



**УНИВЕРЗИТЕТ У КРАГУЈЕВЦУ
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**

Љубина З. Калинић

**УТИЦАЈ МУЛТИНАЦИОНАЛНЕ КОМПАНИЈЕ У
АУТОМОБИЛСКОЈ ИНДУСТРИЈИ НА ЛОКАЛНИ
ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ**

Докторска дисертација

Крагујевац 2017. године

ИДЕНТИФИКАЦИОНА СТРАНИЦА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I Аутор
Име и презиме: Љубина Калинић
Датум и место рођења: 9.12.1984. године, Краљево
Садашње запослење: Сарадник за план и анализу, Одељење плана и анализе, Сектор финансија, Директна Банка ад Крагујевац
II Докторска дисертација
Наслов: Утицај мултинационалне компаније у аутомобилској индустрији на локални економски развој
Број страница: 239
Број табела: 71; број слика: 55
Број библиографских јединица: 275
Установа и место где је рад израђен: Економски факултет, Универзитет у Крагујевцу
Научна област (УДК): 629.3:334.726]:330.322(043.3)
Ментор: др Никола Макојевић, Економски факултет Универзитета у Крагујевцу
III Оцена и одбрана
Датум пријаве теме: 1.7.2015. године
Број одлуке и датум прихватања докторске дисертације:
Комисија за оцену подобности теме и кандидата: <ol style="list-style-type: none">1. Др Никола Макојевић, ванр. проф. Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Општа економија и привредни развој;2. Др Петар Веселиновић, ред. проф. Економског факултета Универзитета у Крагујевцу, ужа научна област Општа економија и привредни развој и3. Др Владислав Марјановић, ванр. проф. Економског факултета Универзитета у Нишу, ужа научна област Привредни развој, регионална економија.
Комисија за оцену докторске дисертације:
Комисија за одбрану докторске дисертације:
Датум одбране дисертације:

САДРЖАЈ

<i>АПСТРАКТ</i>	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
СПИСАК СЛИКА	IX
СПИСАК ТАБЕЛА	XI
УВОД	1

ДЕО I

ТЕОРИЈСКИ АСПЕКТИ РЕГИОНАЛНОГ ЕКОНОМСКОГ РАЗВОЈА

1. ПОЈАМ, ВРСТЕ И ЗНАЧАЈ РЕГИОНА	6
1.1. Појам и значај регионалног економског развоја	6
1.2. Основне теорије и модели регионалног економског развоја	9
1.2.1. Хипотеза међународне конвергенције	9
1.2.2. Теорија локације и теорија централног места	11
1.2.3. Алтернативне теорије регионалног развоја	12
1.2.3.1. Теорије регионалне економске конвергенције	12
1.2.3.2. Теорије регионалне економске дивергенције	13
1.2.3.3. Алтернативни концепти регионалног развоја: ефекти агломерације и технолошки базирана објашњења регионалног развоја	15
1.2.4. Од компаративне до конкурентне предности	16
1.2.5. Савремене перспективе регионалног економског развоја	17
1.3. Појмовно одређење региона као територијалне јединице националне економије	18
1.3.1. Појам региона и њихова улога у националним економијама	18
1.3.2. Врсте региона и показатељи степена развијености	20
1.4. Појам и типови регионализације	22
2. КОНЦЕПТ РЕГИОНАЛНЕ ПОЛИТИКЕ ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ	24
2.1. Историјски развој регионалне политике Европске уније	24
2.2. Спровођење регионалне политике Европске уније – циљеви и инструменти	26
2.2.1. Регионална политика у периоду 2000–2006. године	27
2.2.2. Регионална политика у периоду 2007–2013. године	28

2.2.3. IPA фонд – инструмент за претприступну помоћ Европске уније	31
2.3. Дефинисање региона у овину Европске уније и NUTS класификација	32
2.3.1. Принципи NUTS класификације	32
2.3.2. Циљеви и карактеристике NUTS класификације	34
2.4. Регионалне разлике у Европској унији	36
2.5. Перспективе регионалне политике Европске уније после 2013. године	39
2.5.1. Циљеви регионалне политике ЕУ за период 2014–2020. године	39
3. ПРОЦЕС РЕГИОНАЛИЗАЦИЈЕ И РЕГИОНАЛНИ РАЗВОЈ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ	42
3.1. Институционалне основе регионалног развоја – законодавни и стратешки оквир	42
3.2. Историјски приказ процеса регионализације Републике Србије	45
3.3. Статистичка регионализација Републике Србије	47
3.4. Циљеви и стратешки правци регионалног развоја Републике Србије	49
4. ПОЈАМ УРБАНЕ ЕКОНОМИЈЕ И ИНДИКАТОРИ РАЗВИЈЕНОСТИ	51
4.1. Дефинисање урбане економије и локалног економског развоја	51
4.2. Стратегија локалног одрживог економског развоја у Републици Србији	52
4.3. Индикатори степена развијености урбане економије	54
4.3.1. Предлог индикатора одрживости и добре управе према СЛОП-у	55
4.4. Дефинисање урбаног развоја кроз стратегију „Европа 2020“	59

ДЕО II

АНАЛИЗА УТИЦАЈА МУЛТИНАЦИОНАЛНЕ КОМПАНИЈЕ НА РЕГИОНАЛНИ И УРБАНИ РАЗВОЈ

1. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА (СДИ)	62
1.1. Појам, врсте и значај страних директних инвестиција	62
1.2. Ефекти страних директних инвестиција у земљи домаћину	64
1.3. Појам и развој дуалне економије	68
1.4. Мерење утицаја страних директних инвестиција на економски раст и изазивање неравномерности	69
2. УТИЦАЈ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА У АУТОМОБИЛСКОЈ ИНДУСТРИЈИ НА НАЦИОНАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ	72
2.1. Анализа глобалног тржишта аутомобилске индустрије	72
2.1.1. Трендови географске реорганизације аутомобилске индустрије у свету	72
2.1.2. Фактори који утичу на аутомобилску индустрију	73
2.1.3. Кретање основних обележја аутомобилске индустрије	76
2.1.4. Основне карактеристике аутомобилске индустрије у Европи	79
2.2. Аутомобилска индустрија у Централној и Источној Европи (ЦИЕ)	83

2.2.1. Глобални и европски контекст развоја аутомобилске индустрије у ЦИЕ	84
2.2.2. Трендови СДИ у аутомобилској индустрији у ЦИЕ	86
2.3. Ефекти економске кризе на аутомобилску индустрију у Централној и Источној Европи	87
3. АНАЛИЗА УТИЦАЈА АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ НА РЕГИОНАЛНИ И УРБАНИ РАЗВОЈ У ЗЕМЉАМА ЦЕНТРАЛНЕ И ИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ	92
3.1. Улога локалне тражње у аутомобилској индустрији у Централној и Источној Европи	92
3.2. Аутомобилска индустрија у земљама Централне Европе	94
3.3. Аутомобилска индустрија у Централној и Источној Европи – локални и регионални ефекти	98
3.3.1. Развој аутомобилске индустрије у Мађарској	99
3.3.2. Развој аутомобилске индустрије у Чешкој	103
3.3.3. Развој аутомобилске индустрије у Пољској	108
3.3.4. Развој аутомобилске индустрије у Словачкој	111
3.3.5. Развој аутомобилске индустрије у Румунији	114
3.3.6. Развој аутомобилске индустрије у Словенији	116

ДЕО III

МЕРЕЊЕ УТИЦАЈА КОМПАНИЈЕ FCA SRBIJA НА УРБАНИ РАЗВОЈ КРАГУЈЕВЦА

1. АНАЛИЗА АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ У КРАГУЈЕВЦУ	119
1.1. Историјат аутомобилске индустрије у Крагујевцу	119
1.1.1. Аутомобилска индустрија до 1990. године	119
1.1.2. Аутомобилска индустрија у периоду 1990–2008. године	120
1.2. Историја <i>Fiat</i> -а	121
1.2.1. Оснивање <i>Fiat</i> -а и интернационална експанзија	121
1.2.2. Пословање <i>Fiat</i> -а за време и непосредно након Првог и Другог светског рата	122
1.2.3. Технолошки напредак и ширење пословања	123
2. АНАЛИЗА УСЛОВА И ПРЕТПОСТАВКИ РАЗВОЈА FCA SRBIJA (2008–2016)	127
3. УТИЦАЈ FCA SRBIJA НА РАЗВОЈ АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ СРБИЈЕ	131
3.1. Стране директне инвестиције у аутомобилској индустрији Србије	131
3.2. Произвођачи делова у аутомобилској индустрији Србије	135
3.3. Финансијска подршка Владе Републике Србије за привлачење нових инвеститора	137
4. КРЕТАЊЕ ЕКОНОМСКИХ ИНДИКАТОРА НА НИВОУ ЛОКАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ	139
4.1. Анализа локалне економске ситуације	139
4.2. Анализа тржишта рада на подручју града Крагујевца	140
4.3. Економска размена са иностранством и пословно окружење	143

5. ОДРЖИВОСТ КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА У УСЛОВИМА ГЛОБАЛНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ НА ЛОКАЛНОМ И РЕГИОНАЛНОМ НИВОУ	151
5.1. Анализа нивоа квалификације радне снаге и развојног потенцијала FCA SRBIЈА	151
5.2. Анализа остварених финансијских показатеља FCA SRBIЈА	155
6. ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ ЕФЕКТА УТИЦАЈА FCA SRBIЈА НА УРБАНИ РАЗВОЈ КРАГУЈЕВЦА	158
6.1. Теоријски оквир истраживања	158
6.2. Предмет и циљ истраживања	162
6.3. Развој истраживачких хипотеза	163
6.4. Методологија и методе истраживања	164
6.5. Анализа утицаја мултинационалне компаније на секторску структуру локалне привреде	165
6.6. Анализа утицаја мултинационалне компаније на буџет локалне привреде и ниво инвестиција	170
6.7. Анализа утицаја мултинационалне компаније на формирање мреже добављача	176
6.8. Анализа утицаја мултинационалне компаније на тржиште некретнина	191
7. НАУЧНИ И ПРАКТИЧНИ ДОПРИНОС	203
8. ОГРАНИЧЕЊА СТУДИЈЕ И ПРЕПОРУКЕ ЗА БУДУЋА ИСТРАЖИВАЊА	205
ЗАКЉУЧАК	207
ЛИТЕРАТУРА	217
ПРИЛОГ	237

АПСТРАКТ

Мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије, као вид страних улагања, сматрају се кључним у дугорочном стратешком реструктурирању домаћих компанија са циљем унапређења како целокупне економије тако и регионалних и урбаних перформанси. Једна од најзначајнијих инвестиција у нашој земљи је улагање Fiat-а у аутомобилску индустрију. Долазак Fiat-а довео је до значајних промена у развоју урбане економије, промена у секторској структури, нивоу буџета града и инвестиција, промена на тржишту некретнина, као и промена у сектору добављача делова. Такође, компаније које производе делове за аутомобиле виделе су Србију као добар избор локације за ширење производње, односно могућност снабдевања како Fiat-ове фабрике у Крагујевцу тако и других произвођача у региону.

Емпиријским истраживањем је утврђено да је долазак велике мултинационалне компаније (МНК) довео до промена у секторској структури града кад је реч о повећању броја запослених лица у секундарном сектору, тј. прерађивачкој индустрији. Такође, остварени су велики приливи средстава у буџет града, што је утицало на промену структуре трошења средстава за јачање инфраструктуре на нивоу урбане економије. Сprovedено истраживање је показало да не постоји статистички значајна веза између удаљености добављача и његове припадности групама: Tier 1, Tier 2 и Tier 3, услед велике разуђености у оквиру Tier 1 групе супротно реалним очекивањима. Наиме, политика субвенција којом је држава организовала мрежу добављача Fiat-а (Fiat Chrysler Automobiles Serbia – FCA Србија), поставила је темеље за будуће неравномерности у регионалном развоју Србије. Изразита концентрација страних добављача који готово сву производњу усмеравају ка Fiat-у (регион Шумадије) предуслов је регионалног заостајања уколико дође до одласка Fiat-а, што је већ био случај у Италији у последњих неколико деценија. Добављачи у групи Tier 1, који су груписани у региону Војводине, већину свог производног програма усмеравају ка извозу, чиме је регион Војводине у бољем положају јер добављачи не зависе у потпуности од пословања и пословних планова Fiat-а. Такође, истраживање је показало да је долазак велике МНК довео до неравнотеже на тржишту некретнина, у виду раста цена на локалном тржишту некретнина услед ирационалних очекивања економских субјеката о будућим ценама издавања и вредности некретнина. Утврђено је и да је цена издавања најбоља варијабла за предвиђање кретања цена некретнина у будућности.

Кључне речи: регионални и локални развој, мултинационална компанија, аутомобилска индустрија, FCA, мрежа добављача, Tier, тржиште некретнина, ирационална очекивања

ABSTRACT

Multinational companies in automotive industry, as a form of foreign investment, are seen as crucial to long-term strategic restructuring of domestic companies with the aim of improving both the overall economy and regional and urban performances. One of the most important investments in our country is the investment of Fiat in automotive industry. The arrival of Fiat led to significant changes in the development of urban economy, changes in the sectoral structure, the levels of city budget and investments, changes in the real estate market as well as changes in the part supplier sector. Also, car parts producers saw Serbia as a good location for the expansion of production and the possibility to supply new Fiat's factory in Kragujevac and other manufacturers in the region.

Empirical research has found that the arrival of large multinational company (MNC) has led to changes in the sectoral structure of the city, i.e. the increase of number of persons employed in the secondary sector, i.e. manufacturing industry. Also, high inflows of funds in the city budget were recorded, which resulted in a change of the expenditure structure, directed to strengthening of infrastructure at the level of the urban economy. Conducted research showed that there is no statistically significant relationship between the distances of suppliers and their belonging to the groups: Tier 1, Tier 2 and Tier 3, due to the high granularity within the Tier 1 group, which was contrary to the realistic expectations. The policy of state subsidies, used to organize a network of suppliers of Fiat (Fiat Chrysler Automobiles Serbia - FCA Serbia), made the foundation for future imbalances in regional development of Serbia. Overwhelming concentration of foreign suppliers that almost all their production dedicate to Fiat (in Šumadija region) is a prerequisite for regional regression in case of departure of Fiat, which has already been the case in Italy in the last few decades. Suppliers in the Tier 1 group, which are grouped in the Vojvodina region, most of their production direct towards exports, in which case Vojvodina region in a better position because manufacturers do not depend entirely on the business and the business plans of Fiat. Also, research has shown that the arrival of large MNC has led to an imbalance in the housing market in the form of rising prices on the local real estate market due to the irrational economic expectations about future rental and selling prices of real estates. It was also found that the rental price is the best variable to predict the movement of real estate prices in the future.

Key words: *regional and local development, multinational company, automotive industry, FCA, supplier network, Tier, real estate market, irrational expectations*

СПИСАК СЛИКА

Слика 1. Регионални економски развој као матрица квалитативних, квантитативних, процесних и производних резултата	8
Слика 2. Структурни фондови (2007–2013)	29
Слика 3. NUTS класификација у ЕУ, земљама кандидатима и ЕФТА земљама	35
Слика 4. Просек БДП-а по глави становника и паритета куповне моћи ЕУ 28 (NUTS 2 региони, 2014)	38
Слика 5. Ефекти страних директних инвестиција	66
Слика 6. Повезаност произвођача аутомобила и њихових добављача	75
Слика 7. Производња моторних возила у свету (у мил. јединица, % удео/2000–2015)	76
Слика 8. Десет највећих произвођача возила у свету (2014)	78
Слика 9. Раст трошкова за И&Р у аутомобилском сектору и сектору делова у ЕУ, САД и Јапану	79
Слика 10. Број нових аутомобила на 1.000 становника (у земљама ЕУ, у јединицама, 2015)	81
Слика 11. Број фабрика добављача компоненти у ЦИЕ	85
Слика 12. Производња моторних возила у Западној Европи, Русији и Украјини и ЦИЕ (2006–2015)	90
Слика 13. Аутомобилска постројења и центри И&Р у ЦЕ у 2006. години	95
Слика 14. Произвођачи возила и мотора у Мађарској	100
Слика 15. Локације највећих аутомобилских добављача у Мађарској	102
Слика 16. Центри И&Р у Чешкој	106
Слика 17. Произвођачи возила и <i>Tier 1</i> добављачи у Чешкој	107
Слика 18. Произвођачи моторних возила у Пољској	109
Слика 19. Аутомобилска индустрија у Словачкој – произвођачи возила и <i>Tier 1</i> и <i>Tier 2</i> добављачи	113
Слика 20. Први <i>Fiat</i> -ов лого	122
Слика 21. <i>Fiat</i> -ов лого поводом стогодишњице постојања	124
Слика 22. Актуелни <i>Fiat</i> -ов лого	125
Слика 23. Највећи произвођачи делова у српској аутомобилској индустрији	132
Слика 24. Удео страних инвеститора у Србији по секторима делатности (2013)	133
Слика 25. Упоредни преглед просечне бруто зараде на нивоу града Крагујевца и Републике Србије (2006–2014)	140
Слика 26. Приказ броја незапослених лица на подручју града Крагујевца (2006–2014)	142
Слика 27. Старосна структура незапослених лица на подручју града Крагујевца (2014)	143
Слика 28. Преглед укупне спољнотрговинске размене града Крагујевца у хиљадама долара (2005–2015)	144
Слика 29. Преглед увоза/извоза привреде града Крагујевца, у хиљадама долара (2005–2015)	146
Слика 30. Економска размена са иностранством по секторима делатности (2012)	147
Слика 31. Структура предузећа по величини у граду Крагујевцу (2014)	149
Слика 32. Заступљеност сектора по предузећима у граду Крагујевцу (2014)	149
Слика 33. Број запослених лица у компанији FCA Srbija (2010–2015)	151
Слика 34. Кретање прихода и расхода компаније FCA Srbija у хиљадама динара (2010–2015)	154
Слика 35. Нето резултат компаније FCA Srbija (2010–2015)	155
Слика 36. Стопе профитабилности компаније FCA Srbija (2010–2015)	156
Слика 37. Пословни нето добитак/губитак компаније FCA Srbija (2010–2015)	156
Слика 38. Рацио задужености и рацио ликвидности компаније FCA Srbija (2010–2015)	157

Слика 39. Број запослених лица у граду Крагујевцу (2006–2014)	166
Слика 40. Запосленост у секундарном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)	168
Слика 41. Запосленост у терцијарном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)	168
Слика 42. Запосленост у кварталном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)	169
Слика 43. Упоредни приказ рашчлањених позиција прихода и расхода буџета града Крагујевца у периоду од 2007. до 2014. године (у 000 динара)	173
Слика 44. Година оснивања добављача FCA Србија	177
Слика 45. Власничка структура добављача и земља порекла страних добављача делова FCA Србија	178
Слика 46. Просечна месечна нето зарада добављача делова FCA Србија (у динарима)	178
Слика 47. Пласман производа добављача делова компанији FCA Србија (%)	179
Слика 48. Припадност добављача делова компаније FCA Србија <i>Tier</i> -у и подела <i>Tier</i> -а према власништву	180
Слика 49. Локација добављача FCA Србија (2014)	180
Слика 50. <i>Vox-plot</i> дијаграм за различите групе добављача	183
Слика 51. Ниво концентрације добављача FCA мерен <i>gini</i> коефицијентом	187
Слика 52. Лоренцова крива – ниво концентрације добављача FCA (у односу на број запослених као и % промета који отпада на FCA)	188
Слика 53. Лоренцова крива – регионална концентрација добављача FCA (у односу на број запослених као и % промета који отпада на FCA)	189
Слика 54. Кретање просечне цене по m ² и просечне цене издавања по m ² у граду Крагујевцу (2007–2013)	199
Слика 55. Кретање просечне цене по m ² , трошкова изградње, просечне каматне стопе на стамбене кредите и PR рачуна	201

СПИСАК ТАБЕЛА

Табела 1. Главни индикатори на регионалном нивоу	21
Табела 2. Циљеви и инструменти кохезионе политике Европске уније, 2007–2013. године	28
Табела 3. Стандард за NUTS класификацију региона	33
Табела 4. Региони земаља ЕУ према NUTS класификацији	36
Табела 5. NUTS региони у ЕУ према површини и броју становника	37
Табела 6. Тренд регионалне продуктивности у Републици Србији	46
Табела 7. Региони у Републици Србији према NUTS класификацији	48
Табела 8. Региони у Републици Србији према NUTS класификацији	48
Табела 9. Матрица циљева регионалног развоја Републике Србије	50
Табела 10. Индикатори економског развоја и доброг управљања	56
Табела 11. Индикатори становништва и квалитета живота	57
Табела 12. Индикатори животне средине	58
Табела 13. Потенцијални позитивни и негативни ефекти СДИ у земљи домаћина	67
Табела 14. Годишњи прилив инвестиција у свету, 2004–2013. (у мил. \$)	70
Табела 15. Удео прилива СДИ у свету, 2003–2013. (у мил. \$)	70
Табела 16. Укупан процењен износ СДИ у земљама ЦИЕ	71
Табела 17. Производња моторних возила у свету у 2014. и 2015. години	77
Табела 18. Запосленост у аутомобилској индустрији у ЕУ у 2013. години	80
Табела 19. Директна запосленост у аутомобилској индустрији у земљама ЕУ у 2013. години	81
Табела 20. Најважније земље – увозници аутомобила пореклом из ЕУ, у мил. јединица	82
Табела 21. Најважније земље – извозници аутомобила у ЕУ, у мил. јединица	82
Табела 22. Производња аутомобила у земљама Централне и Источне Европе	88
Табела 23. Производња моторних возила по компанијама (у мил. јединица)	89
Табела 24. Произвођачи аутомобила у региону Централне Европе	96
Табела 25. Примери инвестиција у <i>outsourcing</i> -у пословних процеса у аутомобилској индустрији ЦЕ	97
Табела 26. Десет највећих добављача компоненти у ЦЕ	97
Табела 27. Двадесет највећих земаља у свету по производњи возила (путничка и комерцијална возила, у мил. јединица, 2014)	98
Табела 28. Фабрике за производњу возила и мотора у ЦИЕ	99
Табела 29. Највећи страни инвеститори у српској аутомобилској индустрији	133
Табела 30. Највећих 15 извозника у Републици Србији за период јануар–фебруар 2016. године	134
Табела 31. Структура сектора добављача у српској аутомобилској индустрији	135
Табела 32. Главни производи српске аутомобилске индустрије, 2014.	136
Табела 33. Инвестициони пројекти за које Влада Републике Србије одобрава средства	138
Табела 34. Пореске олакшице за стране инвеститоре у РС	138
Табела 35. Преглед економског агрегата града Крагујевца, 2005–2014.	139
Табела 36. Структура запослених лица на подручју града Крагујевца (2006–2014)	141
Табела 37. Структура незапослених лица на подручју града Крагујевца	142
Табела 38. Старосна структура незапослених лица на подручју града Крагујевца, 2014.	143
Табела 39. Квалификациона структура незапослених лица на подручју града Крагујевца, 2014.	143
Табела 40. Највећи извозници и увозници града Крагујевца у 2015. години	146
Табела 41. Економска размена града Крагујевца по производима у 2015. години	148
Табела 42. Преглед броја предузећа у Крагујевцу за период 2004–2014.	149

Табела 43. Подаци о броју запослених и квалификационој структури запослених лица у компанији FCA Србија	152
Табела 44. Најважније позиције из биланса успеха и биланса стања компаније FCA Србија, 2012–2015.	153
Табела 45. Структура финансијског резултата компаније FCA Србија, 2010–2015.	154
Табела 46. Број запослених лица према секторима делатности у граду Крагујевцу (2007–2014)	167
Табела 47. Приходи и примања буџета града Крагујевца за период 2007–2014. године (у 000 динара)	171
Табела 48. Расходи и издаци буџета града Крагујевца за период 2007–2014. године (у 000 динара)	172
Табела 49. Суфицит/дефицит буџета града Крагујевца за период 2007–2014. године (у 000 динара)	173
Табела 50. Остварене инвестиције у нова основна средства по карактеру изградње и техничкој структури у граду Крагујевцу за период 2007–2014. године (у 000 динара)	174
Табела 51. Остварене инвестиције у нова основна средства, по делатностима у граду Крагујевцу за период 2007–2014. године (у 000 динара)	175
Табела 52. Основне карактеристике региона у којима су лоцирани добављачи FCA, 2014.	181
Табела 53. Резултати <i>Shapiro-Wilk</i> теста нормалности	182
Табела 54. Дескриптивна статистика за различите групе добављача у односу на удаљеност од фабрике FCA (у km)	182
Табела 55. Средње вредности и медијане за различите групе добављача	184
Табела 56. Резултати <i>Kruskal-Wallis H</i> теста	184
Табела 57. Регионални распоред добављача FCA према броју запослених лица (2010–2014)	187
Табела 58. Регионални распоред добављача FCA према % промета који отпада на FCA (2010–2014)	187
Табела 59: Регионална (НУТС 2) концентрација добављача FCA мерена <i>gini</i> коефицијентом	188
Табела 60. Концентрација по <i>Tier</i> -овима мерена <i>gini</i> коефицијентом	189
Табела 61. Фундаментални фактори (2007–2013)	196
Табела 62. PR рацио (2007–2013)	197
Табела 63. Дескриптивна статистика – резултати линеарне регресије	197
Табела 64. Утицај просечне цене издавања по m ² на просечну цену некретнине по m ² – резултат регресионе анализе	198
Табела 65. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај просечне цене издавања по m ² на просечну цену некретнине по m ²	198
Табела 66. Утицај просечне цене издавања по m ² на просечну цену некретнине по m ² – Пирсонов коефицијент корелације	199
Табела 67. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај трошкова изградње по m ² на просечну цену некретнине по m ²	200
Табела 68. Утицај просечне цене издавања по m ² на просечну цену некретнине по m ² – Пирсонов коефицијент корелације	200
Табела 69. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај просечне каматне стопе на стамбене кредите на просечну цену некретнине по m ²	201
Табела 70. Утицај просечне каматне стопе на стамбене кредите на просечну цену некретнине по m ² – Пирсонов коефицијент корелације	201
Табела 71. Резултати <i>Step Wise</i> регресије	202

УВОД

Улагање страних мултинационалних компанија¹ из аутомобилске индустрије сматра се веома значајним у дугорочном стратешком реструктурирању домаћих компанија са циљем унапређења како целокупне економије земље домаћина тако и регионалног и урбаног развоја. Посебно је важно привлачење великих компанија у регионима са лоше исказаним перформансама, а пре свега ниским нивоом запослености и производње. Успостављање веза са домаћим компанијама сматра се најзначајнијим механизмом кроз који се одвија трансфер технологије, знања и нових начина организације и управљања. Такође, у случају регионалног развоја од великог је значаја укључивање у међународно тржиште, како произвођача возила тако и њихових добављача делова. Међутим, степен интеграције мултинационалних компанија са локалним и регионалним економијама земље домаћина варира услед постојања великих разлика у развијености индустрије и постављеним стратегијама. Стога, нису све стране инвестиције довеле до успостављања веза између добављача и локалних предузећа чиме би се позитивно утицало на раст и развој привреде.

Једна од најзначајнијих инвестиција у нашој земљи је улагање *Fiat*-а у оживљавање аутомобилске индустрије. Долазак велике мултинационалне компаније довео је до значајних промена у развоју урбане економије, промена у секторској структури, нивоу буџета града и инвестиција, промена на тржишту некретнина као и промена у сектору добављача делова. **Предмет докторске дисертације** је анализа теоријских и непосредних сазнања о утицају мултинационалне компаније на урбани економски развој, са посебним апострофирањем утицаја развоја аутомобилске индустрије, мерено моделима развијеним у литератури и коришћењем специфичног модела насталог током истраживања. **Основни циљ истраживања** у овој докторској дисертацији јесте анализа утицаја мултинационалне компаније на промене на нивоу урбане економије. На бази дефинисаног основног циља, изведени су и специфични циљеви: прво, мерење утицаја мултинационалне компаније на промене у секторској структури урбане економије; друго: анализа утицаја мултинационалне компаније на ниво оствареног буџета града и ниво инвестиција; треће, утврђивање карактеристика мреже

¹ Мултинационална компанија је предузеће чије се седиште налази у једној, односно матичној земљи, а пословни погони у другим, тзв. земљама домаћинима.

Fiat-ових добављача као и разлика у њиховој локацији и просторном распореду; четврто, сагледавање промена на тржишту некретнина на нивоу локалне економије.

Имајући у виду предмет и циљ истраживања, формулисане су релевантне **хипотезе истраживања**:

1. Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у секторској структури урбане економије.
2. Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у буџету града и нивоу инвестиција.
3. Долазак мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије доводи до формирања мреже добављача делова, при чему је она организована тако да постоји статистички значајна веза између удаљености добављача од локације њене производне базе и припадности добављача групама *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*.
4. Долазак мултинационалне компаније доводи до неравнотеже на тржишту некретнина.

Први део докторске дисертације носи наслов **Теоријски аспекти регионалног економског развоја**. У оквиру овог дела дефинисани су региони као активни чиниоци укупног друштвено-економског развоја у глобалном систему привреде, објашњен њихов значај, врсте, функције и показатељи развијености. Такође, представљен је и концепт регионалног економског развоја, његове основне теорије и модели, као и појам и типови регионализације.

У наставку првог дела описане су основне карактеристике и принципи регионалне политике Европске уније, са основним циљевима којима се јача економска и социјална кохезија, а самим тим и инструменти подршке у остварењу постављених циљева. Такође, објашњен је европски модел регионализације, као и класификација статистичких региона према NUTS методологији, разлике између региона у Европској унији, као и перспективе и правци унапређења њене регионалне политике. Затим, описане су институционалне основе регионалног развоја у Србији кроз законодавни и стратешки оквир, историјски приказ регионализације, као и статистичка регионализација Србије којом она прихвата и спроводи стандарде Европске уније. На крају првог дела, дефинисана је урбана економија, описане су њене стратегије са циљем економског развоја, као и индикатори развијености.

Други део докторске дисертације, под насловом **Анализа утицаја мултинационалне компаније на регионални и урбани развој**, темељи се на опису основних карактеристика страних директних инвестиција (СДИ), њиховој вези са

економским растом и утицају на неравномеран развој појединих региона и локалних средина. Сагледани су позитивни и негативни, као и дугорочни ефекти страних директних инвестиција на земљу домаћина на нивоу предузећа, као и на урбаном и регионалном нивоу. Такође, представљен је и концепт развоја дуалне економије који подразумева стварање јаза између великог броја домаћих предузећа и неколико успешних и ефикасних предузећа у страном власништву. У наставку другог дела пажња је посвећена анализи глобалног тржишта аутомобилске индустрије, настанку и развоју аутомобилске индустрије у земљама Централне и Источне Европе, као и ефектима економске кризе на дешавања у аутомобилској индустрији у овим земљама. Последњи део другог дела јесте анализа утицаја мултинационалне компаније на локални и регионални економски развој, са нагласком на земљама Централне и Источне Европе (Пољска, Чешка, Словачка, Мађарска, Румунија и Словенија).

Трећи део докторске дисертације носи наслов **Мерење утицаја компаније FCA Србија на урбани развој Крагујевца**, у оквиру кога је најпре дат преглед историјског развоја аутомобилске индустрије у Крагујевцу, и то у периоду до 1990. године и у периоду од 1990. до 2008. године, а затим и историја *Fiat*-а и описани услови и претпоставке за развој компаније FCA у Србији. У оквиру трећег дела је представљено тренутно стање у аутомобилској индустрији, затим највећи инвеститори, извозници и произвођачи делова. У наставку је дато кретање економских индикатора на нивоу локалне економије, а које се односи на анализу локалне економске ситуације, тржишта рада, као и економску размену са иностранством и пословно окружење. Извршена је и анализа квалификације радне снаге и развојног потенцијала FCA.

У оквиру последњег дела који се односи на емпиријско истраживање, конципиран је истраживачки модел на основу утврђеног предмета и циљева истраживања, истраживачких варијабли и хипотеза, као и одређене методологије и метода истраживања. Наиме, циљ истраживања је да се идентификују промене на локалном нивоу изазване доласком мултинационалне компаније. Приступило се како прикупљању великог броја показатеља са званичних сајтова, тако и прикупљању примарних података анкетним методом. Коришћењем статистичких метода тестиране су постављене хипотезе са циљем анализе утицаја мултинационалне компаније на секторску структуру локалне привреде, на буџет локалне привреде и ниво инвестиција, сектор добављача и тржиште некретнина. На крају емпиријске анализе, поред детаљног приказа резултата истраживања, презентовања научног и практичног доприноса, образложена су ограничења и предлози за будућа истраживања.

Имајући у виду постављени предмет и циљ истраживања, као и основне научне хипотезе, коришћени су различити извори и методе. Емпиријски део рада је базиран на анализи утицаја мултинационалне компаније на промене у локалној економији на примеру *Fiat*-а и Крагујевца. За истраживање емпиријског дела, тј. за анализу података и презентацију резултата коришћена је квалитативна и квантитативна методологија која се примењује у области друштвених наука. Наиме, у дисертацији је коришћена комбинована методологија, то јест најпре је спроведено квалитативно, а затим и квантитативно истраживање. Квалитативне методе истраживања се користе за појмовно одређење и описивање основних елемената у оквиру посматраног проблема, применом дескриптивне статистике. У оквиру квалитативне методологије коришћени су методи анализе и синтезе, индукције и дедукције, методи дескрипције и компарације.

У оквиру квантитативне методологије примењени су различити статистички модели који се користе за утврђивање узрочно-последичне везе и мерење утицаја на зависну варијаблу. Прикупљању примарних података приступило се методом испитивања. У ту сврху коришћен је анкетни упитник који су попуњавали добављачи, грађевинске компаније и агенције за промет некретнина. Прикупљени подаци обрађени су помоћу Статистичког пакета за друштвене науке (*Statistical Package for Social Sciences-SPSS 17*), а за потребе спровођења анализе података примењени су различити статистички методи: *Kruskal–Wallis*-ов *H* тест (као непараметарска алтернатива *One way ANOVA*), *gini* коефицијент, коефицијент ефикасности/локације (*LQ*), линеарна и вишеструка регресија, *PR* рацио и *Step Wise* регресија. Циљ примене наведених метода је добијање резултата који омогућавају утврђивање степена статистичке условљености доласка мултинационалне компаније и промена у привреди локалне средине, што је важно за добијање валидних закључака.

ДЕО I
ТЕОРИЈСКИ АСПЕКТИ РЕГИОНАЛНОГ
ЕКОНОМСКОГ РАЗВОЈА

1. ПОЈАМ, ВРСТЕ И ЗНАЧАЈ РЕГИОНА

Концепт регионалног развоја је једно од водећих питања данашњице. Разлике у развијености региона су велике, па земље широм света теже да те разлике смање. У литератури се сусрећемо са великим бројем питања која се тичу региона као покретача иновација и економског развоја. „Зашто поједини региони расту брже од других?“, „Како смањити неравномерност у развоју региона?“, „Помоћу којих индикатора је најбоље пратити раст региона?“, само су нека од актуелних питања (Stimson et al., 2006).

Регионална политика Европске уније (ЕУ) предмет је све већег интересовања како земаља чланица тако и земаља кандидата и потенцијалних кандидата за пуноправно чланство, имајући у виду да региони и локалне заједнице играју кључну улогу у процесу интеграције у Унију. Остваривање раста и равномерног регионалног развоја, образовања, запошљавања, развоја инфраструктуре и очување животне средине може се постићи кроз регионалну политику ЕУ, истовременим и усклађеним деловањем на низу стратешких поља. Регионална политика ЕУ представља један од најзначајнијих инструмената свеукупног развоја ЕУ у целини и њених држава чланица. ЕУ је основана са циљем остваривања свеукупног уравнотеженог развоја који се једино може постићи смањењем регионалних диспаритета и подстицањем економске, социјалне и територијалне кохезије.

Оквир за примену принципа и механизма за управљањем регионалним развојем Србије на основу савремених концепција настао је доношењем Стратегије регионалног развоја Србије и усвајањем Закона о регионалном развоју Србије. Маргинализација регионалног развоја током дужег низа година довела је до нагомилавања великог броја проблема који су само делимично последица транзиционих процеса и економске кризе. Стога је, као основни циљ, наведено смањивање регионалних разлика унутар Србије и подизање конкурентских резултата региона и урбаних средина кроз свеобухватно разматрање услова, недостатака и потенцијала региона.

1.1. Појам и значај регионалног економског развоја

Регионални економски развој већ дуже време привлачи пажњу и интересовање научника и стручне јавности. Решавање проблема економског развоја започиње

доношењем стратешких планова развоја градова и региона, при чему у њиховој реализацији долази до успостављања великог броја партнерстава између владиних и пословних институција на националном и локалном нивоу.

У прошлости је концепт регионалног развоја посматран искључиво са економског становишта, а регионални развој је поистовећиван са регионалним економским развојем. Организација за економску сарадњу и развој дефинисала је регионални развој као „широк појам који се може посматрати као општи напор да се смање регионалне разлике давањем подршке економској активности у регионима, путем запослености и стварања богатства“ (OECD, 2016). Данас је много прихватљивије свеобухватно одређење регионалног развоја, према коме се он види као „шири концепт који укључује регионалне заједнице у побољшању свог економског и социјално-културног благостања, као и у очувању животне средине, користећи у потпуности потенцијал регионалних ресурса и његове становнике“ (OECD, 2016).

Регионални економски развој се може посматрати као производ, али и као процес (Stimson et al., 2006). Он је производ економског развоја, односно поља која обично представљају главне преокупације људи који живе, раде и инвестирају у регионима (послови, зараде, инвестиције, стандард живота и рада и др.). С друге стране, он се посматра као процес и главна је преокупација економиста и аналитичара (подршка индустрији, изградња инфраструктуре, обука радника и развој тржишта). Нажалост, често је тешко уравнотежити резултате економског развоја са процесима којима се они постижу.

Регионални економски развој се може посматрати као матрица квалитативних, квантитативних, процесних и производних резултата (слика 1). Дефиниција регионалног економског развоја коју је дао Malecki (1991) односи се на комбинацију квалитативних и квантитативних карактеристика економије региона, где су квалитативни најзначајнији и укључују дугорочне и структурне карактеристике, као што су способност увођења нових економских активности и максимизирање корисних страна у оквиру региона. Такође је квалитативан у смислу стварања веће друштвене и финансијске једнакости, достизања одрживог развоја и повећања прилика за запошљавање и унапређење квалитета живота. Квантитативна димензија укључује мерљиве резултате кроз повећање богатства и нивоа дохотка, доступности добара и услуга, повећање финансијске сигурности, итд.

Слика 1. Регионални економски развој као матрица квалитативних, квантитативних, процесних и производних резултата

Матрица регионалног економског развоја	Квалитативни инпути/оутпути	Квантитативни инпути/оутпути
Регионални економски процес <ul style="list-style-type: none"> • Политика • Планирање • Анализа • Стратегија • Ресурси, итд. 		
Регионални економски производ <ul style="list-style-type: none"> • Запосленост • Богатство • Инвестиције • Инфраструктура • Квалитет живота, итд. 		

Извор: Stimson et al., 2006, стр.7

Blakely (1994) дефинише регионални економски развој као процес при ком се локалне владе или непрофитне организације подстичу да стимулишу пословне активности и запошљавање. Главни циљ локалног економског развоја су подстицаји за запошљавање у секторима који су важни за развој заједнице, уз коришћење постојећих људских, природних и институционалних ресурса.

Вишедимензионални аспект економског развоја навео је ауторе да предложи следећу дефиницију регионалног економског развоја (Stimson et al., 2006, стр. 6): „Регионални економски развој је скуп економских процеса и расположивих ресурса у региону комбинованих на начин да доводе до одрживог развоја и жељених економских резултата, а који испуњавају вредности и очекивања грађана, инвеститора и локалне и националне владе.“

У прошлости је политика регионалног развоја покушавала да оствари постављене циљеве развојем великих инфраструктурних пројеката и привлачењем инвестиција. Потребу за новим приступом покренула су запажања да досадашња политика није значајно успела да смањи регионалне разлике, упркос приливу знатних финансијских средстава. Стога, нови приступ регионалном развоју подразумева спровођење мера за повећање конкурентности свих региона, пре него само прерасподела средстава и субвенција регионима у развоју. Неке кључне карактеристике овог новог приступа регионалном развоју укључују (OECD, 2016):

- формулисање и примену развојне стратегије која покрива широк спектар директних и индиректних мера које утичу на резултате локалних предузећа;

- фокус на регионалним специфичним средствима, а мање на приливу инвестиција и трансферима;
- нагласак на могућностима, а не на недостацима или потреби за подршком;
- колективни/договорни приступ у управљању развојем који укључује повезаност националне, регионалне и локалне власти са другим заинтересованим странама.

1.2. Основне теорије и модели регионалног економског развоја

Развој теорија о регионалном економском развоју пратило је историјске догађаје и потребу људи за решавањем текућих проблема. Проблематика регионалног развоја као тема разматрања и проучавања теоретичара започета је доста касно, у првој половини 20. века. Од тада заузима значајно место у истраживањима како економиста, тако и математичара, социолога, демографа, географа и политиколога.

Теорија регионалног економског развоја настала је из неколико различитих интелектуалних праваца. Неокласичне теорије трговине и раста пружају основу за разумевање хоће ли регионалне економије постати сличније или још више различите током времена. Просторни аспект теорије регионалног раста најчешће се односи на теорију локације, чији теоретичари пружају оквир за разумевање улоге транспортних трошкова у регионалном развоју. Литературу о екстерним економијама обима проучавали су нови неокласични теоретичари. Коначно, кроз литературу о економском развоју прожимају се идеје теорије централног места, посебно у литератури полова раста и у разним структуралним приступима.

1.2.1. Хипотеза међународне конвергенције

Најраније теорије економског развоја односиле су се на схватања да ће се током времена разлике у цени рада и других фактора производње између региона смањити и довести до конвергенције. Овакво мишљење створило је контроверзу међу теоретичарима, посебно аспект конвергенције дохотка индустријализованих и мање индустријализованих региона. Ранији теоретичари су изникли из ове контроверзе и разликују се по предвиђањима међурегионалне конвергенције и кретања цене фактора производње током времена. Теоретичари *неокласичне теорије трговине* се позивају на

Heckscher-Ohlin-Samuelsonov (HOS) теорему како би објаснили међународну конвергенцију цене фактора користећи моделе статичке равнотеже.

Динамичне верзије хипотезе конвергенције темеље се на теорији неокласичног раста, посебно у моделима које су предложили Solow и Swan (1956). У *теорији неокласичног раста*, постоје две врсте конвергенције, условна и апсолутна. Условна конвергенција се односи на конвергенцију према стабилној стопи раста која резултира константним дохотком *per capita* и нивоима потрошње. Стопе штедње, депрецијације и раста становништва разликују се међу земљама, а каже се да је условна јер не мора обавезно да доведе до једнаких нивоа дохотка међу земљама. Апсолутна конвергенција се догађа када су параметри модела раста једнаки за све земље, што имплицира да ће богатије земље спорије расти него сиромашније земље, а дохоци *per capita* ће постати једнаки с временом, као што предвиђа HOS-ов модел међународне трговине.

Могућност динамичке или статичке међурегионалне конвергенције подразумева да ће трговина и инвестиције у одређеном тренутку довести до изједначавања зарада међу регионима. HOS-ов модел имплицира конвергенцију у зарадама међу земљама, што не значи нужно и конвергенцију у доходу. То је чињеница коју су често игнорисали критичари неокласичне теорија трговине. Такође, како се параметри раста разликују међу земљама, могућа је слабија верзија условне конвергенције током времена, а дохоци се могу разликовати због разлика у технологији или стопи штедње. Maier (2001) наводи да у традиционалним неокласичним моделима, „ни просторна структура, као ни историјски догађаји немају никакве импликације по правце дугорочног раста региона“. Стога, неокласична теорија не идентификује и не објашњава адекватно понашање и факторе који дефинишу регионални економски развој или процесе економског развоја (Malecki, 1991).

Традиционална неокласична теорија економског раста, умногоме заснована на познатом Solow-ом моделу (1956, 2000) замењена је групом модела и аргумената који су обично познати као *Нова теорија раста*. Ова теорија „потиче из срца економске теорије“ (Maier, 2001). Теоретичари као што су Romer (1986, 1990), Baro (1990), Rebelo (1991), Grosman и Helpman (1991) и Artur (1994) настојали су да објасне почетни напредак који доводи до економског раста као ендемог ефекта, не прихватајући неокласично схватање дугорочног раста као последице егзогених фактора. Модели нове теорије раста укључују ефекте агломерације и несавршености тржишта где механизми цена не стварају нужно оптимални резултат кроз ефикасну алокацију ресурса. Нова теорија раста оставља простора како за концентрацију тако и за дивергенцију.

1.2.2. Теорија локације и теорија централног места

Најновије теорије регионалног економског развоја настале су као резултат неслагања са основама неокласичне економије и хипотезом конвергенције. Модели који проучавају природу и функционисање региона и начина на које фирме бирају где да лоцирају своје активности проналазе своје место у теорији локације и теорији централног места.

Теорија локације проучава неправилност у распореду економских активности на одређеном простору и факторе које фирме разматрају при одабиру географске локације, било да је реч о региону или локацији у оквиру њега. Теорија локације се развила као рани одговор на игнорисање простора у традиционалним економским анализама. Развио ју је Alfred Weber (1929), а касније унапредили Edgar Hoover (1937), Melvin Greenhut (1956) и Walter Isard (1956). Аналитичке методе касније су проширили Isard et al., (1998), и оне су постале стандардни алат регионалног планирања на основу којих фирме бирају локацију како би умањиле трошкове, увећале тржиште и повећале профит. Велика пажња посвећује се трошковима транспорта, цени радне снаге и производње, обиму активности и економији агломерације. Развојем технологије транспорта и телекомуникација умањена су ограничења која представљају удаљеност и време, а промене организационих и производних модела наглашавају значај умрежавања пословања, стратешких савеза и „just in time“ система производње и испоруке. Битно је уважавање постулата теорије локације у смислу разумевања предности и мана одређеног региона или локације за одређену индустрију и величину предузећа у погледу набавке ресурса, просторних захтева, захтева за радном снагом, величином тржишта, унапређења инфраструктуре, као и улагања знатних напора за привлачење инвестиција и одржавање пословања.

Теорија централног места заснива се на раду теоретичара Volterra Christallera (1933), који наводи да су урбани центри распоређени по хијерархијском распореду различитих величина и функционалне комплексности, а фокус је на продаји и другим услужним функцијама централног места, пре него на активностима везаним за производњу. Losch (1954) проширује иницијалне идеје Christallera стављајући их у економски контекст. Он је открио да је релативна величина тржишта предузећа, као територије на коме предузеће продаје свој производ, одређена комбинацијом утицаја економије обима и транспортних трошкова. King (1984) тврди да је економска улога урбаног центра у обезбеђивању добара и услуга околним регионима и мањим заједницама, и то је практично улога коју имају сви мањи и већи градови. Теорија

централног места може пружити значајне елементе за регионални развој јер садржи општа правила везана за комбиновање урбаних просторних шема, распореда и низ функционалних економских активности.

1.2.3. Алтернативне теорије регионалног развоја

Према хипотези међурегионалне конвергенције, међурегионална трговина и регионалне инвестиције требало би да доведу до изједначавања дохотка *per capita* међу регионима са једнаким стопама поделе рада, нивоа знања, вештина и инвестиција. Теорије објашњене у наставку се могу дефинисати у терминима њиховог односа према међурегионалној хипотези конвергенције.

1.2.3.1. Теорије регионалне економске конвергенције

Теорија извозне базе је фундаментална теорија регионалног економског развоја (Aleksandar, 1954; Tibu, 1962) која претпоставља да су локалне и регионалне економије сачињене из два дела, и то из небазичне компоненте, која постоји како би задовољила потребе локалне популације (локална потрошња) и базичне компоненте којом се стварају добра и пружају услуге за потрошњу изван региона (извозна потрошња). Основни део економије назива се извозна база (економска база). Развој се постиже кроз експанзију економске базе јер такво кретање има ефекат увећања. Раст извозне базе региона значи да се средства сливају у регионалну економију од продаје локално произведених добара и пружања услуга клијентима ван региона, а део ових примања се усмерава на додатну локалну потрошњу. Почетни и наредни циклуси потрошње, такозвани индиректни или условљени економски ефекти, мултипликују ефекат почетног пораста у економској бази, стварајући тако економски развој (Stough&Maggio, 1994), тј. пораст послова, прихода и производње.

Неокласична теорија егзогеног раста потиче из модела економског раста које су развили Harrod (1939) и Domar (1946). У односу на теорије које су се бавиле потражном страном економије (попут теорије извозне базе), неокласична теорија раста објашњава регионални развој користећи моделе који се баве агрегатном понудом и инвестирањем у производне капацитете. Ранија верзија ове теорије се често спомиње као егзогена теорија раста, јер су стопа штедње, стопа раста популације и технолошки напредак одређени изван модела.

Модели које су развили Solow (1956) и Swan (1956) били су најутицајнији у модерној теорији раста, првенствено због коришћења уопштенијег облика регионалне производне функције која допушта супституцију инпута производње у складу са производним функцијама које претпостављају константне приносе на обим и позитивну еластичност супституције инпута (Barro&Sala-i-Martin, 1990). Barro и Sala-i-Martin (1990) наводе да је међурегионална конвергенција вероватнија него међународна конвергенција јер су фактори производње мобилнији међу регионима. Williamson (1994) тврди да је међурегионална конвергенција вероватнија током каснијег стадијума националног развоја него на почетку док је земља још неразвијена.

