast od 20%. Pozitivan trend nastavljen je i u toku prošle godine, a za naredne godine prognozira se da će se broj proizvedenih jedinica putničkih automobila iz godine u godinu povećavati i svoj maksimum dostići 2015. godine (približno 569.000).

3.4. Automobilska industrija Mađarske

Mađarska država je još 2007. godine uradila strategiju razvoja automobilske industrije, koju prethodno nije imala. Automobilska industrija je ključan element mađarske ekonomije, jer ostvaruje 8.5% bruto domaćeg proizvoda i zaposljava preko 58.800 ljudi [4].

Da je automobilsku industriju Mađarske svetska ekonomska kriza i te kako pogodila svedoči podatak da je 2009. godine zabeležen najmanji obim proizvedenih putničkih automobila. Tada je sa fabričkih traka izašlo nešto više od 130.000 vozila što je u poređenju sa 2008. godinom smanjenje od čak 61,6%. Prošle godine zabeležen je pozitivan trend rasta nivoa proizvedenih vozila (165.000) koji se postepeno približava ostvarenim targetima iz 2006. godine. U narednim godinama se prognozira da će se broj proizvodnih jedinica povećavati i svoj najviši nivo dostići 2015. godine (oko 342.000 vozila).

4. AUTOMOBILSKA INDUSTRIJA U SRBIJI

Simbol srpske automobilske industrije, fabrika "Zastava", locirana u srcu Šumadije u Kragujevcu, osnovana davne 1853. godine, proizvodnju putničkih automobila započela je 1953. godine. Kragujevačka fabrika automobila je pre proizvodnje sopstvene marke automobila vršila popravke automobila (početkom XX veka) i sklapanje kamiona marke "Chevrolet" (1939. godina). Najveća prodaja automobila fabrike Zastava zabeležena je 1989. godine kada je prodato oko 23.500 automobila više od nominalnih kapaciteta fabrike koji su u tom periodu iznosili 200.000. Kao posledica raspada SFRJ, embarga Saveta OUN i ratnog stanja u Srbiji,

devedesetih godina prošlog veka fabrika automobila Zastava zabeležila je veliki pad proizvodnje i prodaje automobila.

Fabrika automobila "Zastava" proizvela je svoj poslednji putnički automobil 21. novembra 2008. godine. Poslednja "Zastava 101", pod rednim brojem 1.273.532 sišla je sa proizvodnih traka negde oko podneva, uz mnogobrojne suze vernih radnika. Ovim činom, došao je kraj jedne epohe, jednog vremena u kojem su rasle, u kojem su se školovale i živele mnoge generacije. Ujedno, došao je kraj tradicije duge 55 godina, i stvaralaštva na polju domaće automobilske industrije. Fabrika automobila "Zastava", iako nije bila jedina fabrika automobila u bivšoj Jugoslaviji, bila je defakto jedina domaća fabrika automobila, i time postala simbol domaće privrede i industrijske proizvodnje. Ovaj nekadašnji jugoslovenski gigant, vremenom je postao svetski afirmisan brend, sa ostvarenim izvozom u 78 zemalja širom sveta, na 5 kontinenata, između ostalog i na tržištu Sjedinjenih Američkih Država, tržište koje nosi titulu najzahtevnijeg tržišta automobila u svetu na koje je 1985. godine izvezeno rekordnih 140.000 automobila domaće proizvodnje [1].

4.1. Fabrika automobila "Zastava"

Zastava treba da bude vodeći integrator domaćih i inostranih resursa za proizvodnju i plasman automobila i delova na prostoru Balkana. Shodno viziji Zastave, opredeljenju Vlade Republike Srbije za razvoj automobilske industrije, a u skladu sa odvijanjem procesa integracije strateškog partnera i privatizacije, Fabrika automobila Zastava pokrenula je pre nekoliko godina strategiju, čiji je cilj bio da efektivno sprovede ovaj proces. Zastavini stručnjaci sa zadovoljstvom konstatuju da je sada stručna ali i široka javnost pozdravila sporazum sa Fiatom kao strateški osnov za razvoj nove i moderne srpske automobilske industrije i kao jedan od najvažnijih događaja za budućnost srpske privrede.