1.2.3.2. Теорије регионалне економске дивергенције

Бројне критике упућиване су концепту конвергенције. Једна од критика је емпиријске природе. Теорије економског развоја развиле су се у периоду после Другог светског рата, када су се јавиле значајне економске разлике између индустријализованих и мање развијених земаља. Иако су емпиријске студије (нпр. Perloff et al., 1960) потврђивале тренд економске конвергенције на регионалном нивоу, барем у САД, критичари су истицали постојање сиромаштва у мање развијеним земљама као доказ да се неки региони света нису прилагодили предвиђањима модела неокласичног раста. Друга критика је била упућена нереалним претпоставкама теорије неокласичног раста, посебно оних које се тичу константних приноса на обим, непостојања транспортних трошкова, идентичних производних технологија међу регионима, савршено конкурентних тржишта, идентичних преференција међу регионима и др. Један од одговора на критику конвергенције био је да се у моделе регионалног раста укључе предвиђања дивергенције, па се може говорити о *теорији полова раста* и *кумулятивно узрочној теорији*.

Најпознатија међу теоријама регионалног развоја свакако је *теорија полова раста* Fransa Perroux-а (1950), која је касније преименована у теорију полова развоја. Peri и његови следбеници, дограђивали су полазне поставке током педесетих и шездесетих година, тако да у завршним верзијама у овој теорији проналазимо преформулисане готово све релевантне елементе других теоријских концепција регионалног развоја. Ова теорија наводи да економска кретања треба да се фокусирају на инвестирање у одређени сектор (пол раста). Пол раста је обично централна индустрија регионалне економије која доводи до повезивања са другим секторима када почне да се шири. Теорија полова раста

ставља тежиште на концентрацију производње у оним центрима где је могуће постићи највеће компаративне предности у датом региону. Разуђеност индустрије по читавој територији не даје никакве резултате. Економски раст имплицира не само концентрацију него и одређено просторно ширење производње. Полови раста, то јест формирану индустријски комплекси, морају бити довољно јаки да преко цена и робних и новчаних токова шире своја подстицајна дејства и на недовољно развијена подручја. Ефекти поларизације (неравномерности) претходе и добрим делом условљавају настајање ефекта ширења (Чобелић, 1980). Теорија полова раста је настала на чињеницама које су карактерисале привреду многих земаља, тј. неравномерности регионалног развоја у којој леже тачке ослонца које представљају полове раста будућег развоја.

Једна од најчешће цитираних теорија регионалног развоја је *теорија кумулативне узрочности* (Mirđal, 1957), која ставља фокус на тржиште, и то како нека урбана подручја користе капитал, вештине и стручност како би акумулирали конкурентску предност над другим локацијама. Неразвијени региони могу имати користи од раста развијених региона кроз ефекте „ширења“ односно дифузије иновација у заостале регионе и растом њиховог извоза у развијене регионе. Ове предности могу бити неутрализоване ефектима „повлачења“, што резултира измештањем капитала и рада из заосталих у развијени регион. Слободна трговина међу регионима само појачава овај процес кумулативне узрочности даљим катализирањем раста у развијеним регионима на уштрб заосталих региона.

Теорије економске базе, полова раста и кумулативне узрочности користе се у пракси регионалног економског развоја приликом развоја стратегија за привлачење инвестиција и унапређење инфраструктуре које ће подржавати пословне активности урбаних средина или региона. Подстицаји, као што су пореске олакшице, побољшање инфраструктуре, маркетинг, образовање, широко се примењују и представљају битан аспект програма регионалног економског развоја уопште, нарочито оних који акценат стављају на привлачењу мултинационалних компанија ради унапређења тржишне позиције и повећања извоза.

1.2.3.3. Алтернативни концепти регионалног развоја: ефекти агломерације и технолошки базирана објашњења регионалног развоја

Нарочито битан концепт за регионални економски развој је ефекат агломерације, који се може сагледати на различите начине (Stimson et al., 2006). *Прво*, агломерацијске економије омогућавају бројне предности појединцима и фирмама у великим концентрацијама популације везаних пре свега за економске активности. *Друго*, ефекат агломерације доводи до економије обима, тако да велике организације или региони могу да производе добра или услуге јефтиније од мањих. *Треће*, долази до настанка разноврсних тржишта и послова кроз повезивање фирми различитих величина. *Четврто*, агломерација има користи од екстерних ефеката, то јест близине различитим пословима и тржишним приликама.

Агломерацијски ефекти играју важну улогу у теоријама регионалног развоја и концептима економског раста. Нова теорија економског раста показује да су ефекти агломерације основа за разумевање функционисања економије, у којој се формирају различите просторне структуре, показују правци зависности развоја од процеса раста и дугорочне импликације на економска дешавања (Maier, 2001).

Током последње три деценије највише пажње у литератури посвећено је значају технологије која је у директној вези са концептима агломерације, учења и управљања. Thomas (1975) и Erickson (1994) указују на позитиван утицај технолошких промена на конкурентност региона. Norton и Rees (1979), као и Erickson и Leinbach (1979) показали су како производни циклус, када се инкорпорира у просторну димензију, различито утиче на регионе кроз фазу иновације, тј. стопу раста и фазу стандардизације, где се производња може померити из изворног региона где су трошкови били високи, на локације са нижим трошковима, које се обично налазе *off-shore*, што је послешено развојем интернационализације производног процеса. Тако неки региони постају иноватори, други постају гране које примењују иновације, а они и сами могу постати иноватори кроз сопствени раст. Markusen (1985) проширује теорију производног циклуса на различите врсте индустријске организације и корпоративног развоја које могу утицати на регионални развој.

Концепт „*иновативног милеа*“ формулисан је да објасни како, где и зашто нове технолошке генерације користе предности економије агломерације и локалне економије, доводећи до развоја нових индустријских простора (Krugman, 1991; Porter, 1990). Fukuyama (1995) сматра да су не само економски већ и културолошки фактори,

укључујући друштвени капитал и поверење, важни за пораст агломерација технологије, што се може видети на примеру Силиконске долине, где сарадња између малих и средњих предузећа кроз умрежавање, савезе и везе са универзитетима доводи до снажног истраживања, развоја и предузетничке пословне климе.

1.2.4. Од компаративне до конкурентне предности

Основни принцип регионалног економског развоја је просторна интеракција између региона кроз кретање добара, услуга и људи. Теорија међународне размене у економији развила је обимну литературу о разумевању шема и особина размене између нација. Основни принцип у међународној размени је закон конкурентне предности према коме ће нација (или регион) имати користи од извоза добра које производи по нижој релативној цени од других нација (или региона).

Ранија литература је показала како су теоретичари покушали да објасне развој и раст из перспективе унутрашњег раста, извозне базе и економије обима. Према моделу који је предложио Rostow (1960), узастопно ступњевит економски развој илуструје прилаз теорији унутрашњег раста, приписујући економски раст изменама унутар региона, кроз процесе као што су примена технологије на локалне ресурсе или пораст куповне моћи.

Теорија унутрашњег раста представља приступ регионалном економском развоју који се фокусира на примени технологије на локалном нивоу, при чему се развој региона с временом креће кроз сукцесивне фазе размене од пољопривредних до производних добара, а онда до раста услуга и активности заснованих на информационој економији. Теорија извозне базе регионалног економског развоја ставља нагласак на страним инвестицијама и/или спољашњој експлоатацији, при чему профит остварен од извоза представља подстицај за раст, уз појаву регионалне специјализације. Међутим, нова теорија специјализације и размене наглашава улогу функционалних региона, пре него нације. Према Porter-у (1990) „конкурентност је постала једна од централних преокупација влада и индустрије сваке нације”.

1.2.5. Савремене перспективе регионалног економског развоја

Теоријски и практични прилази у савременом регионалном економском развоју могу се сагледати према фокусу који стављају на једну од три перспективе (Garlick et al., 2006).

Према *првој перспективи*, регионална конкурентност се остварује преко активности предузећа у оквиру региона и кроз националну политику и програме. Успешне регионалне економије препознају се као „острва одрживе локалне акумулације изграђене на супериорној локалној продуктивности“ (Porter, 1998). Региони који постижу најбоље резултате могу имати концентрацију *high-tech* предузећа, индустрије базиране на знању, кретивне људске ресурсе и владине олакшице (Armstrong, 2001; Thrift, 2001; Florida, 2002).

Према *другој перспективи*, регионални економски развој зависи од сложених процеса интеграције који укључују друштвени капитал (Putman, 1993), поверење (Fukuyama, 1995), лојалност и учене регионе (Kin&Alison, 2001), односе моћи и контроле у организацији (Kleg, 1989; Taylor, 1983), организациону културу, норме и правила (Hodgson, 1998). У локалним заједницама постоје дубље организационе и управљачке вредности, културна питања и норме које могу одредити степен до кога ће ендогени ресурси региона бити мобилизовани кроз локално деловање.

Према *трећој перспективи*, „региони нису ни смањене верзије националне економије ни скуп конкурентних предузећа, нити су они једноставно резултат институционалног доношења одлука. Региони су пре конкурентни једни другима на широкој и пуној основи својих ендогених економских, друштвених, природних, историјских, културних и хуманих карактеристика“ (Plummer&Taylor, 2001; Taylor, 2003). Кључно питање постаје „како претворити креативне идеје у резултате користећи моћ идентификације тржишта, процене ризика, истрајности, приступа финансијама, и планирању бизниса“ (Garlick et al., 2006).

Док традиционални начини регионалне анализе остају важни и корисни као средство мерења економског напретка, стратегије регионалне политике морају узети у обзир и оне факторе којима се одређује како региони акумулирају кључне компетенције, развијају друштвени капитал, изграђују стратешко вођење и тржишну интелигенцију, управљају ресурсима, обезбеђују инфраструктуру, развијају алате за процену ризика и примењују принципе одрживости кроз комбинацију квалитативних и квантитативних метода обухваћених анализом индустријских кластера (*ICA –industry cluster analysis*)

(Roberts&Lindfield, 2000; Waites, 2000) и анализом више сектора (*MSA - multi sector analysis*) (Roberts, 2003; Roberts&Stimson, 1998; Stough, 2001).

Планирање регионалног економског развоја неопходно је да укључи концепт одрживости. Одрживи развој интегрише прилазе који стављају акценат на околину, али и економију и социјални аспект стварања урбаног и регионалног окружења са циљем побољшања квалитета живота.

1.3. Појмовно одређење региона као територијалне јединице националне економије

Улога региона у националним економијама знатно се променила у протеклом периоду због глобализације и структурних прилагођавања. Разумевање ових промена је од кључног значаја за планирање регионалног економског развоја и регионалну економску анализу.

1.3.1. Појам региона и њихова улога у националним економијама

Појам *регион* потиче од латинске речи *regio*, која означава област, подручје или територију веће површине. У контексту једне конкретне државе, регион представља њен територијално заокружени део независно од њене величине. Он има, са једне стране, скуп карактеристика који га повезују са целином државе, а са друге стране, скуп карактеристика које га чине посебним. Према томе, регион је подручје са сличним карактеристикама, дефинисаним социјалним, културним, економским и политичким специфичностима и становницима на том подручју омогућава да на што квалитетнији начин остваре своје заједничке потребе и интересе, чиме се остварује и интерес самог региона (Чобелић, 1980).

Постоје мишљења да регион треба посматрати искључиво са економског становишта. Према дефиницији ОЕСД (2016), „економски регион је област или административна подела града или територије која је извршена у складу са неким материјалним, дистрибутивним или производним критеријумом.“ Losch наводи да је економски регион веома сложена категорија коју чини систем различитих тржишта, за разлику од простог економског простора који се подударе са одређеним индивидуалним тржиштем.

У развијеним економијама педесетих и шездесетих година 20. века региони су били високо специјализовани и заштићени од међународне конкуренције кроз тарифне режиме и друге владине политике. Многи региони, нарочито велики урбани, одликовали су се великим, енергетски интензивним индустријама развијеним на локалном нивоу са нискоквалификованом радном снагом. У многим регионима дошло је до специјализације масовне производње током индустријске револуције или планом центара административне моћи. Тако је у САД, Детроит био центар аутомобилске индустрије, Питсбург центар производње челика и гвожђа, Њујорк финансијски центар, док је Вашингтон био центар административне владе.

Промене које су погодиле многе регионе и њихове економије догодиле су се седамдесетих година 20. века. Нафтна криза је најавила нову еру повећања цена енергије, а нове технологије, које ће довести до измена у процесу производње, транспорту и у комуникацијама, преорјентисале су производњу како би мање зависила од неефикасних операција и интензивне потрошње енергије. Нове технологије усмериле су свет према епохи информационих технологија и индустрија базираних на знању, са потребама за новим профилима високообучене радне снаге, флексибилном организацијом рада и стратешким високомобилним партнерствима. Релативно мали број градова широм света као што су Њујорк, Лондон, Токио, Хонг Конг и Сиднеј доминирају глобалним финансијским тржиштима. Ослабили су стари индустријски регионални центри, као што су Детроит, Кливленд и Питсбург у САД, Ливерпул у Уједињеном Краљевству и Лил у Француској. Истакли су се региони са високом технологијом, као што су Силиконска долина у Сан Франциску, Рута 123 у Бостону, регион Вашингтона у САД, Кембриџ у Уједињеном Краљевству и медитеранска Француска.

Мало је региона који нису били погођени глобализацијом или структуралним променама осамдесетих и деведесетих година 20. века, укључујући промене извора добара, материјала, услуга, дизајна, финансија, производње и маркетинга. Ове измене довеле су до обимније међурегионалне и међународне размене, као и до врло специфичне агломерације нових географских структура индустрија, нарочито у глобалним градовима и изразито метрополитским регионима који послују како на националним тако и на интернационалним тржиштима (Maier, 1992). Ове моћне подрегионалне економије имају регионални бруто доходак већи од многих нација (Ohmae, 1995). Често су изразито метрополитски региони, а не националне државе, кључни носиоци економског развоја.

У претходне три деценије, јачање постиндустријске оријентације економија широм света довело је до издвајања водећих региона у смислу технологије и

предузетничке активности, као што су Трећа Италија (Италија), Западни Јутленд (Данска), Бангладоре (Индија) и Силиконска долина и Рута 123 (САД). Многе студије су анализирале ове и друге динамичне регионе (Camagni, 1995; Erickson, 1994; Scott&Storper, 1992). Ширење тржишта и смањење трговинских баријера донеле су нове прилике за регионалне индустрије, истовремено их излажући повећаној конкурентности и на домаћем и на међународном тржишту. Фокус на регионе и њихове економије од кључног је значаја за разумевање конкурентности нација у новој ери глобализације и структуралног усаглашавања (Dicken, 1992; Porter, 1990).

1.3.2. Врсте региона и показатељи степена развијености

Постоји много начина да се територија подели у регионе. У теорији и пракси регионалног развоја утврђивање типова региона од великог је пре свега економско-политичког значаја, чиме се делује у правцу формулисања дугорочне политике регионалног развоја. Наиме, неопходно је појмовно разликовати економске и административно-статистичке регионе (Аранђеловић&Димитријевић, 2010). *Економски региони* се формирају аутономном активношћу привредних субјеката, независно од воље носилаца власти, а најчешће под утицајем привредних и културних центара. *Административно-статистички региони* настају административном поделом државне територије са циљем генерисања и анализирања друштвених и економских активности, усмеравања ка уравнотеженом развоју и вођењу економске политике. Ова подела се базира пре свега на економским критеријумима, али се не могу искључити ни многе друге значајне компоненте, историјске, политичке, националне и др.

Креирање регионалне политике и њено спровођење прате индикатори као мера успешности спроведених активности на локалном и регионалном нивоу, и на основу доступности и релевантности информација представљају подстицаје свим нивоима власти да делују у складу са приоритетима, процењују напредак и информишу јавност о улагањима и резултатима. У случају регионалних развојних политика системи индикатора су неопходни због разноврсности циљева, великог броја пројеката у различитим доменима и укључивање различитих нивоа власти (локалне, регионалне, националне, европске).

Наиме, предузимање мера за подстицање развоја региона није могуће без утврђивања нивоа развијености сваког појединачног региона. У пракси се примењују два приступа: утврђивање развијености сваког региона у односу на друге за исти временски

период и посматрање развијености региона за два или више временских периода. Изабрани и најчешће коришћени индикатори могу се поделити на основне и допунске, при чему се може рећи да је при утврђивању нивоа развијености региона најбитније узети у обзир што већи број показатеља како би се сагледале карактеристике сваког региона.

На основу извештаја OECD (*Promoting Growth in All Region*, 2012), у процени регионалног развоја најчешће се користе индикатори који обухватају шест области (табела 1).

Табела 1. Главни индикатори на регионалном нивоу

Област	Индикатор
Продуктивност	Бруто домаћи производ по запосленом, у сталним ценама (%)
Инфраструктура	Дужина ауто-пута
Људски ресурси	Примарни ниво образовања Више и високо образовање Степен писмености
Тржиште рада (запосленост и зараде)	Стопа запослености Стопа незапослености Просечна зарада по запосленом
Иновације	Број патентних пријава на милион становника Трошкови истраживања и развоја (% GDP) High-tech производња (% по запосленом)
Агломерација и везе	Густина насељености Степен отворености према заједничком патентирању

Извор: OECD, *Promoting Growth in All Region*, 2012

Најчешће коришћен показатељ за утврђивање степена развијености региона је бруто друштвени производ (БДП) по глави становника. Према њему, сви региони се могу сврстати у три групе развијености у односу на просек ЕУ или региона:

- региони са БДП-ом по глави становника испод 75% просека,
- региони са БДП-ом по глави становника 75-100% просека и
- региони са БДП-ом по глави становника изнад просека.

У прошлости је преовладавало мишљење да се мање развијеним регионима може помоћи давањем субвенција и фискалних погодности. Међутим, у извештају OECD (2012), а на основу статистичких анализа и 23 студије случаја региона широм подручја OECD, за период који је претходио кризи (1995–2007), наводи се да региони могу бити значајни извори раста, али да је неопходно применити потпуно другачији приступ да би се њихов потенцијал искористио. У извештају се наводи следеће:

❖ Мање развијени региони имају кључни допринос у националном расту. У периоду пре кризе, региони са просечним БДП-ом по глави становника испод 75% просека Уније чинили су 43% од укупног раста. Ови региони су у десет земаља OECD (Аустрија,

Белгија, Чешка Република, Француска, Норвешка, Португал, Словачка, Шведска, Велика Британија и САД), чинили више од половине националног раста.

❖ На подручју OECD, претежно рурални региони су у просеку бележили бржи раст од урбаних средина, са просечном стопом раста од 2,33% у руралним подручјима у близини града, 2,24% у руралним удаљеним подручјима, у односу на просек OECD који износи 2,06%.

❖ Региони у фази раста суочавају се са бројним проблемима. Најзначајнији фактори који подржавају регионални развој су инфраструктура, људски капитал, тржиште рада, иновације и агломерација.

❖ Важно је деловање у смислу укупних, а не појединачних мера и показатеља. Политичке интервенције могу имати нежељене ефекте уколико се предузимају појединачно. На пример, улагање у обуку људског капитала једноставно може генерисати одлив висококвалификованих радника, уколико се не промовише предузетништво и отварање радних места.

❖ Политика синергије је кључна. Региони који бележе натпросечне вредности најважнијих показатеља су они који су успешно мобилисали своје ресурсе и акценат ставили на побољшање инфраструктуре и људског капитала, што указује на неопходност комплементарности између фактора раста.

1.4. Појам и типови регионализације

Појмови регионализам и регионализација често се употребљавају у књижевном језику и стручној литератури. Према мишљењу експерата Сталног комитета локалних и регионалних власти Савета Европе (*European Committee on Local and Regional Democracy – CDLR*), регионализација је појам који се односи на институционални аспект проблематике, за разлику од регионализма као политичког и идеолошког покрета. Наиме, „регионализација се схвата као стварање новог нивоа у државној територијалној организацији, оснивање нових институција које могу широко варирати у погледу тела, одговорности и моћи, али се увек налазе изнад нивоа постојећих локалних институција” (Marcou, 1998). У студији Савета Европе „Регионализација и њени ефекти на локалну самоуправу” (1998), регионализам се дефинише као „скуп људских, културалних, језичких или других обележја која се трансформишу у политичке захтеве за већим или

мањим степеном аутономије“ . Можемо говорити о следећим типовима регионализације (Комшић, 2007):

1) Унутарнационални вид организовања јавних служби у већим државама, без формирања политичко-територијалних јединица. У већим државама, које се састоје из области специфичних по низу обележја (популација, култура, економија, историја), уобичајено је да се формирају региони чија је основна сврха реализовање економских циљева, дефинисаних на централном нивоу власти.

2) Правно-политички аспект децентрализације националних држава помоћу региона, као јединица опште или специфичне надлежности. Овај аспект регионализације био је заступљен у Европи током Другог светског рата, када су региони формиранли политичком вољом. Региони у Великој Британији представљали су територијално-институционални оквир организације јавних служби (здравља, снабдевања електричном енергијом, гасом и слично). Слично се дешавало и у Француској, њихове функције су пре свега биле везане за економско планирање и организовање послова у сфери школства, судства, војних послова и социјалног осигурања (Јовичић, 1993).

3) Транснационални, географски план и историјски оригиналан процес регионализације ЕУ и Европе уопште гледано. Током двадесетог века дошло је до удруживања држава у транснационалне регионалне организације из економских и безбедносних разлога. Најпознатије одбрамбене организације током друге половине двадесетог века биле су НАТО и Варшавски пакт. С друге стране, најзначајнији регионални економски блокови су: Северноамерички споразум о слободној трговини (NAFTA); Европска унија (ЕУ); Азијско-пацифичка привредна сарадња (АРЕС); Удружење држава Југоисточне Азије (АСЕАН); Меркосур у Латинској Америци; Зона слободне трговине Америке (ФТАА).

4. Регионална политика ЕУ и Европа региона. Регионална политика спада у ред најважнијих заједничких политика ЕУ, поред политике царинске уније, пољопривредне политике, заједничког тржишта и монетарне уније.

2. КОНЦЕПТ РЕГИОНАЛНЕ ПОЛИТИКЕ ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

На развој регионалне политике ЕУ у протеклој деценији у великој мери су утицала два сложена процеса. Први подразумева континуирано проширење ЕУ, при чему су њене чланице постајале и државе које знатно заостају у развоју у односу на просек ЕУ. С друге стране, текао је процес економске интеграције, постепеног успостављања јединственог тржишта и економске и монетарне уније, који је условио потребу за развојем политике која ће допринети убрзаном развоју недовољно развијених држава и региона.

Поред назива регионална политика (енгл. *regional policy*), веома често се користи назив кохезиона политика (енгл. *cohesion policy*). Оба термина се односе на политику чији је основни циљ смањење привредних и социјалних разлика између држава чланица и њихових региона. У пракси, она подразумева припрему и спровођење програма који се финансирају из кохезионих и структурних фондова ЕУ. Преамбула Уговора из Рима истиче да „државе чланице Европске заједнице теже да обезбеде складни развој смањењем разлика које постоје у степену развијености одређених региона и заосталости мање привилегованих региона“ (1958). Ради промовисања свеукупног складног развоја Заједница ће развијати и обављати послове који воде јачању њене економске и социјалне кохезије. Унија ће унапређивати економску, социјалну и територијалну кохезију и солидарност међу државама-чланицама (члан 3, параграф 3, Нацрт уговора о Уставу за Европу, 2004).

2.1. Историјски развој регионалне политике Европске уније

Европска унија настала је 1958. године као резултат интеграције и сарадње између шест земаља (Немачка, Француска, Белгија, Италија, Луксембург и Холандија). Од стварања Европске економске заједнице (ЕЕЗ) до данас, када ЕУ има 28 земаља чланица, регионална политика прошла је кроз неколико фаза (*European Commission*, 2008):

Прва фаза је трајала од 1958. до 1975. године и њена основна карактеристика била је недовољно фокусиран приступ регионалној политици Заједнице. *Европска инвестициона банка* (*European Investment Bank – EIB*) основана је 1958. како би обезбедила средства по ниским каматним стопама за мање развијене регионе. Прва два структурна фонда основана су исте године: *Европски социјални фонд* (*European Social*

Fund – ESF) и *Европски фонд за управљање и пружање гаранција у пољопривреди (European Agricultural Guidance and Guarantees Fund – EAGGF)*, са циљем да помогну у спровођењу заједничких политика.

Битне карактеристике *друге фазе* (1975–1986) биле су стварање нових инструмената и јачање постојећих, као и мали али константан раст расположивих фондова. Регионална политика је на нивоу Заједнице почела да јача почетком седамдесетих година. То је био одговор Заједнице на погоршавање глобалне економске ситуације, проузрокован нафтном кризом 1973. године, чиме је завршено „златно доба“ европске економије. То је такође био и одговор на прво проширење до којег је дошло исте године. Нове чланице (Велика Британија, Ирска и Данска) уносе и структурне проблеме, али и искуства у решавању проблема регионалног развоја (нарочито у случају Ирске и Велике Британије, иначе прве европске земље која је усвојила сопствену регионалну политику 1928. године). Године 1975. основан је *Европски фонд за регионални развој (European Regional Development Fund – ERDF)* са циљем побољшања економске и социјалне кохезије у оквиру ЕУ. Приступање Грчке 1981. године и Шпаније и Португалије 1986. године повећало је потребу за заједничком регионалном политиком.

Трећа фаза обележава период од 1986. до 1999. године, када су извршене реформе и повећани доступни фондови, као и побољшана ефикасност коришћених инструмената и потрошених средстава. Реалне вредности структурних фондова су удвостручене и достигале су 25% буџета ЕЕЗ 1992. године, а утврђена су и начела вођења структурних операција и дефинисани стандарди и критеријуми за кориснике. Године 1992. основан је *Кохезиони фонд*.

Четврта фаза се односи на период од 2000. до 2006. године. У другој половини деведесетих припремана је Агенда 2000, којом је предвиђено и највеће проширење ЕУ (мај 2004. године), у оквиру којег су десет држава постале чланице. Ово проширење повећало је популацију ЕУ за 20%, а БДП за само 5%. Повећале су се и разлике у висини прихода по становнику и стопи незапослености. Нове државе чланице су током процеса придруживања имале на располагању претприступне инструменте који су их припремили за спровођење кохезионе политике, а уласком у ЕУ почињу да користе средства структурних фондова и Кохезионог фонда.

Пета фаза обухвата буџетски период од 2007. до 2013. године. Карактерише је највећи утврђени износ финансијских средстава намењених најсиромашнијим државама чланицама и њиховим регионима, као и фокус на бржем привредном развоју, стварању радних места и иновацијама. Пету фазу обележава и смањење броја фондова на три

(Европски фонд за регионални развој, Европски социјални фонд и Кохезиони фонд), постављена су три циља и укинуте иницијативе. Значајна карактеристика пете фазе у регионалној политици ЕУ је и обједињавање претприступних инструмената за помоћ државама потенцијалним чланицама. Уредбом Савета Европе бр. 1085/2006, која је ступила на снагу 1. јануара 2007. године, сви дотадашњи инструменти (PHARE, ISPA, SAPARD, CARDS) замењени су једним Инструментом за претприступну помоћ – IPA (*Instrument for Pre Accession Assistance*) који се састоји од 5 компоненти и представља оквир за пружање помоћи државама кандидатима и потенцијалним кандидатима. IPA представља програм за државе које су кандидати или потенцијални кандидати за приступање ЕУ. Претприступна средства имају за циљ да олакшају економску и друштвену трансформацију коју приступање Унији подразумева.

Наредна фаза у регионалној политици ЕУ биће обележена улогом кохезионих инструмената у оквиру стратегије „Европа 2020“, којом је ЕУ поставила јасан циљ за превазилажење ефеката глобалне кризе, а то је паметан, одржив и инклузиван раст. У којој мери ће кохезиона политика ЕУ заиста допринети регионалном развоју сваке државе зависи од тога колико ће саме земље чланице и њихови региони успети да те шансе искористе (Јакопин&Перишић, 2010).

2.2. Спровођење регионалне политике Европске уније - циљеви и инструменти

Један од главних циљева стратегије развоја ЕУ током последњих деценија био је регионални развој и конвергенција земаља и региона уз постизање регионално уравнотеженог развоја, смањења привредних и социјалних разлика и подизање међународне конкурентности региона. Међутим, постоје велике разлике пре свега у економским резултатима између и унутар земаља као одраз њихових структурних слабости. Стога, регионална политика ЕУ није усмерена само ка регионалном развоју у ужем смислу те речи већ делује у працу повезивања на нивоу ЕУ смањивањем постојећих разлика у нивоу развијености региона. Иако постоји разлика између регионалне политике ЕУ и националних регионалних политика, регионална политика ЕУ је омогућила „препознавање регионалних димензија од стране националних институција, учинивши тиме регион неком врстом заједничке институционалне референтне тачке

(Мирић, 2009). У наставку ће бити представљени циљеви регионалне политике ЕУ и инструменти за њихово реализовање за периоде 2000–2006. године и 2007–2013. године.

2.2.1. Регионална политика у периоду 2000–2006. године

У овом периоду су за финансирање политике развоја на располагању били следећи структурни фондови (*European Commission, 2007*): а) **Европски фонд за регионални развој** (*European Regional Development Fund – ERDF*), чија су средства била усмерена на отклањање регионалних разлика и промоцију стабилног и одрживог развоја; б) **Европски социјални фонд** (*European Social Fund – ESF*), чији је циљ био развој људских ресурса и запошљавање; в) **Финансијски инструмент за смернице у рибарству** (*Financial Instrument for Fisheries Guidance – FIFG*), чији је циљ био уравнотежено управљање ресурсима и конкурентним структурама; г) **Европски фонд за управљање и давање гаранција у пољопривреди** (*European Agricultural Guidance and Guarantees Fund – EAGGF*), као подршка заједничкој пољопривредној политици и унапређењу пољопривредних структура и руралног развоја.

У периоду од 2000. до 2006. године постојала су три циља, дефинисана тако да ојачају економску и социјалну кохезију ЕУ:

- **Циљ 1** се односио на развој и структурно прилагођавање региона који заостају у развоју (региони са БДП по глави становника нижим од 75% просека ЕУ, удаљена подручја и шведска обала). Овим циљем било је покривено око педесет региона и око 22% становништва ЕУ, а најчешће је реч о регионима на нивоу NUTS 2 у којима је неколико показатеља изразило лошије резултате (слаб ниво улагања, висока незапосленост, недостатак услужног сектора и недовољно развијена инфраструктура). Региони који су били обухваћени Циљем 1 у овом програмском периоду су региони југа Италије, Португал (изузев главног града), већи део Шпаније, Грчке и источне Немачке. За реализацију овог циља на располагању су била средства сва четири фонда.
- **Циљ 2** је обухватао економску и социјалну конверзију подручја која се суочавају са структурним тешкоћама. Региони који су били обухваћени Циљем 2 обухватили су регионе Велике Британије, Француске, Шпаније, Италије, Финске и Аустрије. Помоћ за реализацију овог циља пружала се из ERDF-а и ESF-а.
- **Циљ 3** се односио се на прилагођавање и модернизацију националних политика и система образовања, обуке и запошљавања. Он је узео у обзир Европску

стратегију запошљавања и служио је као референтни оквир за све мере којима су се промовисали људски ресурси. Програми и пројекти су финансирани из ESF-а.

2.2.2. Регионална политика у периоду 2007–2013. године

Кохезиона политика и њени инструменти у овом периоду били су усмерени на раст и запошљавање у свим регионима и градовима ЕУ. Као најзначајнији циљеви наведени су: конвергенција, регионална конкурентност, запошљавање и европска територијална сарадња (слика 2). Средства за њихову реализацију омогућили су Европски фонд за регионални развој, Европски социјални фонд и Кохезиони фонд (табела 2).

Табела 2. Циљеви и инструменти кохезионе политике Европске уније, 2007–2013. године

Циљеви	Структурни фондови и инструменти		
Конвергенција	ERDF	ESF	Кохезиони фонд
Регионална конкурентност и запошљавање	ERDF	ESF	
Европска територијална сарадња	ERDF		

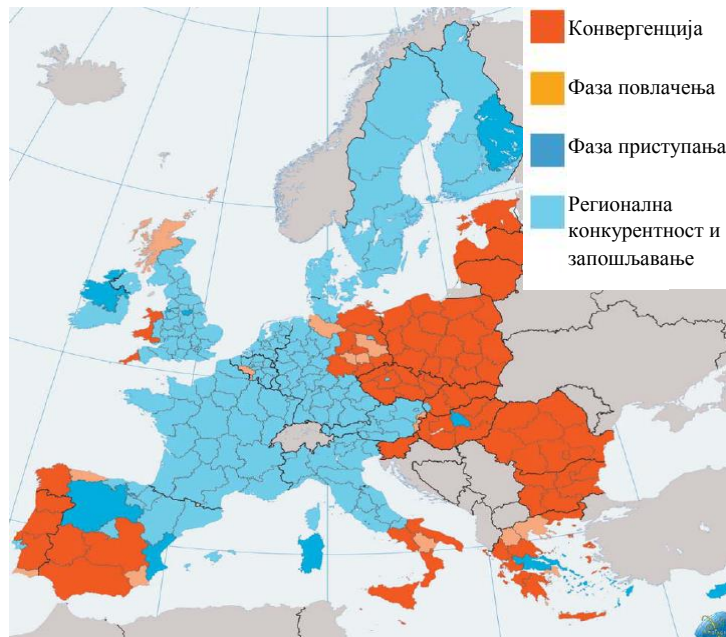
Извор: *Cohesion policy 2007–13: commentaries and official texts*, European Commission, 2007, стр. 10
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/publications/guide2007_en.pdf

Конвергенција се односи на промовисање услова за повећање раста и факторе који воде ка стварној конвергенцији најслабије развијених земаља чланица и региона.

Регионална конкурентност и запошљавање доприносе јачању конкурентности, атрактивности и запошљавању. Развојни програми помажу регионима да предвиде и промовишу економске промене кроз иновације и промоцију економије засноване на знању, предузетништву и заштити животне средине.

Европска територијална сарадња намењена је јачању прекограничне сарадње кроз заједничке локалне и регионалне иницијативе, јачању транснационалне сарадње усмерене на интегрисани територијални развој, као и јачању унутаррегионалне сарадње и размени искустава. Остварење овог циља се заснива на искуствима раније иницијативе Заједнице под називом INTERREG.

Слика 2. Структурни фондови (2007–2013)



Извор: *Cohesion policy 2007–13 Commentaries and official texts, Official Journal of the European Union, 2007, стр. 38*

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/publications/guide2007_en.pdf

Главни финансијски инструменти за реализацију регионалне политике ЕУ су Структурни фондови и Кохезиони фонд. Структурни фондови и Кохезиони фонд су финансијски инструменти реализације политике економске и социјалне кохезије ЕУ и доступни су само државама чланицама Уније. У наведеном периоду Европски фонд за регионални развој, Европски социјални фонд и Кохезиони фонд допринели су остварењу наведених циљева. Ови фондови финансирају програме и пројекте чији је циљ смањивање разлика међу регионима и диспаритета у животном стандарду њихових становника.

Европски регионални развојни фонд (*European Regional Development Fund – ERDF*) основан је 1975. године са циљем да смањи постојеће разлике између региона Заједнице и промовише стабилан и одржив развој. Овај фонд интервенише у оквиру сва три циља регионалне политике: конвергенција, регионална конкурентност и запошљавање и европска територијална сарадња. Средства овог фонда користе се за финансирање развоја предузећа како би се створила нова радна места, улагање у инфраструктуру и у истраживање и иновације, телекомуникације, заштиту животне средине, енергетику и саобраћај.

Европски социјални фонд (*European Social Fund – ESF*) основан је 1957. године Римским споразумом, један је од три кохезиона инструмента и главни је извор финансијске помоћи ЕУ за развој запошљавања и људских ресурса, нарочито путем

стручног усавршавања. Фонд подржава активности у областима запошљавања, родне равноправности, социјалне интеграције и борбе против дискриминације приликом запошљавања и јачања људског капитала реформом система образовања и успостављањем мреже образовних институција.

Кохезиони фонд је намењен земљама чланицама чији је бруто друштвени производ по становнику нижи од 90% просека Уније. Циљ фонда је да смањи економске и социјалне диспаритете између националних привреда унутар ЕУ, као и да стимулише економску стабилност. Подржава акције у оквиру конвергенције и подлеже истим правилима програмирања, управљања и мониторинга као и Структурни фондови. Улога Кохезионог фонда слична је улози Структурних фондова, али је непосредан повод његовог оснивања било прилагођавање националних економија држава које су одлучиле да уведу заједничку валуту и растерећење државних буџета сиромашнијих држава чланица. Кохезиони фонд финансира активности у областима саобраћаја, нарочито трансевропску транспортну мрежу и заштиту животне средине, енергетску ефикасност, обновљиве изворе енергије, развој железничког транспорта и јачање јавног транспорта.

Финансијски инструменти за спровођење кохезионе политике су **иницијативе** проистекле из сарадње између Европске комисије, Европске инвестиционе банке, Европске банке за обнову и развој и других међународних финансијских институција.

Намена **JASPERS** иницијативе је давање подршке пројектима у европским регионима. JASPERS иницијатива обезбеђује бесповратну техничку помоћ регионима обухваћеним циљем конвергенције, као и за припрему пројектне документације за велике инвестиционе пројекте (у области животне средине и саобраћаја). Ова иницијатива настала је на предлог Европске комисије (Генерални директорат за регионалну политику – DG Region), Европске инвестиционе банке (*European Investment Bank – EIB*) и Европске банке за обнову и развој (*European Bank for Reconstruction and development – EBRD*).

Намена **JEREMIE** је обезбеђивање финансијских средстава с циљем промовисања микро, малих и средњих предузећа у регионима ЕУ. Креиран је оквир за сарадњу са специјализованим финансијским институцијама попут Европског фонда за инвестиције (*European Investment Fund – EIF*) с циљем повећања капитала за оснивање и развој предузећа.

Иницијатива **JESSICA** представља подршку инвестицијама, расту и запошљавању у урбаним подручјима Уније. Настала је као иницијатива Европске комисије у сарадњи са Европском инвестиционом банком и Банком за развој Савета

Европе. Средства у оквиру ове иницијативе се користе за финансирање зајмова које фондови за урбани развој обезбеђују крајњим корисницима.

2.2.3. IPA фонд – инструмент за претприступну помоћ Европске уније

IPA фонд (*Instrument for Pre-Accession Assistance – IPA*) усвојен је Уредбом Савета ЕУ у јулу 2006. године. Првенствено је намењен земљама које већ имају статус кандидата, док га у мањој мери могу користити и потенцијални кандидати за чланство у ЕУ. Настао је обједињавањем програма PHARE, ISPA, SAPARD и CARDS након детаљно спроведених анализа и закључака о недовољном доприносу наведених програма адекватној интеграцији држава за чланство у ЕУ. Током времена се показало да IPA програм на много бољи начин припрема кандидате за коришћење средства из Кохезионог и структурних фондова ЕУ. Програм IPA састоји се од пет компоненти (HAPP, 2016):

- **Помоћ у транзицији и изградња институција** – Циљ ове компоненте је подршка у процесу приближавања ЕУ, у испуњавању критеријума и стандарда, усклађивању законодавства и јачању капацитета институција.
- **Прекогранична сарадња** – Циљ је међурегионална сарадња региона који заостају у развоју између земаља које имају заједничку границу, а која се реализује спровођењем пројеката уз обострани интерес.
- **Регионални развој** – Циљ ове компоненте је унапређење економске и социјалне кохезије кроз унапређење: транспортне инфраструктуре (националних саобраћајних мрежа и трансевропских мрежа), животне средине, управљања отпадом и отпадним водама, водоснабдевања, квалитета ваздуха, енергетске ефикасности и развоја регионалне конкурентности кроз подстицање предузетништва и запослености.
- **Развој људских ресурса** – Ова компонента има за циљ да допринесе економској и социјалној кохезији и остварењу приоритета Европске стратегије у области запошљавања, образовања, обуке и социјалне инклузије.
- **Рурални развој** – Ова компонента пружа подршку одрживом пољопривредном и руралном развоју кроз побољшање тржишне ефикасности и усвајање стандарда Уније, подршку успостављању група произвођача и улагања у прераду и пласман пољопривредних и рибарских производа, спровођење мера у области животне средине у пољопривреди и побољшање и развој руралне инфраструктуре.

Свих пет компоненти могу користити државе са статусом кандидата (попут Србије) и акредитован децентрализовани систем управљања ЕУ фондовима, док земље потенцијални кандидати могу користити средства из прве и друге компоненте. Средства из овог програма се користе наменски, у складу са утврђеним приоритетима у стратешким документима Европске комисије, као и развојним стратегијама које за сваку од компоненти разрађују државе кориснице ових средстава. Док се у оквиру прве компоненте припремају пројектни предлози на годишњем нивоу, у оквиру осталих компоненти се припремају вишегодишњи оперативни програми.

2.3. Дефинисање региона у оквиру Европске уније и NUTS² класификација

Ширењем ЕУ, разлике у развијености и структурним карактеристикама појединих чланица постале су све веће, што је вођење укупне економске политике чинило јако сложеном. У том контексту, вођење регионалне политике уравнотеженог економског развоја и политике подстицаја кроз претприступне и структурне фондове постаје посебно значајно. Да би се на нивоу ЕУ омогућила анализа и утврђивање степена економског развоја неке земље, односно региона, за спровођење регионалне политике, било је неопходно створити усклађени систем статистичких региона који ће омогућити прикупљање и анализу упоредивих података.

2.3.1. Принципи NUTS класификације

NUTS класификација дели економску територију држава чланица ЕУ на територијалне јединице (регионе), водећи се следећим принципима (*Eurostat*, 2015):

Принцип 1: NUTS класификација обухвата три хијерархијска нивоа. Свака држава чланица је подељена на NUTS 1 регионе, који су даље подељени на NUTS 2 и NUTS 3 регионе. Свака територијална јединица NUTS класификације има специфични код и назив, па територијалне јединице на истом нивоу у једној држави не могу бити означене истим називом. Уколико територијалне јединице у две или више држава имају исти назив, додаје се ознака матичне државе.

² **NUTS класификација** (енг. *Nomenclature of territorial units for statistics*. или фран. *Nomenclature des unités territoriales statistiques*) јесте класификација којом се економска територија држава чланица ЕУ дели на територијалне јединице (регионе).

Принцип 2: NUTS класификација фаворизује административне јединице које већ постоје у земљама чланицама. Први критеријум за дефинисање NUTS региона биле су постојеће административне јединице унутар државе чланице. Главни разлог је практичне природе, односно већ постојеће управне структуре могле су да обезбеде податке и капацитет за спровођење мера политике. Уколико за одређени NUTS ниво не постоје одговарајуће административне јединице, тада се NUTS ниво конституише спајањем потребног броја мањих територијалних јединица, при чему се узимају у обзир и други релевантни критеријуми, као што су географске, социјално-економске, историјске и геополитичке прилике, културне и природне околности. Добијене јединице називају се „неадминистративне јединице“.

Принцип 3: NUTS Уредба дефинише минималан и максималан распон становника за сваки ниво понаособ. Наиме, да би се одредило у коју NUTS категорију сместити одређену групу административних јединица, примењује се стандард одговарајућег броја становника (Табела 3).

Табела 3. Стандард за NUTS класификацију региона

Категорија	Најмањи број становника	Највећи број становника
NUTS 1	3.000.000	7.000.000
NUTS 2	800.000	3.000.000
NUTS 3	150.000	800.000

Izvor: Regions in the European Union: nomenclature of territorial units for statistics NUTS 2013/EU-28, Eurostat: Manuals and guidelines, 2015, (преузето 1.3.2016), <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6948381/KS-GQ-14-006-EN-N.pdf/b9ba3339-b121-4775-9991-d88e807628e3>

Принцип 4: NUTS класификација се спроводи на нивоу локалних административних јединица (LAU). Поред три основна нивоа, NUTS 1, NUTS 2 и NUTS 3, како би обезбедио упоредиве статистичке податке на локалном нивоу, Eurostat је успоставио систем локалних административних јединица (*Local Administrative Units – LAU*). Виши LAU ниво (LAU 1 ниво) дефинисан је за већину, али не и за све земље. Нижи LAU ниво (LAU 2 ниво, некада је то био ниво NUTS 5) састоји се од општина или еквивалентних јединица у 28 држава чланица ЕУ.

NUTS класификацију треба посматрати као заједнички именоватељ за прикупљање, обраду, анализу и презентовање статистичких података, који се прикупљају на нивоу региона, а све са циљем добијања реалне слике развијености одређеног региона, па самим тим и доношења закључака и предузимања мера у будућности.

2.3.2. Циљеви и карактеристике NUTS класификације

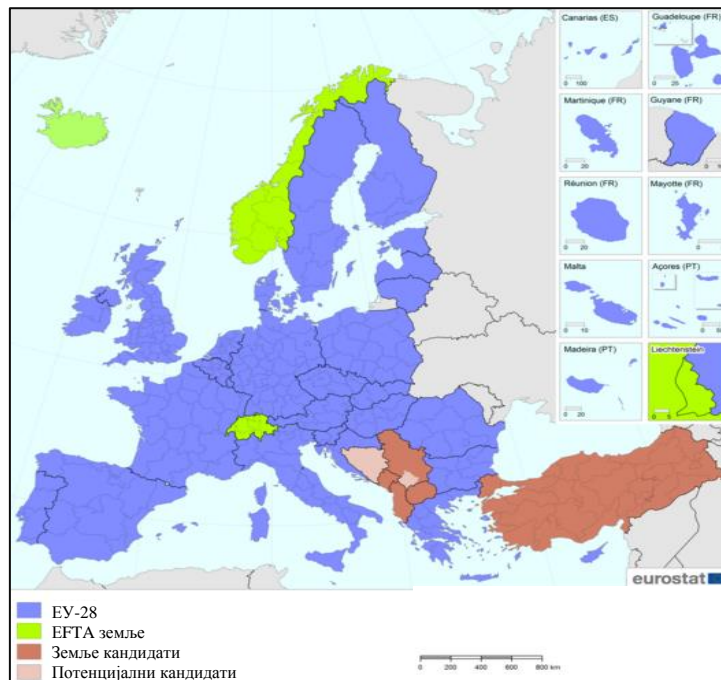
Почетком седамдесетих година 20. века, *Eurostat* је успоставио NUTS класификацију као јединствен, кохерентан систем за поделу територије ЕУ како би створио регионалне статистичке податке за Заједницу. За тридесетак година, примена и ажурирање NUTS класификације вођени су низом споразума између држава чланица и Eurostata, када је рађено на Уредби бр. 1059 NUTS/2003 (*Commission of the European communities*, 2007). Уредба је ступила на снагу у јулу 2003. године. Она предвиђа стабилност класификације за најмање три године, чиме се осигурава да су подаци који се односе на исти регион валидни за одређени временски период што је јако важно за статистичке анализе, посебно за праћење временских серија.

NUTS класификација територијалних јединица представља покушај да се представе стандардизовани статистички подаци географских подручја, односно региона у целој ЕУ. То није практичан предлог за сваку земљу у оквиру ЕУ да одбаци своје локално прихватљиве територијалне јединице, које могу да имају дубоке историјске корене и да суштински намеће организацију локалних власти у корист једне централизовано-наметнуте географске хијерархије. NUTS приступ класификује територијалне јединице које користе поједине земље у низ нивоа, од којих сваки обезбеђује широк степен упоредивости широм ЕУ (*Commission of the European communities*, 2007).

Пре приступања ЕУ све земље кандидати су у обавези да утврде одговарајуће статистичке просторне јединице према класификацији коју примењује ЕУ. Класификација статистичких региона утврђује се према NUTS методологији прописаној Уредбом ЕУ. Наиме, Eurostat је дефинисао статистичке регионе за земље које не припадају ЕУ (слика 3):

- **Земље кандидати** (*Candidate Countries – CC*) за приступ ЕУ: Србија, Црна Гора, Бивша Југословенска Република Македонија, Албанија и Турска. Након приступања ЕУ, класификација се и службено прихвата у смислу NUTS региона нове земље чланице, а у складу са поменутом Уредбом, при чему државе чланице не могу мењати постојећу класификацију наредне три године.
- **Земље које припадају Европској асоцијацији за слободну трговину** (*European Free Trade Association – EFTA*): Исланд, Лихтенштајн, Норвешка и Швајцарска.

Слика 3. NUTS класификација у ЕУ, земљама кандидатима и ЕФТА земљама



Извор: Eurostat, 2014, (преузето 2.3.2016), <http://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/statistical-regions-outside-eu>

Основни циљеви NUTS класификације су следећи (Eurostat, 2015):

1. Прикупљање, развој и хармонизација европске регионалне статистике.

Прикупљањем регионалних података на дефинисаној и усклађеној основи осигурава се упоредивост података међу регионима.

2. Социо-економска анализа региона.

NUTS 1: Највећи социо-економски региони – анализа регионалних проблема у самој Унији (ефекти царинске уније и економске интеграције на нивоу нижем од националног).

NUTS 2: Основни региони – оквир за примену националне/регионалне политике, и као такви представљају полазиште за регионалне анализе.

NUTS 3: Мали региони за комплексне економске анализе, користе се за примену специфичних регионалних мера.