U cilju razvoja i strateškog povezivanja Fabrike automobila Zastava sa nekim od renomiranih inostranih partnera, 2002. godine je uspešno urađen, a zatim 2003. i realizovan projekat uvođenja motora, euro 3 ekološkog standard, proizvođača Peugeot Citroen Motors u vozila Zastavine proizvodnje. Nakon njihove uspešne industrijalizacije za koju je projektovano i uvedeno u proizvodnju više stotina različitih delova, stručnjaci Zastave su od 2003. godine krenuli u izradu obimnih i složenih konceptualnih studija i projekata, u cilju razvoja novog putničkog automobila na platformi inopartnera.

Pokazalo se da je projekat razvoja novog putničkog automobila na platformi inopartnera urađen novembra 2003. godine bio fundamentalan u smislu konceptualnih rešenja i usaglašenosti sa trendovima u automobilskoj industriji. Projekat je pokazao da Zastava može opstati na svetskom automobilskom tržištu samo ukoliko može ponuditi konkurentan model automobila. Do takvog modela se moglo doći samo strateškim povezivanjem sa nekim od renomiranih svetskih proizvođača koji bi bio vlasnik platforme vozila, a stepen proizvodnje i

lokalizacije delova u Srbiji zavisio bi jedino od dinamike inoviranja proizvodnih i poslovnih procesa.

Ispravnost osmišljene koncepcije tada su potvrđivali brojni eksperti iz renomiranih svetskih kompanija. Vreme je, takođe, potvrdilo da su trendovi dobro uočeni i da su kretanja u svetskoj automobilske industriji orijentisana u predviđenim smerovima. Zbog toga je ovaj veliki projekat, za čije je potrebe urađeno više hiljada strana različitih analiza, postao čvrsta i relevantna osnova za ostale projekte. Zahvaljujući ovom projektu Zastava je definisala objektivnu viziju, misiju i poslovnu politiku. Jasno se iskristalisala pokretačka uloga automobilske industrije za privredu države i šta je potrebno uraditi da bi se to i ostvarilo. U vreme kada je projekt bio završen Zastavini eksperti su bili svesni da im predstoji dalje dokazivanje neophodnosti opstanka autoindustrije.

Na osnovu detaljnih i stručno argumentovanih analiza Zastava je pokrenula inicijativu za prekidanje nekontrolisanog i neselektivnog uvoza polovnih automobila. Ukazivano je na pogubnost takve prakse za razvoj tržišta, bezbednost u saobraćaju, na ekološke posledice kao i na enormni odliv novca u proizvode koji stvaraju samo probleme. Konačno, od novembra 2004. godine uvedeno je starosno ograničenje u uvozu korišćenih automobila na 3 godine, a od decembra 2005. godine uvedena je mera po kojoj se za polovna vozila traži standard za emisije izduvnih gasova Euro 3.

U takvoj saradnji potvrđena je ispravnost vizije, misije i poslovne politike Zastave, stečena su dragocena znanja i iskustva i dobijeni su dodatni motivi za dalji uporan rad na ostvarivanju ciljeva. Bilo je jasno da svi urađeni projekti i studije ne mogu biti realizovani, što je normalno za kompleksnu situaciju srpske automobilske industrije, ali je bilo i očigledno da se samo neprekidnim i istrajnim radom može promeniti aktuelno stanje.

4.2. Saradnja sa Fiatom

Motivisani ubeđenjem u važnost postojanja razvijene i konkurentne automobilske industrije za privredni razvoj zemlje, tokom proteklih godina stručnjaci Zastave su uložili na hiljade sati kreativnog rada u brojne analize, studije i projekte. Sporazum o strateškoj saradnji sa Fiatom možda je najupečatljiviji rezultat doprinosa rukovodstva Zastave i najveća profesionalna satisfakcija za tim, pri čemu nikako ne treba da budu zaboravljeni rezultati ostvareni pre ovog sporazuma, zbog njihove važnosti za opstanak i razvoj automobilske industrije i stvaranja ambijenta za saradnju sa strateškim partnerima.