3. Оквир за регионалну политику ЕУ. Региони који испуњавају услове за подршку кохезионе политике, налазе се на NUTS 2 нивоу. Према новим правилима, за период 2014–2020. године, за коришћење средстава структурних фондова NUTS 2 региони су даље подељени на мање развијене регионе, регионе у транзицији и развијеније регионе.

Према последњој верзији NUTS класификације, која је валидна од 1.1.2015. године, економска територија ЕУ је подељена на 98 NUTS 1 региона, 276 NUTS 2 и 1.342 NUTS 3 региона (табела 4). Дефинисана су и два нивоа локалних административних

јединица. LAU 1 је дефинисан само за следеће земље: Бугарска, Чешка, Данска, Немачка, Естонија, Ирска, Грчка, Француска, Кипар, Литванија, Луксембург, Мађарска, Малта, Пољска, Португалија, Словенија, Словачка, Финска и Велика Британија. LAU 2 се састоји од око 121.000 општина или еквивалентних јединица у 28 земаља чланица ЕУ.

Табела 4. Региони земаља ЕУ према NUTS класификацији

Земља	NUTS 1	NUTS 2	NUTS 3	LAU 1	LAU 2
Белгија	3	11	44	-	589
Бугарска	2	6	28	264	5.329
Чешка	1	8	14	77	6.251
Данска	1	5	11	99	2.143
Немачка	16	38	402	1.481	12.066
Естонија	1	1	5	15	226
Ирска	1	2	8	34	3.441
Грчка	4	13	52	1.035	6.130
Шпанија	7	19	59	-	8.116
Француска	9	27	101	3.785	36.680
Хрватска	1	2	21	-	546
Италија	5	21	110	-	8.094
Кипар	1	1	1	6	615
Летонија	1	1	6	-	119
Литванија	1	1	10	60	518
Луксембург	1	1	1	13	116
Мађарска	3	7	20	174	3.154
Малта	1	1	2	6	68
Холандија	4	12	40	-	418
Аустрија	3	9	35	-	2.357
Пољска	6	16	72	379	2.479
Португал	3	7	25	308	3.092
Румунија	4	8	42	-	3.181
Словенија	1	2	12	58	210
Словачка	1	4	8	79	2.928
Финска	2	5	19	70	336
Шведска	3	8	21	-	290
Велика Британија	12	40	173	380	10.310
ЕУ-28	98	276	1342	-	119.802

Izvor: *Regions in the European Union: nomenclature of territorial units for statistics NUTS 2013/EU-28, Eurostat: Manuals and guidelines, 2015, (преузето 2.3.2016), <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6948381/KS-GQ-14-006-EN-N.pdf/b9ba3339-b121-4775-9991-d88e807628e3>*

2.4. Регионалне разлике у Европској унији

Према NUTS регулативи број становника је кључни индикатор за упоредивост региона. Међутим, сваки ниво неминовно садржи регионе који се у великој мери разликују у погледу површине, економског развоја или административних овлашћења.

У табели 5 приказани су најмањи и највећи региони у ЕУ према површини и броју становника. Према подацима *Eurostat*-а, у Ирској, Француској и државама Бенелукса забележен је тренд повећаног природног прираштаја, док се у северноисточним

регионима ЕУ број становника смањује. Овај проблем нарочито је изражен у Немачкој, Пољској, Чешкој, Словачкој, Мађарској, Румунији, Бугарској и балтичким државама.

Табела 5. NUTS региони у ЕУ према површини и броју становника

	NUTS 1		NUTS 2		NUTS 3	
	Најмањи	Највећи	Најмањи	Највећи	Најмањи	Највећи
Површина	<i>Région de Bruxelles-Capitale/Brussels Hoofdstedelijk Gewest</i> (Белгија), 161 km ²	<i>Manner-Suomi</i> (Финска), 336.855 km ²	<i>Ciudad Autónoma de Melilla</i> (Шпанија), 13,4 km ²	<i>Pohjois- ja Itä-Suomi</i> (Финска), 226.785 km ²	Као и NUTS 2 <i>Melilla and Ceuta</i> (Шпанија) 13,4 km ²	<i>Norrbottnens län</i> (Шведска), 105.205 km ²
	Malta, 316 km ²	<i>Norra Sverige</i> (Шведска), 309.936 km ²	<i>Ciudad Autónoma de Ceuta</i> (Шпанија), 19,5 km ²	<i>Övre Norrland</i> (Шведска), 164.077 km ²	<i>Schweinfurt, kreisfreie Stadt</i> (Немачка), 35,7 km ²	<i>Lappi</i> (Финска), 98.987 km ²
Број становника	<i>Åland</i> (Финска), 28.500	<i>Nordrhein-Westfalen</i> (Немачка), 17,5 мил.	<i>Åland</i> (Финска), 28.500	<i>Île de France</i> (Француска), 12 мил.	<i>El Hierro</i> (Шпанија), 10.500	Madrid (Шпанија), 6,5 мил.
	<i>Região Autónoma dos Açores</i> (Португал), 247.000	<i>NordOvest</i> (Италија), 16 мил.	<i>Ciudad Autónoma de Melilla</i> (Шпанија), 84.000	<i>Lombardia</i> (Италија), 10 мил.	<i>Evyrotania</i> (Грчка), 20.000 стан.	<i>Barcelona</i> (Шпанија), 5,5 мил.

Извор: *Regions in the European Union: nomenclature of territorial units for statistics NUTS 2013/EU-28, Eurostat: Manuals and guidelines*, 2015, (преузето 2.3.2016), <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6948381/KS-GQ-14-006-EN-N.pdf/b9ba3339-b121-4775-9991-d88e807628e3>

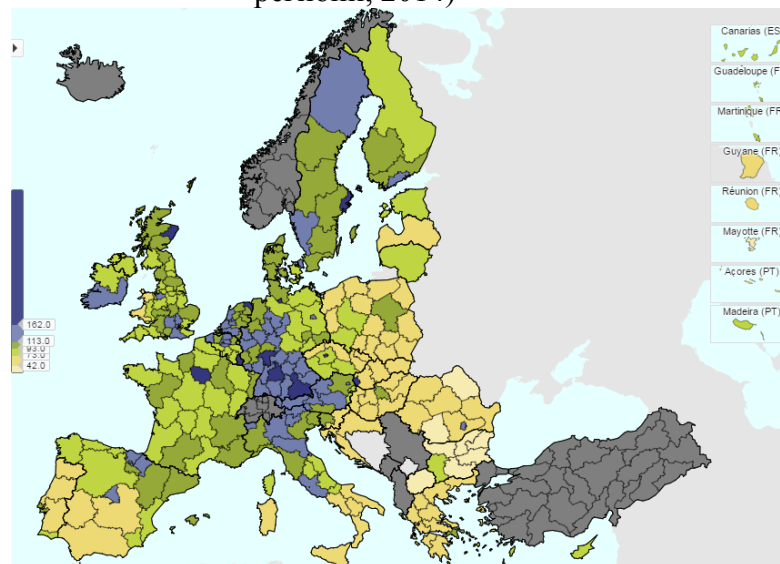
Поред разлика у величини региона и броју становника, кључни показатељи регионалних разлика су економски показатељи, и то пре свега БДП по глави становника, стопа запослености (односно незапослености) и износ просечне месечне зараде. Регионална политика ЕУ се од самих почетака заснивала на претпоставци да су региони у средишту Уније у предности у односу на оне на периферији. Приступањем нових чланица те разлике су се додатно повећавале.

На почетку формирања заједничке регионалне политике 1975. године највећа разлика између региона је износила 7:1 између града Хамбурга у Немачкој и области Калабрије на југу Италије. Разлике у стандарду посебно су постале изражене након приступања Грчке (1981. године), Шпаније и Португала (1986. године). До проширења ЕУ 2004. године, 18% укупне популације је живело у регионима са дохотком мањим од 75% од просека ЕУ. Регионалне разлике су се повећале након проширења ЕУ на 25 држава, а број становника је порастао на 25% укупног становништва. Након проширења Уније на 27 држава чланица 2007. године, број становника се повећао за око 30%.

Приступањем Бугарске и Румуније, просек БПД-а по глави становника Уније се смањио за 4%.

Према подацима *Eurostat*-а из 2014. године, највећи просек БДП-а по глави становника бележи Лондон са 539% просека ЕУ 28, док се Луксембург са 266% и Брисел 207% налазе на другом, односно трећем месту. Најразвијенији региони су лоцирани у јужној Немачкој, јужној Великој Британији, северној Италији и Белгији, Луксембургу, Холандији, Ирској и Скандинавији. Главни градови, Мадрид, Париз и Праг, такође се могу сврстати у ову категорију. Економски најнеразвијенији региони су региони у јужним деловима ЕУ, као и нове државе чланице. Унутар самих држава чланица постоје велике разлике у степену развоја региона (слика 4).

Слика 4. Просек БДП-а по глави становника и паритета куповне моћи ЕУ 28 (NUTS 2 региони, 2014)



Извор: *Eurostat, Regions and cities, Regional statistics illustrated*, (преузето 2.3.2016), <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/RSI/#?vis=nuts2.economy&lang=en>

Највеће регионалне разлике у погледу запослености забележене су у Великој Британији, Словачкој и Француској, а најмање у Ирској и Словенији. Централни део Европе, пре свега регионе Немачке, Аустрије и Чешке, карактерише висока стопа запослености, као и регионе на северу Европе, Велике Британије и Холандије. Висока стопа незапослености забележена је у северноисточним регионима, затим Пољској, источној Немачкој и источној Словачкој, као и у појединим регионима Француске, Мађарске, Грчке, Чешке и Шпаније (*Eurostat*, 2016).

2.5. Перспективе регионалне политике Европске уније после 2013. године

Стратешки циљеви ЕУ представљају главне изазове са којима се суочавају како ЕУ у целини тако и њене чланице. Од 2008. године, на нивоу ЕУ почео је процес стварања новог стратешког оквира за развој у периоду од 2010. до 2020. године. Процес је резултирао документом Европске комисије „Европа 2020: стратегија за паметни, одрживи и инклузивни раст“ у којој су на свеобухватан начин приказани најважнији елементи новог програма (*European Commission, 2010*).

Нова стратегија је као краткорочни циљ поставила успешан излазак из актуелне економске и финансијске кризе, а да притом обезбеди одрживу будућност са више радних места за своје грађане и боље услове живота. Стратегија је фокусирана на три међусобно повезана приоритета: **1. Паметан раст** (развој економије засноване на знању и иновацијама); **2. Одрживи раст** (истовремено подстицање конкурентности и производње која се ефикасније односи према ресурсима); **3. Инклузивни раст** (боља партиципација на тржишту рада, борба против сиромаштва и социјална кохезија).

2.5.1. Циљеви регионалне политике ЕУ за период 2014–2020. године

Регионална политика је за период 2014–2020 поставила једанаест приоритетних области као подршку расту региона широм Уније. Средства ERDF фонда подржавају свих једанаест области, али као приоритети се наводе прва четири. Главни приоритети фонда ESF су области 8-11, док Кохезиони фонд подржава приоритете 4-7 и 11. Реч је о следећим приоритетима (*European Commission, 2010*):

1. Јачање истраживања, технолошког развоја и иновација;
2. Унапређење приступа, коришћења и квалитета информационих и комуникационих технологија;
3. Јачање конкурентности малих и средњих предузећа;
4. Подршка економији која се заснива на ниској емисији угљен-диоксида у свим секторима;
5. Прилагођавање климатским променама, превенција и управљање ризицима;
6. Очување и заштита животне средине и подстицање ефикасног коришћења ресурса;

7. Подстицање одрживог саобраћаја и унапређење инфраструктуре;
8. Подстицање раста запошљавања и подршка мобилности радне снаге;
9. Подстицање социјалне инклузије, борбе против сиромаштва и дискриминације;
10. Инвестирање у образовање, обуку, стручно усавршавање и учење током целог живота;
11. Јачање институционалних капацитета јавних органа власти и унапређење ефикасности јавне управе.

Постављени приоритети су међусобно повезани, тако да постизање циља из области образовања повећава запошљавање. Унапређени капацитети за истраживања, развој и иновације у свим секторима привреде са ефикаснијим коришћењем ресурса повећавају конкурентност и стварају нове послове. Инвестирање у чисте, ниско-угљеничне технологије штити животну средину, доприноси борби са климатским променама и креирању нових пословних и радних могућности.

Европска комисија је утврдила износ укупних финансијских средстава намењених државама чланицама за реализацију два свеобухватна циља кохезионе политике у периоду 2014–2020: инвестиције у раст и радна места и територијална сарадња (Мирић, 2015). Први општи циљ кохезионе политике ЕУ огледа се у инвестицијама у раст и радна места за шта је издвојено око 97% од укупних издвајања за кохезиону политику. За реализацију овог циља средства ће бити усмерена ка:

- мање развијеним регионима који имају БДП по глави становника испод 75% просека у ЕУ;
- транзиционим регионима који имају БДП по глави становника између 75% и 90% просека у ЕУ;
- развијеним регионима који имају БДП по глави становника преко 90% просека у ЕУ.

Други циљ подразумева јачање прекограничне, транснационалне и међурегионалне сарадње у износу 3% од укупних средстава. Највећи део овог износа је усмерен на прекограничну сарадњу, а знатно мање на транснационалну и међурегионалну сарадњу. Путем прекограничне сарадње подстиче се унапређење односа између суседних пограничних региона на NUTS 3 нивоу из најмање две или више држава чланица како би се омогућио њихов интегрисани развој. С друге стране, транснационална сарадња подразумева сарадњу на ширем подручју које обухвата NUTS 2 регионе држава чланица. Међурегионална сарадња обухвата сарадњу на простору Европске уније у

целини а са циљем размене искустава у оквиру конкретних тематских циљева или размене искустава која се односе на урбани развој.

Ставови великог броја актера о будућности кохезионе политике после 2013. прожимају неколико кључних праваца (*European Commission, 2007*):

- ❖ Постигнут је консензус да је заједничка кохезиона политика намењена за све регионе ЕУ, али да је акценат и даље на регионима који заостају у развоју за просеком ЕУ;
- ❖ Приоритетне области деловања кохезионе политике ЕУ са аспекта јачања конкурентности европских региона и ЕУ у целини биће усмерене ка иновацијама, образовању, подршци малим и средњим предузећима, изградњи трансевропске инфраструктурне мреже, као и борби против климатских промена;
- ❖ Кључни изазови за европске регионе у будућности су: глобализација, демографске промене, климатске промене и енергетска зависност;
- ❖ Постигнут је начелни консензус да се у периоду после 2013. године унапреди координација између кохезионе политике и осталих секторских политика ЕУ;
- ❖ Јачање везе између кохезионе политике и политике руралног развоја;
- ❖ Успостављање једноставнијег система примене кохезионе политике уз веће учешће локалних и регионалних власти, посебно у спровођењу мера које се тичу запошљавања на локалном нивоу;
- ❖ Покренуто је и питање адекватног мерења нивоа развијености региона, са предлогом да се поред БДП по становнику узму у обзир и други показатељи развоја и квалитета живота;
- ❖ Територијална прекогранична, транснационална и међурегионална сарадња представљају најбољи пример доприноса заједничке кохезионе политике заједничком развоју, уз препоруку да се у наредном буџетском периоду издвоје већа финансијска средства у оквиру структурних фондова за унапређење прекограничне територијалне сарадње.

У извештају *Fabrizia Varca (Varca, 2009)* наводе се основе за будућу реформу кохезионе политике и подстиче дебата око концептуалних, политичких и оперативних питања регионалне политике ЕУ. *Varca* предлаже да кохезиона политика усмери своје ресурсе на следеће приоритете: иновације, климатске промене, миграције, децу, стручно знање и старење.

3. ПРОЦЕС РЕГИОНАЛИЗАЦИЈЕ И РЕГИОНАЛНИ РАЗВОЈ У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

Позитивна искуства многих земаља показују да ефикасно и модерно управљање развојем на целој територији државе треба да буде приоритет регионалног управљања. Широки спектар историјских, економских, демографских и других параметара, узимајући у обзир и ниво демократизације друштва, пресудно детерминишу модалитете регионалног управљања.

Регионални развој Србије се током више деценија посматрао одвојено од укупног друштвено-економског развоја. Проблематици регионалног развоја није придавана довољна пажња, анализирана је као одвојена и не много значајна димензија укупног развоја. Циљеви регионалног развоја дефинисани су на уопштен начин, утврђивањем подстицајног механизма без конкретне визије и стратешког оквира. Тежило се бржем развоју неразвијених подручја издвајањем знатних средстава. Подстицајна политика није успела да спречи заостајање неразвијених региона. Такав приступ неминовно је довео до регионалних и структурних развојних проблема са израженим нескладима унутар и између региона (ВРС, 2007).

Велики број области карактеришу негативна миграциона кретања. Становништво и привреда теже да се концентришу у развијеним областима, са негативним последицама у економској, социјалној, просторној и еколошкој сфери. Стога, ангажовање државе у вођењу регионалне политике односи се на помоћ подручјима са посебним развојним проблемима, кроз инвестиције и стимулисање прилива капитала, како би та подручја компензирала своје структурне слабости (ВРС, 2007).

3.1. Институционалне основе регионалног развоја – законодавни и стратешки оквир

Усвајањем Закона о регионалном развоју Србије (2009), учињен је најважнији корак у процесу спровођења Стратегије регионалног развоја Србије (2007) и стварања оквира за примену принципа и механизма управљања регионалним развојем. Значај доношења овог закона и других стратешких докумената лежи у чињеници да је неадекватно управљање регионалним развојем у претходним деценијама довело до великих регионалних неравномерности, које су само нагласили транзициони процеси и економска криза.

У Републици Србији изражен је негативан природни прираштај у одређеним подручјима, са великом концентрацијом становништва и привреде у неколико градова. Према индексу развојне угрожености, однос између најразвијенијег и најнеразвијенијег округа је 1:7, а однос између најразвијеније и најнеразвијеније општине је 1:15. Међутим, још озбиљнији проблем представља свеукупно заостајање Србије у односу на просек ЕУ анализирањем економских индикатора. Стопа незапослености у Србији је у 2015. години износила 17,9% (Републички завод за статистику, 2016), и једна је од највиших у региону.

Досадашња искуства указују да је неадекватан регионални развој пре свега последица недостатака системских и институционалних регулативних механизма. Стога, приступило се дефинисању новог концепта регионалног развоја са циљем утврђивања нових институционалних решења и праваца развоја. Законодавни и стратешки оквир политике регионалног развоја представљају: Устав Републике Србије, Стратегија регионалног развоја, Споразум о стабилизацији и придруживању, Национални програм за европске интеграције, Закон о регионалном развоју, подела на регионе са номенклатуром статистичких територијалних јединица.

1. Устав Републике Србије садржи решења која се односе на обавезу државе да се стара о равномерном регионалном и одрживом развоју: „Република Србија стара се о равномерном и одрживом регионалном развоју, у складу са законом“ (чл. 94). Односно, Република Србија уређује и обезбеђује „развој Републике Србије, политику и мере за подстицање равномерног развоја појединих делова Републике Србије, укључујући и развој недовољно развијених подручја“ (чл. 97. тач. 12).

2. Стратегија регионалног развоја Републике Србије за период од 2007. до 2012. године представља први стратешки развојни документ из области регионалног развоја који дефинише основне развојне приоритете регионалног развоја земље и начине њиховог остваривања у будућем периоду. Примарни циљ Стратегије је доношење нових институционалних решења, а као најбитнији циљеви и стратешки правци регионалног развоја Републике Србије издвајају се: одрживи развој, подизање регионалне конкурентности, смањење регионалних неравномерности и сиромаштва, заустављање негативних демографских кретања, наставак процеса децентрализације и економска интеграција српске заједнице у Аутономној покрајини Косову и Метохији.

3. Споразум о стабилизацији и придруживању и Закон о потврђивању Споразума о стабилизацији и придруживању између ЕУ и њених држава чланица, са једне стране и Републике Србије, с друге стране, којима истиче значај политике регионалног развоја и наводе мере за њено спровођење са циљем европских интеграција.

Споразум о стабилизацији и придруживању представља политичко обавезивање, како земље потписнице тако и ЕУ. Земља потписница се обавезује да током одређеног прелазног периода оствари низ реформи како би испунила стандарде ЕУ, са перспективом остваривања придруженог статуса, а затим, коначно, и пуне интеграције. Свака држава потписница има обавезу да поштује владавину права и кључне демократске принципе, стабилне и демократске институције и тржишну привреду. Регионални и локални развој наводе се као један од приоритетних области сарадње ЕУ и Србије.

4. Национални програм за европске интеграције је документ који припрема свака држава кандидат за чланство у ЕУ. Програм се односи на формулисање прецизног плана како да се достигну критеријуми неопходни да би држава постала чланица ЕУ, од политичких и економских, до најдеталнијих стандарда који постоје у Унији у областима трговине, пољопривреде, заштите животне средине, инфраструктуре и других области. Овај документ је усвојен 2008. године, а први извештај о његовом спровођењу објављен је 2009. године. Као краткорочни приоритети наводе се усвајање Закона о регионалном развоју (што је и учињено) и увођење децентрализованог система за управљање фондовима ЕУ кроз успостављање законодавног оквира и изградњу капацитета институција за припрему, спровођење и контролу програма и пројеката који се финансирају из средстава ЕУ.

5. Закон о регионалном развоју представља први корак у спровођењу политике регионалног развоја. Према Закону о регионалном развоју, **регионални развој** је „дугорочни и свеобухватни процес унапређења одрживог економског и друштвеног развоја региона, области и јединица локалне самоуправе, уз уважавање њихових специфичности“. Под **регионом** се подразумева „статистичка територијална целина, која се састоји од једне или више области, успостављена за потребе планирања и спровођења политике регионалног развоја, у складу са номенклатуром статистичких територијалних јединица на нивоу 2 (NUTS 2), није административна територијална јединица и нема правни субјективитет“. За потребе подстицања регионалног развоја одређују се региони: Војводина, Београдски регион, регион Шумадије и Западне Србије, регион Јужне и Источне Србије и регион Косова и Метохије.

Законом је предвиђено и усвајање развојних докумената регионалног развоја: **Национални план регионалног развоја** и **регионалне развојне стратегије** којима се дефинишу основни развојни приоритети регионалног развоја на националном и регионалном нивоу, начини њиховог остваривања и програми финансирања развоја

региона који садрже преглед пројеката за регион и расподелу финансијских средстава за реализацију тих пројеката за сваки регион за буџетску годину.

3.2. Историјски приказ процеса регионализације Републике Србије

Регионализација у Србији била је заступљена још у Сретењском уставу из 1835. године, када су постојали окрузи, срезови и општине. Такође, оваква подела утврђена је уставом Краљевине Србије из 1888. године. Краљевина Југославије је Законом о називу и подели Краљевине Југославије из 1929. године била подељена на девет управних бановина. Након Другог светског рата, Уставом из 1946. године усвојена је доктрина народа и народности по којој су народи који су чинили Краљевину Југославију имали право на сувереност у оквиру својих република и право на самоопредељење. Свака република је имала право да оснује аутономне покрајине на својој територији у складу са историјским, политичким и другим специфичностима (Аранђеловић&Григоријевић, 2010).

Према Уставу бивше СФРЈ из 1974. године, аутономне покрајине Косово и Метохија и Војводина добиле су велику законодавну, извршну и правосудну власт. Наиме, у СФРЈ је регионализација била извршена на основу њене политичко-територијалне поделе (Росић&Глигоријевић, 2001). У другој половини двадесетог века, питање регионализације, и поред теоријских покушаја, није имало ефикасна решења у пракси. Најзначајнији покушај регионализације је извршен је седамдесетих година када су формиран региони као *међуопштинске регионалне заједнице*, а које се у тој улози јављају у пројекцијама плана за период од 1976. до 1980. године (ВРС, 2007). Након овог периода проблему регионализације није посвећивана готово никаква пажња.

Доношењем Устава Републике Србије 1990. године, држава је преузела многе надлежности залажући се за децентрализацију. Регионализација је била покренута Просторним планом 1996. године, када је утврђен систем центара (нодални систем) различитог ранга и то од: макрорегионалног (Београд, Нови Сад, Крагујевац, Ниш, Приштина), преко регионалног до субрегионалног, али без граница својих гравитационих зона, па у просторном смислу нису били заокружени у регионалне целине. У усвојеном Просторном плану усвојени су само макрорегионални центри, као основа будуће регионализације земље. Међутим, у погледу ове проблематике од тог периода није било значајнијих помака.

Садашњи регионални развој суочава се са трендом повећања регионалне демографске регресије, економског и инфраструктурног јаза, регионалних образовних диспропорција, све већег заostatка југа Србије, као и погоршања фискалне позиције државе и продубљивања фискалне неравнотеже. Излаз из овакве ситуације зависиће највише од изградње институција регионалног развоја, поштовања економских правила и дугорочног регионалног планирања (РЗР, 2013).

Према Извештају о регионалном развоју Србије (ВРС, 2013), а у складу са одређењем Владе Републике Србије да континуирано прати развојне трендове, мења и доноси нова институционална решења из области регионалног развоја, идентификовани су изазови са којима је суочена регионална политика Србије до сада. То су пре свега вишедимензионалност регионалних разлика, затим метрополитанизација и концентрација економских активности у Дунавско-савском појасу, демографска девастација и деиндустријализација. Важне констатације наведене у Извештају су следеће:

❖ **Регионални развој је одраз укупног развоја.** Економски заостатак државе за просеком ЕУ има и своју регионалну димензију. Србија се налази на 35% просека ЕУ (према БДП/становнику по куповној моћи). Најразвијенији је Београдски регион на 60%, а најнеразвијенији регион Јужне и Источне Србије (22%), ако се у анализу не укључи регион Косова и Метохије.

❖ **Транзициони процес довео је до повећања регионалних разлика.** Северни део Србије је продуктивнији од јужног дела, Београдски регион је најпродуктивнији, остварени БДП по становнику је 71% изнад републичког просека, затим следи регион Војводине са 2,9% изнад просека Србије, док су остала два региона далеко испод републичког просека (табела 6).

Табела 6. Тренд регионалне продуктивности у Републици Србији

Региони	БДП/ст (Србија=100)				
	2009	2010	2011	2012	2013
Београд	179,4	177,8	172,2	171,4	170,9
Војводина	95,2	96,8	99,5	102,6	102,9
Шумадија и Западна Србија	71,4	69,9	67,3	67,6	67,3
Јужна и Источна Србија	63,3	63,9	63,1	63,3	62,7

Извор: Извештај о регионалном развоју Србије 2013, Министарство привреде, <http://www.privreda.gov.rs/wp-content/uploads/2015/05/IZVESTAJ-REGIONALNOM-RAZVOJU-2013..pdf>

❖ **Један од највећих развојних проблема Србије је демографског карактера.** Према попису из 2011. године, број становника континуирано опада, а тај тренд се наставља и након пописа. У последњој деценији Србија је изгубила 5% становника.

Демографска девастација захватила је више од 50% општина у Србији. Број становника мањи је у 146 општине, а већи само у 22. Једино је регион Београда забележио позитиван миграциони салдо. У Београду је за 6% више домаћинстава, а за исти проценат је смањен број домаћинстава на подручју југоисточне Србије. Територијални аспект депопулације указује да су све општине просечно изгубиле више од 2.600 становника, тј, сваки округ је просечно изгубио више од 15.000 становника. Неповољни миграциони токови односе се на спољну миграцију високообразованог становништва, као и миграције на релацији село-град.

❖ **Регионалне и социјалне неједнакости у Србији у наредном периоду зависе првенствено од брзине транзиционих реформи,** које се односе на постприватизационо реструктурирање и структурних реформи, прилива инвестиција, образовних реформи и регионалних модела ендеогеног раста и социјалне инклузије.

❖ **Дугорочно планирање регионалног развоја зависи од институционалних реформи.**

Истраживања и емпиријске анализе регионалног развоја Србије указују да су **кључни чиниоци регионалне неравнотеже и поларизације Србије:** а) континуирано неповољни демографски трендови; б) висока регионална незапосленост; в) девастација индустријског комплекса; г) инфраструктурна неизграђеност и д) незаокружен и нефункционалан институционални оквир. Принцип јачања потенцијала региона и мултисекторски приступ замењује традиционалан приступ вођења регионалне политике који се, пре свега, заснивао на редистрибуцији богатства између богатих и сиромашних региона и једносекторском приступу (ВРС, 2013).

3.3. Статистичка регионализација Републике Србије

Постојећи институционални оквир у Србији, највише одговара регионима NUTS 2 категорије имајући у виду географске, демографске, као и друштвено-економске услове. Оваква класификација највише задовољава принципе Европске статистике (Eurostat, 2007).

Према **NUTS 1 класификацији**, у Србији је могућа регионална подела на само теоретском нивоу. С обзиром да она обухвата територије величине од 3 до 7 милиона становника, Србија би се могла само поделити на два региона: Северну и Јужну Србију (табела 7).

Табела 7. Региони у Републици Србији према NUTS класификацији

NUTS 1	NUTS 2	NUTS 3
Србија – Север	Војводина	3 субрегиона
	Београд	1 субрегион
Србија – Југ	Шумадија и Западна Србија	4 субрегиона
	Јужна и Источна Србија	3 субрегиона
	Косово и Метохија	2 субрегиона

Извор: Републички завод за статистику, 2016

NUTS 2 класификација обухвата територију од 800.000 до 3 милиона становника и представља формалну поделу региона у Србији. Према званичној регионалној подели, Србија се састоји од пет NUTS 2 региона: регион Војводине, Београдски регион, регион Шумадије и Западне Србије, регион Јужне и Источне Србије и регион Косова и Метохије. У табели 8 приказани су NUTS 2 региони у Србији према површини, броју становника и броју насеља.

Табела 8. Региони у Републици Србији према NUTS класификацији

Региони	Површина ¹⁾ (000 км ²)	Број становника у мил.	Број насеља ¹⁾
Београд	3,2	1,7	157
Војводина	21,6	1,9	467
Шумадија и Западна Србија	26,5	2,0	2.112
Јужна и Источна Србија	26,2	1,6	1.973
Косово и Метохија	10,9	-	1.449

Извор: ¹⁾Републички геодетски завод (стање 31.12.2009, осим за Косово и Метохију, за које је стање 31.12.1998); Општине и региони у Републици Србији (Попис, 2011)

Према **NUTS 3 класификацији**, региони обухватају територију величине од 150.000 до 800.000 становника. Територија Србије је подељена на 13 субрегиона и то су постојећи управни окрузи. Регион Војводине има три субрегиона и то: Срем, Банат и Бачку. Београд је уједно и субрегион који се даље дели на приградске и градске општине (LAU 1 и LAU 2). Регион Шумадије и Западне Србије састоји се од Подунавља (Браничевски и Подунавски округ), Шумадијско-поморавског субрегиона, Ваљевско-мачванског и Југозападног субрегиона (Рашки, Златиборски и Моравички округ). Регион Јужне и Источне Србије чине три субрегиона и то: Тимочко-борски, Јабланичко-пчињски и Нишки (Нишавски, Пиротски и Топлички округ).

Степен развијености региона и јединица локалне самоуправе утврђује се применом показатеља развијености региона и јединица локалне самоуправе, а на основу података органа надлежног за послове статистике (према Закону о регионалном развоју Републике Србије). Према степену развијености, у поређењу са републичким просеком бруто домаћег производа по глави становника региони у Србији могу се поделити у три

групе, и то: а) **развијени региони**, Београд и Војводина, б) **средње развијени региони**, Шумадија и Западна Србија, Јужна и Источна Србија и в) **неразвијени регион**, Косово и Метохија. Наиме, када се посматра БДП по запосленом, Београд и Војводина заузимају знатно бољи положај у односу на остале регионе. И други економски показатељи имају сличне тенденције, што само указује на изражене неравномерности између региона.

Значај примене NUTS класификације у Србији је велики имајући у виду циљ Србије да постане чланица ЕУ, али и да користи многе фондове и друге врсте помоћи ЕУ.

3.4. Циљеви и стратешки правци регионалног развоја Републике Србије

У оквиру Стратегије регионалног развоја Републике Србије за период 2007–2012. утврђени су основни циљеви и стратешки правци регионалног развоја у будућности (табела 9). Држава треба да тежи подизању регионалне конкурентности, водећи рачуна о одрживом развоју, пружањем помоћи областима са израженим развојним проблемима и заустављању негативних демографских токова.

❖ **Одрживи развој.** Повећање животног стандарда становника је прихватљиво само ако се води рачуна о изворима благостања и унапређују фактори развоја, што заузврат повећава потенцијал развоја будућих генерација. Одрживи развој треба да резултира у дугорочно балансираном развоју све три компоненте благостања (економска, социјална и компонента животне средине).

❖ **Подизање регионалне конкурентности.** Кључни развојни циљ Србије је веће благостање становништва. За остваривање тог циља Србија мора да тежи подизању регионалне конкурентности, смањењу незапослености и сиромаштва. Овај циљ захтева ефикасно спровођење транзиционих и реформских процеса који могу да подстакну регионалне развојне потенцијале земље, људске, материјалне и природне, и самим тим да допринесу бржем развоју приватног сектора и већем приливу иностраног капитала.

Табела 9. Матрица циљева регионалног развоја Републике Србије

Циљеви	Показатељи
Одрживи развој	Структурни индикатори ЕУ
Подизање регионалне конкурентности	Продуктивност рада, регионални индекси конкурентности, учешће пропульзивних грана у структури индустрије
Смањење регионалних неравномерности и сиромаштва	ЕРО (привремена замена за БДП), БДП, стопа незапослености, зараде
Заустављање негативних демографских кретања	Демографски индикатори
Наставак процеса децентрализације	Изворни буџетски приходи локалних заједница, Индекс хуманог развоја, Индекс предузетништва, инфраструктурни индикатори
Економска интеграција српских заједница на Косову и Метохији	Економски индикатори
Изградња институционалне регионалне инфраструктуре	Извештаји ресорних институција

Извор: Стратегија регионалног развоја Републике Србије за период од 2007. до 2012. године, Влада Републике Србије, Службени гласник РС, број 21/2007, стр. 48, [http://www.urbel.com/documents/planovi/4744\(sl%20g1%20rs%2021-07\).pdf](http://www.urbel.com/documents/planovi/4744(sl%20g1%20rs%2021-07).pdf)

❖ **Смањење регионалних неравномерности и сиромаштва.** Регионалне диспропорције у степену развијености региона у Србији су највише у Европи. Економска криза, транзициони процеси, као и колапс појединих привредних система, утицали су да се параметри неразвијености још више продубе, пре свега на југу Србије, као и да се, некада развијена индустријска подручја Србије данас налазе у веома тешкој економској и социјалној ситуацији.

❖ **Заустављање негативних демографских трендова.** Демографски и развојни проблеми односе се на: депопулацију (интензиван процес демографског пражњења), миграционе токове (негативан миграциони салдо од 1981. године), негативан природни прираштај, демографско старење, смртност одојчади (скоро двоструко више од просека земаља ЕУ) и очекивано трајање живота (чак 6 година мање од становника ЕУ).

❖ **Наставак процеса децентрализације.** Транзиционе реформе учиниле су да се положај јединица локалне самоуправе знатно побољша и оствари знатно већи степен децентрализације. Уређен је оквир за демократско деловање локалне самоуправе, побољшан је њен финансијски положај, а градови и општине су добили проширени делокруг изворних и поверених послова. Након усвајања новог Устава створене су системске претпоставке за даље јачање локалне самоуправе.

❖ **Економска интеграција српских заједница на Косову и Метохији.** Имајући у виду да су српске заједнице на Косову и Метохији суочене са најтежим облицима живота и рада, један од приоритетних стратешких циљева је економска интеграција овог региона са осталим делом српске привреде. Неопходно је регионалне подстицаје усагласити са Стратегијом дугорочног економског развоја српских заједница на Косову и Метохији.

4. ПОЈАМ УРБАНЕ ЕКОНОМИЈЕ И ИНДИКАТОРИ РАЗВИЈЕНОСТИ

Градови су носиоци економских, еколошких и друштвених активности у свакој земљи и као такви имају доминантну улогу у националним и међународним економијама.

У европским урбаним подручјима живи око 65% становника ЕУ, који троше у просеку 80% енергије и генеришу 85% европског БДП-а (*European Commission*, 2015). Ова подручја су мотори европске економије и делују као катализатори креативности и иновација у целој Унији. Највеће инвестиције у ЕУ одлазе у урбана подручја. У ЕУ-28, 55% од укупних јавних инвестиција намењене су локалном буџету.

4.1. Дефинисање урбане економије и локалног економског развоја

Урбана средина је данас доминантна животна средина у којој је насељено више од половине светске популације. Урбани проблеми, нарочито они који се тичу животне средине, данас су јако изражени и уско повезани са економским активностима, кретањима становништва, али и неконтролисаним и непланираним растом градова. Управљање урбаним развојем је постао један од најважнијих изазова 21. века (Cohen, 2006).

Градови се најчешће дефинишу као средине са великом густином насељености и локалном самоуправом. Они често представљају „урбане агломерације“, док се у великим метрополама и центар града може сматрати агломерацијом (Hoornweg et al., 2006). Као економски центри, важни су покретачи развоја и смањења сиромаштва у урбаним и руралним областима. Градови постају „локомотиве раста“ (Hall, 1993) и генеришу више од половине националних економских активности у свету (*UN-Habitat*, 2014). Већина индустрије и предузећа се налази у градовима или у непосредној близини градских подручја. Живот у урбаним срединама се често повезује са вишим нивоима писмености и образовања, бољим здрављем, већим приступом социјалним услугама и већим могућностима за учешће у културном и политичком животу.

Локални економски развој је процес чији је циљ повећање броја запослених и дохотка по глави становника и захтева ресурсе и стратешко одлучивање на локалном нивоу. Локални економски развој подразумева „скуп активности које имају за циљ да изграде капацитете локалне заједнице да унапреди своју економску будућност и квалитет

живота за све“ (Goga&Marphy, 2006, стр. 1). Слично, Bryant и Cofsky (2004, стр. 19) тежиште стављају на „активности које се спроводе на одређеном подручју са циљем достизања одрживог друштвено-економског развоја“. Обе дефиниције изражавају савремен концепт локалног економског развоја који се не ограничава само на економска питања већ развој ставља у контекст укупног квалитета живота, то јест друштвено-економског развоја.

Локални економски развој подразумева да локални лидери препознају реалне могућности за развој приватног и јавног сектора и одреде се за механизме промене. Најпре је потребно упознати се са расположивим ресурсима, дефинисати приоритете развоја и механизме који ће се користити да би се подигла конкурентност локалне заједнице, потом усмеравати ограничене финансијске и људске ресурсе и пратити резултате тих одлука.

Најважнија улога градова и главни импулс њиховог настанка је проширење локалних економија које омогућавају специјализацију услуга и стварање широког спектра размене. Градови такође треба да обезбеде сигуран простор за своје становнике. Криминал, природне катастрофе, деградација животне средине, и сиромаштво карактеришу многе градове. Одговор градова обично захтева равнотежу између краткорочних императива и дугорочних циљева. На крају, градови су суштински елемент демократије као веза између појединачних права и тежње друштва.

4.2. Стратегија локалног одрживог економског развоја у Републици Србији

Економски развој је део одрживог развоја. Одрживи развој обухвата привредни и друштвени развој уз заштиту животне средине. Сви видови заједнице морају да се развијају паралелно, јер утичу једни на друге.

Методологија за стратешко планирање одрживог развоја локалних управа у Србији (СЛОП) настала је као резултат активности програма *Exchange 2* (2008–2010) са циљем да постане стандардна методологија коју ће Стална конференција градова и општина предложити свим локалним самоуправама у Србији. Нацрт СЛОП формата, који су осмислили домаћи и међународни експерти, на основу постојеће праксе у земљи, допуњен је примерима одрживог планирања и актуелне ЕУ праксе (СКГО, 2012). У Методологији се наводи да „одрживост захтева општу промену перспективе: прелазећи

са модела, три прстена, у којем се привреда, друштво и животна средина само делимично и насумице преплићу у модел „бабушки“, у којем су ове три сфере живота уско међусобно повезане, при чему животна средина обухвата друга два елемента“. Дакле, одрживи развој подразумева бављење економским и друштвеним развојем уз пажљиво коришћење ограничених природних ресурса и уз очување животне средине.

Током 2008. године спроведено је истраживање које се тиче одлуке о инвестирању у Србији, а која поред економског, укључује димензију одрживог развоја (USAID/MEGA програм, истраживање „Инвестициона клима у Србији – Перспектива страних инвеститора“). Као критеријуми при одлучивању о инвестирању, наводе се: квалитет радне снаге, политичка стабилност, квалитет и приступачност инфраструктуре, квалитет живота и једноставност административне процедуре.

Циљ **Стратегије локалног одрживог развоја** је формулисање општег стратешког плана развоја града којим се дефинишу смернице и кључне активности за будући развој. Акцент је на циљевима и мерама релевантним за све секторе (економија, друштво и животна средина) чиме се делује у стварању повољних услова за све друге планове на нивоу града. Као кораци у процесу економског развоја, наводе се:

1. Анализа стања. Локални економски развој одвија се у ширем контексту развоја (ЕУ, држава, регион и локална средина) или укупног развоја саме заједнице. Уочавање контекста развоја заједнице први је корак који омогућава и локалним самоуправама да разумеју предности, недостатке, специфичности и положај њихове заједнице у односу на друге.

2. Укључивање важних учесника (грађана и локалног пословног сектора). Локални економски развој захтева заједнички напор који мора да укључи све важне учеснике из приватног, јавног и цивилног сектора.

3. Унапређење институционалног капацитета. Главну улогу координатора и катализатора у локалном економском развоју има општина, која мора да буде спремна и способна да спроведе тај задатак.

4. Стратешко планирање економског развоја. Програм локалног економског развоја проистиче из стратешког плана који садржи визију, циљеве, акционе планове и пројекте.

5. Спровођење програма и пројеката. Спровођење плана зависи од буџета, људства и институција. Морају се предвидети проблеми и питања који могу искрснути и потребно је припремити се за њих упознавање са програмима и пројектима.

6. Праћење и оцена. Морају се установити индикатори за оцену напретка и резултата програма и пројеката и вршити корекције током реализације.

Основни циљеви и сврха стратегије локалног одрживог развоја су (СКГО, 2012): 1) консензус заједнице о визији, вредностима и правцима развоја; 2) израда и консолидација учешћа заинтересованих страна и локалне заједнице у дефинисању и активирању политика локалног развоја; 3) идентификација, процена и активирање нових развојних шанси путем акција и пројеката који се спроводе у партнерству; 4) унапређење пружања и ефикасности јавних услуга и комуналних делатности који су у оквиру улога и надлежности; 5) обезбеђено добро управљање и побољшана ефикасност организације и б) усклађивање плана са финансијским буџетима и људским ресурсима.

4.3. Индикатори степена развијености урбане економије

С циљем разумевања стања у урбаним срединама и постизања што бољих урбаних резултата, развијени су сетови индикатора (Briassoulis, 2001; Davison, 1996). Од индикатора се очекује да обезбеде рано упозорење за превенцију еколошких, социјалних и економских проблема (Huang et al., 2009), а коришћење урбаних индикатора представља међународно важно средство за процену урбанистичког статуса и праћење постигнутог у правцу напретка одрживог развоја (Graymore et al., 2009; Valentin&Spangenberg, 2000). Стратешки план у правцу одрживог развоја се у основи заснива на познавању локалних економских могућности, локалних услова и културних и друштвених карактеристика (Scipioni et al., 2009).

Међународне и регионалне организације развијају и прате велики број индикатора (Уједињене нације, UN-Habitat, Светска банка, ЕУ, Организација за економску сарадњу и развој, Европска комисија за науку, истраживање и развој, Светска здравствена организација, итд.). Примена урбанистичких показатеља у Србији, као средство за управљање локалним развојем, још увек је на почетку. Иако показатељи добијају на значају, њихов утицај на политику у Србији је још увек ограничен. До неких података је теже доћи услед: а) непостојања података на локалном нивоу (нпр. БДП, додатна вредност по запосленом, потрошња енергије, коришћење јавног превоза, ...); б) кашњења у објављивању података (нпр. демографска и пољопривредна статистика која се заснива на попису); в) статистичких недостатака – не прикупљају се сви подаци и категорије

(нпр. подаци о квалитету воде и ваздуха су ограничени на националну мрежу мерних места).

4.3.1. Предлог индикатора одрживости и добре управе према СЛОП-у

Да би се олакшао мониторинг спровођења СЛОП-а и успоставила заједничка основа за поређење постигнутих резултата у градовима у Србији, израђен је предлог индикатора одрживости и добре управе на основу европских стандарда. Индикатори су подељени у три групе: **а) економски развој и добро управљање** (табела 10); **б) становништво и квалитет живота** (табела 11) и **в) животна средина** (табела 12).

Економски показатељи се односе на развој бизниса и привлачења инвестиција, мере развој предузећа и промоцију јавног и приватног сектора ради стимулисања запошљавања. Најпоузданији и најчешће коришћен економски показатељ је бруто домаћи производ по глави становника. Индикатори доброг управљања односе се на финансијско управљање и промоцију независности локалних власти. Урбани показатељи би требало да буду од помоћи градским властима у мерењу учинка спроведене политике. Постоје бројни фактори који ометају унапређење градске управе, као што су бирократска инерција, недостатак стратешке визије и политичке воље да се управља локалним развојем на транспарентан начин, као и оскудица инструмената за мониторинг и развој јавних и приватних организација (Grigoriadou&Swianiewicz, 2003).

Урбанизација представља кретање људи из руралних у урбана подручја (UNHSP, 2004). Урбано становништво света је нагло порасло од 1950. године, па данас више од половине светске популације живи у урбаним срединама са великим разликама од земље до земље. Према проценама Уједињених нација, у наредним деценијама се очекују знатне промене у броју и просторној дистрибуцији глобалне популације, са уделом светске популације у урбаним срединама од око 66% до 2050. године (UN, 2014). Земље у развоју спроводе урбанизацију кроз националне стратегије припремљене с циљем економског развоја, са нагласком на уравнотеженом развоју између урбаних и руралних подручја (Shen et al., 2011).

Табела 10. Индикатори економског развоја и доброг управљања

Сектор	Група индикатора	Индикатор	Јединица
Економски развој	Пољопривреда	Удео укупне коришћене пољопривредне површине од пољопривредне површине општине	%
Економски развој	Пољопривреда	Индивидуални пољопривредници	број
Економски развој	Пословне локације	Инфраструктурно опремљене површине на располагању за инвестиције по глави становника	m ²
Економски развој	Предузетничка клима	Број активних привредних друштава и предузетника на 1000 становника [број активних привредних друштава/број становника X 1000]	број
Економски развој	Предузетничка клима	Нето ефекат нових предузетника и привредних друштава [(Број новооснованих – број угашених предузетника и привредних друштава)/укупан број свих активних]	број
Економски развој	Туризам	Ноћења туриста	број
Економски развој	Запосленост	Запослени у правним лицима (привредна друштва, предузећа, задруге, установе и образовање) у 000	број
Економски развој	Запосленост	Стопа запослености [Број запослених/активно становништво 15-64]X100	%
Економски развој	Запосленост	% жена запослених	%
Економски развој	Незапосленост	Број незапослених на 1.000 становника	индекс
Добро управљање	Општинске финансије	Фискални капацитет општине (ФКО) (релативно): проценат изворних прихода у остварењу буџета (по Закону о финансирању локалне самоуправе) = апсолутни ФКО/ сви буџетски приходи*100	%
Добро управљање	Степен развијености	Степен развијености по Закону о регионалном развоју (група)	број
Добро управљање	Степен развијености	Обим свих подстицаја регионалног развоја у години / становнику	РСД
Добро управљање	Институционални капацитет	број општинских службеника са високом и вишом школском спремом	број

Извор: Мониторинг и евалуација стратегија локалног одрживог развоја, Стална конференција градова и општина, 2012, стр. 43, <http://indicator.sepa.gov.rs/slike/pdf/o-indikatorima/prirucnik-lor>

Процес урбанизације у протеклих неколико деценија довео је до великог броја проблема, при чему су најзначајнији следећи: 1) поларизација и фрагментација (друштва и јавних добара); 2) загађење животне средине; 3) пропадање инфраструктуре и 4) велики социјални проблеми (криминал и насиље) (Businaro, 1994).

Табела 11. Индикатори становништва и квалитета живота

Сектор	Група индикатора	Индикатор	Јединица
Становништво и квалитет живота	Становништво	Процењен број становника годишње (30.6)	Број
Становништво и квалитет живота	Демографске промене	Индекс промена броја становника 2011 /2002	Индекс
Становништво и квалитет живота	Демографске промене	Стопа природног прираштаја [(рођени-умрли)/1000 становника]	%
Становништво и квалитет живота	Демографске промене	Миграцијски салдо: [(број досељених – Број одсељених у години)/ становништво укупно x 100]	%
Становништво и квалитет живота	Старосна група становништва	Индекс старења [(број становника старијих од 64/број становника млађих од 15 година) x 100]	индекс
Становништво и квалитет живота	Образовање становништва	Процент становништва старог 15 и више година без образовања и без завршене основне школе	%
Становништво и квалитет живота	Образовање становништва	Процент становништва старог 15 и више година са вишим или високом образовањем	%
Становништво и квалитет живота	Предшколско образовање	Обухват деце узраста од 3 године до поласка у припремни предшколски програм у предшколском васпитању и образовању	%
Становништво и квалитет живота	Водоснабдевање	Процент становништва прикључених на водоводну мрежу	%
Становништво и квалитет живота	Култура и рекреација	Буџет за културу по глави становника просечно годишње	ЕУР
Становништво и квалитет живота	Култура и рекреација	Буџет за спорт и рекреацију по глави становника просечно годишње	ЕУР
Становништво и квалитет живота	Зараде	Просечна зарада без пореза и доприноса	РСД
Становништво и квалитет живота	Социјална заштита	Учешће свих корисника социјалне заштите у укупном становништву (%)	%
Становништво и квалитет живота	Социјална заштита	Буџет за социјалну заштиту по глави становника просечно годишње	ЕУР

Извор: Мониторинг и евалуација стратегија локалног одрживог развоја, Стална конференција градова и општина, 2012, стр. 42, <http://indicator.sepa.gov.rs/slike/pdf/o-indikatorima/prirucnik-lor>

У прошлости је економски раст био праћен великим оптерећењем животне средине, што је довело до климатских промена, деградације животне средине и исцрпљивања природних ресурса. Земље широм света суочавају се са великим изазовом да остваре квалитетан раст, запосленост и приход за све делове друштва, и на тај начин смање сиромаштво (Van Dijk&Mingshun, 2005).

Табела 12. Индикатори животне средине

Сектор	Група индикатора	Индикатор	Јединица
Животна средина	Територија	Површина општине	km ²
Животна средина	Квалитет површинских вода	SWQI <i>Serbian Water Quality Index</i> – за мерно место на реци или језеру	пет категорија
Животна средина	Управљање отпадним водама	Процент пречишћене отпадне воде на систему одвођења [= укупне пречишћене воде/испуштене отпадне воде са системом одвођења]	%
Животна средина	Квалитет ваздуха	1) Број дана у току године са прекораченим граничним вредностима SO ₂ ; 2) Број дана у току године са прекораченим граничним вредностима NO ₂ ; 3) Број дана у току године са прекораченим граничним вредностима PM ₁₀ ;	дан
Животна средина	Заштита природе	Процент површине општине под заштитом (заштићена подручја)	%
Животна средина	Простор и урбани развој	Процент површине загађеног и напуштеног земљишта (индустријске, урбане површине...)	%
Животна средина	Простор и урбани развој	Величина јавних зелених површина у градовима по становнику	m ²
Животна средина	Јавни превоз	Процент становника града и приградског подручја који просечно дневно користе градски и приградски јавни превоз	%
Животна средина	Управљање чврстим отпадом	Укупна прикупљена и одложена количина комуналног отпада у kg по становнику годишње	kg
Животна средина	Управљање чврстим отпадом	Процент одвојено прикупљеног и рециклираног комуналног отпада	%
Животна средина	Енергија	Процент домаћинстава прикључених на систем даљинског грејања	%

Извор: Мониторинг и евалуација стратегија локалног одрживог развоја, Стална конференција градова и општина, 2012, стр. 41, <http://indicator.sepa.gov.rs/slike/pdf/o-indikatorima/prirucnik-lor>

Урбани показатељи треба да постану важан алат за систематско праћење, евалуацију и извештавање о урбанистичким условима и трендовима у градској управи, као и за поређење економске снаге градова, социјалне кохезије, квалитета животне средине, управљања и укупног квалитета живота. Добијени подаци за један град могу се анализирати током година, у односу на национални просек у поређењу са другим градовима у земљи или на међународном нивоу.

4.4. Дефинисање урбаног развоја кроз стратегију „Европа 2020“

Различите димензије урбаног живота омогућавају успешан урбани развој само кроз интегрисани приступ, који је посебно важан с обзиром на озбиљност изазова са којима се градови у свету тренутно суочавају, почевши од специфичних демографских промена, последица економске стагнације и утицаја климатских промена. Одговор на ове изазове је од кључног значаја за постизање паметног, одрживог и инклузивног друштва предвиђеног у Стратегији „Европа 2020“.

Економска и финансијска криза је открила структурне слабости европске економије. Циљ стратегије „Европа 2020“ је економски опоравак земаља подржан низом реформи с циљем изградње чврсте основе за раст и отварање нових радних места у ЕУ у периоду до 2020. године, са посебним нагласком на урбаном економском развоју. ЕУ је себи поставила пет главних циљева у периоду до 2020. године (*European Commission, 2010*): повећање стопе запослености становништва старости од 20 до 64 године за најмање 75%; инвестирање 3% бруто домаћег производа у истраживање и развој; смањење емисије гасова са ефектом стаклене баште за најмање 20%, повећање удела обновљивих извора енергије на 20% и повећање енергетске ефикасности за 20%; повећање удела становника са високошколским образовањем на најмање 40% и смањење броја људи којима прети сиромаштво или социјална искљученост за 20 милиона.

У оквиру наведених циљева, током програмског периода европски градови биће у могућности да искористе бројне погодности регионалне политике ЕУ (*European Commission, 2010*):

- ❖ Урбана подручја су инвестициони приоритет Европског фонда за регионални развој (ERDF);
- ❖ У свакој држави чланици ЕУ, минимум 5% средстава ERDF-а је намењено интегрисаном одрживом урбаном развоју;
- ❖ Иновативним активностима у области одрживог урбаног развоја намењено је 371 милион евра;
- ❖ Локална управа је одговорна за коришћење средстава европских фондова;
- ❖ Формиран је нови инструмент подршке под називом *Развој усмераван од стране локалне заједнице (Community-Led Local Development – CLLD)*, који треба да допринесе решавању социјалних, економских и еколошких изазова на локалном нивоу.

- ❖ URBACT III је програм европске територијалне сарадње који промовише одрживи интегрисани урбани развој у градовима широм земаља ЕУ, Норвешке и Швајцарске. URBACT је инструмент кохезионе политике, кога суфинансира Европска комисија (EFRR) и државе чланице. URBACT омогућава сарадњу градова и развој интегрисаних решења за решавање локалних изазова. У URBACT-овим мрежама градови деле искуства и уче једни од других, изводе поуке и преносе позитивна искуства ради јачања својих урбаних политика.

ДЕО II

АНАЛИЗА УТИЦАЈА МУЛТИНАЦИОНАЛНЕ КОМПАНИЈЕ НА РЕГИОНАЛНИ И УРБАНИ РАЗВОЈ

1. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА

1.1. Појам, врсте и значај страних директних инвестиција

Привлачење страних директних инвестиција (СДИ) једна је од важнијих развојних активности широм света. „Директне инвестиције су категорија међународних инвестиција која одражава појаву када резидент који се налази у једној земљи (страни директни инвеститор или матично предузеће) остварује трајне користи над предузећем које је резидент неке друге земље (страно предузеће или инострана афилијација)“ (IMF, 2004). Остваривање дугорочних интереса указује на постојање дугорочних односа сарадње између директног инвеститора и предузећа афилијације, као и на значајан степен утицаја инвеститора на управљање предузећем које је резидент неке друге земље.

У САД се предузећа која се налазе под иностраном контролом дефинишу на следећи начин: „Предузећа која се налазе под иностраном контролом представљају помоћне јединице које су више од 50% у власништву матичног или родитељског предузећа“ (Lipsey, 2001). Министарство трговине САД прихватило је дефиницију коју је одобрио IMF и критеријум од 10% као границу за контролу активе. „Предузеће у које се директно инвестира дефинише се као акционарско или неакционарско предузеће у коме инострани инвеститор поседује 10% или више процената обичних акција или гласачких права над акционарским предузећем или одговарајући еквивалент у неком неакционарском предузећу. Постављени услов за поседовање најмање 10% акција предузећа у коме се инвестира даје право директном инвеститору да утиче или учествује у управљању предузећем, али не подразумева апсолутну контролу од стране директног инвеститора“ (Lipsey, 2001). Улагање у акције са мање од 10% улога сматра се портфолио улагањем, исто као и улагање у обвезнице.

У складу са дефиницијом IMF-а, СДИ су улагања страних компанија у домаћа предузећа с циљем успостављања управљачке контроле над њима и остваривања трајног интереса у земљи домаћину. Главни типови улагања могу се остварити у различитим облицима и реализовати на различите начине, и то путем (IMF, 2004; Calderón et al., 2004):

- Оснивања новог предузећа (*greenfield* инвестиције) у потпуном власништву странца или кроз заједничка улагања (*joint venture*). *Greenfield* инвестиције односе се на

инвестирање у нови производни погон на иностраном тржишту у потпуном или делимичном власништву странца, мотивисано освајањем тржишта и увећањем профита.

- *Аквизиција* представља преузимање друге компаније путем куповине, докапитализације или претварања кредитних потраживања у акције или улоге. Аквизиција може да значи преузимање већинског пакета гласачког потенцијала или куповину мањинског дела компаније уз потпуна управљачка права.

- Фузија је спајање компанија (тзв. прекогранични *мерџер*) и представља спајање два предузећа приближно једнаке снаге. Могу бити хоризонтални, када се повезују две компаније из истог сектора, и вертикални када се повезују компаније из различитих технолошких фаза производног процеса.

- Комбинација *greenfield* инвестиције и аквизиције (*brownfield* инвестиције). *Brownfield* инвестиције представљају хибридни модел који комбинује *greenfield* инвестиције и аквизицију. Формално се ради о аквизицијама, али суштински оне више личе на *greenfield* инвестиције, јер инвеститор скоро у потпуности замењује производне погоне, опрему и производну линију путем нових инвестиција.

- Заједничка улагања без права власништва, тзв. уговорна улагања (*contractual joint venture*). Уговорна улагања страног капитала карактеристична су по томе што страни инвеститор, слично као и код кредитних улагања, њима не стиче својинска права над акцијама, односно уделима капитала у компанији у које је извршено улагање. У питању је заједнички подухват који остварује страном са домаћим предузећем, а у којем се инвестира страни капитал у некорпоративном облику. Страни партнер учествује у добити и сношењу ризика, сразмерно уговору, а без било каквих власничких права.

- Инвестирање у облику концесија и БОТ система (енг. *built-operate-transfer*) Концесија представља облик улагања капитала који се остварује закључивањем уговора о концесији између даваоца концесије–концедента, с једне стране и примаоца концесије–концесионара, с друге стране ради остваривања бољих или нових резултата у послу који је предмет уговора о концесији. БОТ улагања такође су врста концесије које се заснивају на изградњи или реконструкцији и финансирању комплетног објекта, уређаја или постројења и његовом коришћењу на уговорено време, а након истека уговора о коришћењу предаје се у својину држави.

- Земља домаћин може имати веће користи од *greenfield* инвестиције него од *мерџера* и *аквизиције* (М&А). Оба начина уласка страних директних инвестиција доносе страни капитал земљи домаћину, али финансијска средства обезбеђена кроз М&А не

доводе увек до повољних економских ефеката и повећања вредности капитала. *Greenfield* инвестиције обезбеђују трансфер савремене технологије и знања, као и отварање нових радних места. Оне повећавају број предузећа, а тиме и конкуренцију на тржишту земље домаћина.

М&А могу директно да доведу до смањења или гашења локалне производње или до пресељења центара И&Р из земље домаћина, затим да повећају концентрацију и доведу до монопола. Прекогранично спајање или аквизиција ипак у одређеним случајевима може имати кључну улогу у спасавању фирми које се налазе у стечају или пред затварањем.

Стране инвестиције промовишу дифузију нових технологија, *know-how* и менаџерских и маркетиншких вештина кроз директне везе или преливања на локалне фирме (Blomstrom et al., 2000; Blomstrom&Kokko, 2001; Dunning&Lundan, 2008). Такође, оне могу да допринесу побољшању спољне неравнотеже због њихове веће склоности ка извозу у односу на домаће фирме (Altomonte&Guagliano, 2003).

Мултинационалне компаније, као форма страних улагања, генерално се сматрају далеко супериорнијим од домаћег капитала у стварању стратешког реструктурирања, што доводи до дугогорочног успешног опстанка домаћих предузећа која на тај начин постају „покретачка снага“ економског развоја пре свега у земљама Централне и Источне Европе (Pavlinek, 2004). Њихово привлачење у регионима са ниским нивоом незапослености посматра се као пожељно решење за њихове економске проблеме. Стога у релевантној литератури значајно место заузима значај привлачења великих МНК и њихово повезивање са домаћим предузећима с циљем побољшања домаће економске ситуације. Ове везе сматрају се најзначајнијим механизмом кроз који се одвија трансфер технологије, стварају нови послови и формирају нова предузећа са домаћим (Dicken, 1998; Pavlinek, 2003).

1.2. Ефекти страних директних инвестиција у земљи домаћину

Ефекти СДИ се разликују у појединим земљама у зависности од индустрије, природе пословања, начина уласка страних инвеститора, дужине времена успостављања инвестиција, оријентације страних фирми на домаће или извозно тржиште, као и многих других фактора (Dicken, 2011; Scott-Kennel, 2007; UNCTAD, 2001). Преливања варирају у зависности од нивоа економског развоја земље домаћина, при чему најчешће веома богате и веома сиромашне земље имају користи од СДИ, док је утицај на земље са

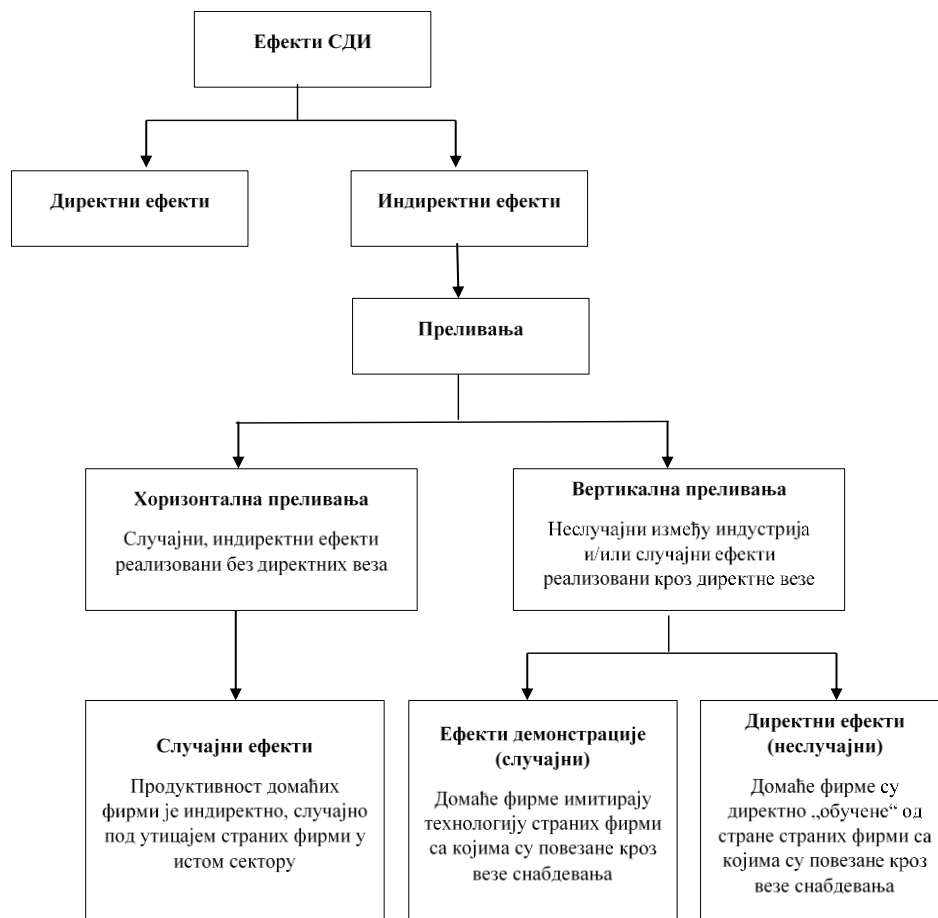
средњим приходима углавном негативан (Meyer&Sinani, 2009). Насупрот томе, Blomstrom и Kokko (2001) наводе да најсиромашније земље немају користи од СДИ, али зато имају економије са средњим приходима. Такође, постоје знатне разлике унутар појединих земаља, чији развијени региони имају веће користи од страних улагања од мање развијених региона (Dimitratos et al., 2009).

Постоји позитиван академски консензус о ефектима СДИ у земљи домаћину, нарочито у погледу трансфера технологије и знања (Harding&Javorcik, 2011; Hallin&Lind, 2012). У складу са тим, многе земље су подржале прилив СДИ остварујући велике јавне расходе као стимуланс за њихов прилив (Harding&Javorcik, 2011; UNCTAD, 2012). Досадашња искуства земаља у развоју и земаља у транзицији показала су да страна улагања представљају један од најатрактивнијих облика међународне сарадње и остваривања развојних циљева.

СДИ могу имати **директне** и **индиректне ефекте** на земљу домаћина. Директни ефекти укључују ефекте запошљавања, трговинске ефекте, прилив капитала и пореске приходе. Индиректно, оне доводе до повећања продуктивности и ефикасности домаћих предузећа услед трансфера развијених технологија производње, организације и маркетинга (Blomstrom et al., 2000; Blomstrom&Kokko, 2001; Dunning&Lundan, 2008; Pavlinek&Žižalova, 2014).

Преливања из стране земље у земљу домаћина имају два основна облика, хоризонтални и вертикални. Хоризонтална преливања су углавном преливања фирми у исту индустрију, укључујући и конкуренте, док се вертикална односе на преливања на домаће добављаче и купце (Blalock&Gertler, 2008; Hallin&Lind, 2012). Вертикална преливања у великој мери зависе од развоја и интензитета веза између страних афилијација МНК и домаћих фирми кроз односе купаца и добављача у привреди домаћина. Ове везе могу довести до преливања технологије, вештина, знања и *know-how* из страних на домаће фирме (Blomstrom&Kokko, 2001; Giroud&Scott-Kennel, 2009) (слика 5). Везе између страних и домаћих фирми су важан предуслов за настанак вертикалних преливања (Santangelo, 2009; Scott-Kennel, 2007).

Слика 5. Ефекти страних директних инвестиција



Извор: Pavlinek, Žižalova, (2014)

Домаће фирме које су у стању да примене страну технологију и унапреде своју укупну конкурентност могу имати користи од њихове интеграције у светски ланац производње повећањем производње, продаје и запошљавања (Ivarsson&Alvstam, 2005). Као кључне користи од СДИ сматрају се проширење капацитета (Kohli, 2004; Meyer, 2004) као и унапређење производње и производа или услуга како би се задовољили захтеви купаца (Dunning&Lundan, 2008). Недовољне технолошке и организационе способности домаћих фирми могу да умање примену стране технологије и користи од присуства страних фирми (Oetzel&Doh, 2009). Генерално, апсорпциони капацитет домаћих фирми, као и број и интензитет веза, имају тенденцију да повећају укупан ниво развоја економије домаћина (Meyer&Sinani, 2009). Међутим, велике разлике постоје између различитих индустрија и региона у степену и начину повезивања, нарочито у мање развијеним економијама (UNCTAD, 2012).

У литератури се наводе позитивни и негативни ефекти страних директних инвестиција, али свакако постоји консензус да се њихови ефекти у транзиционим

европским земљама углавном сматрају позитивним. Њихови резултати су били различити у зависности од земље до земље, а у складу са макроекономском ситуацијом, стањем привредних субјеката, величином тржишта, као и начином коришћења средстава. Најуспешније земље су оне које су имале добре развојне стратегије базиране на развоју економија на локалном и регионалном нивоу, уз јачање извозног потенцијала.

У табели 13 приказани су потенцијални позитивни и негативни ефекти прилива СДИ. Њихов утицај је подједнако важан на нивоу предузећа на једној страни, као и на нивоу локалне и регионалне економије.

Табела 13. Потенцијални позитивни и негативни ефекти СДИ у земљи домаћина

Потенцијални позитивни ефекти	Потенцијални негативни ефекти
<p>Ниво предузећа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – континуитет и ширење производње – повећање конкурентности и продуктивности рада – прилив капитала – приступ глобалном тржишту и раст извоза – трансфер технологије, иновација и менаџерских вештина – трансфер И&Р у земљу <p>Локална и регионална економија:</p> <ul style="list-style-type: none"> – повећање запослености и бољи животни стандард – повећање зарада – извор нових прихода за локалну самоуправу и државу – раст извоза – развој људских ресурса – пружање социјалних услуга локалној заједници – увођење међународних стандарда квалитета – развој локалне привреде (добављача) 	<p>Ниво предузећа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – смањење запослености – смањење инвестиција – трансфер И&Р изван земље <p>Локална и регионална економија:</p> <ul style="list-style-type: none"> – локална зависност од иностраних фактора – екстерна контрола локалне економије – привлачење квалификованих и нискоквалификованих радника из локалних предузећа – пропадање или стагнација локалних предузећа која нису способна да се такмиче са страним компанијама – сузбијање развоја нових домаћих предузећа – деспецијализација – нискоквалификована регионална специјализација, радно интензивна производња – развој „дуалне економије” – нестабилност западних инвестиција

Извор: Pavlinek, 2004

У земљама ЦИЕ³ прилив СДИ обично је доводио до брзог и темељног реструктурирања предузећа у које је уложен страни капитал (заједничка улагања и предузећа у страном власништву), укључујући, између осталог, организационо реструктурирање, трансфер технологија, обуку радника, примену западне управљачке структуре и праксе, као и нову производну стратегију и организацију (Pavlinek, 2004).

³ Под регионом ЦИЕ подразумевају се бивше социјалистичке државе Централне и Источне Европе, укључујући и Русију и европски део бившег Совјетског Савеза.

Краткорочни ефекти прилива страних директних инвестиција могу бити веома значајни за земљу домаћина на нивоу предузећа и локалне привреде. Међутим, дугорочне економске ефекте прилично је тешко сагледати и утврдити.

Краткорочни позитивни ефекти се углавном односе на повећање производње која омогућава задржавање постојећих и отварање нових радних места. Буџет локалне владе може имати користи од повећања пореске основице, а страни инвеститори могу обезбедити неке услуге локалним заједницама, као што су спонзорства културних и спортских догађаја. Директне економске користи у виду увећања капитала и запослености, могу једино бити краткорочног карактера (Young et al., 1994). Најважнији потенцијални позитивни директни економски ефекти на националном нивоу од СДИ су раст реалних прихода који настаје приливом капитала, технологије и вештина (Мишун&Томшиќ, 2002). Уколико домаћи добављачи страних компанија успеју да преживе ригорозан процес селекције могу постати конкурентни на међународном тржишту (Pavlinek, 2003).

Међутим, дугорочни негативни ефекти, тј. трошкови за локалну заједницу, који се краткорочно не могу уочити, могу бити значајни у смислу стварања различитих облика зависности локалне заједнице од страног капитала и екстерне контроле локалне економије. СДИ могу имати штетно дејство на локалне компаније привлачењем квалификованих и нискоквалификованих радника, а који су обучени од стране локалних предузећа. Такође се сматра да стране директне инвестиције могу да сузбијају или чак и затворе постојећа локална предузећа која нису способна да се такмиче са страном, уколико изостане инвестициона подршка владиних подстицајних мера. Они могу да сузбију и развој нових домаћих предузећа (Dicken, 1998; Hardy, 1998; Pavlinek, 2003).

1.3. Појам и развој дуалне економије

Постоји тврдња да растући токови СДИ воде развоју „дуалне економије”. На једној страни, постоји мали број предузећа у страном власништву интегрисаних у мрежама мултинационалних компанија које пролазе кроз брзо реструктурирање засновано на модерној технологији, западном менаџменту и развијеним стратегијама производње. Ове компаније су водеће у извозу земље, али су малобројне и запошљавају мали број људи (Grabher, 1994; Pavlinek, 2003).

На другој страни су предузећа у домаћем власништву која запошљавају огромну већину радне снаге а нека од њих су још увек у власништву државе. Ова предузећа се углавном споро реструктурирају због недостатка капитала и менаџерских вештина. Многа од њих су се задужила кроз кредитне аранжмане које нису способни да отплаћују. Такође, многе од ових фирми су биле под негативним утицајем својих менаџера тако што су они присвајали имовину по повољним условима или закупом (Pavlinek, 2002ц). Производња ових фирми била је намењена локалном тржишту, при чему је велики проценат локалног становништва имао малу куповну моћ. Као резултат тога, локална предузећа су имала доста потешкоћа у прилагођавању тржишним условима и иностраној конкуренцији, борећи се за краткорочни опстанак.

Настајање дуалне економије појачано је чињеницом да страни инвеститори теже да инвестирају у домаће фирме које поседују значајан капитал и чији су продуктивност и профитабилност изнад просечних. Истовремено, СДИ скоро да нису постојале у традиционалним индустријама социјалистичког режима (као што су индустрија челика, машинска индустрија, хемијска индустрија, нафтна и индустрија угља) које су запошљавале велики број радника, имале вишак капацитета и била им је преко потребна екстензивна модернизација (Glebocki&Rogacki, 2002; Zemplerova, 1998). Крајњи производ ових процеса био је све већи јаз између неколико успешних и ефикасних страних предузећа и већине сиромашних домаћих фирми. Феномен дуалне економије присутан у Мађарској и Чешкој. Тако на пример, у Мађарској, страна предузећа су запошљавала 15% радне снаге, производила 40% оутпута, а чинила 80% извоза у 2001. години (Mišun&Tomšik, 2002; UNCTAD, 2002).

Међутим, ова врста поделе предузећа у две велике групе је превише поједностављена, јер узима у обзир само домаћа и страна предузећа. Постоји много примера домаћих предузећа која су се успешно реструктурирала без СДИ и која су и данас конкурентна на тржишту. Истовремено, нису све СДИ довеле до успеха предузећа у које је уложен страни капитал (Pavlinek, 2000; 2002a).

1.4. Мерење утицаја страних директних инвестиција на економски раст и изазивање неравномерности

СДИ потенцијално могу да играју кључну улогу у смањењу регионалних разлика побољшањем економских резултата не само као извор прихода и радних места већ и као средство преношења технологије и *know-how* на мање развијене регионе. Многе земље су

стога активно покушавале да привуку стране инвеститоре с циљем унапређења њиховог економског развоја (Altomonte&Resmini, 2002; Markusen&Venables, 1998).

Аргументи да стране директне инвестиције генеришу економски раст и развој је широко прихваћен, али никада није доказан (Nicholls et al., 1998). Hood и Young (1993) тврде да нема јасних генерализација око утицаја мултинационалне компаније на национални доходак земље домаћина или у погледу ефеката на друге развојне циљеве. Тестови узрочности (*causality tests*) које је извео Fabry (2001) с циљем проналажења везе између СДИ, економског раста и трговине у земљама ЦИЕ у деведесетим годинама 20. века показали су позитивне резултате.

У табели 14 приказан је годишњи прилив СДИ у периоду 2004–2013. године у развијеним земљама света, земљама у развоју и у ЦИЕ. Највише инвестиција примиле су развијене земље, са знатним падом у 2009. години. Земље у развоју бележе тренд раста, док у земљама ЦИЕ износи варирају са највећим вредностима у 2007. и 2008. години.

Табела 14. Годишњи прилив инвестиција у свету, 2004–2013. (у мил. \$)

Година	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Укупно	737.682	996.714	1.481.561	2.001.987	1.818.834	1.221.840	1.422.255	1.700.082	1.330.273	1.451.965
Развијене земље	423.906	622.867	988.229	1.322.795	1.032.385	618.596	703.474	880.406	516.664	565.626
Земље у развоју	253.900	297.250	377.577	526.298	622.999	524.351	631.887	705.423	711.828	787.808
ЦИЕ	59.877	76.597	115.755	152.895	163.451	78.894	86.894	114.253	101.781	98.531

Извор: UNCTAD, 2014.

У раним деведесетим, економисти су тврдили да су земљама ЦИЕ потребни велики приливи СДИ како би достигле ниво продуктивности рада као у земљама Западне Европе, а самим тим и убрзан раст. Иако су годишњи приливи СДИ у ЦИЕ након 2003. године знатно порасли, глобално гледано ови износи нису толико велики и њихов удео у светској популацији креће се од 5,2% у 2003. години до 9% колико износи у 2008. години (табела 15).

Табела 15. Удео прилива СДИ у свету, 2003–2013. (у мил. \$)

Година	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Развијене земље	57,5	62,5	66,7	66,1	56,8	50,6	49,5	51,8	38,8	39,0
Земље у развоју	34,4	29,8	25,5	26,3	34,3	42,9	44,4	41,5	53,5	54,3
ЦИЕ	8,1	7,7	7,8	7,6	9,0	6,5	6,1	6,7	7,7	6,8

Извор: UNCTAD, 2014.

У табели 16 приказани су укупни износи СДИ у 2000, 2005. и 2010. години. У свим земљама присутан је раст инвестиција, са највећим вредностима у 2010. години. Русија, Чешка и Пољска су примиле највеће износе инвестиција, а следе их Мађарска, Румунија и Словачка.

Табела 16. Укупан процењен износ СДИ у земљама ЦИЕ

Земље	2000	2005	2010
Бугарска	2.704	13.851	47.231
Хрватска	2.796	14.548	35.062
Чешка	21.644	60.662	128.504
Естонија	2.645	11.279	16.696
Мађарска	22.870	61.110	90.775
Летонија	2.084	4.929	10.751
Литванија	2.334	8.211	13.271
Пољска	34.227	90.877	215.639
Румунија	6.953	25.816	70.264
Словачка	6.970	29.595	50.328
Словенија	2.893	7.259	14.598
Албанија	247	1.020	3.255
БиХ	1.083	2.302	6.651
Црна Гора	-	-	4.231
Србија	1.017	5.582	22.299
Македонија	540	2.087	4.439
Белорусија	1.306	2.383	9.904
Русија	32.204	180.228	490.560
Украјина	3.875	17.209	57.985

Извор: UNCTAD, 2014.

Представљени износи инвестиција објашњавају зашто оне доприносе неуједначеном развоју и регионалној поларизацији. Наиме, развијени и више индустријализовани региони су у претходној деценији привукли СДИ већег обима од мање развијених и мање индустријализованих региона. СДИ у сектору банкарства, финансија и услуга концентрисале су се углавном у главним градовима. Тако на пример, у Чешкој, Праг и Брно, као два највећа града, привукла су преко 60% услужно оријентисаних фирми у страном власништву, али само око 24% је производног карактера (Pavlínek, 2009). Чак су *greenfield* инвестиције у производном сектору непропорционално привучене у градским областима. У Пољској, мање од 20% *greenfield* инвестиција у 2008. години у индустрији и рударству одлазиле су у области изван градова (Domanski, 2009). У Словачкој, регион Братиславе је примио преко 60% инвестиција током деведесетих и око 68% од укупних СДИ у протеклој деценији. Истовремено, мање развијени источни региони имали су само мале количине СДИ у деведесетим.

2. УТИЦАЈ СТРАНИХ ДИРЕКТНИХ ИНВЕСТИЦИЈА У АУТОМОБИЛСКОЈ ИНДУСТРИЈИ НА РАЗВОЈ НАЦИОНАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ

2.1. Анализа глобалног тржишта аутомобилске индустрије

Неке од најзначајнијих СДИ биле су у индустрији производње аутомобила. Аутомобилске компаније се убрајају у најснажније и највеће мултинационалне компаније у свету. Аутомобилска индустрија једна је од најважнијих јер по свом карактеру представља стуб националне економије, основу економског развоја и снажно је повезана са пратећим индустријама (индустријом компоненти, индустријом сировина и материјала и др.).

У последњих сто година, аутомобили су се проширили по целом свету, утичући не само на глобалну привреду већ и на животе милијарди људи. Само у Европи, аутомобилска индустрија има 12 милиона радних места, 8 милиона у САД, а у Јапану преко 5 милиона (АСЕА, 2015). У свету се годишње произведе око 90 милиона моторних возила, од чега преко 70 милиона спада у категорију путничких возила (АСЕА, 2015).

2.1.1. Трендови географске реорганизације аутомобилске индустрије у свету

У последњих неколико деценија дошло је до реорганизације производних система и ланаца снабдевања у глобалној аутомобилској индустрији. Један од исхода овог процеса је промена географске локације производње аутомобила. У том контексту може се говорити о два међусобно повезана тренда.

Први тренд се односи на интеграцију производне и дистрибутивне мреже периферних области у језгра производње, посебно Западне Европе и Северне Америке (Diken, 2007; Humphrey&Memedović, 2003). Комбинација нижих трошкова производње и географска близина богатих и великих тржишта чини периферију привлачном локацијом за производњу возила. Централна Европа – ЦЕ (Чешка, Мађарска, Пољска, Словачка и Словенија) представља део тог „интегрисаног периферног тржишта“, услед постојања компаративних предности у производњи возила и радно интензивној производњи компоненти (Humphrey et al., 2000). Главне предности ове области које су имале важну улогу у интеграцији периферије односе се на мали број власника

аутомобила и релативно велику популацију. Као резултат овакве ситуације, ове земље имају потенцијал за велики раст продаје и производње у будућности.

Други тренд се односи на брзи раст производње аутомобила и продаје возила у мање развијеним земљама које нису интегрисане у производњи и дистрибуцији са језгром. Ови догађаји су географски ограничени на само неколико земља као што су Кина, Индија и Бразил (Liu&Dicken, 2006). Према једноставном тумачењу односа језгро–периферија, мање развијене економије, као што су земље ЦИЕ, треба да искористе трошковне предности, радно интензивне делове производног ланца и локалну тржишно оријентисану производњу како би оствариле више стопе раста и виши степен индустријализације у односу на развијене економије. Такође, у ЦЕ је присутна развијена технологија и капитално интензивни делови ланца вредности (Sperling, 2004). Иако скорашње ширење производње из изворних земаља (језгра) ка претежно периферним регионима не мора нужно да утиче на промену односа економске моћи у глобалној економији, оно ипак доводи неке ауторе до закључка да "неужност поделе рада на Исток и Запад бледи" (Faust et al., 2004: 65), и да „класичан модел центар–периферија није ни неизбежан, нити је записан у камену“ (Layan&Lung, 2004:68).

2.1.2. Фактори који утичу на развој аутомобилске индустрије

Глобална аутомобилска индустрија динамично се развија због променљивог пословног окружења. Најзначајнији **екстерни фактори** који утичу на индустрију су: (Unicredit Group, 2007): а) **смањење тражње на традиционалним тржиштима**, посебно у САД и Западној Европи, која су засићена и на којима нема могућности за већи раст производње и продаје; б) **раст материјалних трошкова**, који укључују раст цене сировина (као што су челик, алуминијум, бакар и пластика), са израженим нестабилним кретањима, што је условило смањену могућност ефективног планирања трошкова и заштите од неочекиване промене цене; в) **промене преференција купаца** у корист возила са мањом потрошњом и побољшаним карактеристикама.

Тренутна ситуација у глобалној аутомобилској индустрији делимично је резултат неких **унутрашњих фактора** (KPMG, 2015; Pavlínek, 2015; Unicredit Group, 2007):

а) **Варијације у продаји** током неколико узастопних година, што је утицало на произвођаче да се заштите од промене тржишних услова имајући у виду регионалну различитост;

б) **Вишак капацитета** као структурална карактеристика аутомобилске индустрије. Више фактора утицало на појаву овог негативног феномена укључујући: тенденције добављача делова да инвестирају у регионима који се брзо развијају и у којима се очекује раст продаје у будућности, промене у индустрији и стратегије инвестирања са изразито оптимистичним плановима продаје;

в) **Раст конкурентности великих земаља** са ниским трошковима производње, као што су Кина и Индија, посебно у сегменту добављача.

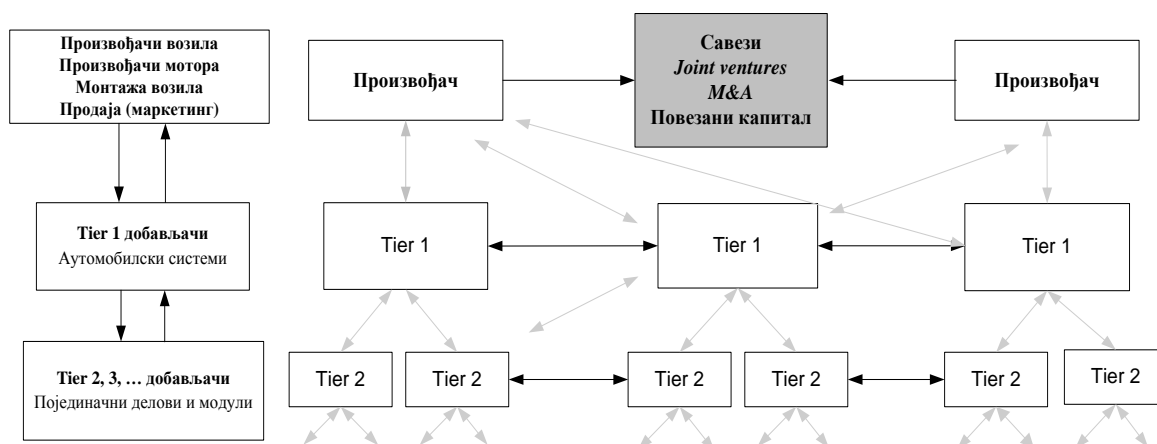
Произвођачи аутомобила су приморани да улажу у повећање продаје (с циљем оптимизације коришћења капацитета) и врло често одобравају знатне попусте у цени. Такође, они покушавају да надмаше једни друге са технолошким новитетима, што што доводи до раста трошкова И&Р, све већег значаја електронских и ИТ решења, сталног побољшања ефикасности мотора и животног века возила. Стога, аутомобилске компаније предузимају следеће кораке у циљу очувања или повећања профитабилности (ОИСА, 2007; Pavlínek, 2015):

- ❖ **Даља консолидација или повезивање** (М&А, стратешки савези и заједничка улагања). Док су М&А били уобичајени током последње две деценије, што је довело до доминације великих аутомобилских група попут GM или VW, стратешки савези и заједничка улагања су данас много заступљенији. Ови типови повезивања произвођача аутомобила омогућавају поделу трошкова И&Р, поделу ризика не обавезујући партнере на дугорочну сарадњу. Повезивање је још значајније у индустрији делова, чије компаније су приморане да прате потезе произвођача аутомобила.
- ❖ **Измештање фабрика у регионе са ниским трошковима**. Постоје два разлога за овакво понашање: *прво*, произвођачи оснивају фабрике у земљама у којима постоји могућност повећања продаје на локалном тржишту; *друго*, смањење оперативних трошкова, који се посебно односе на радно интензивну производњу (нпр. аутобуса) или производњу малих аутомобила, где су марже обично минималне. Висок ниво конкуренције у индустрији приморава произвођаче аутомобила да агресивно теже оптимизацији трошкова. Повећање конкуренције је резултат структуралног вишка капацитета на глобалном нивоу, што додатно отежава развој производних погона у земљама у развоју. Истовремено, произвођачи се тешко одлучују на гашење погона у традиционалним локацијама (нпр. у Немачкој). Конкуренција је велика посебно у сегменту малих путничких

возила. Смањење профитне марже посебно приморава произвођаче делова аутомобила да изместе производњу у земље са нижим трошковима производње.

- ❖ **Формулисање и примена правилних маркетинг стратегија и стално одржавање угледа на тржишту.**
- ❖ **Пребацавање производње на директне добављаче са циљем постизања оперативног успеха.** С циљем оптимизације пословања произвођачи возила спроводе мере реструктурирања укључујући повећање броја директних добављача и смањење производних програма. Током последњих деценија, глобална аутомобилска индустрија је прошла кроз далекосежне структурне промене. Некада су аутомобилске компаније производиле скоро цело возило у оквиру својих производних линија, док данас већину ауто-делова производе добављачи. Стога се данас велики значај придаје улози ауто-достављача у развоју аутомобилске индустрије. Односи унутар аутомобилске индустрије приказани су на слици 6.

Слика 6. Повезаност произвођача аутомобила и њихових добављача



Извор: Unicredit Group, 2007.

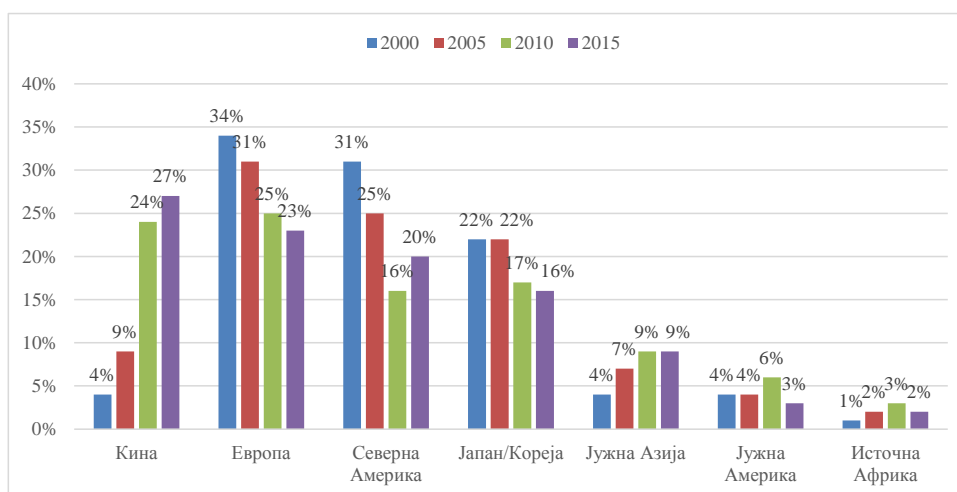
Произвођачи морају да одрже баланс између квалитета возила и оптимизације трошкова. Притисци на трошкове добављача у последњих неколико година, у комбинацији са постављеним стратегијама, повећали су ризик од проблема са квалитетом. Потрошачи и даље имају јаку жељу за удобношћу, на једној страни, а економичнијом возњом на другој страни, тј. већом пређеном километражом са мањом потрошњом горива. Безбедност је такође важна ставка. Коначно, изглед екстеријера возила нагло је добио на значају између 2013. и 2015. године. Купци и даље желе да купују од поузданих брендова који одржавају сопствену слику о себи (KPMG, 2015). Да би се повезали са купцима, произвођачи морају да користе моћ података како би сазнали

шта купци желе, да разумеју њихово понашање и прилагоде моделе мањим циљним групама појединаца истог мишљења. Произвођачи би требало да размотре целокупан живот возача, а не да их посматрају само као „купце возила“ како би изградиле личну повезаност и тиме повећали лојалност (KPMG, 2015).

2.1.3. Кретање основних обележја аутомобилске индустрије

У свету су до пре неколико година доминирале три традиционалне регије аутомобилске производње: Северна Америка, Јапан и Европа, као водеће области са уделом на светском тржишту по броју продатих јединица моторних возила од 20%, 16% и 23% респективно у 2015. години (слика 7). Међутим, Кина је данас највећи произвођач аутомобила на свету. Као земља у којој живи 20% светске популације и која бележи импресивне стопе раста, она је тржиште са највећим растом производње у протеклој деценији, са великим потенцијалом за даљи раст. У 2015. години тржишно учешће Кине је износило 27% (АСЕА, 2015). Од укупног броја произведених возила на свету 50% је реализовано у Кини и Европи. Северна Америка бележи велики пад од 10% у односу на 2000. годину. Јапан и Јужна Кореја су земље са константним растом производње и продаје. Јапанско тржиште карактерише доминација домаћих произвођача (*Toyota*, са 30% учешћа, следе *Honda*, *Suzuki* и *Nissan*). Највеће учешће на америчком тржишту остварују домаће компаније, са великим уделом произвођача из Азије. На тржишту Европе највећи удео остварују немачке и француске компаније (АСЕА, 2015).

Слика 7. Производња моторних возила у свету (у мил. јединица, % удео/2000–2015)



Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 19

У свету је у 2015. години произведено 91,5 мил. моторних возила, од чега 73,5 милиона путничких возила (табела 17). Кина је највеће светско тржиште путничких возила, са 21 милионом продатих возила у 2015. години. Очекује се да раст продаје аутомобила успори, са 18% годишње, колико је износио између 2006. и 2012. године, на 6% годишње између 2012. и 2020. године. Овај проценат је свакако и даље велик и указује на позитивне тржишне прилике које се тичу продаје возила, укључујући и делове, сервисе и др. (АСЕА, 2015).

Табела 17. Производња моторних возила у свету у 2014. и 2015. години

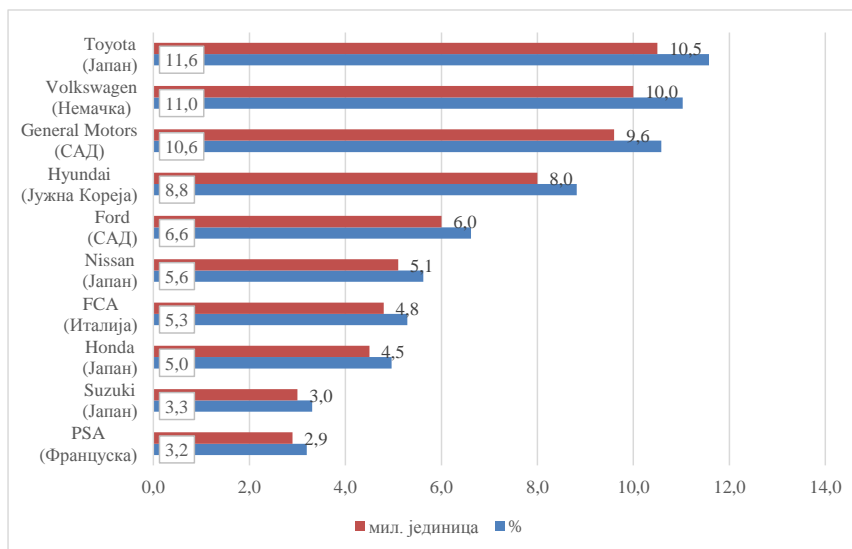
Регион	2015	2014	% промене 15/14	% удео 2015
Кина	21.428	20.643	3,80	23,41
Европа	24.826	24.156	2,77	27,12
Северна Америка	13.644	14.074	-3,06	14,91
Јапан/Кореја	1.972	1.952	1,03	2,15
Јужна Азија	18.053	17.523	3,03	19,72
Јужна Америка	3.146	4.010	-21,56	3,44
Источна Африка	8.464	8.182	3,45	9,25
Укупно свет	91.533	90.540	1,10	100,00

Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 19

На слици 8 приказано је тржишно учешће и број произведених јединица десет највећих светских произвођача возила. Светском производњом доминирају произвођачи из Европе, САД и Јапана. Пет највећих светских произвођача, заједно остварују 50% укупне светске производње моторних возила, док првих десет остварује 65% глобалне производње. Највећи напредак су остварили произвођачи из Азије, *Toyota* и *Hyundai*, док су *General Motors*, *Ford* и *Chrysler* (тзв. „велика тројка Детроита“) забележили највећи пад у производњи у протеклој деценији. У 2014. години највећи произвођачи били су: *Toyota* (Јапан), *Volkswagen* (Немачка), *General Motors* (САД), *Hyundai* (Јужна Кореја) и *Ford* (САД).

Индустријски раст праћен је повећањем глобализације и консолидације. Пет аутомобилских група које послују глобално контролишу 50% индустрије у погледу обима производње, са знатним разликама на регионалном нивоу. Западна Европа је пример конкурентног тржишта са 15 брендова који деле тржишни удео, док три америчка произвођача контролишу око 50% домаћег тржишта. Ипак, чак и амерички купци су све више отворени за стране произвођаче, посебно јапанске, што је показатељ даље глобализације у сектору (АСЕА, 2015).

Слика 8. Десет највећих произвођача возила у свету (2014)



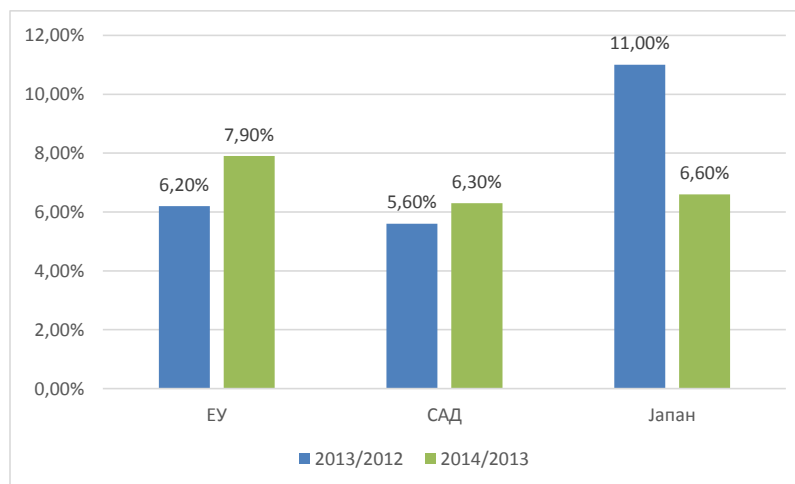
Извор: OICA, UniCredit New Europe Research Network, World motor vehicle production oica correspondents survey, 2014, (преузето 30.11.2015), <http://www.oica.net/wp-content/uploads/Ranking-2014-Q4-Rev.-22-July.pdf>

Сличан тренд се догодио и у сектору добављача. Наиме, произвођачи су велики део производње пребацили на своје директне добављаче, чији су приходи данас упоредиви са многим произвођачима. Највећи добављачи ауто-делова у свету су: *Bosch* (Немачка), *Denso* и *Aisin Seiki* (Јапан), *Delphi*, *Johnson Controls*, *Lear* и *Visteon* (САД), *Magna* (Канада) и *Faurecia* (Француска). По својој структури, аутомобилска индустрија је строго хијерархијска. На врху хијерархије налазе се произвођачи аутомобила. Улога произвођача аутомобила је да развија аутомобил, контролише своје добављаче и врши монтажу. Произвођачи аутомобила најчешће производе моторе у сопственим погонима, мењаче и лимове, тј. каросерију. Све остале делове производе њихови добављачи. На једног запосленог код произвођача аутомобила најчешће долазе четири запослена код добављача. Добављачи стварају скоро 80% вредности аутомобила (АСЕА, 2015).