Privatizacijom Fabrike automobila „Zastava“, od strane italijanskog automobilske giganta „Fiat Auto S.p.A“, srpska automobilska industrija ulazi u novu epohu, u jedno novo doba, za koje su neophodni rezultati i vreme kako bi se diskutovalo o uspešnosti sprovedenih razvojnih promena. Radi dobrobiti domaće privrede i društva, velike se nade polažu u uspešnost partnerske saradnje sa italijanskim gigantom. Smatra se da će rezultati biti pozitivni po domaću privredu i društvo dok god razvojna politika italijanskog giganta bude orijentisana na

partnersku saradnju kako je definisano osnivačkim ugovorom nove Fabrike automobila „Fiat Automobili Srbija“.

Saradnja sa Fiatom započela je prvo kroz obnavljanje razgovora početkom 2005. godine, da bi već u septembru te godine, nakon velikog broja susreta i rada eksperata i menadžera dve kompanije, bio potpisan ugovor o licenci za proizvodnju „Punta“ u Zastavi pod komercijalnim nazivom „Zastava 10“. Složeni Projekat proizvodnje Fiatovog modela „Punto“ u Zastavi, uspešno je realizovan i to u okviru projektovane vrednosti investicija. U uslovima kada je zabranjeno kreditiranja društvenih firmi, Zastava je bila prinuđena da prodaje svoju imovinu i tako finansira ovu investiciju. Osim investiranja, Zastava je istovremeno iz prodaje imovine u potpunosti vratila dug Fiatu (11,5 miliona Eura). Tome su prethodili pregovori Ministarstva za privredu i privatizaciju sa Fiatom tokom kojih je ukupan dug smanjen na navedeni izmireni iznos. Zastavini stručnjaci su nastavili komunikaciju sa Fiatom u smislu ukazivanja na prednosti strateškog povezivanja i iniciranja aktivnog učešća Fiata u privatizaciji Zastave, što je rezultiralo potpisivanjem Sporazuma u maju 2008. godine.

Kako bismo jasnije razumeli budućnost srpske automobilske industrije, i put kojim je krenula, počevši od strateškog partnerstva sa italijanskim gigantom, neophodno je dobro poznavati istoriju razvoja i analizirati razvojne promene u srpskoj automobilske industriji koje su obeležile prethodnih 55 godina njenog postojanja i razvoja. Cilj ovog rada je da, kroz priču razvojnih promena domaće automobilske industrije, odnosno kroz jednu sveobuhvatnu studiju slučaja Fabrike automobila „Zastava“, prikaže razvojne promene koje su doprinele razvoju i stvaralaštvu u domaćoj automobilske industriji, u samom razvoju domaće privrede, stvaranju domaćeg automobilske brenda, i finalno uticaje koji su kao rezultat doprineli privatizaciji, odnosno strateškom partnerstvu sa italijanskim Fiatom.

4.3. Trenutna situacija i mogućnosti razvoja srpske automobilske industrije

Fiat Punto Classic je jedini model putničkog vozila domaće proizvodnje u Srbiji. Fabrika Fiat Automobili Srbija počela je sa proizvodnjom Fiat Punto Classic-a u aprilu 2009. godine, a samo godinu ipo dana kasnije, tačnije u oktobru 2010. godine, menadžment i zaposleni te kompanije, u prisustvu poslovnih partnera kao i svih ključnih nacionalnih i lokalnih medija, proslavili su spuštanju jubilarnog 30.000-og Punta sa montažne trake.

Pored toga, model proizveden u Kragujevcu počeo je i da se izvozi u drugom kvartalu 2010. godine, prvenstveno u zemlje Severne Afrike, Ukrajine i članice CEFTA sporazuma. Samo u 2010. godini, ukupno je prodato više od 15.000 Punto Classic-a proizvedenih u Kragujevcu, od čega je čak 1/4 vozila izvezena.