Технолошко лидерство и сталне иновације возила захтевају велика улагања у И&Р. Према АСЕА извештају, ауто-сектор у ЕУ је у 2011. години био светски лидер по броју пријављених патената, тј. 58% од укупног броја патената у светској ауто-индустрији, следе Јапан са 20% и САД са 14%. Када се узму у обзир иновације и улагања добављача у И&Р, ова цифра је још већа. Интензивна конкуренција на европском тржишту, захтевни купци и строга законска регулатива у области безбедности и екологије покрећу иновације. Аутомобилска индустрија ће наставити да игра своју улогу као покретачка снага за иновације у Европи. У том смислу, аутомобилски сектор

годишње улаже више од 44,7 милијарди € у иновације, што га чини највећим инвеститором у И&Р (АСЕА, 2015) (слика 9).

Слика 9. Раст трошкова за И&Р у аутомобилском сектору и сектору делова у ЕУ, САД и Јапану



Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, European Automobile Manufacturers Association, стр. 36

2.1.4. Основне карактеристике аутомобилске индустрије у Европи

Европа је један од највећих светских произвођача али и тржиште за путничка возила. У ОИСА извештају из 2015. године, наводе се следеће карактеристике европске аутомобилске индустрије:

- ❖ Аутомобили представљају најзначајнији извор мобилности у Европи;
- ❖ Аутомобилом се обави преко 70% путовања (приватни аутомобил, такси или рентакар);
- ❖ У ЕУ се произведе око 20% светске производње (око 15 милиона јединица);
- ❖ Аутомобилски сектор запошљава 12,1 милиона људи, односно 5,6% радне снаге;
- ❖ Европска аутомобилска индустрија бележи значајан извоз аутомобила у свету са позитивним трговинским билансом у износу од 95,1 милијарду евра;
- ❖ Аутомобили произведени у Европи су најчистији са аспекта загађења околине, најсигурнији и најтиши у свету;
- ❖ Просечан мотор аутомобила емитује 28 пута мање угљен-моноксида него пре двадесет година;
- ❖ У 2014. години, 70% нових аутомобила емитују мање од 130g CO₂ по километру;
- ❖ Просечан нов аутомобила данас троши 15% мање горива него пре 10 година;
- ❖ Бука из путничких возила смањена је за 90% од 1970. године.

Европу и земље чланице ЕУ, као регионално тржиште, карактерише огромна величина, хомогеност производа и формиран институционални оквир. Према ОИСА (2015), европско тржиште је највеће на свету у погледу продаје путничких аутомобила, иако је Кина већ неколико година светски лидер по укупној продаји свих категорија возила. Производи, укључујући возила и компоненте, прилично су хомогени: мали аутомобили и нижи сегмент средње класе аутомобила представља око 60% ЕУ тржишта. Институционални надзорни оквир на целом ЕУ тржишту је хармонизован и координисан од стране Европске комисије у погледу техничких и еколошких норми, дистрибуционе регулативе и политике конкуренције.

Аутомобилска индустрија је „мотор“ европске економије. Према АСЕА извештају (2015), једно од десет радних места у Европи директно или индиректно се односи на аутомобилски сектор. Наиме, једно радно место код произвођача возила ствара још четири радна места код добављача и још пет у повезаним секторима. Најновији подаци о запослености показују да је 12,2 милиона Европљана запослено директно или индиректно у аутомобилској индустрији (табела 18). Произвођачи директно запошљавају 2,3 милиона људи.

Табела 18. Запосленост у аутомобилској индустрији у ЕУ у 2013. години

Директна запосленост	2,3 мил. људи (7,7% запослених у индустријском сектору ЕУ)
Директна и индиректна запосленост	3,1 мил. људи (10,4% запослених у индустријском сектору ЕУ)
Укупна запосленост у аутомобилској индустрији (производња, услуге и конструкција)	12,2 мил. људи (5,6% укупне запослености у ЕУ)
ЕУ укупна запосленост	217,7 мил. људи
ЕУ запосленост у индустријском сектору	29,7 мил. људи (13,6% укупне запослености у ЕУ)

Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 3

У табели 19 приказана је директна запосленост у аутомобилској индустрији, то јест број радника који запошљавају само произвођачи возила у земљама ЕУ у 2013. години. Највећа запосленост забележена је у Немачкој, Француској и Италији. Пољска и Чешка су водеће земље по запослености у ЦИЕ.

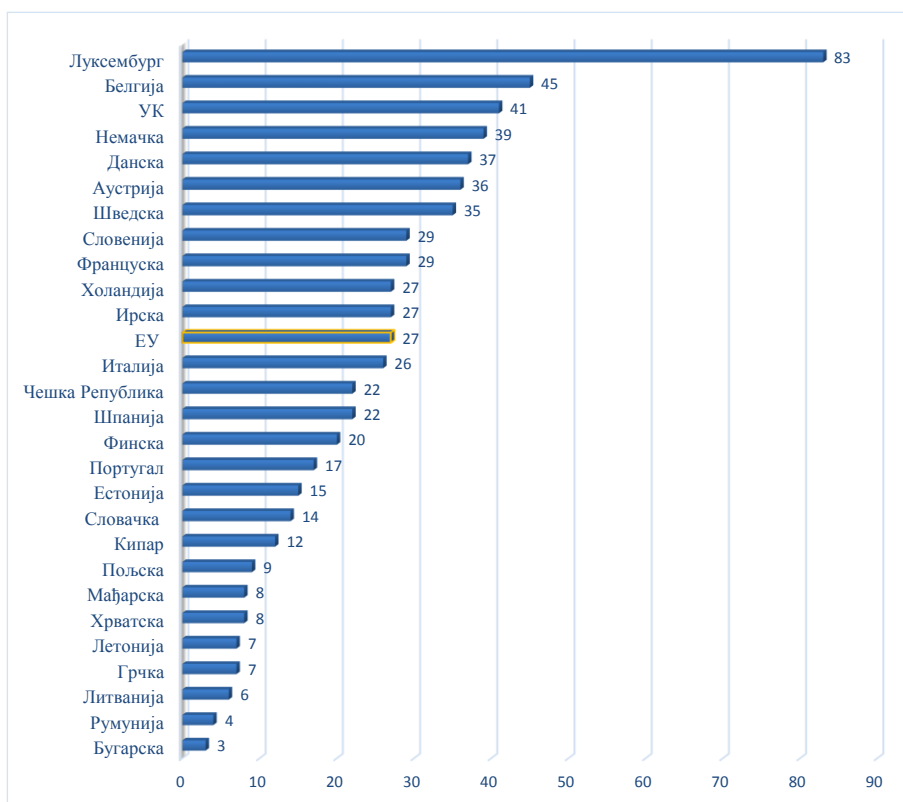
Табела 19. Директна запосленост у аутомобилској индустрији у земљама ЕУ у 2013. години

Директна запосленост у аутомобилској индустрији					
Аустрија	30.303	Француска	234.358	Холандија	18.792
Белгија	36.973	Немачка	815.127	Пољска	162.830
Бугарска	12.329	Грчка	2.104	Португал	30.461
Хрватска	1.642	Мађарска	74.362	Румунија	137.512
Кипар	144	Ирска	2.510	Словачка	61.857
Чешка Реп.	142.556	Италија	161.318	Словенија	12.234
Данска	1.450	Летонија	1.621	Шпанија	131.493
Естонија	660	Литванија	2.042	Шведска	66.400
Финска	6.687	Луксембург	339	В.Британија	146.000
ЕУ – 2.294.104					

Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 3

У ЕУ је регистровано 13,7 милиона возила у 2015. години. Највећи број регистрованих нових возила на 1.000 становника током 2015. забележен је у Луксембургу (83), затим у Белгији (45) и Великој Британији (41). У просеку је регистровано 27 нових возила на 1.000 становника у ЕУ у 2015. години (слика 10).

Слика 10. Број нових аутомобила на 1.000 становника (у земљама ЕУ, у јединицама, 2015)



Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 36

Већина европских произвођача возила је извозно оријентисана, са добром позицијом на међународном тржишту. Ипак, износ СДИ показује да су се европски произвођачи ослањали на јачање веза пре свега у Источној Европи због близине, јефтине радне снаге и традиције у производњи. Европска аутомобилска индустрија генерише промет од 551 милијарду евра, што представља око 6,5% европског бруто домаћег производа (АСЕА, 2015). Европски ауто-произвођачи продају аутомобиле на свим важнијим светским тржиштима. Више од три милиона возила се у свету годишње увезе из ЕУ. Највише возила увози Турска, затим Јапан и Јужна Кореја (табела 20).

Табела 20. Најважније земље-увозници аутомобила пореклом из ЕУ, у мил. јединица

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% промене 15/14	% удео 2015
Свет	2.494.969	2.634.179	2.462.253	2.442.309	2.628.245	3.076.163	17,0	100,0
Турска	571.304	580.076	585.392	584.693	707.560	843.112	19,2	27,4
Јапан	613.975	526.270	406.982	384.694	439.678	480.536	9,3	15,6
Јужна Кореја	299.765	388.230	408.266	406.376	348.815	376.142	7,8	12,2
САД	187.392	244.507	243.926	222.920	243.264	250.305	2,9	8,1
Кина	171.399	179.795	197.908	184.349	191.376	241.764	26,3	7,9
Мароко	4.904	20.302	64.625	99.503	168.995	188.369	11,5	6,1
Јужна Африка	74.228	85.676	67.702	59.515	87.083	140.899	61,8	4,6
Мексико	137.767	183.971	179.622	107.429	76.118	121.799	66,0	4,0
Индија	227.561	234.197	162.652	175.464	107.775	98.503	-8,6	3,2
Тајланд	44.445	40.471	25.270	41.066	68.184	94.903	39,2	3,1

Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 51

Најважније земље извозници аутомобила у ЕУ су САД, Турска и Кина. Највећи раст извоза у ЕУ током 2015. бележи Србија, САД и Турска, док највећи пад бележи Русија и Кина (табела 21). У ЕУ се годишње увезе око шест милиона возила.

Табела 21. Најважније земље-извозници аутомобила у ЕУ, у мил. јединица

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% промене 15/14	% удео 2015
Свет	4.741.601	6.410.008	6.466.867	6.696.077	6.048.365	6.231.939	3,0	100,0
САД	715.668	753.660	890.655	963.281	1.010.196	1.271.566	25,9	20,4
Турска	384.028	434.647	395.544	533.957	416.496	591.897	42,1	9,5
Кина	349.774	552.300	534.965	596.703	613.632	472.994	-22,9	7,6
Швајцарска	282.351	322.462	334.158	303.551	299.572	331.138	10,5	5,3
Јапан	148.321	178.175	208.865	246.658	237.675	250.308	5,3	4,0
Јужна Кореја	66.201	77.006	96.325	118.431	177.485	230.840	30,1	3,7
Аустралија	141.354	157.364	190.833	188.738	183.085	229.922	25,6	3,7
Србија	81.497	89.616	98.554	115.268	77.924	198.347	154,5	3,2
Русија	324.939	516.823	623.328	491.889	327.876	191.933	-41,5	3,1
Норвешка	168.656	179.249	171.934	227.358	170.682	177.062	3,7	2,8

Извор: АСЕА (2015), *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*, *European Automobile Manufacturers Association*, стр. 52

2.2. Аутомобилска индустрија у земљама Централне и Источне Европе

Препознајући значај аутомобилске индустрије, већина земаља ЦИЕ активно је промовисала програме подршке приливу страних инвестиција са циљем трансформације постојеће или изградње потпуно нове аутомобилске индустрије. Сматра се да је аутомобилска индустрија привукла много више пажње у свету него било која друга, и то због своје величине, веза са другим индустријама и укупног ефекта на економски развој (Pavlinek, 2005).

Аутомобилска индустрија је доживела велику реорганизацију на глобалном нивоу још од раних деведесетих година 20. века и сада представља једну од најглобализованијих индустрија (Dicken, 2011). Ова реорганизација подразумева брзу експанзију и премештање производних капацитета основних произвођача и њихових главних добављача у мање развијене земље. Наиме, водеће аутомобилске компаније уложиле су велике напоре како би повећале производњу и продају у растућим и мање развијеним земљама. У том контексту може се говорити о неколико стратешких праваца (Humphrey&Memedović, 2003; Sturgeon et al., 2008; Sturgeon&Lester, 2004):

- ❖ Бразил, Кина, Индија и онедавно Русија примери су земаља које су привукле велике износе СДИ у аутомобилску индустрију, углавном због свог великог тржишног потенцијала. Индија, Кина и Русија су примери „заштићених аутономних тржишта“. Ове земље су допустиле прилив СДИ на једној страни, штитећи домаће тржиште и домаће произвођаче на другој. Многе земље виде СДИ као начин развоја (нпр. Кина и Индија) или као средство за модернизацију домаће ауто-индустрије (нпр. Русија) (Humphrey et al., 2000);
- ❖ МНК су прошириле производњу у мање развијеним економијама с циљем повећања конкурентности на развијенијим тржиштима, пребацивањем производње у регионима који се налазе близу Северне Америке и Западне Европе. Мексико, Шпанија и ЦИЕ су најбољи примери „интеграције периферних тржишта у језгра аутомобилске производње у Северној Америци и Западној Европи“ путем СДИ (Humphrey, 2000; Layan, 2000).
- ❖ Глобална економска криза (2008–2009) поклопила се са завршетком периода експанзије аутомобилске индустрије. Иако су СДИ биле импулс развоја аутомобилске индустрије у ЦИЕ пре економске кризе, углавном заснованог на изградњи нових *greenfield* фабрика, након кризе ауто-произвођачи базирају своје стратегије на консолидацији постојећих просторних структура у виду проширења

профитабилних инвестиција кроз реинвестирање (Pavlínek et al., 2009; Pavlínek & Ženka, 2011).

У већини земаља ЦИЕ производња моторних возила представља највећи део производње у оквиру сектора транспортних средстава. Изузетак су земље у којима није развијена производња моторних возила (Бугарска, Хрватска), а које су више фокусиране на производњу осталих саобраћајних средстава (нпр. бродоградња). С друге стране, аутомобилска производња игра кључну улогу у државама ЦИЕ које не излазе на море (Мађарска, Чешка и Словачка). Овај сектор представља један од највећих производних сектора у ЦИЕ. У неким земљама, поготово у малим, као што су Чешка, Мађарска или Словачка, ауто-индустрија је релативно добро развијена. У већим државама попут Пољске, Турске или Румуније његов утицај је генерално мањи. У Бугарској и Хрватској, где заправо не постоје производни погони, она игра само маргиналну улогу и ограничена је на неке произвођаче делова (Pavlínek et al., 2009).

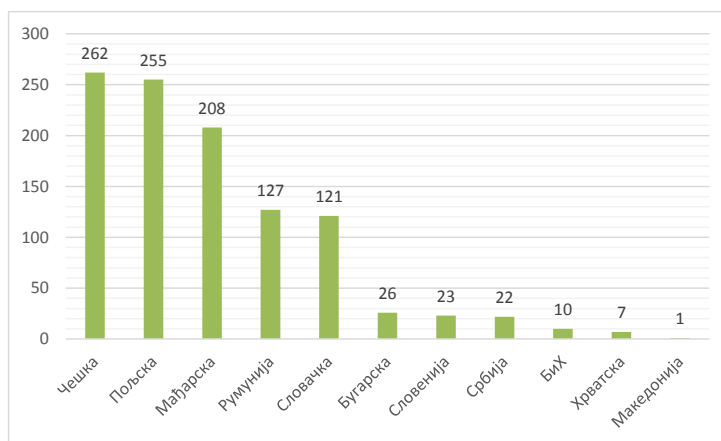
2.2.1. Глобални и европски контекст развоја аутомобилске индустрије у ЦИЕ

Преузимање *Заставе* од стране италијанског *Fiat*-а у јануару 2010. године означено је као завршни корак у преузимању произвођача путничких аутомобила од стране водећих ауто-произвођача и његову интеграцију у европски аутомобилски производни систем. Аутомобилска индустрија у ЦИЕ дубоко је трансформисана од краја државног социјализма до данашњих дана (Navas, 2000; Pavlínek et al., 2009). У касним осамдесетим неефикасни и застарели произвођачи аутомобила су задовољавали домаћу тражњу као најнижи и најјефтинији тржишни сегмент у Западној Европи. Двадесет пет година касније, извозно оријентисана аутомобилска индустрија ЦИЕ под страном контролом игра све важнију улогу у домаћим економијама, мерено бројем радних места, производњом и додатном вредношћу. Она такође игра све већу улогу у европској аутомобилској индустрији у целини. Укупна производња аутомобила је утростручена у ЦИЕ између 1989. и 2013. године, са 945.000 на 3,3 милиона јединица годишње (ОИСА, 2014). У 2013. години, земље ЦИЕ су чиниле 19,1% укупне европске аутомобилске производње, у поређењу са само 5,0% у 1990. години (ОИСА, 2014). Заједно са Русијом и Украјином, земље ЦИЕ су чиниле 30,4% укупне европске производње аутомобила (ОИСА, 2014).

Страно преузимање домаћих произвођача у ЦИЕ прошло је кроз неколико фаза. *Прва фаза* се односи на аквизиције постојећих фабрика углавном у деведесетим

годинама. Примери укључују преузимање чешке *Škoda* и словачког BAZ-a од стране VW 1991. године, као и преузимање пољског FSM од стране *Fiat*-а 1992. године. *Daewoo* је 1995. преузео пољски FSO, док је *Renault* купио румунску *Daciu* 1999. године (Pavlínek, 2002в). Друга фаза односи се на отварање *greenfield* фабрика највећих светских компанија у овом региону, почев од *Suzuki*-ја у Мађарској 1990. године и GM у Пољској 1995. године. Већина инвестиција се догодила после 2000, укључујући ТРСА (заједничко улагање *Toyota*, *Peugeot* и *Citroën*) и улагање фирми *Hyundai* у Чешкој, *Kia* и *PSA Peugeot Citroën* у Словачкој и *Mercedes* у Мађарској (Pavlínek, 2015). Трпеће, кључни добављачи су пратили активности произвођача у ЦИЕ. Географска близина играла је важну улогу у модуларној производњи и *just-in-time* испоруци (Frigant&Lung 2002; Larsson, 2002; Pavlínek&Janák, 2007). Четврто, многи добављачи привучени ниским трошковима производње, инвестирали у преузимање домаћих компанија за производњу делова (Pavlínek, 2002б). Између 1997. и 2009. године, страни добављачи су изградили 1.062 нових постројења у ЦИЕ (слика 11) (ЕУ, 2010). Поред могућности снабдевања производних погона у ЦИЕ, многи страни добављачи снабдевали су погоне у Западној Европи. Генерално, стране компаније инвестирале су више од 30 милијарди € у аутомобилску индустрију у ЦИЕ између 1990. и 2012. године (Pavlínek, 2015).

Слика 11. Број фабрика добављача компоненти у ЦИЕ



Извор: ЕУ, 2010.

Као резултат великих прилива СДИ, аутомобилска индустрија у ЦИЕ доживела је динамичан развој (Bernaciak&Šćerpanović, 2010; Domański et al., 2013; Pavlínek et al., 2009; Pavlínek&Ženka, 2011; Sass&Szalavetz, 2013). Аутомобилска индустрија у ЦИЕ је реорганизована, модернизована и проширена (Bernaciak&Šćerpanović, 2010; Pavlínek et al., 2009), локални капацитети су побољшани (Domański&Gwosdz, 2009), па се може рећи да је доживела значајан, мада врло неуједначен развој (Pavlínek&Ženka, 2011). Убрзани

развој је организован и усмерен из језгара аутомобилских МНК које у потпуности контролишу аутомобилску индустрију у ЦИЕ кроз директно власништво велике већине постројења за производњу аутомобила и делова. Наиме, упркос реструктурирању, модернизацији и унапређењу, аутомобилска индустрија има потпуну зависност од страног капитала, што је знак слабе и континуиране периферне позиције ЦИЕ у европском систему аутомобилске индустрије. Положај ЦИЕ у европској аутомобилској индустрији је у многим аспектима сличан положају Мексика према Северној Америци (Sturgeon et al., 2010).

2.2.2. Трендови СДИ у аутомобилској индустрији у ЦИЕ

Према приливу СДИ у аутомобилској индустрији, земље ЦИЕ можемо сврстати у три категорије (Pavlínek, 2014):

- ❖ Прву групу чине Чешка, Пољска и Мађарска, са највишим обимом инвестиција у аутомобилској индустрији. Главне предности ових земаља су: географска близина западној Европи, посебно Немачкој, ниске зараде, политика подстицаја и традиција у производњи;
- ❖ У другу групу спадају Словачка и Румунија са нижим обимом инвестиција, иако Словачка има други највиши износ СДИ *per capita* у ЦИЕ. Словачка и Румунија су доживеле брзи раст инвестиција после 2000. због њиховог чланства у ЕУ, активне политике подстицаја и нижих зарада у односу на прву групу земаља.
- ❖ Трећу групу чине Словенија и Србија, са знатно нижим обимом аутомобилских инвестиција у односу на прве две групе. Релативно високе зараде у односу на остатак ЦИЕ и мала величина земље могу објаснити релативно низак обим улагања и низак СДИ *per capita* у словеначкој аутомобилској индустрији. Главни разлог за низак ниво инвестиција у Србији везан је за касну економску либерализацију и отварање према СДИ у односу на остатак ЦИЕ, као и због рата и санкција током деведесетих.

У првој деценији 21. века, земље ЦИЕ активно су промовисале програме подршке приливу страних инвестиција (Drahokoupil, 2009; Pavlínek, 2014) и настављају да буду атрактивне за инвестиције и после економске кризе, које су углавном усмерене на проширење постојећих пројеката. Истовремено, неки региони ЦИЕ, посебно ЦЕ, постали су мање конкурентни делом због високих зарада, што је довело до измештања фабрика ка јефтинијим локацијама, као што су Румунија и север Африке (Pavlínek, 2015). Оваква

кретања наглашавају значај ниских зарада за конкурентност аутомобилске производње у ЦИЕ у будућности.

2.3. Ефекти економске кризе на аутомобилску индустрију у Централној и Источној Европи

Глобална финансијска криза погодила је 2008. године светску економију. Криза је почела као криза хипотекарног тржишта у САД и убрзо се прелила на друге делове света и друге индустрије. Аутомобилска индустрија је међу секторима који су највише погођени економском кризом. Потражња за аутомобилима је нагло пала, па је због јаких веза са осталим деловима привреде, крајњи утицај на ширу економију био велик.

У 2009. години, глобална производња аутомобила опала је за 13% у односу на 2008. годину. Производња у ЕУ је смањена за 17,3%, док је у САД производња опала за 34%, односно 5,7 милиона јединица (ОИСА, 2010). Растуће економије бележе импресивне стопе раста производње, са Кином на челу која је постала главни произвођач, али и главни купац аутомобила у последњих неколико година. Тржиште САД се опоравило од кризе са позитивним стопама раста, али обим производње од пре кризе у Детроиту, као најзначајнијој локацији за производњу аутомобила у САД још увек није постигнут.

Криза у глобалној аутомобилској индустрији довела је до огромних губитака радних места, смањења броја радних сати, стечаја и преузимања. Финансијска криза се може посматрати кроз разоткривање низа претходно постојећих слабости у аутоиндустрији. И пре отпочињања кризе, три највећа америчка произвођача бележила су укупне нето губитке од преко 100 милијарди \$ долара између 2005. и 2008. године (Freysenet&Jetin, 2009; Stanford, 2010). Највећа мултинационална компанија GM је била у великим финансијским проблемима, са великим финансијским интервенцијама америчке Савезне Владе. У јануару 2009. године, Савезна влада је издвојила 17,4 милијарди \$ за спасавање GM-а и *Chrysler*-а (Bai, 2012).

Економска рецесија и финансијска криза имала је велики утицај на аутомобилску индустрију у ЦИЕ. Од лета 2008. године, продаја је почела да стагнира, са знатним падом од 22% у 2009. години (ОИСА, 2010). Пад домаће продаје возила, као и пад на кључним извозним тржиштима, био је тако оштар да је код сваког произвођача дошло је до великих губитака, са проценама између 18 милијарди евра и 30 милијарди евра (ОИСА, 2010). Највећи пад производње у 2009. години догодио се у Русији (59%), затим у

Мађарској (37%) и Словачкој (20%). У Румунији, Словенији и Србији забележен је раст производње аутомобила у наведеној години. У годинама које следе, гледано према укупној производњи, аутомобилска индустрија се опоравила, са растом производње у 2010, 2011, и 2012. години за 22%, 14% и 6% респективно (табела 22).

Табела 22. Производња аутомобила у земљама ЦИЕ

Земље	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Чешка	848.799	925.778	934.046	976.435	1.069.518	1.191.968	1.171.774	1.128.473	1.246.506
Мађарска	187.633	287.982	342.359	212.773	208.571	200.000	215.440	220.000	434.069
Пољска	632.300	695.000	842.000	818.800	785.000	740.000	539.671	475.000	472.600
Румунија	201.663	234.103	231.056	279.320	323.587	310.243	326.556	410.959	391.422
Словачка	295.391	571.071	575.776	461.340	561.933	639.763	926.555	975.000	971.160
Словенија	119.212	174.209	180.233	202.570	201.039	168.955	126.836	89.395	118.533
Србија	9.832	8.236	9.818	16.337	17.384	15.050	10.227	10.100	101.576
Русија	1.176.337	1.288.652	1.469.429	599.265	1.208.362	1.738.163	1.970.087	1.919.636	1.682.921
Укупно	3.471.167	4.185.031	4.584.717	3.566.840	4.375.394	5.004.142	5.287.146	5.228.563	5.418.787

Извор: ОИСА, 2016.

Неколико студија је анализирано кризу из 2008, представљајући различите канале и нивое јавне подршке аутомобилској индустрији (*Eurofound*, 2010; *European Commission*, 2011; *Copenhagen Economics*, 2011). Када се анализира државна помоћ, регионална помоћ је инструмент који се највише користио пре кризе, али је смањена током последње деценије. У номиналном смислу, највећа регионална помоћ отишла је Немачкој, следе Шпанија и Италија. Португал је добио највећу помоћ у производњи. На нивоу предузећа, највећи прималац помоћи је BMW, а затим следе *Fiat* и *Ford*. Не постоје јасни докази да европске владе фаворизују само домаће произвођаче аутомобила. Владе пружају подршку страним произвођачима и утичу на њихов избор локације и отварање нових радних места у неразвијеним регионима (Grigolon et al., 2014).

У табели 23 приказана је производња моторних возила према произвођачима и изабраним годинама. Највећи произвођач возила у свету данас је *Toyota* са 10,5 милиона произведених возила у 2014. години, следе *Volkswagen*, са 10 милиона и *General Motors* са 9,6 мил. возила. Код већине произвођача у години кризе забележен је пад производње, нарочито код произвођача из САД-а (*General Motors*, *Ford* и *Chrysler*).

Табела 23. Производња моторних возила по компанијама (у мил. јединица)

Произвођачи	2001	2003	2006	2009	2012	2014
<i>General Motors</i> (САД)	7,6	8,2 ^a	8,9	6,5	9,3	9,6
<i>Toyota</i> (Јапан)	6	6,2	8	7,2	10,1	10,5
<i>Ford</i> (САД)	6,7	6,6 ^b	6,3	4,7	5,6	6,0
<i>Volkswagen</i> (Немачка)	5,1	5	5,7	6,1	9,2	10,0
<i>Honda</i> (Јапан)	2,7	2,9	3,7	3	4,1	4,5
<i>PSA</i> (Француска)	3,1 ^b	3,3	3,4	3	2,9	2,9
<i>Nissan</i> (Јапан)	2,6	2,9	3,2	2,7	4,9	5,1
<i>Hyundai</i> (Ј. Кореја)	2,5	2,7	2,5	4,6	7,1	8,0
<i>Renault</i> (Француска)	2,4	2,4	2,5	2,3	2,7	
FCA	-	-	-	-	-	4,8
<i>Fiat</i> (Италија)	2,4	2	2,3	2,5	2,1	-
<i>Chrysler</i> (САД)	4,4	4,2	2	1	2,4	-

^a + Opel^b + Jaguar&Volvo^b + PSA Group, Peugeot, Citroen

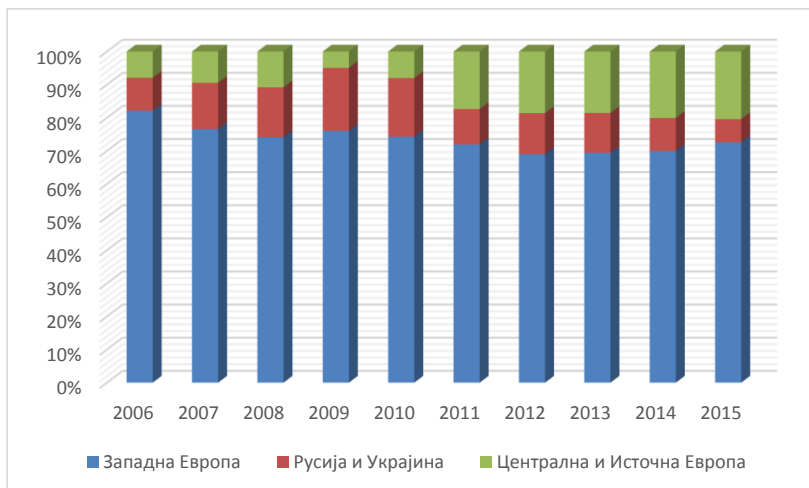
Извор: ОИСА, 2016.

Аутомобилска сектор је један од највише погођених сектора финансијском кризом у 2009. години у ЦИЕ. Светска производња моторних возила смањена је у 2008. и 2009. години за скоро 10 милиона јединица, према објављеним подацима ОИСА из 2010. године. Важне карактеристике аутомобилске индустрије ЦИЕ, Западне Европе и Русије и Украјине у овом периоду су следеће:

- Аутомобилска индустрија је најважнији сектор за економије ЦИЕ. У овим земљама дошло је до пада производње, али регион је успео да повећа свој удео у укупној европској производњи. Током протекле деценије удео возила произведених у ЦИЕ у односу на укупну производњу у Европи повећао се са 9% у 1999. на 22,4% у 2008. и до 24% у 2009. години (слика 12). Криза је утицала на брзину реструктурирања сектора и измештања производње из Западне у ЦИЕ.
- Економије Русије и Украјине су делимично погођене кризом јер је њихов аутомобилски сектор мање извозно оријентисан. Аутомобилска производња у обе земље је опала са 1,5 милиона у 2008. години на само 800.000 возила у 2009. години.
- И поред вишка капацитета, многи произвођачи су проширили своје капацитете у ЦИЕ (*Fiat* у Србији, *Mercedes* у Мађарској, *VW* у Словачкој, *Bosch* у Мађарској, *Renault* и *Toyota* у Турској, итд.).
- Структурни проблеми који се односе на вишак капацитета, засићење и слабу потражњу су се наставили. Потражња се смањивала не само због осцилација економског циклуса већ и зато што су традиционална тржишта, посебно САД и Западна Европа, већ засићена и без изгледа за раст у будућем периоду (ОИСА,

2010). Такође, купци мењају преференције у корист возила са мањом потрошњом, тј. фокус је на мањим возилима;

Слика 12. Производња моторних возила у Западној Европи, Русији и Украјини и ЦИЕ (2006–2015)



Извор: ОИСА, 2016.

- Произвођачи аутомобила примењују различите стратегије како би превазишли кризу (М&А, стратешки савези и заједничка улагања). Тако на пример италијански *Fiat* је преузео амерички *Chrysler* у јануару 2009. године;
- Улога тржишта у развоју је сталном порасту, пре свега захваљујући убрзаном расту кинеске производње (раст од 48% у 2009. години). Измештање производње на нова тржишта убрзана је током кризе у неким случајевима. Генерално, тржишта у развоју су допринела повећању производње за 900.000 возила у 2009. године, док су развијена тржишта у смислу производње, доживела пад од више од 10,4 милиона возила.

Упркос кризи, током 2009. године удео производње возила у земљама ЦИЕ је растао у односу на земље Западне Европе. Најбоље резултате у 2009. години имале су Румунија, Словенија, Чешка, Пољска и Србија. Оваква кретања могу се објаснити различитим факторима (Pavlinek, 2015):

- оптимизација производње од стране произвођача;
- првих десет највећих произвођача у свету који чине око 80% светске производње имају производне погоне у ЦИЕ;
- земље ЦИЕ су посвећене производњи мањих, економичнијих аутомобила, као што су „*fiat panda*“ и „*fiat 500*“ у Пољској, „*toyota aygo*“, „*citroen C1*“ или „*peugeot 106*“ у Чешкој, „*renault twingo*“ у Словенији, итд.

Глобално, аутомобилска индустрија се опоравила од економске кризе. Индустијски профит у 2012. години износио је 54 милијарде евра, што је много веће него у 2007. години када је износио 41 милијарду евра, а прогнозе за будући раст су још боље. До 2020. године очекује се да се глобални профит повећа за још 25 милијарди евра. Међутим, очекивања иду у правцу неједнаке регионане расподеле профита и разлика у продаји различитих модела аутомобила (*McKinsey*, 2013).

3. АНАЛИЗА УТИЦАЈА АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ НА РЕГИОНАЛНИ И УРБАНИ РАЗВОЈ У ЗЕМЉАМА ЦЕНТРАЛНЕ И ИСТОЧНЕ ЕВРОПЕ

Став према приливу СДИ се знатно променио током последњих деценија, тако да је већина земаља ЦИЕ либерализовала своју политику за привлачење инвестиционог капитала МНК. Очекујући да ће инвестиције повећати запосленост, извоз, пореске приходе и ниво знања у земљи домаћину, владе земаља су увеле разне облике инвестиционих подстицаја усвајањем агресивне политике подстицаја за привлачење инвестиција. СДИ се углавном односе на велике мултинационалне компаније, чији долазак у великој мери мења не само економију као целину већ и локалну (урбану) економију, и то квалитативно и квантитативно. У наредном делу акценат ће бити на земљама које су привукле највише страних произвођача возила и њихових добављача компоненти (Мађарска, Чешка, Пољска, Словачка, Румунија и Словенија). Ове земље примиле су највише износе СДИ у аутомобилску индустрију. Такође, локални и регионални ефекти, посебно у контексту запослености, извоза и формирања мреже добављача су посебно наглашени.

3.1. Улога локалне тражње у аутомобилској индустрији у Централној и Источној Европи

Аутомобилске компаније бирају локацију за производњу својих возила водећи рачуна како о логистичким разлозима тако и о улози локалне тражње. Близина купцима имплицира боље познавање локалних тржишних специфичности, које увек доносе знатне предности у односу на конкуренцију. Атрактивност региона у смислу раста продаје аутомобила углавном је у корелацији са следећим важним факторима (*Unicredit Group*, 2007):

- величина популације повезана са засићењем тржишта аутомобила;
- старосна структура локалних корисника возила и
- привредни раст и раст прихода.

Са становишта везе између величине популације и броја возила у употреби или обима продаје сасвим је евидентно да је потенцијал земаља ЦИЕ велик. Број становника

ЦИЕ региона (нарочито укључујући и Русију) упоредив је са развијеним тржиштима, као што су Западна Европа или САД. Засићеност тржишта (као број регистрованих аутомобила по становнику) може одредити потенцијалну тражњу за новим возилима. У том смислу ЦИЕ регион изгледа врло перспективан са, у просеку, 20 аутомобила на 100 становника, што је много мање у односу на Западну Европу, са преко 50 аутомобила по становнику (нарочито у случају Италије и Немачке). Ситуација се прилично разликује од земље до земље. Осим Пољске, највећа тржишта (у смислу броја возила у употреби, Русија, Турска, Румунија) јесу она са најнижим засићењем тржишта по глави становника. Стога су 3,4 милиона регистрованих аутомобила у Румунији, 5,7 милиона у Турској и 23 милиона у Русији мали износи у поређењу са популацијом од 22, 73 и 143 милиона становника респективно. С друге стране, потенцијал за повећање продаје аутомобила у овим земљама, које проистиче из ниске тржишне засићености, условљавају други фактори, као што су однос заступљености нових и половних аутомобила и слично.

Да би се тржишни потенцијал одредио помоћу засићења тржишта, треба узети у обзир и старост становништва. Демографски трендови указују на смањење становништва старости између 19 и 65 година у већини земаља ЦИЕ. Према прогнозама *Eurostat*-а, једино се у Румунији, Пољској и Словачкој очекује раст становника између 19 и 65 година до 2020. године. У осталим земљама се очекује пад становника, то јест пад становника који су активни возачи. Овај негативан демографски тренд може бити више него надокнађен повећањем засићења због повећања нивоа прихода.

Раст БДП-а у земљама ЦИЕ последњих неколико година је један од разлога доласка страних компанија. Економски раст региона је знак да ће се продаја аутомобила знатно повећати у блиској будућности. Ниво тржишног засићења аутомобилима је у директној корелацији са БДП-ом по глави становника. Однос између тржишног засићења и БДП-а (тј. нивоа прихода) прилично је јака, односно очекивани раст треба да резултира повећањем продаје аутомобила у будућности. Услед нижих нивоа прихода, тржишта ЦИЕ имају огроман потенцијал јер знатан део локалног становништва не поседује аутомобил. С друге стране, краткорочно гледано, ниски приходи у ЦИЕ су и даље озбиљна препрека за бржи напредак у продаји нових аутомобила. Осим тога, треба узети у обзир и секундарне факторе који такође могу утицати на потражњу за аутомобилима, укључујући густину насељености и саобраћајну инфраструктуру.

Земље са веома ниском густином насељености више користе приватна превозна средства. Земље са вишом густом насељености, посебно у великим градовима, више користе јавни превоз (метро, аутобус, трамвај). Железнички саобраћај може бити извор

конкуренције аутомобилима и аутобусима само у неким земљама. Тако на пример, Чешка, Мађарска и Словачка користе железнички саобраћај, као и земље Западне Европе, иако је његов квалитет и даље релативно низак. Друге земље, као што је Турска, морају много више да се ослањају на приватна транспортна средства, што може бити додатни извор потражње за аутомобилима у будућности.

Русија је најперспективније тржиште у погледу потенцијала продаје аутомобила, захваљујући великој популацији и високом очекиваном нивоу раста БДП по глави становника. Следи Турска, као земља са најнижим нивоом тржишног засићења, у комбинацији са чињеницом да постоји веома слаба конкуренција јавног превоза. Близина Европи, као и чланство у ЕУ, важне су предности Румуније. Словачку карактерише велики број становника старости између 19 и 65 година, висок раст БДП-а и ниско тржишно засићење. Словачка се такође сматра једном од најбољих локација за производњу аутомобила на међународном нивоу. Пољско тржиште је огромно по величини и структури, са слабо развијеним железничком мрежом, иако се локално тржиште може сматрати засићенијим од других. Бугарско тржиште је такође релативно засићено, али висок очекивани привредни раст ће подржати већу локалну потражњу за путничким аутомобилима. Тржиште половних аутомобила био је главна претња за продају аутомобила у прошлости, много више у Бугарској и Пољској него у другим земљама ЦИЕ. С друге стране, огроман број увезених половних возила на овим просторима подразумева неопходност за замену старих аутомобила новим. Мађарска и Чешка због велике засићености нису тако атрактивна тржишта као друга тржишта ЦИЕ у смислу повећање продаје. Унапређење продаје могуће је више у смислу побољшања квалитета возила у корист скупљих модела.

3.2. Аутомобилска индустрија у земљама Централне и Источне Европе

Развој аутомобилске индустрије створио је посебну аутомобилску агломерацију у ЦЕ. Погони у региону груписани су у релативно малом простору, у областима западне Словачке, источне и централне Чешке, јужне Пољске и северне Мађарске и обухватају 13 погона путничких аутомобила, 11 великих фабрика мотора и стотине других фабрика за производњу делова (слика 13). Један од основних разлога за концентрисање нових постројења и проширења постојећих производних погона у овом региону јесте близина западних и источних тржишта, уз прилично добро развијену путну и железничку

инфраструктуру. Велика предност региона је квалификована и јефтина радна снага. Квалификације радника за рад у аутомобилском сектору свих нивоа резултат су дугогодишње традиције у производњи машина и транспортне опреме. Иако су бруто зараде у аутомобилском сектору изнад просечних у сектору производње у овим земљама, они су и даље знатно испод нивоа зарада у Западној Европи.

Слика 13. Аутомобилска постројења и центри И&Р у ЦЕ у 2006. години



Извор: Pavlinek, 2015.

Продуктивност рада у аутомобилској индустрији у ЦЕ је још увек испод просека ЕУ али је у сталном порасту. У поређењу са продуктивношћу рада у производном сектору, ауто-индустрија је водећа у свим земљама у региону. Овакво кретање је повезано са бољом технологијом која је инсталирана у нове производње линије. Раст продуктивности рада заједно са ниским трошковима радне снаге снажно подржава конкурентност ауто-произвођача у региону. Главни инструмент јавне помоћи у региону су пореске олакшице и донације које имају директан утицај на јавне финансије. У Чешкој, државне гаранције играју важну улогу. Поред мера директне помоћи, постоје и опште развојне иницијативе са националним и регионалним владама. То су развој

саобраћајне инфраструктуре (ауто-путеви, железнице), индустријске зоне и паркови са развијеном инфраструктуром, и др. (Pavlinek, 2015).

У табели 24 приказани су произвођачи аутомобила у региону ЦЕ. У Чешкој су најзначајанији региони *Mladá Boleslav*, *Kvasiny*, *Nošovice* и град *Kolín*, у Словачкој *Bratislava*, *Trnava* и *Žilina*, у Мађарској *Győr*, *Esztergom* и *Kecskemét* и у Пољској *Poznań*, *Gliwice* и *Tychy*.

Табела 24. Произвођачи аутомобила у Централној Европи

Земља	Регион/Град	Произвођач	Модел
Чешка	<i>Mladá Boleslav</i>	Škoda auto	„škoda fabia“, „škoda octavia“, „škoda rapid“, „seat toledo“
	<i>Kvasiny</i>	Škoda auto	„škoda praktik“, „škoda roomster“, „škoda superb“, „škoda yeti“
	<i>Nošovice</i>	Hyundai	„hyundai i30“, „hyundai i20“, „hyundai i35“
	<i>Kolín</i>	TPCA	„toyota ayto“, „citroen C1“, „peugeot 108“
Словачка	Bratislava	VW Group	„audi Q7“, „porsche cayenne“, „VW touareg“, „VW up“, „seat mi“, „škoda citigo“
	Trnava	PSA/Peugeot Citroen	„citroen C3“, „picasso“, „peugeot 208“
	Žilina	Kia	„kia ceed“, „kia sportage“, „kia venga“
Мађарска	<i>Győr</i>	VW Group	„audi A3“, „audi TT“
	<i>Esztergom</i>	Suzuki	„suzuki swift“, „suzuki SX4“, „suzuki SX4 S-cross“, „suzuki splash“
	<i>Kecskemét</i>	Daimler -Mercedes	„benz B“, „mercedes-benz CLA“
Пољска	<i>Poznań</i>	VW group	„VW caddy“, „VW transporter“
	<i>Gliwice</i>	General Motors	„opel astra“, „opel astra GTC“, „opel astra OPC“, „opel cascada“
	<i>Tychy</i>	Fiat/Ford	„fiat 500“, „lancia ypsilon“, „ford ka“

Извор: Аутор на бази сајтова произвођача и Pavlinek, 2015.

Производња аутомобила у региону привлачи и пресељења И&Р центара из Западне Европе. Међутим, дизајн нових аутомобила, углавном остаје у својим матичним земљама. Измештање производње аутомобила у ЦИЕ довело је до пребацивања секундарних функција као што су маркетинг, рачуноводство и неке друге стручне активности (табела 25).

Табела 25. Примери инвестиција у *outsourcing*-у пословних процеса у аутомобилској индустрији Централној Европи

Пољска	И&Р	<i>Delphi, Faurecia, TRW Automotive, Volvo, Remy Automotive, Valeo, Volkswagen</i>
	Финансије/Рачуноводство	<i>Fiat, Volvo, MAN</i>
Чешка	И&Р	<i>Bosch, Mercedes-Benz, TRW Automotive, Valeo, Visteon, Ricardo</i>
	Финансије/Рачуноводство	<i>Johnson Controls</i>
Мађарска	И&Р	<i>Audi, Bosch, Denso, Magna-Steyr, Visteon, Knorr-Bremse, Continental, Thyssen-Krupp</i>
Словачка	И&Р	<i>PSA, Volkswagen, Johnson Controls, Visteon</i>

Извор: *Unicredit Group* (2007)

Успешне инвестиције привлаче додатне инвестиције. Инвестиција у фабрику возила обично је само врх леденог брега. За њом углавном следи талас прилива капитала од стране добављача аутомобила који имају тенденцију да се окупљају у близини произвођача како би се осигурала *just-in-time* испорука. То доводи до стварања индустријских кластера попут кластера у Доњој и Горњој Шлесији у Пољској или региону Прага у Чешкој. Такође, формиран је и прекогранични мултикластер на граници Пољске, Чешке и Словачке, који се шири и продужава ка Мађарској. Произвођачи возила су, историјски гледано, први инвестирани у фабрике у ЦИЕ. Добављачи аутомобила прате активности произвођача, па су највећи светски добављачи покренули производњу у овом региону (табела 26).

Табела 26. Десет највећих добављача компоненти у Централној Европи

Компанија	Производ	Чешка	Пољска	Мађарска	Словачка
<i>Bosch</i> (Немачка)	Аутомобилска електроника, шасија, системи кочења	X	X	X	X
<i>Denso</i> (Јапан)	Клима уређаји	X	X	X	X
<i>Delphi</i> (САД)	Интегрисани системи, модули	X	X	X	X
<i>Johnson Control</i> (САД)	Седишта, врата, инструмент табла	X	X	X	X
<i>Magna</i> (Канада)	Шасија, седишта, светлосни системи	X	X		X
<i>Aisin Seiki</i> (Јапан)	Мењач, квачило	X			
<i>Lear</i> (САД)	Седишта, електронске инсталације	X	X	X	X
<i>Visteon</i> (САД)	Унутрашњи елементи	X	X	X	X
<i>Faurecia</i> (France)	Седишта, издувни системи	X	X		X
<i>TRW</i> (САД)	Системи кочења, волан	X	X		

Извор: Аутор, на бази *Unicredit Group* (2013) и сајтова компанија

Пословање са ауто-деловима у ЦЕ развило се веома интензивно и у многим земљама већ представља преко 50% локалне аутомобилске индустрије, посебно када се укључи производња мотора, која је још увек под контролом произвођача.

3.3. Аутомобилска индустрија у Централној и Источној Европи – локални и регионални ефекти

Почетком деведесетих година, велике аутомобилске компаније купиле су фабрике за производњу возила у ЦИЕ, укључујући куповину чешке *Škode* од стране *Volkswagen*-а, словеначког *Revoz*-а од стране *Renault*-а, као и куповину пољског *FSM*-а од стране *Fiat*-а. Ниски трошкови радне снаге, географска близина тржишту Западне Европе, пореске олакшице и стабилан правни амбијент допринели су да овај регион буде атрактиван за стране инвеститоре са циљем повећања капацитета производње (Sielewicz, 2015).

Током 2014. године, у свету је произведено скоро 90 милиона возила. Иако је забележен раст производње аутомобила у региону ЦИЕ, само су Чешка и Словачка ушле у листу двадесет највећих светских произвођача возила. Према броју произведених возила, у свету доминирају произвођачи из Азије, Северне Америке и ЕУ (15 земаља), док је удео ЦИЕ у 2014. години износио је 4% (табела 27).

Табела 27. Двадесет највећих земаља у свету по производњи возила (путничка и комерцијална возила, у мил. јединица, 2014)

Кина	23,72
САД	11,66
Јапан	9,77
Немачка	5,91
Јужна Кореја	4,52
Индија	3,84
Мексико	3,37
Бразил	3,15
Шпанија	2,40
Канада	2,39
Русија	1,89
Тајланд	1,88
Француска	1,82
Велика Британија	1,60
Индонезија	1,30
Чешка	1,25
Турска	1,17
Иран	1,09
Словачка	0,99
Италија	0,70

Извор: ОИСА, 2016.

Наиме, имајући у виду број произведених путничких возила, у ЦИЕ доминирају Чешка и Словачка са скоро две трећине од укупне производње аутомобила у региону. У

Пољској је произведено 600.000 аутомобила у 2013. години, што је дупло мање од броја аутомобила произведених у Чешкој. Недавне инвестиције у проширење капацитета производње аутомобила углавном су биле у Чешкој, Мађарској, Румунији и Словачкој. Иако у ЦИЕ доминира производња путничких аутомобила, велики удео у пољској производњи се односи на аутобусе и лака комерцијална и тешка возила (ОИСА, 2016). У фабрикама ЦИЕ производе се различити брендови возила (табела 28). Они укључују мале градске аутомобиле, као што су „*volkswagen up*“, „*toyota aygo*“ и „*peugeot 108*“, премијум моделе, као што су „*audi TT*“, „*mercedes CLA*“, „*volkswagen touareg*“, „*audi Q7*“ и делове за „*porsche cayenne*“ (АСЕА, 2016).