Od samog početka lokalne proizvodnje ovog svetski popularnog modela, kompanija Fiat Automobili Srbija zauzima ubedljivo prvo mesto na tržištu prodaje novih

putničkih automobila u Srbiji. Međutim, neizbežno se mora naglasiti činjenica da popularnost domaćeg Punta opada.

Pored činjenice što je Punto Classic jedini automobil domaće proizvodnje, postoji niz faktora koji su doprineli njegovoj popularnosti na tržištu novih putničkih automobila u Srbiji u protekle tri godine. Kada je započeta prodaja domaćeg Punta Classic, potencijalnim kupcima je ponuđeno da po sistemu "staro za novo" predaju na reciklažu bilo koji putnički automobil koji je proizveden pre januara 1999. godine uz nadoknadu, tj. popust pri kupovini novog Punta Classic od 1.000,00 eura. Dodatna pogodnost ponuđena potencijalnim kupcima jeste u vidu subvencionisane kamatne stope za kreditiranje Punta Classic, od 4,5% na godišnjem nivou sa rokom otplate do 7 godina (ovaj vid kreditiranja je dostupan kod većine poslovnih banaka u Srbiji).

Imajući u vidu date pogodnosti, Fiat Punto Classic je ubrzo postao najprodavaniji nov putnički automobil na domaćem tržištu. Međutim, početkom tekuće godine, iznos nadoknade po sistemu „staro za novo“ umanjen je sa prvobitnih 1.000,00 eura na 600,00. Ova činjenica je inicijalno doprinela blagom padu interesovanja za domaćim Puntom, da bi sredinom tekuće godine Narodna Banka Srbije uvela obavezno minimalno učešće od 30% na sve kredite indeksirane u stranim valutama, što ujedno obuhvata i subvencionisani kredit za kupovinu Punta Classic, koji se do jula meseca mogao kupiti bez učešća.

Još jedan od faktora koji utiče na potražnju za domaćim Puntom je konkurencija. Naime, 2009. godine kada je počela proizvodnja i prodaja domaćeg Punta, sa gore navedenim subvencijama, malo je vozila bilo na domaćem tržištu novih automobila po ceni nižoj od 10.000,00 eura. Međutim, danas je situacija znatno drugačija. Zbog svetske ekonomske krize, mnogi su proizvođači automobila snizili cene svojih putničkih automobila, tako da je danas moguće kupiti novu Opel Corsu ili Ford Fiestu sa početnom cenom od 8.990,00 eura, što je ušteda od oko 2.000,00 eura u odnosu na kupovinu istih automobila 2009. godine. Danas se po ceni od ispod 10.000,00 eura može pronaći izuzetno bogata ponuda novih putničkih automobila, što neminovno utiče na plasman domaćeg Punta.

Prema našim izvorima, isporuka domaćeg Fiat „Punta“ prepolovljena je u odnosu na prvih šest meseci lane. Tačnije, manja je za 52,46%, a ukupan pad prodaje svih vozila ove marke manja je za 42%. Mada je prethodnih godina „Punto Classic“ činio čak 96% ukupne prodaje u svojoj klasi, ove godine pao je na 79%. U periodu od januara do juna meseca tekuće godine, Fiat zauzima 20,93% tržišnog učešća sa 3.281 putničkih automobila isporučeno. Od toga, isporučeno je 2.721 Punto Classic, sa tržišnim učešćem od 14,64%. Posmatrajući isključivo B segment, kojem pripada domaći Punto Classic, na drugom mestu nalazi se Dačija Sandero sa 1.242 isporučених automobila u prvom polugodištu tekuće godine i sa tržišnim učešćem od 6,68%, i na trećem mestu

Škoda Fabija sa 727 isporučenih automobila i sa tržišnim učešćem od 3,91%.

Što se tiče proizvodnje domaćeg Punta Classic, jedan od glavnih problema trenutno jeste što je ovde zapravo reč o klasičnoj montaži, a na proizvodnji. Punto Classic se doprema u kragujevačku fabriku automobila u komponentama, gde se vrši montaža i farbanje karoserije. Jedina komponenta domaće proizvodnje koja se ugrađuje u domaćeg Punta Classic jeste auto dizalica. Citirajući podatke iz relevantnih izvora, bilo je reči o ugradnji domaćih pneumatika marke „Tigar“ ili „Trajal“, kao i akumulatora somborskog proizvođača „Black Horse“, međutim za sada ne postoje informacije koje bi potvrdile realizaciju pomenutih tvrdnji.