Табела 28. Фабрике за производњу возила и мотора у ЦИЕ

Земља	Произвођач	Бренд	Тип производа					Укупан број фабрика
			Мотор	РС	LVC	HV	Аутобус	
Чешка	<i>Tedom, TPCA, Tatra, Volkswagen, Sor, Hyundai, Iveco</i>	<i>Toyota, Peugeot, Citroen, Tatra, Skoda, Sor, Hyundai, Iveco</i>	x	x		x	x	8
Мађарска	<i>Suzuki, Volkswagen, Daimler, GM</i>	<i>Suzuki, Audi, Mercedes-Benz</i>	x	x				4
Пољска	<i>Fiat, Solaris, Toyota, Volkswagen, GM, Volvo, Jelcz</i>	<i>Fiat, Lancia, Alfa Romeo, Solaris, Opel, MAN, Volkswagen, Scania, Ford, Jelcz</i>	x	x	x	x	x	14
Румунија	<i>Roman, Renault, Ford</i>	<i>Roman, Renault, Ford</i>	x	x		x	x	3
Словенија	<i>Renault</i>	<i>Renault</i>		x				1
Словачка	<i>Volkswagen, Hyundai, PSA</i>	<i>Volkswagen, Audi, Porsche, Skoda, Seat, Peugeot, Citroen, Kia</i>	x	x				3

РС – лични аутомобил, LCV – лако комерцијално возило, HV – тешко возило, TPCA – *Toyota/PSA joint venture*

Извор: АСЕА, 2016.

3.3.1. Развој аутомобилске индустрије у Мађарској

Економска транзиција у Мађарској почела је осамдесетих година прошлог века када се земља придружила ММФ-у и Светској банци. Године 1990, Мађарска је већ усвојила законе о порезу на доходак грађана, стечају, као и правни оквир за трансформацију и приватизацију јавног сектора. Транзициони шокови изазвани распадом социјалистичког блока углавном су били завршени средином деведесетих, тако да су производни сектор у државном власништву, рударство и друге традиционалне индустрије већ биле приватизовани са знатно смањеним бројем запослених (ЕУ, 2016; НИТА, 2012; Јокау, 2005).

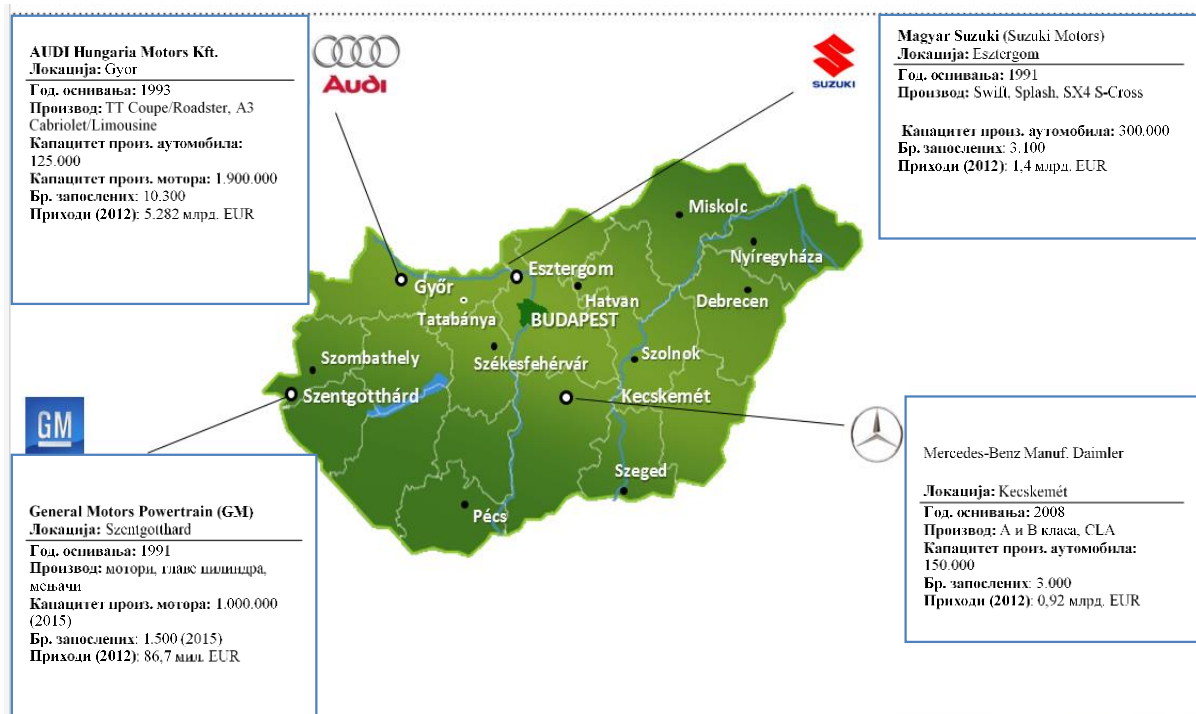
Пре доласка страних произвођача, у Мађарској су постојала два произвођача у аутомобилској индустрији: *Ikarus* и *Raba*. *Ikarus* је производио камионе, путничке и

градске аутобусе, док је *Raba* производила моторе и друге компоненте. У међувремену, догодиле су се знатне *greenfield* инвестиције у аутомобилској индустрији. Наиме, два велика аутомобилска сектора су се реструктурирала истовремено. *Ikarus* и *Raba*, као остаци социјалистичке тешке индустрије приватизовали су се у периоду између 2003. и 2005. године. На другој страни *General Motors* (GM), *Audi* и *Suzuki* отварају производне погоне (НИТА, 2012). Мађарска је прва земља ЦИЕ која је привукла страна *greenfield* ауто-постројења у 1990. години (*Suzuki*). Ова земља је постала омиљено место за стране ауто-компаније како због географске близине Западној Европи и нижих цена рада тако и због владиних подстицаја и флексибилног Закона о раду.

У Мађарској је у 2014. години произведено 400.000 аутомобила и 2,3 милиона мотора. На аутомобилску индустрију се односи 20% укупног извоза и 19,4% индустријске производње. Главни произвођачи су *Suzuki*, *Audi*, *Opel* и *Mercedes-Benz* (НИТА, 2012).

Најзначајнији региони за производњу возила у Мађарској су *Győr*, као дом *VW Group*, *Esztergom* као дом *Suzuki*-ја, *Kecskemét* у коме *Mercedes-Benz* поседује фабрику као и *Szentgotthárd* у коме GM производи моторе и друге делове (слика 14).

Слика 14. Произвођачи возила и мотора у Мађарској



Извор: НИТА (2016), *Hungarian Investment and Trade Agency*, (преузето 9. 8. 2016), www.hitah.hu

Suzuki поседује фабрику у *Esztergom*-у и производи моделе „*suzuki swift*“, „*splash*“, „*SX4 S-cross*“. Јапански произвођач аутомобила се обавезао на разне пројекте заједничке

сарадње са другим компанијама у Мађарској. У 2003. години, компанија је покренула заједнички подухват са *Fiat*-ом за производњу SUV-а за оба брэнда, односно „*suzuki SX4*“ и „*fiat sedici*“. Поред тога, *Suzuki* је започео производњу „*opel agila*“ и производњу „*suzuki splash*“ у 2008. години (ЕУ, 2016).

Audi-јева фабрика мотора у Мађарској једна је од највећих фабрика мотора у свету. У 2008. години, у овој фабрици је произведено скоро 2 милиона мотора за снабдевање свих *Audi*-јевих модела, као и за *VW* моделе који се производе у Мађарској и у другим земљама. Поред тога, модели премум, „*audi TT coupé*“ и „*roadster*“ се производе од 1998. године. У 2007. години, *Audi* је започео производњу „*A3 cabriolet-a*“ (ЕУ, 2016).

GM фабрика мотора у *Szentgotthárd*-у снабдева различите *GM* брэндове у Европи. *Daimler* је започео производњу нове генерације „*mercedes-benz*“ А и В класе у 2012. години. Ова одлука приписана је ниским трошковима рада, формираној бази добављача и погодној логистичкој инфраструктури (ЕУ, 2016).

Инвестиције у аутомобилску индустрију Мађарске нагло су порасле пре економске кризе са 866 милиона € у 1998. години на 6,4 милијарди € у 2007. Према подацима Централне банке Мађарске (СВН, 2014), аутомобилска индустрија доживела је смањење прилива у 2011. години (за 1,7 милијарди €) са приливом од 4 милијарде € у 2012 (СВН, 2014). Вредност инвестиција у Мађарској аутомобилској индустрији је на приближно истом нивоу као и у Чешкој (Antalóczy&Sass, 2011).

Број радних места у аутомобилској индустрији Мађарске је позитиван, упркос великом смањењу броја радних места у *Икарусу* и *Рабу*. *Audi* је довео до отварања највише радних места, чак 10.000 у *Győr*-у, док је *Suzuki* запослио око 3.000 радника у *Esztergom*-у. *GM*, који поседује фабрику мотора у *Szentgotthard*-у, запошљава више од 1.000 радника, док у фабрици *Mercedes-Benz*-а у близини *Kecskemét*-а ради око 3.000 људи.

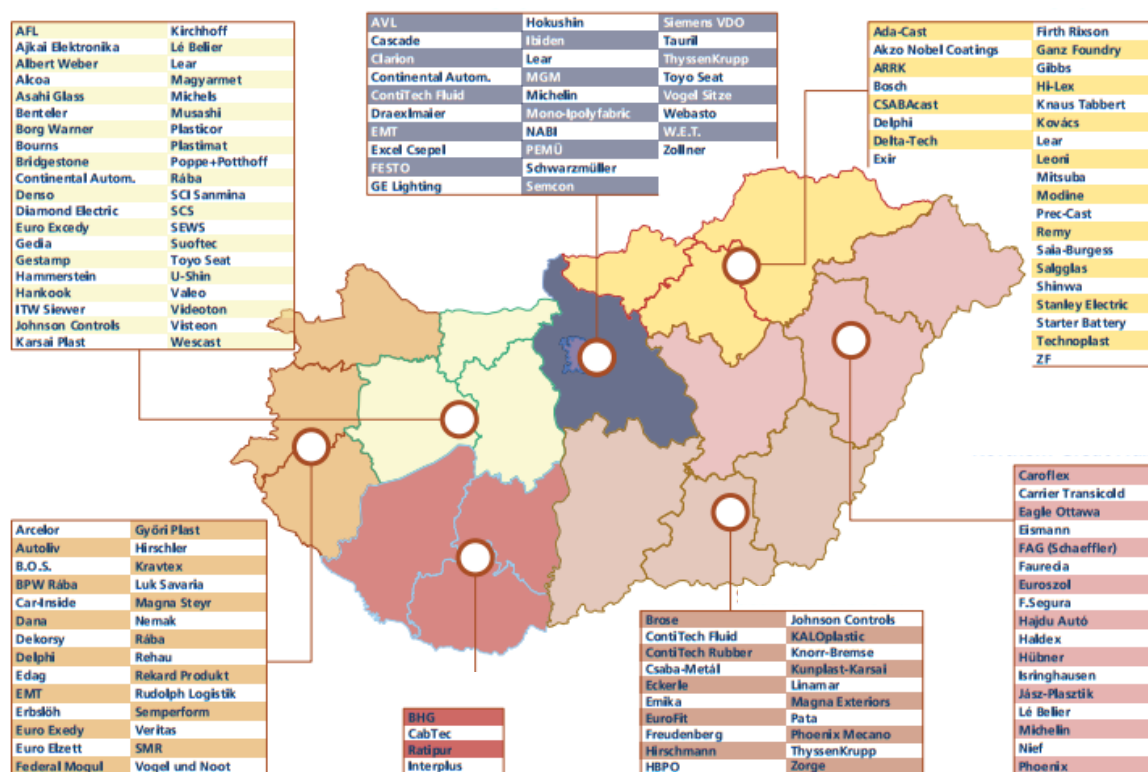
Развој мреже добављача у Мађарској је већи од просека у региону. Преко 700 компанија послује у аутомобилском сектору (слика 15). Чак 15 од 20 водећих светских компанија (директних добављача – *Tier 1*) имају фабрике у Мађарској (НИТА, 2016).

Највећи губитак радних места може се приписати економској кризи (2008–2009) која се наставила и у 2010. години (Boros, 2013), уз пад продаје аутомобила у просеку за 30-40% (Antalóczy&Sass, 2011) и падом производње за 39% између 2008. и 2010. године, са 342.359 јединица у 2008. години на 205.571 у 2010. години (ОИСА, 2014). *Dräxlmaier*

је отпустио 450 радника у *Mór*-у, *Denso* је смањио 800 радних места у *Székesfehérvár*-у, а *Tyco Electronics* је затворио 330 радних места у *Esztergom*-у.

Мађарска је угрожена измештањем радно интензивних делова ланца вредности изван земље. У 2012. години, на пример, *Remy Automotive Hungary* је преселио своју производњу из *Mezőkövesd*-а у Кину, Јужну Кореју и Мексико (200 радних места је изгубљено) и *Car-Inside* је затворио две фабрике у *Jánosháza*-у и *Lenti* и преселио своју производњу у БиХ, што је довело до губитка од 300 радних места (*Eurofound*, 2014). *Michelin* је затворио фабрику у Будимпешти у 2015. години (*Eurofound*, 2014). Ипак, број селидби из Мађарске до сада је био мали у аутомобилској индустрији. *Sass* и *Hunyua* (2014) указали су на четири пресељења између 2003. и 2011. године, што је знатно мање него у случају Чешке и Словачке (*Pavlínek*, 2015). Истовремено, било је преко 60 пресељења у Мађарску из иностранства (*Sass&Hunyua*, 2014), иако је економска криза довела до смањења новоизграђених фабрика добављача.

Слика 15. Локације највећих аутомобилских добављача у Мађарској



Извор: НИТА, 2016, *Hungarian Investment and Trade Agency*, (преузето 9.8.2016), <http://www.invest-export.irisnet.be/documents/16349/24447/Automotive+industry+in+Hungary.pdf/cc70f051-d2cd-4fdf-a68c-6e5f3117e7fd>

Неколико великих пројеката догодило се након економске кризе. *Mercedes-Benz* је у 2012. години отворио нову фабрику у *Kecskemét*-у уложивши 800 милиона евра, чиме је привукао и преко 30 страних добављача. Примери даље укључују фирме *Johnson*

Controls, Brose, Knorr-Bremse, Siemens, Magna, Dürr и *Kuka*. Такође, Мађарска је привукла додатне СДИ, укључујући велике пројекте експанзије *Audi*-ја и *Hankook Tire*. *Opel* је уложио 500 милиона € у проширење своје фабрике мотора у *Szentgotthard*-у, крајем 2012. године. У 2013. години *Audi* је уложио 900 милиона евра у проширење фабрике у *Győr*-у, док је *Hankook* уложио 306 милиона евра у фабрику у *Rácalmás*-у у 2014. години. Ове аутомобилске инвестиције указују на то да је Мађарска била успешнија од свих других земаља ЦИЕ у привлачењу СДИ после економске кризе. Врло је вероватно да се оваква ситуација може приписати расту зарада у Пољској, Чешкој и Словачкој после 2008. године.

Мађарска форинта је значајно девалвирала за време економске кризе, смањивши мађарске плате и чинећи Мађарску атрактивнијом у очима страних инвеститора, уз атрактивне инвестиционе подстицаје. У односу на Пољску, Мађарска има мање активне радне снаге и бољу инфраструктуру (Pavlinek, 2015).

3.3.2. Развој аутомобилске индустрија у Чешкој

Чешка има дугу традицију у производњи аутомобила. Аутомобилска индустрија је постојала пре Првог светског рата у тадашњој Чехословачкој, са фабриком за производњу аутомобила *Škoda* основаном 1905. године. После Другог светског рата и немачке окупације, производња је настављена под државним социјализмом. Међутим, таква производња била је фокусирана на малим, јефтиним моделима слабијег квалитета, а даљи развој био је ограничен на планске економије и њене социјалистичке политике (Pavlinek, 2008). Колапс државног социјализма довео до деиндустријализације традиционалних индустријских региона у Чешкој (северна Моравска, северна и централна Бохемија) и постављање темеља за прилив страних инвестиција.

До 2012. године, страни инвеститори су уложили више од 8 милијарди евра у чешку аутомобилску индустрију. Ове инвестиције, укључујући сектор некретнина, треће су по обиму после банкарске индустрије и трговине (CNB, 2012).

Чешка је данас највећи и најстарији произвођач возила у земљама ЦИЕ. Фабрика *Tatra* производи комбије а *Trnavské automobilové závody* (TAZ) производи камионе (Jakubiak et al., 2008). Чешка је домовина три велика произвођача: *Škoda auto* (*Volkswagen Group*), ТРСА (*Toyota/PSA joint venture*) и *Hyundai Motor Manufacturing Czech*.

Године 1991. *Volkswagen Group* (VW) је преузела 30% *Škoda auto* уз потпуну контролу управљања. VW је применио нову праксу управљања, организацију рада и

контроле квалитета и наметнуо основне мере за смањење трошкова уз повећање продуктивности рада кроз смањење отпада и побољшање коришћења радног дана од стране запослених. VW је значајно повећао квалитет *Škodinih* модела без икаквих улагања током две године након преузимања (Pavlínek, 2005). Убрзо након тога, 1995. године VW је повећао своје учешће на 70%, а у 2000. години купио је и последњи преостали удео који је био у власништву чешке владе. *Škoda auto* успешно спроводи своју стратегију раста. У 2014. години овај произвођач је остварио највећу продају аутомобила у својој историји, у износу од 1.037.200 возила. *Škoda* континуирано улаже у проширење својих производних погона у регионима *Mladá Boleslav* и *Kvasiny*. Поред јачања позиције компаније у Западној Европи, овај произвођач извози возила на растућим тржиштима попут Кине, које је највеће појединачно гледано тржиште са укупном продајом од 281.400 јединица у 2014. години.

Toyota и *PSA Peugeot-Citroën* су покренули комерцијалну производњу као *joint venture* по имену *TPCA (Toyota Peugeot Citroën Automotive)* почетком 2005. године у граду *Kolín*. Ова фабрика је најмодернија и најефикаснија *Toyota* фабрика у свету (*Czech Invest*, 2016). *TPCA* је до 2015. године укупно произвела више од 2,5 милиона возила. *Toyota* носи највише одговорности за производњу, док је *PSA Peugeot Citroën* одговоран за мрежу добављача. У фабрику, која се налази на око 60km источно од Прага, уложено је 750 милиона евра и једна је од највећих страних инвестиција у ЦЕ до данас. Капацитет фабрике је 300.000 возила годишње. Тренутно *TPCA* производи нову генерацију модела „*toyota aygo*“, „*peugeot 108*“ и „*citroën C1*“, мале градске аутомобиле са ниском потрошњом горива и емисије. Највећи проценат аутомобила се извози на европско тржиште, углавном Француске, Италије, Велике Британије, Холандије и Немачке. *TPCA* запошљава 3.000 радника (*Czech Invest*, 2016). *TPCA* је прва *Toyota* фабрика која се не ослања само на добављаче из Јапана. Више од 100 добављача производи делове за *TPCA* (око 60 јапанских и сличан број из Западне Европе). *TPCA* је добила велики подстицај од државе и града *Kolín*-а, који је био задужен за комплетан развој индустријске зоне и саобраћајне инфраструктуре (Pavlínek, 2015).

Hyundai је започео производњу у новембру 2008. године. Долазак *Hyundai*-ја је једна од највећих СДИ у историји Чешке која је подстакла знатан економски раст (*Czech Invest*, 2016). *Hyundai* је у 2006. години уложио близу милијарду евра у фабрику у граду *Nošovice*, који се налази у Моравско-шлеском региону. Тренутно је ово најсавременија фабрика аутомобила у Европи. Изградњом ове фабрике, *Hyundai* је проширио своју глобалну производну мрежу, која укључује производне погоне у Јужној Кореји, Кини,

Индији, САД, Русији, Бразилу и Турској. *Hyundai* у Чешкој производи путничке аутомобиле „ix20“, „ix35“ и „i30“. Значај инвестирања *Hyundai*-ја је огроман за чешку економију. Овај произвођач покренуо је производњу у моменту када се Моравско-шлески регион суочио са великом незапосленošћу услед тешког процеса реструктурирања традиционалних индустрија. *Hyundai* је запослио 3.300 радника, док су добављачи отворили још око 7.000 места. Чешка влада и Моравско-шлески регион су у пореским олакшицама и другим инвестиционим подстицајима уложили око 200 милиона евра како би *Hyundai* усмерили у регион са високом незапосленošћу (Pavlínek, 2015). У 2008. години, произведено је 200.000 аутомобила, чиме је постигнут пун капацитет након само две године производње. Након покретања производње у три смене у јесен 2011. године, производња је достигла ниво од 300.000 возила годишње (*Czech Invest*, 2016; ОИСА, 2015).

Чешка је имала је највиши износ СДИ у аутомобилској индустрији до 2012. године, у износу од 10,2 милијарде евра. У периоду између 1991. и 1998. године, најзначајније је улагање *Volkswagen*-а у *Škoda auto*, као и преузимање чешких предузећа од стране страних компанија у виду *greenfield* пројеката (Pavlínek, 2008; Pavlínek&Janák 2007). Инвестиције су повећане између 1998. и 2012. године, од када је чешка влада 1998. увела значајан систем инвестиционих подстицаја (Drahokoupil, 2009; Pavlínek, 20026). Најбрже повећање инвестиција догодило се између 2003. и 2007. године, када се догодило улагање ТРСА и *Hyundai*-ја, након чега су уследила значајна улагања јапанских и јужнокорејских добављача. Међутим, одлив профита у облику дивиденди је у сталном порасту са највишим износима током економске кризе. Између 2000. и 2012. године, чак 3,9 милијарди евра је отишло у иностранство у виду дивиденди страним компанијама (CNB, 2014).

Са производњом од 107,5 путничких возила на 1.000 становника, Чешка је лидер у свету у погледу производње возила по глави становника (АСЕА, 2016). Такође, она се налази у првих петнаест највећих произвођача на глобалном нивоу по обиму производње путничких аутомобила. Чешка аутомобилска индустрија запошљава више од 150.000 људи и чини више од 20% индустријске производње и извоза (*Czech Invest*, 2016).

Дугогодишња традиција у производњи, добра инфраструктура и квалификована радна снага, знатно доприносе повећању производње и отварању И&Р центара. Током последњих пет година, инвеститори су отворили више од 10.000 нових радних места и уложили више од 1,4 милијарде евра (*Czech Invest*, 2016). У овој земљи послује велики број како страних тако и домаћих добављача делова. Такође, она заузима једну од

водећих позиција у Европи за дизајн возила и И&Р. Чешка се сматра једном од најатрактивнијих локација на свету за И&Р (слика 16) (*Czech Invest*, 2015).

Слика 16. Центри И&Р у Чешкој



Извор: *Czech Invest*, 2015, *Investment and Business Development Agency*, (преузето 9.5.2016), <http://www.czechinvest.org/data/files/automotive-brochure-2015-97.pdf>

Добављачи делова запошљавају већи број радника и чине најважнији део аутомобилске индустрије. Овај део индустрије остварује веће приходе од произвођача аутомобила и заузима 56% удела производње овог сектора. Већина предузећа су у страном власништву. Ове компаније не производе делове само за фабрике аутомобила у Чешкој већ је главни део њихове производње усмерен на извоз у друге земље ЕУ. На пример, *Ford*, који нема директну производњу у Чешкој, користи компоненте од око 30 компанија. Међу највећим добављачима је *Continental* у граду *Otrokovice* (Моравски регион), који запошљава 4.500 радника и највећи је европски произвођач гума за путничка возила. Још један важан добављач је *Bosch*, лоциран у граду *Jihlava* и запошљава 5.800 људи. Већина њихових клијената укључују све главне фабрике аутомобила у Европи и извозно је орјентисан на азијске и јужноамеричке произвођаче (слика 17).

Слика 17. Произвођачи возила и Tier 1 добављачи у Чешкој



Извор: Czech Invest, 2015, Investment and Business Development Agency, (преузето 4.4.2016), <http://www.czechinvest.org/data/files/automotive-brochure-2015-97.pdf>

Економска криза је утицала на аутомобилску индустрију Чешке, са смањењем броја радника од око 10% како у страним тако и домаћим компанијама (Pavlínek, 2015; Pavlínek&Ženka, 2010). Од 15 фабрика које су затворене и пресељене током и непосредно после економске кризе, девет се односи на добављаче компоненти у страном власништву са 87,5% радника који су били запослени у тих девет предузећа (Pavlínek, 2015). Највише губитака радних места догодило се у компанијама у власништву САД. *Delphi Packard*, произвођач каблова, који је запошљавао 3.400 радника, преселио је производњу из чешког града *Lipa* у румунски град *Sânnicolau Mare*. Ова компанија је сада директни добављач *Škodi* у Румунији (Pavlínek, 2015). Компанија је објаснила своју одлуку о затварању фабрике и премештању производње високим трошковима производње, интензивној конкуренцији и прекиду уговора са *Audi*-јем и *BMW*-ом. Други највећи губитак радних места везан је за пресељење *AEES Czech Platinum Equity* у Румунију, а као главни разлог се наводе нижи трошкови рада. Фабрика је запошљавала 2.200 радника и затворена је 2009. године (Eurofound, 2014). Трећи највећи губитак од 980 радних места, односи се на затварање филијале америчког аутомобилског произвођача система за заптивање *Henniges Automotive* у 2008. години, који је пословао у граду *Ostrava* (Pavlínek, 2015).

Последња велика експанзија догодила се у марту 2014. године, када је VW покренуо производњу *Škoda SUV (Snowman)* у Чешкој. У јуну 2014. године, *Nexen*, јужнокорејски произвођач гума, изградио је фабрику у близини града *Žatec*, вредну 829 милиона евра, што представља највећу *greenfield* инвестицију у чешкој аутомобилској индустрији после економске кризе и трећу највећу страну инвестицију у земљи од 1993. године. Одлука *Nexen*-а да инвестира указује на атрактивност Чешке за нове велике пројекте СДИ у глобалној мрежи аутомобилских добављача. Чешка наставља да користи предности географске близине Немачкој, знатно ниже трошкове радне снаге у односу на Западну Европу и добро развијену базу добављача. Очекује се да ће ови фактори допринети ширењу постојећих фабрика, реинвестирању дела оствареног профита и привлачење додатних СДИ у сектору добављача у блиској будућности.

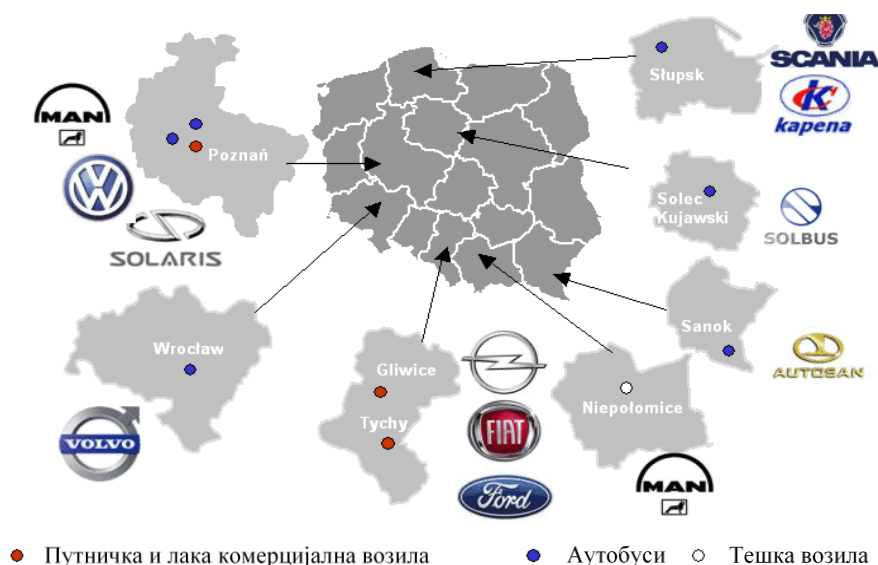
3.3.3. Развој аутомобилске индустрије у Пољској

Аутомобилски сектор је један од најважнијих сектора пољске економије. Према подацима из 2012. године, аутомобилски сектор је чинио 12% БДП-а Пољске, директно запошљавао око 150.000 људи и индиректно још 400.000 (EMIS, 2014). Пољска има велику традицију у производњи аутомобила. Јефтине и образовани људски кадар и велико домаће тржиште допринели су да земља има признату позицију на тржишту (KPMG, 2008).

Укупан износ СДИ у пољској аутомобилској индустрији до 2012. године је износио 8 милијарди евра. Слично Чешкој, Пољска је имала користи од географске близине Немачкој и ниских трошкова рада (Pavlínek, 2006). Између 1996. и 2012. године, годишњи прилив СДИ био је нестабилан и под снажним утицајем пословних циклуса и великих инвестиционих пројеката. Највећи пад прилива директних страних улагања забележен је током економске кризе, са смањењем улагања од 1,6 милијарди евра у 2008. години (Pavlínek, 2015).

Кључни произвођачи путничких аутомобила у Пољској су: *Fiat Auto Poland* (FAP), *Volkswagen Poznan*, *General Motors Manufacturing Poland* (Opel) и *Ford*. *Fiat*-а поседује фабрику у *Tychy*, VW послује у *Poznań*-у, а *General Motors* има фабрику у граду *Gliwice* (слика 18). Такође, Пољска је важан произвођач аутобуса и бродова у свету, а произвођачи су: *MAN Bus*, *Scania Production Slupsk*, *Solaris Bus&Coach*, *Volvo Polska*, *Autosan*, *Jelcz*, *Solbus* и *AMZ Kutno* (Buliński, 2010; EMIS, 2014).

Слика 18. Произвођачи моторних возила у Пољској



Извор: Paiz, 2016, Polish Information and Foreign Investment Agency, (преузето 26. 8. 2016), http://www.paiz.gov.pl/_img/_pictures/14649.png

Компанија *Fiat* је присутна у Пољској од 1930. године, када је изграђена прва *Fiat*-ова фабрика изван Италије и то у Варшави. Аутомобили брэнда „*fiat*“, произведени у Пољској под *Fiat*-овом лиценцом, подржали су моторизацију Пољске, како у предратном периоду тако и у времену Народне Републике Пољске. Култни модели 125 и 126 произведени су не само за потребе локалног тржишта већ и за извоз у земље комунистичког блока, земље Западне Европе, Африке, Азије и Јужне Америке. Након пада комунизма, новији модели су постепено увођени у производњу: „*cinquecento*“, „*uno*“, „*panda*“ и „*fiat 500*“ (EMIS, 2014). Фабрика *Fiat Auto Poland* у *Tychy*-ју, као трећи најважнији објекат у групи, после Италије и Бразила, једна је од највећих фабрика аутомобила у Европи. У 2013. години *Fiat* је био највећи произвођач путничких возила у Пољској. Произвео је укупно 295.700 возила („*fiat 500*“ – 174.183 јединица, „*lancia upsilon*“ – 61.361 јединица, „*abarth 500*“ – 8.512 јединица). *Fiat* запошљава 3.340 људи, а 99,5% производње извози у 61 земљу широм света (EMIS, 2014).

Фабрика *General Motors/Opel* у граду *Gliwice* основана је 1998. године и у њој су произвођени модели „*zafira*“, „*agila*“ и „*suzuki wagon*“. Главни модел је био „*opel astra*“. У овом тренутку фабрика производи око 220 хиљада возила годишње (углавном „*opel astra IV*“) и запошљава 3.000 радника. Такође, фабрика у граду *Gliwice* производи modele: „*astra IV hatchback*“, „*astra GTC coupe*“, „*astra OPC*“, „*astra IV sedan*“, „*astra classic sedan*“. *Opel*-ова друга фабрика у Пољској, у *Tychy*-ју, основана је 1996. године и почела са производњом 1999. године. Од тада је произведено два милиона мотора за

Opel/Vauxhall. Мотори су за моделе „*corsa*“, „*meriva*“, „*combo*“, „*astra*“ и „*zafira*“. GM инвестиције у градовима *Gliwice* и *Tychu* постројењима у Пољској превазилазе милијарду евра. У 2013. години, *General Motors* је купио цео удео у фабрици дизел-мотора у граду *Tychu* од *Isuzu*-а, чиме је постао произвођач и аутомобила и мотора (EMIS, 2014).

Toyota поседује две фабрике у Пољској, у градовима *Jelcz-Laskowice* и *Walbrzych*. *Toyota* у *Walbrzych*-у производи бензинске моторе и мењаче за различите моделе компанија *Toyota*, *Citroen* и *Peugeot*. Вредност инвестиције у ову фабрику износила је 540 милиона евра. Капацитет производње је 360 хиљада мотора и 720 хиљада мењача. *Toyota Motor Industries Poland* производи 2.0 и 2.2-литарске дизел-моторе.

Фабрика *Volkswagen Poznan* је основана 1993. године као заједничка подухват *Volkswagen AG* и *Tarpan Poznan*. Тренутно је ова фабрика, након оне у *Hannover*-у, друга по величини фабрика за производњу комерцијалних возила. Тренутно производи комерцијална возила „*caddy*“ и „*caddy maxi delivery vans*“ за ауто-тржишта широм света (EMIS, 2014). У прошлости су у овој фабрици произвођени „*škoda felicia*“ и „*fabia*“ модели. Фабрика запошљава скоро 5.000 радника, а годишња вредност продаје износи 2 милијарде евра. Производни погони VW групе у Пољској се налазе на три локације. У Познању (четврт *Antoninek*) налазе се погони за израду каросерије возила, монтажу и фарбање, док се ливница налази у четврти *Wilda*. Такође, у *Swarzedz*-у, недалеко од Познања, група има погоне у којима се врши производња заварених склопова, монтажа инструмент-табле возила и производња каросерија за специјална возила. Логистички и добављачи центри групе такође се налазе у *Swarzedz*-у.

MAN Nutzfahrzeuge је компанија која производи камионе и аутобусе који се продају под брендовима *MAN* и *Neoplan*. У Пољској компанија *MAN Nutzfahrzeuge* има три фабрике, у градовима *Poznań* и *Starachowice* производе се аутобуси, а фабрика у граду *Niepolomice*, у близини Кракова, производи камионе. У фабрику за производњу аутобуса уложено је 150 милиона евра и 100 милиона евра у производњу камиона. Компанија запошљава преко 3.000 радника. *Solaris* је уједно и други највећи произвођач аутобуса у Пољској. Компанија *Volvo* од 1995. године производи аутобусе у Пољској. У овом тренутку фабрика *Volvo Poland Buses* у *Wroclaw*-и је највећа фабрика аутобуса у Европи и производи и најновији модел багера. Компанија је трећи произвођач аутобуса у Пољској. Вредност продаје износи 500 милиона евра годишње и запошљава 600 радника. *Scania* производи транзитне аутобусе у погону у *Slupsk*-у од 1993. године (EMIS, 2014; Paiz, 2010).

Имајући у виду величину аутомобилске индустрије, економска криза није довела до великог броја стечаја, затварања и пресељења. Најважнији примери банкрота и затварања укључују: затварање *Toora Poland*, која је банкротирала у 2008. години (260 радних места изгубљено); затварање *International Automotive Components Group* (IAC), који је затворио своју фабрику у *Teresin*-у и отпустио 240 радника у 2009. години и затварање *Leoni*-ја, у граду *Ostrzeszów* са губитком 500 радних места у 2010. години. *Takata Petri* затворила је своју фабрику у *Valbrzych*-у и преселила своју производњу у Румунију у 2009. години (500 радних места изгубљено). *Remy International* је преселио производњу из *Świdnica* у Мађарску, отпустивши 200 радника у 2009. години (*Eurofound*, 2014).

Пољска аутомобилска индустрија је добила рекордан прилив инвестиција у 2012. години у износу од 1,3 милијарде евра. Број новоизграђених страних фабрика је варирао, од 34 у 2004. години и 26 у 2008. години и на само шест и пет у 2009. односно 2010. години (ЕУ, 2010; PIFIA, 2013). Укупна производња возила је смањена за 39% у периоду између 2008. и 2013. године (ОИСА, 2014) и погодила је све произвођаче у Пољској (*Fiat*, *GM/Opel* и *FSO*). Међутим, Пољска има разноврснију аутомобилску индустрију у односу на Чешку, Мађарску, Словачку и Румунију. Пољска је највећи произвођач теретних возила (108 хиљада јединица у 2013. години, у поређењу са 4.458 у Холандији и 2.400 у Мађарској). Производња комерцијалних возила је смањена за свега 2,3% (2.582 јединица) између 2008. и 2012. У поређењу са другим земљама ЦИЕ, Пољска се више ослања на сектор добављача него на производњу возила. Овај сектор чини 60% њене аутомобилске индустријске производње и 43% њеног извоза у 2012. години. Од 40 фабрика мотора у ЦИЕ, њих 16 је лоцирано у Пољској (PIFIA, 2013).

У 2014. години VW је у граду *Września*, у близини Познања, отворио фабрику за производњу комерцијалних возила. Ова инвестиција је вредна више од 800 милиона евра, са планираним годишњим капацитетом од 100 хиљада возила до 2019. године. Очекује се стални напредак пољске аутомобилске индустрије имајући у виду њене конкурентне предности: географски положај, ниске трошкове радне снаге, квалификовану радну снагу и велико домаће тржиште.

3.3.4. Развој аутомобилске индустрије у Словачкој

Аутомобилска индустрија има јаку традицију и најважнији је сектор и покретачка снага словачке привреде, имајући у виду њен утицај на запошљавање, извоз и регионални

и локални развој. Током протеклих двадесет година ова индустрија је примила велики обим СДИ.

Кључним импулсом за аутомобилску индустрију Словачке сматра се оснивање фабрике аутомобила у Братислави (BAZ) 1971. године, а која је била пратећа компанија чешке *Škode* и *Tatre*. Производња серијских аутомобила отпочела је тек 1982. године (модел „*škoda GARDE*“). Производња је трајала до краја 1989. године. У раним деведесетим, када је немачка компанија *Volkswagen* одлучила да инвестира у Словачку и изгради фабрику за производњу аутомобила у Братислави, Словачка је почела да гради једну од водећих светских позиција у аутомобилској индустрији. Словачка је данас један од водећих произвођача аутомобила у ЦЕ, углавном због успостављања производње три светске аутомобилске компаније: *Volkswagen Slovakia*, *PSA Peugeot Citroen* и *Kia Motors* (SARIO, 2016).

Словачка је доживела раст прилива СДИ у првој деценији 21. века, доласком компанија *PSA Peugeot Citroen* и *Kia*. Оба произвођача су привукла велике износе СДИ својих добављача компоненти. Такође, VW је знатно проширио своју производњу у Словачкој после 2000. године, привлачењем великог броја најважнијих добављача (Pavlínek, 2015). СДИ у аутомобилској индустрији су порасле са 448 милиона евра у 2003. години на 3 милијарде евра у 2008. години и на 2,5 милијарди евра у 2012. години. Словачка влада је увела нови систем подстицаја за инвестиције смањивши порез на профит са 43% на 29% (Duman&Kureková, 2012; Fisher et al., 2007). Као резултат великих прилива инвестиција, производња аутомобила порасла је са 3.453 јединица у 1990. години на 180.706 јединица у 2000. години, 556.941 јединица у 2010. години и 975.000 у 2013. години (OICA, 2014). Словачка је данас земља са највећом производњом возила по глави становника у свету и други је по величини произвођач аутомобила у ЦИЕ.

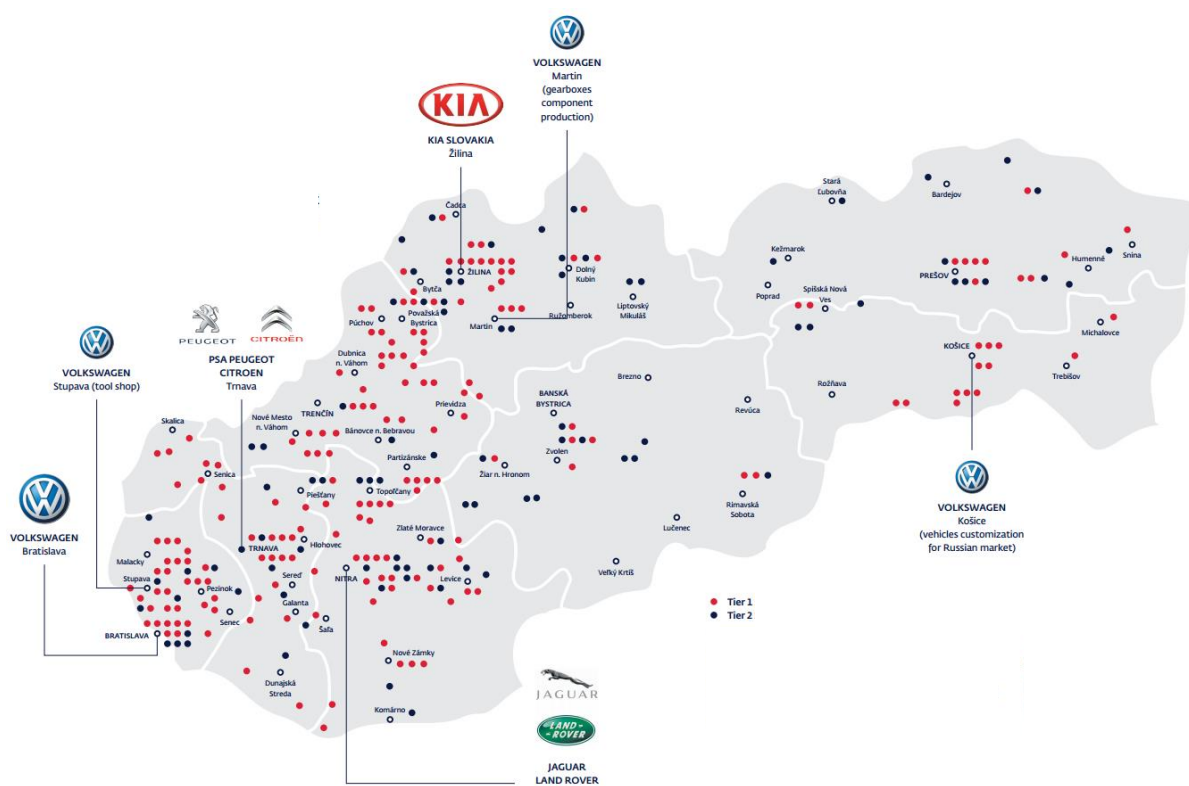
У 2014. години, аутомобилски сектор у Словачкој је запошљавао око 280.000 радника (директно произвођача возила заједно са директним добављачима и индиректно у аутомобилској индустрији), и чинио је 43% индустријске производње и око 35% извоза. Највећи број аутомобила произведених у Словачкој извози се у друге чланице ЕУ, али и у Русију и Кину. Када се прерачуна према броју становника, Словачка је у 2015. години произвела највише аутомобила на свету, односно 178 возила на 1.000 становника. У погонима VW, PSA и KIA у 2014. години је произведено укупно 971.160 возила (SARIO, 2016).

Присуство глобалних играча у Словачкој је створило снажну основу за развој индустрије посебно у сектору добављача. Преко 200 аутомобилских компанија за

снабдевање деловима је лоцирано у Словачкој. Из географске перспективе, мреже добављача су формиране у четири региона (слика 19) (SARIO, 2016):

- ❖ **Регион Bratislava** – база VW Slovakia и његових добављача;
- ❖ **Регион Trnava** – база PSA Peugeot Citroen и његових добављача;
- ❖ **Регион Žilina** – база KIA Motors, VW фабрика за производњу делова у Martin-у и њихови добављачи и
- ❖ **Prešov регион – Košice** – фабрике глобалних добављача: U-Shin Slovakia, Magneti Marelli, Lear Corporationu др.

Слика 19. Аутомобилска индустрија у Словачкој – произвођачи возила, Tier 1 и Tier 2 добављачи



Извор: SARIO, 2016, Slovak Investment and Trade Development Agency, (преузето 6. 6. 2016), <http://www.sario.sk/sites/default/files/content/files/sario-automotive-sector-in-slovakia-2016-web.pdf>

У региону Братиславе лоцирано је 67 добављача (као и VW), и то је регион са највећим бројем добављача. Мерено приходима у 2014. години, највећи добављач у овом региону је OMV Slovensko. Регион Кошице има најмање добављача, само њих 17. Највећи добављач у региону је U. S. Steel Кошице са приходом од две милијарде евра остварених у 2014. години (Eurofound, 2014).

Економска криза довела је до смањења производње аутомобила за 24% (у 2009. години) и смањења производње делова (SARIO, 2016). Било је 13 банкрутстава,

затварања и пресељења у иностранство током и одмах после економске кризе. На пример, *Delphi* је отпустио 1.900 радника у граду *Senica* између 2006. и 2010. године и преселио фабрику у Румунију, Тунис и Турску у периоду између 2007. и 2011. године (Pavlínek, 2015). Након економске кризе, *Delphi* је отворио само 250 нових радних места у граду *Senica* између 2012. и 2014. године (Eurofound, 2014). Други највећи губитак радних места у Словачкој је повезан са затварањем *Yazaki Slovakia* у граду *Prievidza* у западној Словачкој у 2010. години који је запошљавао 1.211 радника. *Molex Slovakia* је затворило фабрику у 2010. години отпустивши 1.000 радника у граду *Kechnes* у источној Словачкој. Стечај *Jas Elmont*, словачког произвођача каблова који се налазе у граду *Snina* у источној Словачкој, резултирао је отпуштањем 1.000 радника.

До 2011. године укупна производња аутомобила није се у потпуности вратила на ниво пре кризе, са великим повећањем производње у 2012. и 2013. године услед велике експанзије производње VW, као и због постизања пуног капацитета производње PSA и *Kia*-е од 300.000 возила годишње. VW је уложио 308 милиона евра у повећање производње. Ова инвестиција довела је до отварања 1.500 радних места и дуплирања производње (419.888 возила у 2012. у поређењу са 210.441 у 2011. години и 104.300 у 2009. години) (VW, 2013). У нову фабрику за заваривање у Братислави уложено је 600 милиона евра у 2013. години.

Главне предности Словачке укључују географску близину Немачке и остатака Западне Европе, уз ниске зараде и агресивну инвестициону промоцију словачке владе. У поређењу са Чешком, Мађарском и Пољском, Словачка има велику предност у коришћењу евра, чиме се елиминише ризик промене валуте. Словачка је имала најниже трошкове рада у ЦЕ крајем деведесетих и наредне деценије, али од 2012. године њене зараде су превазишле мађарске и пољске и биле су само незнатно ниже од чешких. Након девалвације чешке круне крајем 2013. године, словачке зараде имају тенденцију да постану највише у ЦЕ.

3.3.5. Развој аутомобилске индустрије у Румунији

СДИ у аутомобилској индустрији Румуније биле су веома мале до касних деведесетих. Куповина *Dacia*-е од стране *Renault*-а у септембру 1999. године и његов даљи развој као глобалног *low-cost* брэнда након 2000. трансформисао је румунску аутомобилску индустрију. Након тога, румунска индустрија компоненти постигла је спектакуларан развој. Традиционални добављачи *Renault Auto Chasis International*, *Valeo*,

Euro APS, Johnson Controls, Autoliv Inergy Euralkom, Michelin и *Continental* инвестирали су у Румунији. Међу румунским добављачима *Dacia* најзначајнији су *Elba* из *Темішвара*, *Autonova* из града *Satu Mare, Rombat Bistrica* и *UAMT Oradea*. До 2014. године, само *Renault* је инвестирао у *Daciu 2*, 2 милијарде евра (Gillet, 2014).

Након што је *Ford* од Владе Румуније преузео фабрику аутомобила из *Крајове*, фабрике су отворили кооперанти из САД и то: *Johnson Controls, Bamesa, Kirchoff Automotive, Leoni Wiring Systems* и *Gestamp Automotion*. Најзначајнији добављачи *Ford*-а су *Faurecia*, која производи пресвлаке за седишта у жупанији *Sibiu* и произвођач фелни *Magnetto Wheels* у *Dragasaniју*. Група *Kontinental* инвестирала је 120 милиона евра у фабрику ауто-гума у *Темішвару*. Велике инвестиције реализовали су *Lisa, Draexlmaier, Leoni, Khunke Relee, Bos, Siemens, TMD Friction, Benteler, Optibet, Schneider&Oechsler, Hella Lighting* и *Stabilus*. Јапанске компаније *Calsonic Kansej* и *Yazaki* имају фабрике у *Плојештију* и *Sumitomo* у *Alba Juliji, Devi* и *Oraštiју*. Међутим, економска криза је успорила напредак *Ford*-а у граду *Craiova*. Уместо средином 2009. године, производња је отпочела тек 2012. године, када је произведено само 30.591 возила типа *В-Мак* (ОИСА, 2014).

Према подацима *Eurostat*-а, СДИ у аутомобилској индустрији Румуније порасле су са 416 милиона евра у 2003. години на 2,8 милијарде евра у 2012. години (*Eurostat*, 2014). Између 1997. и 2009. године, 127 добављача је отворило фабрике у Румунији. Највећи пораст је забележен пре економске кризе у 2006. и 2007. години као и у другим земљама ЦИЕ, након чега је дошло до наглог смањења броја нових фабрика. Међутим, Румунија наставља да буде атрактивна за измештање производње из других земаља, нарочито из ЦЕ. Она има користи од чланства у ЕУ и ниских зарада. У 2012. години просечне зараде по сату у аутомобилској индустрији износиле су: 36,98 евра у Немачкој, 3,78 евра у Румунији, 9,30 евра у Чешкој, 6,96 евра у Мађарској, 6,42 евра у Пољској и 8,79 евра у Словачкој (*USBLS*, 2013). Само у 2012. години, страни инвеститори су отворили 8.550 нових радних места (*Eurofound*, 2014).