Međutim, kao potvrda prvobitnim planovima razvoja, velike internacionalne kompanije koje proizvode vitalne delove za Fiat-ove automobile već su dostavile planove i uvertale tačne lokacije na kojima će da grade svoje pogone.

Ukupno će na ovom terenu biti osam glavnih kooperanata Fiat-a. Izgradnja novih proizvodnih hala je u toku, jer proizvodnju moraju da pokrenu do oktobra 2011. godine. Iako pomenuti kooperanti nisu domaćeg porekla, njihovim dolazkom će biti otvorena nova radna mesta, što je u Srbiji u svakom slučaju dobrodošlo.

Petogodišnji plan koji je usvojila kompanija FIAT pokazuje da će do 2013. godine firmama u Srbiji biti ustupljena proizvodnja pet odsto od ukupne količine rezervnih delova za celu kompaniju FIAT. To znači da će se u domaćim fabrikama i malim preduzećima praviti svaki dvadeseti rezervni deo namenjen vozilima ovog proizvođača za tržište celog sveta. Koliki je to posao, jasno je kada se zna da će izvoz tih delova biti vredan oko 1,3 milijarde evra godišnje.

U proizvodnim halama FAS-a, od marta 2009, sklopljeno je 41.000 Punta, od čega je oko 3.000 izvezeno - najviše u Egipat (1.000) i Tursku (890). Ostatak automobila isporučen je kupcima u zemljama severne Afrike i Cefta regiona, dok je jedan manji kontingent plasiran na tržište Ukrajine. Sklapanje Punta trebalo bi da bude obnovljeno u novembru, i taj model će se u kragujevačkoj fabrici proizvoditi do kraja 2013, pošto u FIAT-u procenjuju da na domaćem, ali i stranim tržištima, još uvek vlada interesovanje za tu marku automobila. Da li će tako i biti, imajući u vidu zalihe od oko 6.000 automobila i situaciju u severnoj Africi, ali i sve otvorenije domaće tržište, preciznije će se znati za godinu dana.

Ono što je, međutim, gotovo izvesno jeste da će FIAT, krajem 2011, obnoviti sklapanje Punta, čijom će prodajom finansirati zarade radnika do početka serijske proizvodnje novih automobila, koja bi trebalo da startuje krajem prvog kvartala 2012. Sudeći prema najavama, u aprilu bi trebalo da bude privedena kraju rekonstrukcija oko 400.000 kvadratnih metara proizvodnih pogona i poslovnog prostora nekadašnje Zastavine Fabrike automobila. Ostaće nedovršeni samo oni poslovi koji se

odnose na ugradnju savremene opreme u pogonima Lakirnica i Preseraj.

Obustavljanjem sklapanja Punta i privođenjem kraju rekonstrukcije proizvodnih pogona okončana je prva faza pripreme fabrike za početak proizvodnje 200.000 do 300.000 novih tipova automobila godišnje. Druga faza će startovati u prvoj polovini aprila, kada će, kako se najavljuje, iz inostranstva početi da pristiže savremena oprema.

Najpre će iz Nemačke stići oprema za novu Lakirnicu, a iz Japana stižu prese marke „komacu“. Najsavremenija oprema za Lakirnicu će iz Nemačke biti dopremljena sa više od 700 kamiona i šlepera. U FAS će narednih sedmica iz Italije i drugih zemalja stizati automatizovane karoserijske linije i montažne trake, kao i alati i druga oprema.

U nabavku savremene opreme za proizvodnju automobila, koja će kragujevačkoj fabrici obezbediti status najmodernije FIAT-ove kompanije, Italijani su investirali oko 400 miliona evra. Instaliranje opreme, na kojoj će moći da se izrađuju svi automobili „B“ klase, biće okončano u novembru, kada će početi proizvodnja tzv. nulte serije (probna proizvodnja) novih modela automobila.