Ford је искористио постројења у *Craiovi* за уступке од радника у својим другим европским погонима, претећи им измештањем производње у Румунију. У 2014. години, на пример, радници *Ford*-ове фабрике у *Келну* су пристали на флексибилнији систем смена и флексибилније радно време након што је компанија запретила да ће премести производњу модела „*fiesta*“ у Румунију (Henning, 2014).

Renault је у више наврата најављивао да ће преместити производњу у Мароко, где је у 2012. години у новој фабрици почела монтажа *Dacia* аутомобила, након штрајка радника и повећања зарада. Просечна месечна плата у фабрици *Dacia* у *Mioveni* у

Румунији била је око 900 евра у 2014. години (950 евра, укључујући бонусе) у поређењу са 285 евра у 2008. години пре штрајка радника (Rosemain&Timu, 2014). Румунија није имала ниједан случај пресељења у иностранство, банкрота или затварања током и након економске кризе (Eurofound, 2014). Уместо тога, Румунија има користи од селидби из других земаља. Изгледи за даљи прилив СДИ у ауто-индустрију врло су добри јер су румунске зараде у производњи много ниже него у Немачкој али и земљама ЦЕ.

3.3.6. Развој аутомобилске индустрије у Словенији

Словенија је имала најнижи износ СДИ у аутомобилској индустрији у ЦИЕ (изузев Србије) од око 266 милиона евра до 2012. године. Директна улагања су нагло порасла пре економске кризе, са максимумом у 2008. години. Словенија има само једно аутомобилско постројење, *Revoz*, који се налази у Новом Месту. *Renault* је већински власник *Revoz*-а од 1991. године и њен једини власник од 2004. године, са годишњим капацитетом од 220.000 возила. *Renault* запошљава близу 2.000 радника (*InvestSlovenia*, 2016). У 2013. години произведено је 93.700 возила. Производња је достигла врхунац у 2009. години (202.570 јединица) и 2010. (201.039 јединица) (ОИСА 2014; Stanford, 2010).

Као и у другим земљама ЦИЕ, аутомобилска индустрија Словеније је погођена економском кризом, што је довело до великих губитака радних места. Током и након економске кризе, пет добављача (од чега два у словеначком власништву), затворена су између 2007. и 2014. године са укупним губитком 1.343 радних места (*Eurofound*, 2014). *Siemens* је 2009. године затворио *Transportation Systems* фабрику у Марибору, отпустивши свих 322 радника.

Од 2014. године, *Renault* је уложио 450 милиона евра у постројења за производњу малих аутомобила, као што су „*clio*“ и „*twingo*“ (СТА, 2014б). *Renault* је уложио 150 милиона евра у 2013. и 2014. години само да покрене производњу нових модела „*twingo*“ и „*smart*“ са четири седишта („*smart forfour*“). Производња је проширена за око 25% и за око 450 нових радних места у 2014. години, поред 270 радних места између марта и јуна 2013. године (СТА, 2014а). Међутим, само око 30% компоненти за нови „*twingo*“ је произведено у Словенији. *Renault* је привукао знатно мање страних добављача у Словенији од других постројења у ЦИЕ. Између 1997. и 2009. године било је 23 инвестиција у аутомобилску индустрију, што је око 10% од броја добављача које су привукле Чешка и Пољска и такође знатно мање од броја добављача у Словачкој и Мађарској.

Након економске кризе није било нових инвестиција добављача делова. Словенија је мање атрактивна као дестинација за аутомобилске инвестиције у односу на друге земље ЦИЕ из два основна разлога. Прво, *Renault* има малу производњу гледано по броју произведених возила, па је стога теже убедити стране добављаче да лоцирају своје фабрике у близини фабрике *Revoz*. Други разлог су релативно високе зараде у односу на друге земље ЦИЕ (Pavlínek, 2015).

III ДЕО

МЕРЕЊЕ УТИЦАЈА КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА НА УРБАНИ РАЗВОЈ КРАГУЈЕВЦА

1. АНАЛИЗА АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ У КРАГУЈЕВЦУ

1.1. Историјат аутомобилске индустрије у Крагујевцу

Крагујевац као прва престоница модерне Србије, данас представља економски, политички и културни центар Шумадијског региона и један је од највећих градова у Србији. За протеклих педесет година био је регионални центар аутомобилске индустрије на Балкану. Демографски трендови за последњих пет деценија били су веома повољни за развој града, са константним растом броја становника. Међутим, економски услови нису били повољни током деведесетих година, као ни током првих осам година транзиционог процеса (2000–2008. године). Број запослених је опао, а велики број предузећа је затворен или је исказао негативне резултате. Оваква економска ситуација последица је пре свега јаке концентрације и зависности од фабрике аутомобила, која је успешно пословала до распада земље и кризе деведесетих година прошлог века. Током првих година транзиције, било је јасно да фабрика аутомобила не може опстати без јаког партнерства са страним произвођачем.

1.1.1. Аутомобилска индустрија до 1990. године

Прича о крагујевачком Заводу *Црвена застава* почиње пре више од 160 година када је основано прво индустријско предузеће у Србији под именом *Тополивница*. Године 1904. у фабрици почиње поправка возила са производњом ауто-делова. Међутим, рођенданом фабрике аутомобила *Застава* сматра се 26. август 1953. године. У тадашњим Заводима *Црвена застава* на референдуму се тог дана 96% запослених сагласило са предлогом да се највећи део остварене добити уложи у развој аутомобилске индустрије. Већ 1953. године, у крагујевачкој фабрици склопљено је 162 ципова марке „*willys*”. Ипак, права производња аутомобила почиње годину дана касније када је потписан уговор са *Fiat*-ом о откупу лиценце за производњу „*fiat AP-55 kampanjola*“ и лимузине „*fiat 1400 VJ*“ и „*fiat 1100 B*“⁴.

⁴ <http://www.magazinauto.com/60-godina-zastava-automobila/>, (преузето 2.9.2015).

Ипак, права масовна производња отпочела је увођењем малог „масовног модела“. Производња легендарног „фиће“ почела је 1955. године и трајала све до 1985. године. За то време, из фабрике је изашло укупно 923.487 примерака. Приступачност али и невероватан шарм учинили су га најславнијим аутомобилом марке „застава“ у историји. Важне године су 1957. и 1958, када је постављен чврст темељ у индустрији за снабдевање производње полуфабрикантима, као што су, на пример, одливци и отковци.

Први аутомобили марке „застава“ извезени су 1965. године. Најпре је извезено шест хиљада возила у Пољску, потом је уследио пласман на тржиште Финске, Колумбије и Грчке, а касније је извоз проширен на Холандију, Белгију, Западну Немачку и Француску. Године 1968, проширени су производни капацитети на 85.000 возила годишње уз учешће *Fiat*-овог капитала и домаћег кредита. Заводи *Црвена застава* имали су већ седам фабрика, пет у Крагујевцу и по једну у Македонији и на Косову.

Крајем 1971. године отпочела је производња „заставе 101“, првог сопственог возила. Модел је развијен на бази модела „*fiat 128*“, који је проглашен за ауто године 1968. Серијска производња „југа“ почела је 1980. године, а „флориде“ 1988. године. У погонима крагујевачке фабрике производио се и „уно“, као и „128“. Фабрика је имала и „допунски програм“, па је тако продавала „пезејац“, „пеглицу“, „ладу“ и популарну пословну лимузину „*fiat 132*“, као и „арђенту“⁵.

Извоз „југа“ у Америку осамдесетих година је био економски напредак светског значаја на пољу малих возила у тој земљи, са продатих 145.511 примерака. Међутим, рат је негативно утицао на аутомобилску индустрију у Србији и *Застави* одузео шансу за развој имица који би јој нова „флорида“ сигурно донела.

1.1.2. Аутомобилска индустрија у периоду 1990–2008. године

У периоду од 1991. до 1998. године долази до распада СФРЈ и увођења економских санкција међународне заједнице. Године које следе су најтеже у историји крагујевачке фабрике аутомобила. Упркос губитку америчког тржишта због почетка рата и неколико кључних добављача током 1991. године, долази до постепеног оживљавања производње и продаје за домаће тржиште у 1998. години. Међутим, услед бомбардовања, производња је била заустављена и уништено је око 160.000 квадратних метара

⁵ <http://www.magazinauto.com/60-godina-zastava-automobila/>, (преузето 2.9.2015).

производних површина⁶. *Застава* је током целе 2000. године успела да произведе само 15.000 возила. Године 2001. почела је производња два модела „koral in L“ и „florida in L“. *Застава* је током 2005. године заузела 35% српског тржишта.

Године 2005. потписан је уговор са *Fiat*-ом о склапању модела „punto“ под називом „застава 10“. Производња „заставе 10“ по лиценци *Fiat*-а почиње 2007. године на роботизованој линији у коју је уложено 14.700.000 евра⁷. Поред овог уговора, компанија *General Motors* (GM) и фабрика аутомобила *Застава* потписале су уговор 2007. године о склапању аутомобила „opel astra“ у Крагујевцу у току 2008. године. *Застава* је до 2009. године, када је уједно био и последњи дан производње аутомобила у Крагујевцу под заштитним знаком домаћег брэнда, произвела више од 4.100.000 возила, од којих је 650.000 извезла у 76 земљу света (Ђевић, 2007).

У Србији се јула 2007. године обнављају уговори о лиценци, па *Застава* отпочиње са склапањем модела. У лето 2008. године, договор између *Fiat*-а и Владе Србије обележава се оснивањем мешовитог предузећа *Fiat Automobili Srbija* (FAS). Склапање модела „punto classic“ са знаком *Fiat*-а, почиње у априлу 2009. године. До децембра исте године произведено је 16 хиљада возила, а 2010. године произведено је 30 хиљада возила⁸.

1.2. Историја *Fiat*-а

Историја *Fiat*-а, као једног од пионира у европској ауто-индустрији, почела је пре више од једног века, на самом почетку периода италијанске индустријализације у којој је ова компанија имала водећу улогу. Од тада, *Fiat* је константно растао и развијао своје присуство у свету.

1.2.1. Оснивање *Fiat*-а и интернационална експанзија

Fiat, Fabbrica Italiana Automobili Torino, основан је 1899. године од стране групе инвеститора и предузетника, укључујући и *Giovanni Agnelli*-ја. Прва фабрика отворена је 1900. године у улици *Corso Dante* у *Torino*. Том приликом запослено је 150 радника који

⁶ <http://www.magazinauto.com/60-godina-zastava-automobila/>, (преузето 2.9.2015).

⁷ <http://www.politika.rs/scc/clanak/40999/Povratak-FIAT-a-u-Zastavu>, (преузето 5.9.2015).

⁸ <http://fiatsrbija.rs/fiat-brend/istorija>, (преузето 5.9.2015).

су производили двадесет четири аутомобила годишње. Први *Fiat*-ов лого, овалног облика и плаве позадине, креиран је и усвојен је 1904. године (слика 20).

Слика 20. Први *Fiat*-ов лого



Извор: <http://fiatsrbija.rs/fiat-brend/istorija>, (преузето 17.9.2015)

Године 1906. *Vincenzo Lancia* оснива своје аутомобилско предузеће. Године 1910. у Милану група инвеститора оснива *Alfi*, која ће након неколико година постати трећи носилац аутомобилске индустрије под вођством *Nicola Romea*. Ова индустријска група претворила се у симбол Италије, земље која се у том тренутку налазила у дубокој еволуцији и суочавала са растом масовне индустријске производње.

Године 1908. године *Fiat* је у покушао да се пробије на интернационално тржиште основавши компанију *Automobile Co.* у САД. Производња је расла и развијала се, тако да су поред путничких аутомобила произвођени и камионети, бродски мотори, камиони и трамваји. Након неколико година, *Fiat* је модернизовао производњу. У аутомобиле су уграђивани електрични акумулатори, а компанија је патентирала и свој први мењач. Због тога су *Fiat*-ови аутомобили постигли добре резултате на првим ауто-тркама, поставивши неколико рекорда.

Године 1916, почела је изградња фабрике *Lingotto* под руководством *Giacomo Matte Truccho-a*. То је била највећа фабрика у Европи у том периоду. Имала је пет спратова и футуристичку тест-стазу на крову. Изградња је завршена 1922. године, а убрзо потом је стекла статус симбола аутомобилске индустрије широм света.

1.2.2. Пословање *Fiat*-а за време и непосредно након Првог и Другог светског рата

Током Првог светског рата, целокупна производња компаније се оријентисала на снабдевање војске, па је самим тим проширила делатност на индустрију челика, изградњу железнице, производњу струје и средстава за јавни транспорт. По завршетку рата, наступиле су године трансформације и свеобухватна криза, међутим већ 1923. године, *Fiat* је наставио свој раст и развој захваљујући ефективној политици смањења трошкова.

Произведени су нови модели, међу којима је био и „509“, први аутомобил са четири седишта.

Fiat је тридесетих година 20. века усмерио своје планове ка интернационалној експанзији и окренуо се производњи за инострано тржиште. Значајан технолошки развој имали су камиони и путничка возила. Истовремено се развијао и железнички и авионски саобраћај. У том периоду појавила су се први модели аутомобила намењени широј популацији: „*balilla*“, позната и као „*tariffa minima*“ због мале потрошње горива и „*topolino*“, најмањи путнички аутомобил на свету. Године 1937, почели су радови на великом *Mirafiori* постројењу у Торину⁹.

За време рата Другог светског рата дошло је до повећања производње камиона, док је производња аутомобила драстично смањена. Године 1948, завршена је реконструкција постројења уништених у току рата. *Fiat* лансира два нова модела аутомобила: „500“ и „1400“. Профит је почео је да расте, а број запослених се повећавао. Наставило се и са истраживањем у области бродских и авионских мотора. Први италијански млазни авион, G80, произведен је 1951. године.

Овај период карактерише нагли раст производње аутомобила и пољопривредних машина. Прво *Fiat*-ово возило са дизел-мотором представљено је 1953. године. До 1964. године настали су многи модели попут модела „600“ који је био велики путнички аутомобил, представљен је нови „500“ модел, затим „*giardinetta*“ као претходник караван возила, као и модели „1800“, „1300“ и „1500“.

1.2.3. Технолошки напредак и ширење пословања

У периоду од 1965. до 1977. године производња и извоз су били у сталном порасту, а просек броја становника по аутомобилу смањено са 96 на 28. Године 1971. произведен је нови популарни путнички аутомобил „127“. Процес производње се све више аутоматизовао како би се изборило са нафтном кризом и наставило са техничким иновацијама¹⁰.

Систем *Robogate*, нови роботизовани систем за склапање каросерије направљен је 1978. године. У оквиру *Fiat Auto S. р. А.* нашли су се и брендови „*abarth*“ и „*ferrari*“. У почетку је преузето 50% удела у *Ferrari*-ју, док је тај проценат касније повећан на 87%. *Alfa Romeo* је преузет 1984. године, а престижни бренд спортских аутомобила „*maserati*“

⁹ <https://www.fcagroup.com/en-US/group/history/Pages/default.aspx>, (преузето 5.9.2015).

¹⁰ <https://www.fcagroup.com/en-US/group/history/Pages/default.aspx>, (преузето 5.9.2015).

постао је део компаније девет година касније. Поред *Fiat Auto* основане су и следеће компаније: *Ferroviana*, *Avio*, *Trattori*, *Engineering*, *Comau*, *Teksid* и *Magneti Marelli*.

„*Fiat panda*“ настао је 1980. године, а две године касније произведен је и „*fiat uno*“. „*fiat tipo*“ се појавио 1989. године и добио престижно признање за аутомобил године због врхунске технологије. „*Fiat punto*“ настао је 1993. године, а две године касније добија признање Аутомобил године. Компанија уводи нову стратегију која се базира на оријентацији ка интернационалном тржишту са значајним уделом на тржиштима у развоју. То јој омогућава да заради више од 60% укупног профита изван Италије.

Fiat је промовисан као иновативан бренд који по приступачним ценама нуди напредна технолошка решења. Крајем 20. века, *Fiat* обележава своју стогодишњицу и тим поводом објављује нови лого компаније (слика 21). Нови „*punto*“ са иновативним 1.3 *multijet 16v* мотором представљен је тачно десет година након премијерног појављивања модела.

Слика 21. *Fiat*-ов лого поводом стогодишњице постојања



Извор: <http://fiatsrbija.rs/fiat-brend/istorija>, (преузето 18.9.2015)

Модел „*idea*“ представља револуцију у дизајну аутомобила. Много пажње је усмерено на високотехнолошким и интелигентним решењима предвиђеним да олакшају многе аспекте свакодневнице у аутомобилу. На овом моделу представљен је нови округли лого са циљем промоције нове мисије бренда. У периоду између 2004. и 2006. године долази до интензивних технолошких истраживања, фокуса на квалитету дизајна и неговања поверења и лојалности купаца. Развијени су нови аутомобила као што су: „*idea*“, „*seicento*“, „*stilo*“ и „*multipla*“, а лансирана је и „*panda 4x4*“.

Године 2005. појављује се нови модел „*croma*“ као и „*grande punto*“. *Multijet* мотори, који штеде гориво и имају врхунске перформансе допринели су правом успеху нових *Fiat*-ових модела аутомобила. Модел „*bravo*“, као спој лепоте и технологије, лансиран је 2007. године са новим *Fiat*-овим лого-ом (слика 22).

Слика 22. Актуелни *Fiat*-ов лого

Извор: <https://www.fcagroup.com/en-US/group/history/Pages/default.aspx>, (преузето 18.9.2015)

Актуелни *Fiat*-ов лого је симбол за високу технологију, италијански дизајн, динамичност и разноликост, као основне карактеристике свих *Fiat*-ових модела. Основна мисија *Fiat*-а је прављење аутомобила привлачног дизајна са високотехнолошким моторима, аутомобила који су приступачни и побољшавају квалитет свакодневног живота. FCA је посвећен константном и брзом напретку, технолошким истраживањима, квалитету дизајна и уливању поверења својим купцима¹¹.

Првог фебруара 2007. године, *Fiat Auto* мења назив у *Fiat Group Automobiles S.p.A* и у себе апсорбује пет предузећа: *Fiat Automobiles*, *Alfa Romeo Automobiles*, *Lancia Automobiles*, *Abarth* и *Fiat Professional*. Нови *Fiat* се све више усмерава на квалитет и бригу за потребе људи и окружења. Како би превазишао кризу која погађа светску економију у 2008. години, група преузима водећу улогу у реконструкцији аутомобилске индустрије. Наиме, *Fiat* склапа стратешки савез са *Chryslerom LLC* и са капиталом улази у ову америчку компанију у првој половини 2009. године. *Chrysler* је обезбедио платформе и моторе за мала и средња возила као и технологију која спада у најразвијеније и најиновативније у свету¹².

FCA (*Fiat Chrysler Automobiles N.V.*) данас представља велику мултинационалну корпорацију, која је основана 2014. године преузимањем потпуне контроле над америчком компанијом *Chrysler* од стране *Fiat S.p.A*. Новонастала холдинг компанија основана је у Холандији са седиштем глобалне управе у Лондону. FCA група се бави дизајном, производњом и продајом аутомобила, камиона, трактора, пољопривредних и грађевинских машина, мотора и аутомобилских компоненти и производних система. Група примарно послује у аутомобилској индустрији, обављајући делатности дизајнирања, инжењерства, производње, дистрибуције и продаје возила на глобалном тржишту. FCA група послује у 40 земаља преко својих компанија, док су њени производи присутни у приближно 150 земаља света. У 2014. години остварила је приходе од 96

¹¹ <http://fiatsrbija.rs/flat-brend/>, (преузето 18.9.2015).

¹² <https://www.fcagroup.com/en-US/group/history/Pages/default.aspx>, (преузето 18.9.2015).

милијарди евра, запошљавала 232 хиљаде лица и била седми највећи произвођач аутомобила у свету (FCA Group, 2016; OICA, 2015).

2. АНАЛИЗА УСЛОВА И ПРЕТПОСТАВКИ РАЗВОЈА КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА (2008–2016)

FCA Srbija d.o.o. Kragujevac је део једне од највећих аутомобилских групација у свету, FCA (*Fiat Chrysler Automobiles N.V.*), која је од 1899. године произвела више од 90 милиона возила с марком „*fiat*“, „*alfa romeo*“, „*lancia*“, „*abarth*“ и „*fiat professional*“. Од Италије до Турске, до Бразила и Индије, FCA има преко 200 хиљада запослених, 203 погона као и 118 И&Р центара на пет континената у којима је запослено приближно 15 хиљада висококвалификованог особља¹³.

Једна од најзначајнијих инвестиција у нашој земљи је улагање *Fiat*-а у оживљавање аутомобилске индустрије чиме се деловало на укупну српску индустрију кроз јачање извозног потенцијала. *Fiat* је, користећи искуство стечено кроз традиционалну сарадњу са крагујевачком *Заставом*, у 2008. години основао заједничку компанију са Владом Републике Србије, уз дефинисање обавеза које на себе преузимају партнери.

После дужих преговора, држава је 2008. године постигла договор са италијанским произвођачем аутомобила *Fiat S.p.a.* о заједничком улагању у нови производни погон а производња новог модела „*fiat 500L*“ отпочела је 2012. године. Долазак *Fiat*-а допринео је како оживљавању аутомобилске индустрије тако и развоју осталих сектора. У септембру исте године, италијанска компанија *Fiat Group Automobiles (FGA)* потписала је споразум којим је дефинисана власничка структура по којој 67% компаније припада *Fiat*-у, док је преосталих 33% у власништву мањинског партнера, Владе Републике Србије (ВРС). *Fiat* и ВРС су крајем 2009. године потписали Анекс уговора о оснивању мешовитог предузећа *Fiat Automobili Srbija (FAS)*, које је задржало 67% власништва *Fiat*-а, а 33% је остало у власништву Републике Србије¹⁴.

Уговор о заједничком инвестиционом улагању потписан је 28. септембра 2008. године од стране и између: Републике Србије (РС), коју заступа ВРС и *Fiat Group Automobiles S.p.A. (FGA)*, основаног друштва које послује по законима Републике Италије. С обзиром на то да је FGA лидер у аутомобилској индустрији и производњи путничких аутомобила а да је Група *Застава возила* а.д. Крагујевац једини произвођач путничких аутомобила у РС и некадашњи лидер на регионалном тржишту, на бази

¹³ <https://www.fcagroup.com/en-US/group/Pages/group.aspx>, (преузето 20.9.2015).

¹⁴ http://www.srbija.gov.rs/extfile/sr/179492/ugovor_o_zajednickom_investicionom_ulaganju.pdf. (преузето 22.9.2015).

претходне сарадње, FGA је одлучила да инвестира у РС инсталирањем новог производног погона у сарадњи са РС.

Стране у уговору су потврдиле да би сарадња представљала инвестицију од великог значаја за РС, због планираног обима производње, извоза и запошљавања, што би било корисно како за регион Крагујевца тако и за читаву привреду РС. Значај инвестиције за FGA односи се на очекивани висок ниво ефикасности и конкурентности нове производне базе за производе који ће се извозити углавном на тржиште ЕУ и САД. Овим уговором су регулисани услови и начини под којима ће стране остварити сарадњу као инвестицију од посебног интереса за РС у области аутомобилске индустрије сходно Уредби о условима и начинима за привлачење СДИ. РС се обавезала на добијање статуса слободне царинске зоне на територији локације Крагујевца, тако да су FGA и добављачи, као корисници те слободне зоне, ослобођени царинских дажбина на увоз делова, компонената, сировина и опреме за пословање FGA или његових добављача.

FCA Srbija d.o.o. Крагујевас је нов назив компаније од марта 2015. године. Нова фабрика FCA Srbija у Крагујевцу отворена је у априлу 2012. године и данас је то један од најмодернијих производних погона у оквиру *Fiat Chrysler Automobiles* групе у свету. Отварање фабрике резултат је трогодишњих обимних преговора и радова на реконструкцији 1,4 милиона квадратних метара фабрике. Након решавања инфраструктурних проблема и постављања монтажне линије, у 2012. години је отпочела производња модела „*fiat 500L*“, у верзијама *standard*, *living* и *trekking*. „*Fiat 500L*“ се у продаји на домаћем тржишту налази од септембра 2012. године, а извози се на европско и светско тржиште. Номинован је за европски аутомобил 2013. године и освојио је пет звездица на европском NCAP-у (програм оцене нових аутомобила).

У марту 2013. године потписан је Протокол о регулисању међусобних односа којим се уређују међусобна права и обавезе између РС и FCA Srbija, поводом додатног улагања и запошљавања¹⁵. FCA је тада намеравала да знатно повећа број запослених лица и да изврши велику инвестицију ради унапређења организације фабрике FCA у Крагујевцу са циљем повећања производње и увођења нових верзија модела „500L“. Споразумом је одређено:

¹⁵ Протокол о регулисању међусобних односа, Република Србија, 22. март 2013. године, <http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/2013/Protokol%20%2021%2003%2013%20.pdf>, (преузето 22.9.2015).

- Додатно запошљавање најмање 600 радника до краја 2013. године, а највише 1.400 нових радника до краја 2014. године.
- Спровођење додатног инвестиционог улагања у износу од 10 милиона евра. FCA је до краја 2013. године реализовала инвестицију у проширење производних капацитета, а са циљем стварања услова за производњу нове верзије модела „*fiat* 500L“ са 7 седишта и увођења у производњу посебне верзије текућег модела „*fiat* 500L“ за домаће тржиште под називом „*nacionale*“.
- Умањење продајне цене модела „*fiat* 500L *nacionale*“ намењеног за домаће тржиште.
- С циљу подршке инвестиције, запошљавања и подстицаја, РС планира да уложи 14 мил. евра како би се реализовао потписани Протокол.

FCA Србија је водећи српски извозник, са преко 3.000 запослених. У крагујевачку фабрику је уложено преко 1,3 милијарде евра, од чега 850 милиона евра само у набавку најсавременије опреме. FCA Србија је генерални дистрибутер и увозник познатих аутомобилских брендова: *fiat*, „*alfa romeo*“, „*fiat professional*“, „*jeep*“ и „*abarth*“. Од доласка на српско тржиште *Fiat* је посвећен развоју друштвено одговорног пословања у локалној заједници. Циљ компаније је да на дугорочном нивоу пружи подршку локалној заједници у области заштите животне средине, али и помогне развој образовања, спорта, уметности и културе¹⁶.

Током 2015. и 2016. године паузе у раду фабрике FCA Србија биле су честе, и то углавном због проблема са добављачима или смањења тражње за моделом „500L“ на домаћем и светском тржишту. Од почетка производње модела „*fiat* 500L“ у крагујевачкој фабрици производња се одвијала у три смене, а дневно се производило око 640 возила¹⁷.

Најава да ће фабрика аутомобила у Крагујевцу смањити производњу и отпустити скоро четвртину радника средином 2016. године, за економисте није неочекиван потез, као и за оне који су у протекле две године пратили активности италијанске компаније на српском и светском тржишту¹⁸. Наиме, *Fiat*-ова фабрика у Крагујевцу од оснивања производи само један модел и самим тим заостаје за европским и азијским произвођачима аутомобила, који за две године лансирају нови модел. У таквој ситуацији разумљиво је што нема потражње за старим моделом. Извоз „*fiat*-а 500L“ у 2013. години

¹⁶ <http://fiatsrbija.rs/>, (преузето 22.9.2015).

¹⁷ <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/13/ekonomija/2352486/fijat-ukida-jednu-smenu-i-otpusta-radnike.html> (преузето 13.9.2016).

¹⁸ <http://www.slobodnaevropa.org/a/anti-investicijska-klima-fiat-otpusta-900-radnika/27800814.html>, (преузето 22.9.2015).

био је вредан 1,53 милијарди евра, у 2014. години 1,36 милијарди евра, а 2015. године 1,18 милијарди евра, што значи приближно 200 мил. евра мање сваке године (SIEPA, 2016).

Спекулације око укидања треће смене и отпуштања радника, јавности су објављене у јуну 2016. године. Производња је смањена у јулу 2016. године за 25%, када је завршен социјални програм, а за одлазак из фабрике и исплату отпремнина изјаснило се око 700 радника. Исплата отпремнина отпочела је 28. јула и оне су износиле од 4.800 до 14.000 евра¹⁹. Такође, смањење производње у крагујевачкој фабрици утицало је на смањење производње кооперантских компанија, код којих је дошло до отпуштања око 600 радника. Укидање треће смене и смањење производње на око 400 возила дневно утицаће не само запослене у фабрици који су остали без посла и њихове породице, него и на буџет града, чији су приходи од пореза на зараде радника те фабрике око 40 милиона динара месечно (град Крагујевац, 2016).

Треба напоменути да држава Србија није испунила обавезе преузете уговором. Овакав развој ситуације може значити и почетак краја заједничког пројекта *Fiat Group* и ВРС. Наиме, ни крајем 2016. године држава није испоштовала део уговора који се односи на изградњу ауто-пута Крагујевац–Коридор 10, саобраћајних обилазница око града и модернизацију пруге Крагујевац–Лапово. Уз све то, нема најава о производњи новог модела, што је у аутомобилској индустрији данас једна од важних стратегија раста и развоја компаније.

ВРС и *Fiat Group* потписали су 2008. године, уговор о заједничкој инвестицији у фабрику аутомобила у Крагујевцу на период од 10 година, који истиче 31. децембра 2018. године. Такође, уговор није у целости објављен и није познато какав је аранжман постигнут.

¹⁹ <http://www.autonews.com/article/20160615/COPY01/306159919/flat-chrysler-to-lay-off-30-of-workforce-at-500l-plant-in-serbia>, (преузето 13.9.2016).

3. УТИЦАЈ КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА НА РАЗВОЈ АУТОМОБИЛСКЕ ИНДУСТРИЈЕ СРБИЈЕ

Аутомобилска индустрија Србије има традицију дугу више од 70 година и спада у гране са највећим развојним потенцијалом за раст укупне економије. Развој аутомобилске индустрије у Србији везан је за дугорочну сарадњу са италијанским произвођачем аутомобила, која је отпочела шездесетих година, када је део италијанске технологије и *know-how* пренет у новоосновану фабрику *Застава аутомобили* у Крагујевцу, регион Шумадије. Током 40 година, фабрика у Крагујевцу се у потпуности ослањала на Fiat, и технолошки и развојно. *Застава* је производила 5 модела који су продавани на тржиштима неразвијених земљама али и на домаћем тржишту, које је било заштићено политиком високих увозних царина на аутомобиле. Додављачи *Заставе* су производили делове под строгим стандардима производње што им је омогућило да раде са многим произвођачима аутомобила као што су *Mercedes, Ford, Opel* и *PSA*²⁰. Распадом социјализма, уз распад државе, *Застава* се суочила са губитком тржишта и конкуренцијом која је последица уклањања увозних баријера. Средином деведесетих, у новој држави, царинска политика није штитила *Заставу* и као последицу смо имали висок ниво увоза половних аутомобила из Западне Европе.

Данас је аутомобилска индустрија сектор од изузетног стратешког значаја за привредни развој Србије. Без обзира на чињеницу да је због економске кризе ослабила продаја нових аутомобила, од компаније FCA Srbija као најзначајнијег сегмента аутомобилске индустрије, очекује се да покрене развој националне и локалне економије.

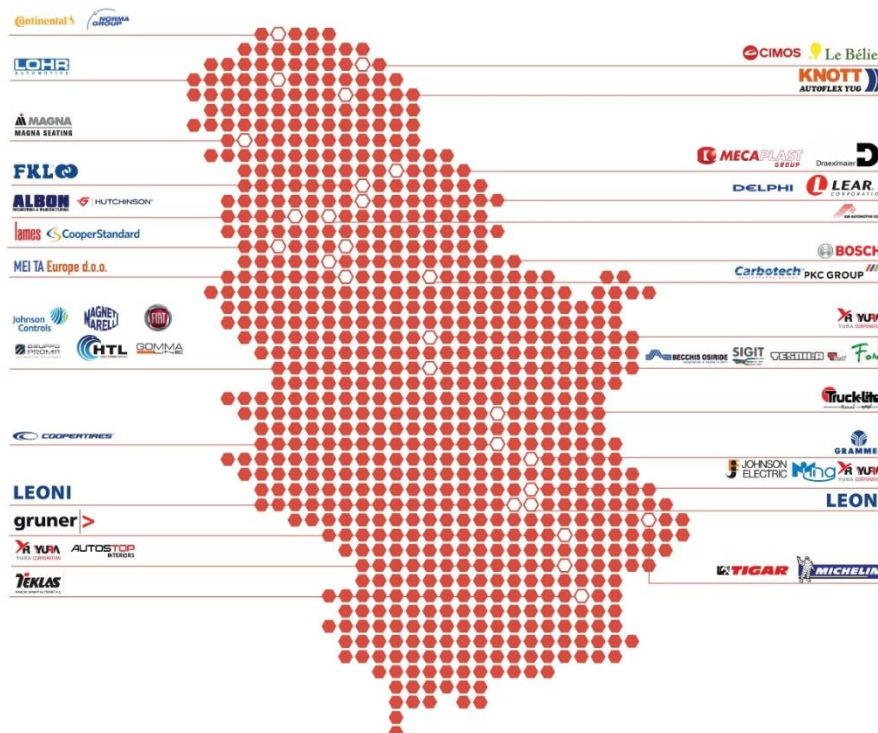
3.1. Стране директне инвестиције у аутомобилској индустрији Републике Србије

Аутомобилска индустрија један од најистакнутијих сектора у Србији, који је од 2000. године привукао скоро 10% укупног износа СДИ, односно 22 милијарде \$. До сада је у овај сектор инвестирало око 60 међународних компанија, које су уложиле више од 1,7 милијарди евра и отвориле преко 27.000 радних места. Аутомобилска индустрија

²⁰ <http://ras.gov.rs/sr/automobilska-industrija>, (преузето 5.4.2016).

Србије својим производима снабдева многе европске и азијске произвођаче делова²¹. На слици 23 приказани су највећи произвођачи делова у аутомобилској индустрији.

Слика 23. Највећи произвођачи делова у српској аутомобилској индустрији



Извор: RAS, 2016, Razvojna agencija Srbije, (преузето 12.9.2016), <http://ras.gov.rs/sr/automobilska-industrija>

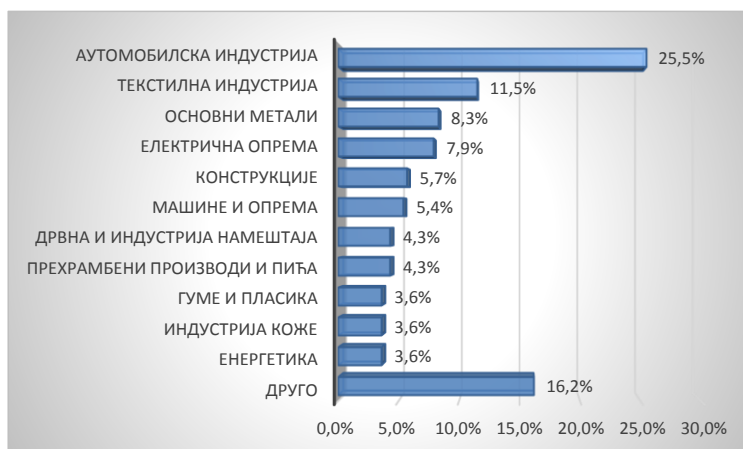
Аутомобилски сектор се интензивно развија у последњих осам година након најаве доласка италијанског *Fiat*-а. *Fiat* је постао већински власник *Застава групе*, кључног играча на домаћем аутомобилском тржишту. Тренутно *Fiat* производи у Србији модел „*fiat 500L*“. Стога, највећа и најважнија инвестиција у сектору је улагање *Fiat*-а, не само због великог обима инвестиције већ и због чињенице да је ово улагање привукло велики број произвођача ауто-делова у Србију. *Fiat*-ова фабрика је применила савремена технолошка решења и пословну праксу, која се прелила не само на *Tier 1* добављаче већ и на локалне произвођаче мањих компоненти. Други велики инвеститори су: *Michelin* (138 милиона евра), *Cimos* (120 милиона евра), *Robert Bosch* (71 милиона евра), *Cooper Tires* (50 милиона евра) и *Yura Corporation* (41 милиона евра).

Преко 25% свих страних компанија које се одлуче да инвестирају у Србију одлази на аутомобилску индустрију (слика 24). Наиме, ако се анализирају стране инвестиције по секторима делатности, односно удео реализованих пројеката по секторима, у могућности смо да боље разумемо атрактивност Србије на овом пољу. *Fiat*-ова инвестиција имала је

²¹ <http://ras.gov.rs/sr/automobilska-industrija>, (преузето 5.4.2016).

велики утицај на кретања у аутомобилској индустрији. Међутим, овај сектор се развија и независно од њега.

Слика 24. Удео страних инвеститора у Србији по секторима делатности, 2013.



Извор: SIEPA, 2015

Највећи страни инвеститори у српској аутомобилској индустрији приказани су у табели 29. Атрактивност локације, логистичке погодности, доступност квалификоване радне снаге као и подршка ВРС и локалне управе представљају главне разлоге доласка страних инвеститора.

Табела 29. Највећи страни инвеститори у српској аутомобилској индустрији

Назив	Земља порекла	Вредност у милионима €
FCA Group	Италија	940
Michelin	Француска	138
Cimos	Словенија	120
Robert Bosch	Немачка	71
Cooper Tires	САД	50
Yura Corporation	Јужна Кореја	41
Proma - MA	Италија	27
Magnetit Mareli	Италија	24,5
Cooper Standard Automotive	САД	20
Le Belier	Француска	15
Leoni	Немачка	15
Johnson Controls	САД	15
Sigit	Италија	14
Dräxlmaier	Немачка	14
Grah Automotive	Словенија	13
Dytech	Италија	13
Norma Group	Немачка	11
Continental	Немачка	11

Извор: SIEPA, 2015

Имајући у виду највеће стране инвеститоре у српској аутомобилској индустрији, неки од њих су данас и највећи српски извозници. У табели 30 приказано је 15 највећих извозника у Србији за период јануар–фебруар 2016. године. Према обавештењу Министарства финансија, позивајући се на податке Управе царина, највећи извозници били су FCA Srbija, *Tigar Tyres* и Железара Смедерево. Прва три места заузимају идентичне компаније као и у истом периоду 2015. године²².

Табела 30. Највећих 15 извозника у РС за период јануар–фебруар 2016. године

15 НАЈВЕЋИХ ИЗВОЗНИКА ЗА ПЕРИОД ЈАНУАР-ФЕБРУАР 2016. ГОДИНЕ			
Р. број	Назив извозника	Место	Извоз*
1	FCA Srbija	Крагујевац	206,9
2	<i>Tigar Tyres</i>	Пирот	54,7
3	Железара Смедерево	Смедерево	37,7
4	<i>Philip Morris</i>	Ниш	29,1
5	НПР <i>Petrohemija</i>	Панчево	27,5
6	Нафтна индустрија Србије	Нови Сад	26,2
7	<i>Tetra Pak production</i>	Београд	25,1
8	<i>Yura Corporation</i>	Рача	24,3
9	<i>Victoria Group</i>	Београд, Бечеј, Шид	24,2
10	<i>Gorenje</i>	Ваљево, Стара Пазова	23,5
11	<i>Leoni Wiring Systems</i>	Прокупље	21,1
12	<i>Hemofarm</i>	Вршац	20,5
13	<i>Jugoimport-SDPR</i>	Београд	19,5
13	<i>Impol seval</i>	Севојно	18,0
15	МК <i>Group</i>	Београд, Кула, Нови Сад	17,7

*У мил. евра

Извор: Управа царина

Највећи извозници у истом периоду 2014. године били су FCA Srbija, Нафтна индустрија Србије и *Tigar Tyres* са вредношћу извоза 83,5, 21,3 и 20,5 мил. евра респективно²³. Наведени подаци показују да FCA, као компанија из аутомобилске индустрије, предњачи у српском извозу у све три наведене године. Такође, *Tigar Tyres*, *Yura Corporation* и *Leoni Wiring Systems*, као произвођачи ауто-делова остварују велики извоз и спадају у највеће српске инвеститоре.

²²[http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/tabele/2016%20mart/\(SRP\)%20Tekuca%20makroekonomska%20kretanja.pdf](http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/tabele/2016%20mart/(SRP)%20Tekuca%20makroekonomska%20kretanja.pdf), (преузето 1.9.2016).

²³<http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/Najveci%20srpski%20izvoznici/15%20izvoznika.pdf>, (преузето 1.9.2016).

3.2. Произвођачи делова у аутомобилској индустрији Републике Србије

Аутомобилска индустрија као важан део српске привреде генерише преко две милијарде € годишњих прихода, што износи 4,6% БДП-а (табела 31). Током 2013. године 85 компанија, укључујући FCA Србија, производило је ауто-делове у Србији и запошљавало преко 25 хиљада лица. Делатност 271 предузећа је директно или индиректно везана за ауто-индустрију, не рачунајући осигуравајућа друштва, банке, асоцијације и друге услужне делатности (SIEPA, 2015). У 2014. години дошло је до раста запослених у сектору, да би крајем године та цифра достигла 36.000 лица.

Табела 31. Структура сектора добављача у српској аутомобилској индустрији

КАРАКТЕРИСТИКА	2011	2012	2013
Удео аутомобилске индустрије у укупном БДП земље (%)	4,3	4,5	4,6
Број компанија у аутомобилском сектору	76	90	85
Број запослених у аутомобилском сектору (у хиљадама)	21,2	23,2	25,1
Укупна вредност инвест.у аутомобилском сектору (мил. €)	82,7	31,9	38,3

Извор: Републички завод за статистику, SIEPA, 2015

У 2012. години, српска аутомобилска индустрија остварила је раст од 50% годишњег прихода у односу на претходну годину. Производња путничких аутомобила, аутобуса и тешких возила чинила је око 54% прихода аутомобилске индустрије Србије у 2013. години. На производњу делова одлази преосталих 46% прихода. Најважнији сегмент је производња гума (11,3%), затим производња електричне инсталације (9,5%) и производња ливених и машинских делова попут осовина, дискова, вентила и замајаца (4,5%) (табела 32).

Нове фабрике добављача делова су филијале великих корпорација из ЕУ и азијских земаља. Велики број добављача у Србији производи делове за „fiat 500L“. Већина компанија које се налазе у оквиру круга FCA (*Magneti Marelli, Magneti Marelli Automotive, Johnson Controls Magneti Marelli, Draxlmaier* – дистрибутивни центар) или у крагујевачкој слободној економској зони Грошница (*HT&L* – дистрибутивни центар, *Johnson Controls, Sigit* и *PMC Automotive*) су кооперанти *Fiat*-а. Сви они су започели своје пословање у Србији као последица одлуке *Fiat*-а да уђе на српско тржиште. Због тога скоро 100% њихове производње је намењено *Fiat*-у.

Табела 32. Главни производи српске аутомобилске индустрије, 2014

Производ	Учешће
Путничка возила	54,00%
Гуме	11,32%
Електрична инсталација	9,50%
Ливени и машински делови	4,54%
Седишта	3,12%
Каросерија	2,23%
Гумена црева	1,26%
Акумулатори	1,14%
Пресвалаке за седишта	0,92%
Уља и мазива	0,67%
Отпресци	0,66%
Систем брисача	0,64%
Ауто-приколице	0,60%
Ковани и машински делови	0,46%
Лежајеви	0,41%
Остало	4,21%

Извор: Републички завод за статистику, СIERA, 2015

Тако на пример, *Johnson Controls* је глобални лидер у производњи аутомобилских седишта, ентеријера и електронике за ентеријер аутомобила и за „*fiat 500L*“ производи комплетна седишта. JСMM представља заједничко улагање *Johnson Controls*-а и *Magneti Marelli*-ја и у оквиру круга/постројења производи комплетан ентеријер аутомобила за „*fiat 500L*“. *Magneti Marelli* производи бранике, *Magneti Marelli Automotive* издувне системе, *Draxlmaier* електронске инсталације, *Sigit* производи делове од пластике, *PMC Automotive* амортизере и металне делове. Компаније као што су *Draxlmaier*, *Mekaplast* и *Norma group* само део производње усмеравају ка FCA, док је већи део производње намењен другим великим произвођачима возила у региону (*BMW* у Немачкој, *Renault* у Словенији, *Dacia* у Румунији и *Suzuki* у Мађарској).

С друге стране, компаније као што *Yura Corporation*, *Leoni* и *IG Bauerhin* продају готово сву своју производњу у иностранству. Сировине које користе углавном увозе из земаља ЕУ и Азије. Поред великих светских произвођача који послују на српском тржишту, постоје бројна мала и средња предузећа која су укључена у производњу аутомобилских делова и која су активна углавном на домаћем тржишту.

Током 2014. и 2015. године догодиле су се неке од великих инвестиција у аутомобилску индустрију Србије. Тако на пример, *Johnson Electric* је у септембру 2014. године отворио фабрику електромотора за аутомобиле у Нишу, са укупном вредношћу

инвестиције од 20 мил. евра²⁴. Америчка компанија *Cooper Standard* је отворио фабрику ауто-делова у Сремској Митровици у јуну 2014. године запосливши око 800 радника.²⁵ Укупна вредност инвестиције је 24 милиона евра, од чега је Влада Србије уложила четири милиона, а покрајинска влада 100.000 евра. Ово постројење ће производити гумене и пластичне делове за велике компаније попут VW, Audi, GM и Volvo. Финска компанија РКС *Wiring Systems* отворила је у Смедереву фабрику кабловских сетова за комерцијална возила²⁶. Ова компанија је крајем 2015. године запошљавала 953 лица (АПР, 2016).

3.3. Финансијска подршка Владе Републике Србије за привлачење нових инвеститора

Како би привукла стране инвеститоре и олакшала започињање нових пословних подухвата, ВРС нуди финансијске субвенције за *greenfield* и *brownfield* пројекте у аутомобилској индустрији (табела 33).

Субвенције се додељују имајући у виду да ли је реч о великим и стандардним пројектима страних инвеститора. За стандардне пројекте држава нуди бесповратна средства у распону од 4.000 до 10.000 € по новоотвореном радном месту. За велике пројекте, доступни су посебни пакети, под условом да вредност инвестиције износи најмање 50 милиона €, а да инвеститор запосли најмање 300 лица. Ови пројекти имају право да добију субвенцију до 20% од укупне вредности инвестиције. За пројекте инвестиционе вредности веће од 100 милиона евра, доступне су субвенције 17% од укупне вредности инвестиције.

Систем државних субвенција користила је већина страних инвеститора у аутомобилској индустрији Србије, укључујући *Fiat*, *Michelin*, *Bosch*, *Continental*, *Johnson Controls* и многи други.

²⁴ <http://www.industrija.rs/vesti/clanak/johnson-electric-dobio-duzi-rok-za-zaposljavanje-radnika-u-nisu-probijanje-roka-usled-promena-u-tehnologiji>, (преузето 7.4.2016).

²⁵ <http://www.blic.rs/vesti/ekonomija/otvorena-fabrika-kuper-standarda-u-sremskoj-mitrovici/ssh84db>, (преузето 7.4.2016).

²⁶ http://www.b92.net/biz/vesti/srbija.php?yyyy=2014&mm=03&dd=06&nav_id=820201, (преузето 7.4.2016).

Табела 33. Инвестициони пројекти за које Влада Републике Србије одобрава средства

	Вредност инвестиције	Висина средстава у €
Стандардни пројекти	0,5 – 50 милиона €	4.000 – 10.000 € по креираном послу
Велики пројекти	50 – 100 милиона €	> 20% од укупне вредности инвестиције
Велики пројекти	> 100 милиона €	> 17% од укупне вредности инвестиције

Извор: SIEPA, 2015

Поред чињенице да има једну од најнижих пореских стопа у Европи, Србија нуди широк спектар могућих пореских олакшица, посебно за извозно оријентисане инвестиције (табела 34). Тако на пример, компаније су ослобођене пореза на профит за период од 10 година уколико инвестирају у основна средства у износу који прелази 9 милиона € и запосле најмање 200 радника са пуним радним временом током инвестиционог периода. Компаније су такође ослобођене пореза на доходак и доприноса за социјално осигурање за две до три године, под условом да инвеститор запошљавања раднике који први пут ступају у радни однос или оне који су тренутно регистровани као незапослени. ПДВ се не плаћа на увоз сировина и репроматеријала за извозно оријентисане производње. Република Србија у овом тренутку има потписан уговор о двоструком опорезивању са 48 земаља света. Наиме, ако порески обвезник остварује профит пословањем у другој земљи, и ако је порез на тај профит већ плаћен у другој земљи, имаће право на умањење пореза на профит предузећа у Републици Србији, до износа пореза плаћеног у другој земљи.

Табела 34. Пореске олакшице за стране инвеститоре у РС

	Стопа	Доступна помоћ
Порез на профит	15%	10 година
Порез на доходак	12%	2-3 године
ПДВ	20%	Ослобођење за производњу намењену извозу

Извор: SIEPA, 2015

Споразум о стабилизацији и придруживању омогућио је Србији извоз производа пореклом из Србије у ЕУ без царинских и других накнада. Србија има бесцарински приступ Руској Федерацији, Белорусији, Турској, Казахстану, земљама ЦЕФТА и ЕФТА. Србија нуди јефтину и образовану радну снагу. Техничко образовање радне снаге је добро, а образовни систем чини 11 техничких факултета који се налазе широм земље. Оваква ситуација заједно са географским положајем Србије и близином европског тржишта, указује да земља има добре могућности за развој аутомобилске индустрије.