U Kragujevcu će se proizvoditi dva tipa novih FIAT-ovih vozila - gradski automobil sa pet i porodično vozilo za sedam sedišta. Više od 95% automobila proizvedenih u kragujevačkoj fabrici Fijat će ponuditi kupcima u inostranstvu, a planiran je i povratak na američko tržište.

5. ZAKLJUČAK

Kada su rezultati i efekti pomenute privatizacije u pitanju, velika su očekivanja. Ono što se prevashodno očekuje, jeste da strateško partnerstvo između italijanskog partnera u države kroz novoformirano preduzeće „Fiat Automobili Srbija“ identifikuje temelje na kojima je građena srpska automobilska industrija, i utemelji stvoreno kroz konstantno sprovođenje adekvatnih razvojnih promena.

Ovaj rad predstavlja kratak prikaz situacije u srpskoj automobilskoj industriji, sa osvrtom na njenu prošlost, trenutnu situaciju kao i na buduće tendencije razvoja. Prikazani su, takođe, pojedini rezultati iskustava automobilske industrije zemalja koje su prošle ili završavaju fazu tranzicije. Utvrđeno je da se u svim posmatranim slučajevima ovoj vrsti proizvodnje posvećuje posebna pažnja od strane vlada tih zemalja, pre svega zbog snažne pokretačke sposobnosti automobilske industrije i njenog doprinosa razvoju drugih privrednih sektora i nacionalnih privreda.

Iz svega gore navedenog, može se zaključiti da se proces reforme i razvoja srpske automobilske industrije ne razlikuje znatno od sprovedenih reformi u ostalim zemljama u regionu koje poseduju automobilsku industriju. Rezultati prikazani u radu predstavljaju započete reforme i moguće tendencije budućeg razvoja

srpske automobilske industrije, kroz partnerstvo sa italijanskim proizvođačem.

Kao podsticaj razvoju domaće automobilske industrije, i ostalih privrednih grana, od suštinske je važnosti da se partnerski odnos države i italijanskog giganta odvija po zacrtanom planu i programu razvoja. U datom slučaju, Srbija će do 2015. godine posedovati savremu automobilsku industriju koja pretenduje da postane primarna industrijska grana u zemlji.

LITERATURA

- [1] Đorđević M., (2007): *Razvoj srpske automobilske industrije- šansa za intenziviranje integrativnih procesa*, Zbornik radova: Tehnologija, kultura i razvoj, 124-34
- [2] OICA – International Organization of Motor Vehicle Manufacturers, <http://www.oica.net/>
- [3] CSM Worldwide Automotive Forecasting, <http://www.ihs.com/index.aspx>
- [4] Central and Eastern Europe Automotive Market <http://trade.gov/static/CEE%20Automotive%20Market%20Final2.pdf>
- [5] European Automobile Manufacturers' Association <http://www.acea.be/>
- [6] Czech Automotive Association <http://www.autosap.cz/default2-e.asp?page={AA5259CF-5C40-4A96-BAE7-C805CB7ACC66}>
- [7] Hungary Automotive Trade Association <http://www.automotive-online.com/associations/hungary.html>
- [8] Jakubaik M., Kolesar P., Ivailo I., Kurekova L., *The Automotive Industry in the Slovak Republic: Recent Developments and Impact on Growth*, Commission on Growth and Development, Working paper No. 29, 2008 <http://www.growthcommission.org/storage/cgdev/documents/gcwp029web.pdf>
- [9] Haiss P., Mahlberg B., Molling M., *The Automotive Industry in Central and Eastern Europe – Engine of Growth or Free Rider?*, Paper for presentation at the 2009 Oxford Business and Economics Conference (OBEC), June 24-26, Oxford University, U.K.
- [10] Strugeon T., Biesebroeck Van J., *Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries- A Global Value Chain Perspective*, World Bank, Working paper No. 5330, 2010
- [11] Wad P., *Impact of the Global Economic and Financial Crisis over the Automotive Industry in Developing Countries*, United Nations Industrial Development Organization, Working paper No. 16/2009, 2010