4. КРЕТАЊЕ ЕКОНОМСКИХ ИНДИКАТОРА НА НИВОУ ЛОКАЛНЕ ЕКОНОМИЈЕ

4.1. Анализа локалне економске ситуације

Основни индикатори економске ситуације односе се на стање привреде и развијеност локалне заједнице. Економска ситуација једног града може се сагледати и измерити коришћењем више економских индикатора. Најчешће примењиван економски индикатор је бруто домаћи производ по глави становника (БДП *per capita*). Међутим, у Републици Србији се од 2005. године као индикатор економске ситуације најчешће примењује тзв. економски агрегат. Економски агрегат се израчунава као производ укупног броја запослених на посматраној територији и просечне бруто зараде по једном запосленом. Вредности економског агрегата града Крагујевца приказани су у табели 35.

Табела 35. Преглед економског агрегата града Крагујевца, 2005–2014.

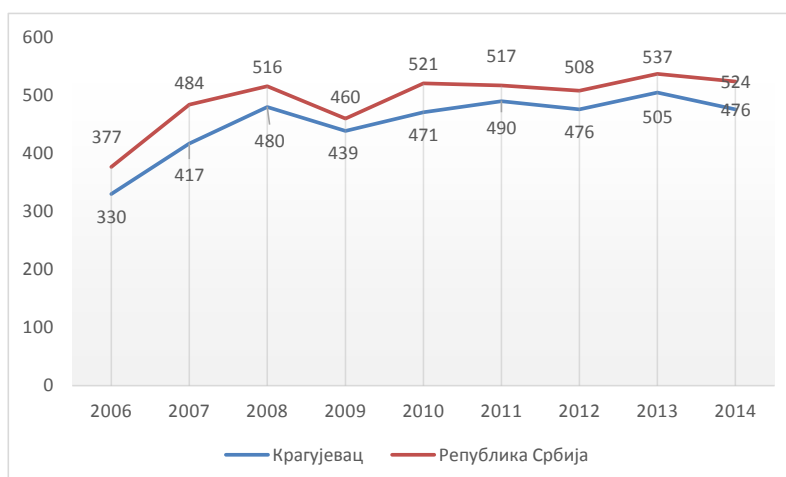
ГОДИНА	УКУПАН БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ	ПРОСЕЧНА БРУТО ЗАРАДА (EUR)	ЕКОНОМСКИ АГРЕГАТ (*РСД)	ИНДЕКС РАСТА ЗАРАДА У ОДНОСУ НА ПРЕДХОДНУ ГОДИНУ
2005	53.985	273	14.737.905	106,6
2006	49.015	330	16.174.950	120,9
2007	49.044	417	20.451.348	126,4
2008	45.265	480	21.727.200	115,1
2009	41.192	439	18.083.288	91,5
2010	40.037	471	18.857.427	107,3
2011	39.497	490	19.353.530	104,0
2012	40.755	476	19.399.380	97,1
2013	43.015	505	21.722.575	106,1
2014	42.148	476	20.062.448	94,3

Извор: Републички завод за статистику (*по средњем курсу НБС на дан 31.12. за наведену годину)

Економски агрегат града Крагујевца бележи константан раст од 2005. до 2007. године, са израженим падом у 2009. години у односу на претходну годину. У годинама које су уследиле, 2010, 2011. и 2012. економски агрегат поново расте, да би крајем 2013. године достигао вредност сличну оном из 2008. Економски агрегат је забележио раст од 11,2% у 2013. години у односу 2012. Највећи раст економског агрегата у односу на претходну годину био је присутан у 2007. години.

Важан показатељ локалне економске ситуације је просечна бруто зарада. На слици 25 дат је упоредни преглед просечне бруто зараде на нивоу града Крагујевца и Републике Србије.

Слика 25. Упоредни преглед просечне бруто зараде у еврима на нивоу града Крагујевца и Републике Србије (2006–2014)



Извор: Републички завод за статистику

Просечне бруто зараде по запосленом у Крагујевцу бележе раст до 2009. године, али су испод републичког просека у свим посматраним годинама. У 2010. долази до пада зарада за 9% у односу на претходну годину. Номинална вредност просечне бруто зараде на територији града Крагујевца порасла је са 270 евра у 2006. на 480 евра у 2009. години, да би у 2010. износила 439 евра. У наредним годинама, зараде расту са највишом вредношћу од 505 евра у 2013. години.

4.2. Анализа тржишта рада на подручју града Крагујевца

Последњу деценију 20. века обележиле су санкције међународне заједнице и колапс националне економије. Током 2001. године око 15.500 радника у Крагујевцу је остало без посла, при чему се 9.000 и даље водило као запослено у тада формираној „Застава запошљавање и образовање“, док је преосталих 6.000 било збринуто кроз више социјалних програма. Готово током целе деценије у Крагујевцу је био присутан пад запослености. Изузетак је била 2004. година, када је Крагујевац био проглашен за девастирано подручје, што је допринело значајнијем приливу средстава за подстицај запошљавања од стране Фонда за развој Републике Србије. Током 2007. године гаси се „Застава запошљавање и образовање“ што је довело до раста незапослених лица (Макојевић&Веселиновић, 2012).

Упркос помоћи државе и напорима локалне самоуправе да повећа привредну активност, тренд повећања незапослености је настављен. Током 2005. и 2006. године интензивно се одвијао процес приватизације, па је негативан тренд запослености

достигао своју најнижу тачку у 2010. години са 40.037 запослених лица. Раст запослености први пут је забележен у 2012. и виши је за 1.960 у односу на претходну годину.

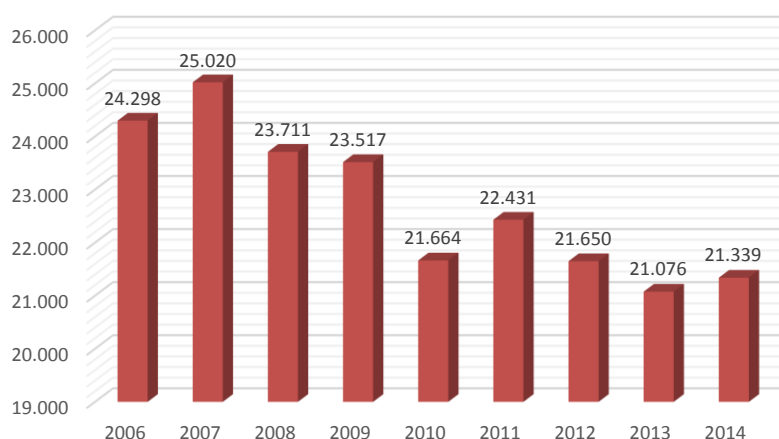
Према подацима Републичког завода за статистику, на крају 2014. године у граду је било запослено 32.967 лица у предузећима, установама, задругама и другим организацијама и 9.181 лице које самостално обавља делатност. У односу на 2006. годину, у 2014. запосленост у предузећима, установама, задругама и организацијама је смањена за 18%, док је број приватних предузетника повећан за око 5% (табела 36).

Табела 36. Структура запослених лица на подручју града Крагујевца (2006–2014)

ГОДИНА	ЗАПОСЛЕНИ		ЗАПОСЛЕНИ У ПРЕД., УСТАН., ЗАДРУГАМА И ДР. ОРГАНИЗАЦИЈАМА	ЛИЦА КОЈА САМОСТАЛНО ОБАВЉАЈУ ДЕЛАТНОСТ	БР. ЗАПОСЛ. ЛИЦА НА 1000 СТАН.	
	УКУПНО	ЖЕНЕ			УКУПНО	ЗАПОСЛЕНИ У ПРЕД., УСТАН., ЗАДР. И ДР. ОРГАНИЗАЦИЈАМА
2006	49.015	42,7	40.253	8.762	280	230
2007	49.044	41,8	39.254	9.790	281	225
2008	45.265	42,7	34.692	10.573	260	199
2009	41.192	43,8	32.073	9.119	236	184
2010	40.037	45,3	31.764	8.273	230	182
2011	39.497	47,8	30.721	8.776	227	176
2012	40.755	48,1	30.714	10.041	227	171
2013	43.015	46	33.510	9.505	240	187
2014	42.148	47	32.967	9.181	236	184

Извор: Републички завод за статистику, Национална служба за запошљавање

Негативна кретања стопе запослености пратила су кретања на подручју незапослености. Од 2005. до 2007. године незапосленост расте и достиже број од 25.020 лица. У наредне три године број незапослених лица опада, да би крајем 2012. године порастао за 3,6% у односу на претходну годину. Током 2012. и 2013. године незапосленост поново пада са мањим растом током 2014. године (слика 26).

Слика 26. Приказ броја незапослених лица на подручју града Крагујевца (2006–2014)

Извор: Републички завод за статистику

Структура незапослених лица на подручју града Крагујевца приказана је у табели 37. Према евиденцији Националне службе за запошљавање, у посматраном периоду је присутно смањење броја незапослених лица. Удео жена у укупном броју незапослених креће се од 55% до 60%, тј. ова група је континуирано бројнија у односу на мушку популацију. Ипак, дошло је до благог процентуалног смањења незапослених лица у женској популацији. Велики број лица је без квалификација.

Табела 37. Структура незапослених лица на подручју града Крагујевца

ГОДИНА	УКУПНО	ПРВИ ПУТ ТРАЖЕ ЗАПОСЛЕЊЕ		БЕЗ КВАЛИФИКАЦИЈА		ЖЕНЕ		НА 1.000 СТАНОВНИКА
		Укупно	%	Укупно	%	Укупно	%	
2006	24.298	12.579	51,77	8.235	33,89	14.385	59,2	139
2007	25.020	11.552	46,17	8.361	33,42	14.406	57,58	143
2008	23.711	10.410	43,9	7.952	33,54	13.658	57,6	136
2009	23.517	8.584	36,5	7.395	31,45	13.517	57,48	133
2010	21.664	7.904	36,48	6.318	29,16	12.250	56,55	123
2011	22.431	7.836	34,93	6.190	27,6	12.484	55,66	129
2012	21.650	7.023	32,44	6.197	28,62	12.267	56,66	121
2013	21.076	6.553	31,09	5.951	28,24	12.208	57,92	118
2014	21.339	6.562	31,1	5.952	28,2	12.221	57,9	118

Извор: Републички завод за статистику

Од укупног броја незапослених, гледано према годинама старости, 5.283 лица су из групе младих до 30 година старости, што представља 24,75%, од тога 3.024 лица су жене (57,24%) (табела 38, слика 27). Највеће учешће у незапослености имају незапослена лица од 50 и више година (29,69%), затима лица од 31 до 40 година (23,46%) па од 41 до 50 година (22,10%). Најмањи број незапослених лица у укупном броју регистрованих незапослених лица имају лица до 18 година, односно 2,54%. Чињеница да готово половина незапослених лица спада у категорију лица старије старосне доби је забрињавајуће, јер

таква лица тешко долазе до новог запослења. Велики број лица је изгубио посао као последицу структурних догађања у привреди.

Табела 38. и Слика 27. Старосна структура незапослених лица на подручју града Крагујевца, 2014.

Старост	Укупно	%	Жене	%
До 18 год.	541	2,54	223	1,85
19-25 год.	1.921	9	1.021	8,49
26-30 год.	2.821	13,22	1.780	14,79
31-40 год.	5.006	23,46	3.121	25,94
41-50	4.715	22,1	2.866	23,82
50 и више год.	6.335	29,69	3.021	25,11
Укупно	21.339	100	12.032	100

Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

У табели 39 дат је приказ квалификационе структуре незапослених лица на подручју града Крагујевца у 2014. години.

Табела 39. Квалификациона структура незапослених лица на подручју града Крагујевца, 2014.

СТЕПЕН	УКУПНО	%	ЖЕНЕ	%
I и II степен	5.967	27,96	3.116	25,9
III и IV степен	11.628	54,49	6.756	56,15
V, VI-1 и VI-2 степен	1.598	7,49	781	6,49
VII-1 степен	2.124	9,95	1.367	11,36
VII-2 степен	18	0,08	11	0,09
VIII	4	0,02	1	0,01
Укупно	21.339	100	12.032	100

Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

У структури незапослених лица према квалификационој структури највећи удео имају лица са III и IV степеном (54,49%). За њима следе лица са I и II степеном стручне спреме (27,96%). Лица са вишим степеном образовања чине 18,44% незапослених лица. Ако се посматра стручна спрема женске популације у укупној незапослености, уочава се да такође преовладавају лица са средњом квалификацијом (56,15%), а затим лица са I и II степеном стручне спреме (25,90%).

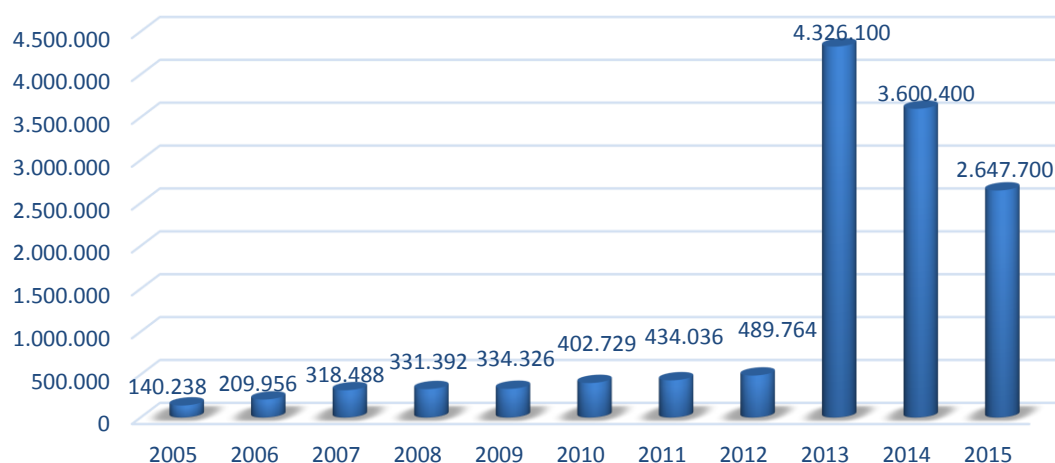
4.3. Економска размена са иностранством и пословно окружење

Спољнотрговинска размена града Крагујевца континуирано расте од 2005. године (слика 28) и у 2012. је достигла вредност од 490 милиона долара, што је 3,5 пута више у односу на 2005. годину. Од 2007. до 2009. године обим размена је на приближно истом

нивоу и креће се између 318 у 2007. години и 334 милиона долара у 2009. У 2012. години обим размене повећан је за 13% у односу на претходну годину.

Након 2012. године, уследило је драстично повећање. У 2013. привреда града Крагујевца остварила је укупан обим спољнотрговинске размене од 4,3 милијарде долара, да би у наредној години она достигла вредност од 3,6 милијарди долара. У 2015. години, вредност економске размене са иностранством износила је 2,6 милијарди долара, што је за милијарду долара мање у односу на 2014, односно 1,7 милијарди долара мање у односу на 2013. годину. Међутим, у поређењу са вредностима размене са иностранством у периоду од 2005. до 2012. године, обим спољнотрговинске размене се знатно повећао. Највеће повећање се догодило у 2013. у односу на 2012. годину, када је забележен раст од 3,8 милијарди долара.

Слика 28. Преглед укупне спољнотрговинске размене града Крагујевца у хиљадама долара (2005–2015)



Извор: Регионална привредна комора Крагујевац

На слици 29 приказан је обим увоза и извоза привреде града Крагујевца у периоду од 2005. до 2015. године. Увоз робе од 2005. године бележи раст до 2007. године. У 2008. години долази до мањег пада, да би у 2009. и 2010. години наставио тренд раста. Вредност увоза је утростручена у 2009. години у односу на 2005. У 2011. и 2012. години вредност увоза је нижа у односу на 2010.

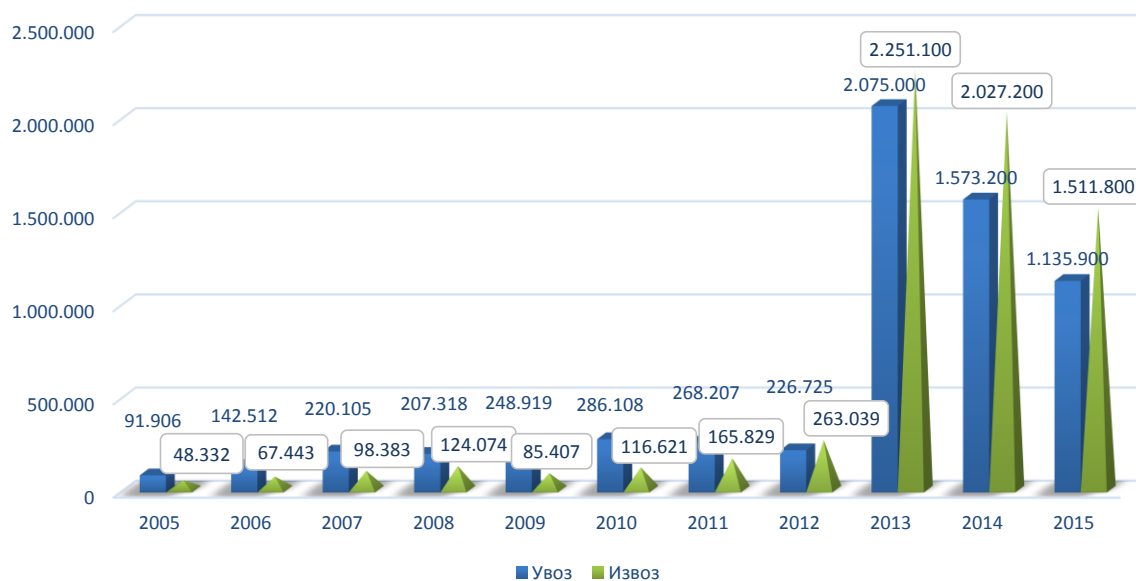
Извоз робе у наведеном периоду је растао до 2008. године. Вредност извоза је у 2009. смањена за 31% у односу на 2008. годину. У 2010. години долази до пораста извоза, али она не достиже вредност из 2008. Тренд раста извоза настављен је у 2011. години. У 2012. привреда града Крагујевца први пут у посматраном периоду бележи суфицит у

спољнотрговинској размени са иностранством од 36,3 милиона долара. Вредност извоза је током посматраног периода порасла 5,4 пута.

Покривеност увоза извозом од 2005. до 2012. године креће се у распону од 53% у 2005. до 61,7% у 2011. години, када је остварен и најнижи дефицит за посматрани период. У 2009. години покривеност увоза извозом износила је само 34%, када је остварен највећи дефицит спољнотрговинске размене у износу од 163 милиона долара. У 2012. години, привреда Крагујевца је остварила суфицит захваљујући извозу аутомобила, са трендом повећања обима спољнотрговинске размене и раста извоза у 2013. години, када је крагујевачка привреда остварила рекордни раст извоза у вредности од 2,2 милијарде долара.

У периоду од 2012. до 2015. године вредности увоза и извоза бележе знатно више вредности у односу на претходни период. Највеће повећање и увоза и извоза догодило се у 2013. години, када су уједно ове категорије достигле највише вредности, то јест 2,1 и 2,3 милијарде долара. Извоз привреде града Крагујевца у 2014. години остварен је у вредности од 2 милијарде долара, и мањи је за око 10% у односу на 2013. Увоз у 2014. години остварен је у вредности од 1,6 милијарди долара и мањи је за 24,2% у односу на претходну годину. Суфицит спољнотрговинске размене износио је 454 милиона долара и 2,5 пута је био већи у односу на суфицит остварен у 2013. У 2015. години извоз је реализован у износу од 1,5 милијарди и мањи је за 25,4% у односу на 2014. годину, а вредност увоза је била 1,1 милијарду долара и мања је за 27,8% у односу на 2014. годину. Као резултат овакве спољнотрговинске размене у 2015. години је остварен суфицит од 375,9 милиона долара.

У табели 40 приказани су највећи извозници и увозници града Крагујевца у 2015. години. Према подацима Привредне коморе града Крагујевца, FCA Srbija је највећи како извозник тако и увозник града током 2013, 2014. и 2015. године са највећим обимом увоза и извоза у 2013. У 2014. години FCA је остварио пад извоза од 10,7%, док је пад увоза већи и износио је 21,5%. Такође, кооперанти FCA, због високе основе у 2013. години, забележили су велики пад увоза у 2014, у распону од 20% до 60% (колико износи пад увоза кооперанта *Johnson Controls*).

Слика 29. Преглед увоза/извоза привреде града Крагујевца, у хиљадама долара (2005–2015)

Извор: Регионална привредна комора Крагујевац

Табела 40. Највећи извозници и увозници града Крагујевца у 2015. години

ИЗВОЗНИЦИ 2015	УВОЗНИЦИ 2015
FCA Srbija	FCA Srbija
Forma Ideale	PMC Automotive
Zastava Oružje	Johnson Controls Automotive
Agromarket	Agromarket
Rap Zastava	Adlertial Plastic
Zastava Tapacirnica	Magneti Marelli
Baker Nojson	Forma Ideale
Milanović Inženjering	Zastava Tapacirnica
Unior Components	Rap Zastava
PMC Automotive	Baki

Извор: Регионална привредна комора Крагујевац

У периоду од 2005. до 2009. године, структура увоза, као и структура извоза је била релативно константна. На страни увоза доминирали су сектор саобраћајних средстава, основни метални производи, електрични и оптички уређаји, машине и уређаји и хемикалије и хемијски производи. На страни извоза најзначајнији сектори су били прерађивачка индустрија, машине и уређаји и основни метални производи (слика 30). У 2010, 2011. и 2012. години у структури извоза јача сектор саобраћајних средстава и од

учешћа од 8% у извозу за 2009. годину, у 2011. и 2012. години достиже удео од 24 односно 25%.

Слика 30. Економска размена са иностранством по секторима делатности (2012)



Извор: Регионална привредна комора Крагујевац

Првих пет сектора по вредности увоза у 2012. години били су: саобраћајна средства, основни метални производи, хемикалије и хемијски производи, машине и уређаји и електрични и оптички уређаји. Наведени сектори учествовали су у укупној вредности увоза са 79%. Најзначајнији сектори по вредности извоза били су: прерађивачка индустрија, сектор саобраћајних средстава (извоз аутомобила), сектор машина, уређаја и основних металних производа. У 2010. и 2011. години у структури извоза јачао је сектор сабраћајних средстава и од учешћа од 8% у извозу за 2009. годину у 2010. и 2011. години достиже удео од 25%.

Посматрано по делатностима, најбољи резултати у 2014. години, слично онима из 2013. године, остварени су у оквиру аутомобилске индустрије, где је забележен суфицит од 463,4 милиона долара, затим у оквиру осталог дела металне индустрије у вредности од 78,9 милиона долара, прерађивачке индустрије (намештај и секундарне сировине) 26,3 милиона долара, пољопривреде 6,6 и прехрамбене индустрије 4,2 милиона долара. Највећи дефицит реализован је у хемијској индустрији у вредности од 24,3 милиона долара, текстилној индустрији 13,5 милиона долара, као и у електроиндустрији и индустрији неметала. Током 2015. године највећи део спољнотрговинске размене привреде града Крагујеваца одвијао се са Италијом (87% у извозу и 55% у увозу). У извозу даље следе Пољска, Немачка, БиХ и Румунија. У увозу, после Италије, следе Пољска, Румунија, Немачка и Чешка. Спољнотрговинска размена града Крагујеваца у 2015. години по производима дата је у табели 41.

Табела 41. Економска размена града Крагујевца по производима у 2015. години

ИЗВОЗ	УВОЗ
Друмска возила, делови и прибор	Друмска возила и делови
Производи од гвожђа и челика	Пластичне масе и произ. од пласт. маса
Машине и делови машина	Машине, уређаји и апарати
Производи од пласт. масе (амбалажа)	Хемикалије
Намештај и делови седишта	Делови електр. машина
Ловачко и спортско оружје	Производи од гуме (за возила и др.)
Алати	Производи од гвожђа и челика
Житарице	Гвожђе и челик
Делови шинских возила	Контролни и мерни апарати
Производи од гуме	Намештај и делови седишта

Извор: Регионална привредна комора Крагујевац

Најважнији партнери у извозу града Крагујевца у 2014. години били су: Италија, Пољска, Немачка, БиХ и Словенија, док су најважнији партнери у увозу: Италија, Пољска, Румунија, Немачка и Чешка. Највећи суфицит остварен је у спољнотрговинској размени са Италијом у вредности од 849,3 милиона долара и БиХ 12,2 милиона долара. Највећи дефицит остварен је у размени са Пољском у вредности од 108,5 милиона долара, Румунијом 64, Чешком 58,3 и Немачком 30,6 милиона долара. Од осталих земаља позитивни резултати остварени су у размени са Руском Федерацијом, САД, Норвешком, Кипром, Грчком, Азербејџаном, Мароком, Јорданом и Уједињеним Арапским Емиратима.

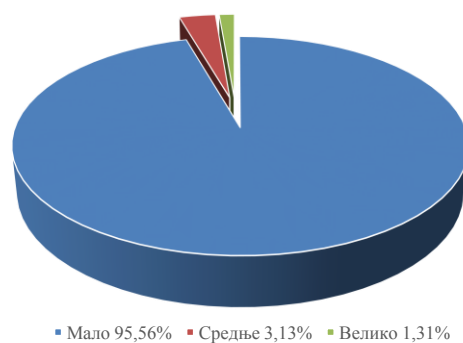
Важан показатељ економске активности града јесте и број активних предузећа. Према подацима Народне банке Србије (по завршним рачунима), у периоду 2004–2014. године присутан је пораст броја предузећа у граду Крагујевцу (табела 42). Растући тренд је присутан готово у свим посматраним годинама изузимајући 2006. годину, када је дошло до великог пада броја привредних субјеката у односу на претходну годину. Интересантно је да је и у години снажне економске кризе (2008) дошло до раста броја предузећа. Незнатан пад броја предузећа забележен је у 2009. години. У 2010. забележен је пораст броја активних предузећа са 1.298 на 1.765, да би у 2011. дошло поново до пада, након чега у наредне две године расте број предузећа. На крају 2014. године у граду Крагујевцу је пословало 1.758 предузећа, што је за преко 600 предузећа више у односу на 2014. годину (35%).

Табела 42. Преглед броја предузећа у граду Крагујевцу (2004–2014)

РЕДНИ БРОЈ	ГОДИНА	БРОЈ ПРИВРЕДНИХ ДРУШТАВА
1	2004	1.150
2	2005	1.232
3	2006	1.148
4	2007	1.218
5	2008	1.382
6	2009	1.298
7	2010	1.765
8	2011	1.483
9	2012	1.585
10	2013	1.707
11	2014	1.758

Извор: АПР

На сликама 31 и 32 дат је приказ структуре предузећа по величини као и заступљености сектора по предузећима у граду Крагујевцу у 2014. години.

Слика 31. Структура предузећа по величини у граду Крагујевцу (2014)

Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

Слика 32. Заступљеност сектора по предузећима у граду Крагујевцу (2014)

Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

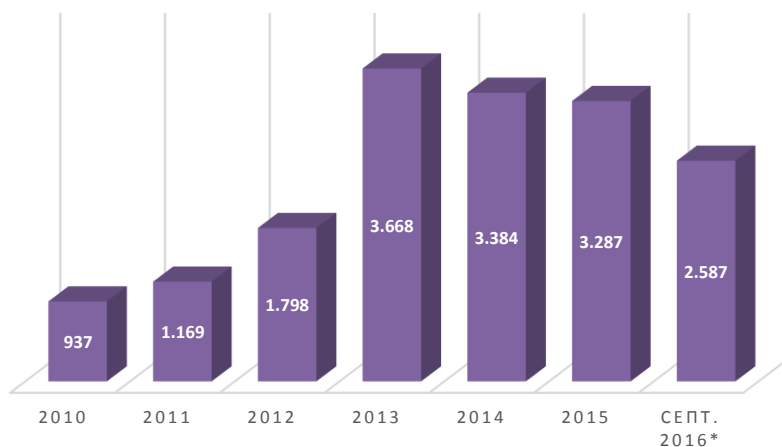
Према подацима Агенције за привредне регистре, највећи број предузећа на подручју града Крагујевца припада сектору малих предузећа (95,3%), док на средња и велика предузећа одлази само 4,7% од укупног броја предузећа. Ако се анализира секторска структура предузећа, може се уочити да највећи број предузећа припада сектору трговине на велико и мало (28,67%), док велики број предузећа послује у сектору прерађивачке индустрије (23,66%). Остали сектори су мање заступљени.

5. ОДРЖИВОСТ КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА У УСЛОВИМА ГЛОБАЛНЕ КОНКУРЕНЦИЈЕ НА ЛОКАЛНОМ И РЕГИОНАЛНОМ НИВОУ

5.1. Анализа нивоа квалификације радне снаге и развојног потенцијала FCA SRBIЈА

Од када је италијански *Fiat* реализовао инвестицију у оживљавање производног погона у Крагујевцу, број запослених се повећавао посебно у години отпочињања производње, као и години која је уследила (слика 33). Наиме, највећи број запослених лица присутан је у 2013. години, чак 3.668 лица, што је за 1.870 више у односу на претходну годину. Током 2014. и 2015. године број запослених лица је смањен за 284 лица, односно 97 лица. У јулу 2016. године производња је смањена за 25%, а број запослених је смањен за око 700 лица.

Слика 33. Број запослених лица у компанији FCA Србија од 2010. до септембра 2016. године



* незваничан податак на бази информација РТС-а

Извор: аутор на бази података АПР

Подаци о броју запослених и квалификационој структури радника у 2014. и 2015. години приказани су у табели 43.

- Највећи број радника спада у категорију *Blue Collar* („плава крагна“), у оквиру којих су претежно запослени радници од I до V степена стручне спреме и тим-лидери

(2.787 у 2014. години, односно 2.704 у 2015. години). Тим-лидери контролишу 10 до 15 радника и одговорни су за њихов посао.

- У оквиру категорије *White Collar* („плава крагна“) спада 314 лица у обе посматране године и обухвата супервизоре (тј. пословође који контролишу од 30 до 40 људи), шефове смена, директоре сектора (монтажа, лакирница, каросерија, итд.), директоре одељења (набавка, продаја, итд.).

- Лица у категорији *Professionals* прате производњу кроз податке и извештаје, тј. лица која нису директно повезана са производњом. Ова лица углавном поседују диплому факултета. Компанија је континуирано улагала у обуку и усавршавање својих радника, па је број сати обуке (тренинга) у 2014. години износио преко 20.000 сати, за лица која спадају у категорије *Professionals* и *White Collar* укупно 4.944 сати, а за *Blue Collar* 16.312 сати. Током 2015. године обука је претежно била усмерена на лица *Professionals* и *White Collar*.

Табела 43. Подаци о броју и квалификационој структури запослених лица у компанији FCA Србија у 2014. и 2015. години

ГОДИНА	2014			2015		
	<i>Professionals</i>	<i>White Collar</i>	<i>Blue Collar</i>	<i>Professionals</i>	<i>White Collar</i>	<i>Blue Collar</i>
Број запослених	74	314	3.012	69	314	2.907
Средње старосно доба	39	37	32	40	37	34
Просечни радни стаж (година)	11	9	7	13	11	9
Број престанака радног односа	4	28	297	8	35	69
Сати обуке-укупно (тренинг)	4.944		16.312	10.198		8.917
Диплома факултета (VII-IX)	67	211	52	62	197	45
Диплома више школе (VI степен)	6	49	122	5	55	111
Диплома средње школе (I-V степен)	1	54	2.787	2	62	2.704
Основна школа			51			47
Укупно	74	314	3.012	69	314	2.907

Извор: аутор на бази података АПР

Развојни потенцијал компаније могуће је сагледати на основу финансијске слике друштва, коју показује компаративна анализа најважнијих позиција из биланса успеха (БУ) и биланса стања (БС) за године пословања, а које су приказане у табели 44.

Табела 44. Најважније позиције из Биланса успеха и Биланса стања компаније FCA Србија (2012–2015)

ПОЗИЦИЈА	2012	2013	2014	2015
Приходи	37.084.540	168.073.593	153.235.619	137.066.066
Добитак (губитак) пре опорезивања	-1.863.164	1.166.176	2.346.403	2.352.261
Добитак (губитак) после опорезивања	-222.362	1.131.301	2.465.358	2.383.640
Актива	145.304.687	144.379.010	124.662.151	110.763.283
Основна сред. и дуг. фин. пласмани	108.762.061	111.830.735	102.532.060	90.514.288
Обртна имовина и одложена пор. средства	36.542.626	32.548.275	22.130.092	20.248.994
Пасива	145.304.687	144.379.010	124.662.151	110.763.283
Капитал	22.667.117	23.209.842	23.866.107	27.140.239
Обавезе и ПВП	121.452.352	120.749.811	100.232.419	82.930.544
Резервисања	1.185.218	419.357	563.624	692.500

Извор: калкулација аутора на бази података АПР

Вредност активе се смањује у 2013. и 2014. години као резултат амортизације основних средстава, смањења потраживања и залиха недовршене производње. Даље смањење активе у 2015. години настало је такође услед амортизације основних средстава. Вредност основних средстава и дугорочних финансијских пласмана је највиша у 2013. години јер је FCA заокружила инвестициони циклус, а смањење у 2015. резултат је амортизације. У 2014. години долази до знатног смањења обртне имовине због смањења потраживања и смањења залиха недовршене производње. Даље смањење у 2015. години резултат је смањења готовине и готовинских еквивалената.

Када се посматрају позиције на страни пасиве, може се уочити смањење обавеза из пословања и финансијских обавеза у свим анализираним годинама. Повећање капитала је резултат повећања *Cash flow hedge* резерви и резултата пословања. Обавезе се постепено смањују услед смањења обавеза из пословања и дугорочних обавеза.

Структура финансијског резултата компаније FCA Србија приказана је у табели 45.

Табела 45. Структура финансијског резултата компаније FCA Србија (2010–2015)

ПОЗИЦИЈА	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Пословни приходи	13.319.490	7.634.094	40.849.073	171.603.772	156.064.162	139.588.190
Пословни расходи	13.725.456	13.050.668	45.772.079	169.402.512	152.145.915	137.398.900
ПОСЛОВНИ РЕЗУЛТАТ	-405.966	-5.416.574	-4.923.006	2.201.260	3.918.247	2.189.290
Финансијски приходи	1.405.339	3.326.896	10.723.640	5.805.155	3.396.232	5.295.565
Финансијски расходи	440.985	3.385.933	9.313.350	7.833.828	6.551.946	7.150.713
РЕЗУЛТАТ ИЗ ФИНАНСИРАЊА	964.354	-59.037	1.410.290	-2.028.673	-3.155.714	-1.855.148
Остали приходи	73.305	1.046.526	1.875.819	2.737.966	2.062.185	2.478.034
Остали расходи	83.556	1.269.790	226.267	1.744.377	478.315	459.915
РЕЗУЛТАТ ИЗ ОСТАЛИХ ПРИХОДА	-10.251	-223.264	1.649.552	993.589	1.583.870	2.018.119
РЕЗУЛТАТ ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	548.137	-5.698.875	-1.863.164	1.166.176	2.346.403	2.352.261
ОДЛОЖЕНИ ПОРЕСКИ ПРИХОД/РАСХОД ПЕРИОДА	7.428	14.451	1.640.802	-34.875	118.955	31.379
НЕТО РЕЗУЛТАТ	555.565	-5.684.424	-222.362	1.131.301	2.465.358	2.383.640

Извор: аутор на бази података АПР-а

Анализирањем финансијских резултата у периоду пословања, односно од 2012. до 2015. године, уочава се раст укупних прихода и расхода. Раст прихода је интензивнији у односу на укупне расходе, што је довело до реализовања позитивног нето резултата пословања. Кретање прихода и расхода приказано је на слици 34.

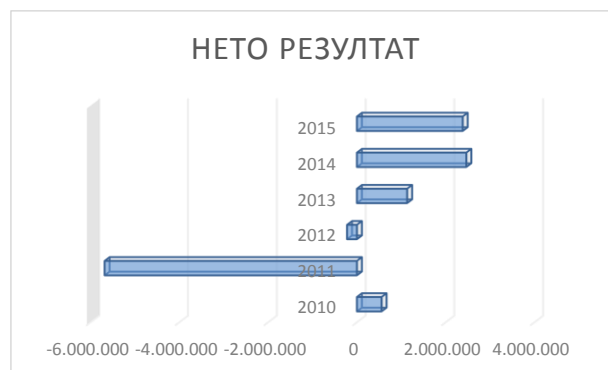
Слика 34. Кретање прихода и расхода компаније FCA Србија у хиљадама динара (2010–2015)



Извор: аутор на бази података АПР

Ако се посматра добитак пре опорезивања у 2014. години, може се уочити да су приходи у 2013. и 2014. на сличном нивоу, па је раст добитка остварен смањењем трошкова материјала. Смањење прихода и смањење трошкова је у приближно истом односу током 2015. године.

Слика 35. Нето резултат компаније FCA Србија (2010–2015)



Извор: аутор на бази података АПР

Добитак после опорезивања (нето резултат) резултат је додатног повећања добитка као и одложених прихода/расхода током 2014. године. Смањење добитка резултат је одложених прихода/расхода током 2015. године. Нето резултат у периоду 2005–2015 приказан је на слици 35.

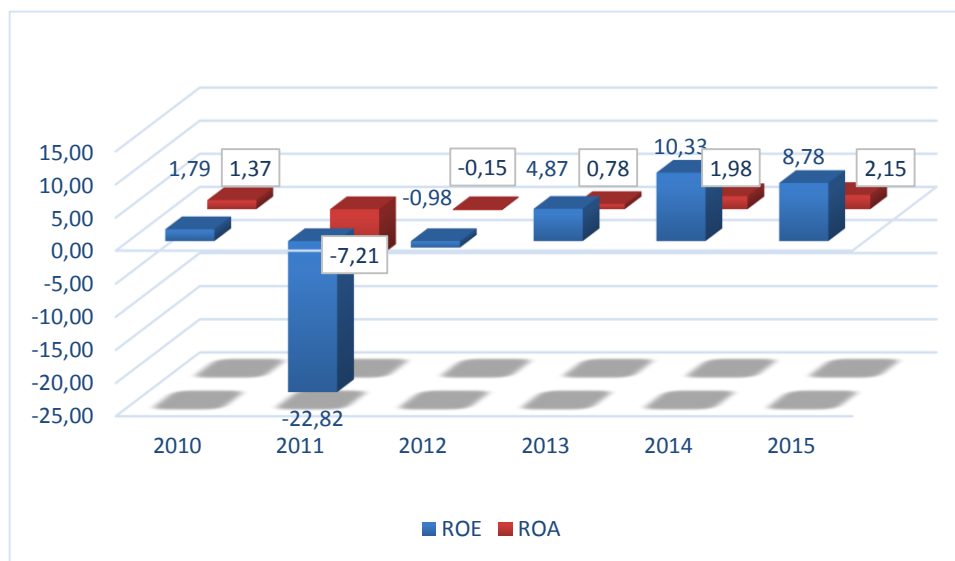
5.2. Анализа остварених финансијских показатеља FCA SRBIЈА

Подаци о развоју и финансијским резултатима се могу приказати кроз следеће финансијске показатеље: принос на укупну активу (ROA), принос на сопствени капитал (ROE), стопу нето добитка, степен задужености и степен ликвидности. У показатеље профитабилности спадају ROA, ROE и пословни нето добитак, док се на показатеље финансијског положаја односе ратио задужености и ратио ликвидности.

Принос на укупну активу (Return On Assets – ROA) показује колики је принос остварен на укупно ангажована средства. Овај показатељ бележи тренд раста као резултат преласка из зоне губитка у зону добитка (слика 36). **Принос на укупан капитал (Return On Equity – ROE)** показатељ је рентабилности (профитабилности) компаније и показује колики је принос остварен ангажовањем сопственог капитала. У периоду 2010–2015. године стопе профитабилности имају растући тренд, са бржим растом приноса на капитал у односу приноса на активу. У 2011. и 2012. години FCA је по основу сваког уложеног динара у активу и сопствени капитал реализовала 0,98, и 0,15 и чак 7,21 и 0,98 нето губитка респективно. У наредне три године на сваки уложен динар у активу

компанија остварује 0,78, 1,98 и 2,15 нето добитка, док на сваки уложен динар у сопствени капитал реализује 4,87, 10,33 и 8,78 нето добитка.

Слика 36. Стопе профитабилности компаније FCA Србија (2010–2015)



Извор: аутор на бази података АПР

Пословни нето добитак као показатељ рентабилности компаније представља однос нето добити и пословних прихода компаније. Нето губитак у 2011. години последица је интензивних улагања у реконструкцију и модернизацију производних погона. Овај показатељ од 2012. године бележи тренд раста (слика 37).

Слика 37. Пословни нето добитак/губитак компаније FCA Србија (2010–2015)



Извор: аутор на бази података АПР

Рацио задужености је показатељ солвентности и финансијске структуре компаније. Израчунава се стављањем у однос дугорочних резервисања и обавеза и укупне пасиве. **Степен ликвидности** је показатељ ликвидности компаније, то јест њене способности да благовремено измири доспеле обавезе. Овај показатељ се израчунава

стављањем у однос готовине и готовинских еквивалената и краткорочних обавеза. Упркос расту профитабилности компаније, није дошло до побољшања њеног финансијског положаја. У посматраном периоду компанија је пословала ликвидно једино у 2011. години, док у осталим годинама вредности рача ликвидности бележе опадајући тренд. Наиме, сваких 100 динара краткорочних обавеза, покривено је са све мањим износом ликвидних средстава. Највећа вредност рача присутна је у 2011. години, када је сваких 100 динара краткорочних обавеза било покривено са око 86 динара ликвидних средстава (слика 38).

Слика 38. Рацио задужености и рацио ликвидности компаније FCA Србија (2010–2015)



Извор: аутор на бази података АПР

Ако се изузме 2011. година када је предузеће пословало ликвидно, у периоду од 2012. до 2015. финансијска равнотежа је померена ка краткорочним изворима финансирања. Недостатак дугорочних извора финансирања утицао је да се део дугорочно везаних средстава финансира из краткорочних извора финансирања. Оваква ситуација је условила погоршање ликвидности у посматраном периоду, које је праћено растом задужености. Међутим, оправданост за раст задужености проистиче из реализованог раста добитка из редовног пословања.

6. ЕМПИРИЈСКО ИСТРАЖИВАЊЕ ЕФЕКТА УТИЦАЈА КОМПАНИЈЕ FCA SRBIЈА НА УРБАНИ РАЗВОЈ КРАГУЈЕВЦА

Иако је у условима одсуства пуне транспарентности уговора о инвестиционом улагању између *Fiat*-а и Владе Републике Србије, готово немогуће у потпуности сагледати економске ефекте ове инвестиције, свакако се може уочити њен допринос унапређењу пословних перформанси аутомобилске индустрије и привреде као целине. Евидентан је и велики утицај доласка *Fiat*-а на урбану економију града Крагујевца, као локације производне базе FCA и великог броја његових добављача делова.

Имајући у виду велики значај аутомобилске индустрије за националну и урбану економију, многе земље које су се некада декларисале као социјалистичке су креирале програме подршке за привлачење СДИ у аутомобилску индустрију (Pavlinek, 2004; Pavlinek&Janak, 2007), међу којима је и наша земља.

6.1. Теоријски оквир истраживања

Мултинационалне компаније, као форма страних улагања, генерално се сматрају далеко супериорнијим од домаћег капитала у стварању стратешког реструктурирања, што доводи до дугогорочног успешног опстанка домаћих предузећа која на тај начин постају „покретачка снага“ економског развоја пре свега у земљама ЦИЕ (Pavlinek, 2004). Њихово привлачење у регионима са ниским нивоом незапослености посматра се као пожељно решење за њихове економске проблеме. Ове везе сматрају се најзначајнијим механизмом кроз који се одвија трансфер технологије, стварају се нови послови и формирају нова предузећа са домаћим (Dicken, 1998; Pavlinek, 2003).

Међутим, СДИ у ЦИЕ нису обавезно довеле до аутоматског успеха у свим земљама (Pavlinek, 2002б), њени ефекти су били веома неуједначени и секторски и географски (Pavlinek&Smit, 1998). Степен интеграције мултинационалних компанија са локалним и регионалним економијама земље домаћина варира због постојања великих разлика у развијености индустрије и постављеним стратегијама (Pavlinek, 2002ц; Pavlinek&Smith, 1998).

Истраживања везана за аутомобилску индустрију у бившим социјалистичким земљама и њена трансформација помоћу СДИ заузима важно место у литератури са аспекта утицаја на економски развој (Domanski, 2003; Navas, 1997; 2000; Pavlinek, 2002а;

2002б; Richet&Bourassa, 2000; Radosevic&Rozeik, 2005; Tulder&Ruigrok, 1998). Препознајући значај аутомобилске индустрије за економски развој, поједини аутори су фокусирали своје истраживање на регионалном распореду и формирању мреже добављача у оквиру националне економије (Meyer, 2000; Pavlínek, 2003). Главна ограничења са којима се суочавају аутори односе се на недостатак адекватних података, јер је веома тешко покрити све произвођаче који су укључени у процес ауто-индустрије. Ланац снабдевања чине домаће фирме, стране компаније са филијалом у земљи и стране компаније које послују у иностранству. Недостатак квалитетних података, релативно кратак период посматрања и неразвијеност методологије представљају ограничавајуће факторе у оваквим истраживањима, чиме је и њихова практична примена ограничена. Имајући на уму важност утицаја мултинационалне компаније на урбани економски развој, потребно је радити на развоју методологије и индикатора прилагођених тренутном степену развијености, као и специфичним условима који се разликују унутар различитих урбаних економија.

Посебна пажња у истраживању односи се на значај мреже добављача на развој региона у коме су концентрисани и коју позицију заузимају у односу на ланац снабдевања. По својој структури, аутомобилска индустрија је строго хијерархијска и прави је пример успостављања производне мреже у коме се велики произвођачи налазе на врху и координирају производном мрежом (Dicken, 2003). Локалне фирме имају значајну улогу у успостављању и координацији инвестиција у оквиру вертикалне мреже компоненти добављача. Процес производње и достављања компоненти добављача у аутомобилској индустрији довео је до развоја различитих стратегија просторне и институционалне организације *Tier 1* добављача (директни добављачи) и њиховог односа према произвођачима (Salerno&Carneiro Dias, 2002). *Tier 1* добављачи се најчешће лоцирају у непосредној близини фабрике, често у парковима добављача или унутар фабрика аутомобила (Larsson, 2002). *Tier 1* добављачи испоручују претходно монтиране делове директно фабрици где се инсталирају у возилима.

Међутим, нису све СДИ довеле до успостављања веза између добављача и локалних предузећа. Извозно оријентисане, *cross-border* инвестиције су посебно изоловане од локалних економија. Многе западне компаније не развијају или пак успостављају веома мали број веза са локалним фирмама јер је често тешко пронаћи одговарајуће добављаче компоненти код домаћих, жељеног нивоа софистицираности, квалитета и времена испоруке (Pavlínek, 1998).

Када је реч о *Fiat*-у, литература која се бавила организацијом производње у последњих неколико деценија, указује на честу измену локације и добављача у процесу производње (Conti&Enrietti, 1995). Током процеса сељења, *Fiat* је током 60-их и 70-их, уз подршку државе, своје фабрике лоцирао у јужној Италији, чиме је знатно утицао на промене у економији региона. Овакво сељење производње довело је до раста запослености све до почетка 90-их када је дошло до пада и затварања фабрика које су биле лоциране у оквиру региона Торина (Withford&Enrietti, 2005). Такође, истраживања су потврдила становиште да је укљученост добављача у међународну мрежу добављача и конкурисање код других произвођача аутомобила, основна претпоставка „преживљавања“ региона у случају гашења фабрике *Fiat*. Региони у којима су, од самог почетка, добављачи били укључени у међународну мрежу добављача јесу региони који су и након одласка *Fiat*-а, забележили раст производње, извоза и запослености. Наиме, подаци који обухватају период након 1990. године показују да су региони који су били карактеристични по концентрацији *Tier 1* добављача, успели да преживе одлазак *Fiat*-а јер су све време радили на јачању тржишне позиције у оквиру страних произвођача аутомобила. Withford и Enrietti (2005) закључују да је у случају регионалог развоја од великог значаја укључивање у међународно тржиште, односно диверсификација ризика која произилази из потпуног ослањања на једног произвођача.

Поред промена у секторској структури и сектору добављача, долазак МНК може у знатној мери да утиче и на сектор некретнина. Промене у ценама некретнина подстичу флукуације у привреди како на регионалном тако и на локалном нивоу и утичу на финансијску стабилност и добробит предузећа и домаћинстава. У већини развијених економија света, циклуси кретања цена некретнина најчешће се поклапају са кредитним и пословним циклусима (Igan et al., 2011). Велики број фундаменталних фактора може утицати на кретање цене некретнина. То су фактори на страни понуде и фактори на страни тражње и могу бити мерени помоћу макроекономских варијабли, односно индикатора (Hui&Shen, 2006; Shen et al., 2005). На страни понуде, пажња је посвећена трошковима изградње, организацији производње, цени земљишта, географским и владиним ограничењима за развој, а на страни тражње демографским кретањима, приходима домаћинстава или запослености, каматним стопама, променама у карактеристикама локације, величини тржишта, преференцијама домаћинстава и друго.

Свако одступање цена некретнина од њихове фундаменталне вредности се дефинише као „мехур“, и за овај термин постоји велики број дефиниција. Најтежи задатак је да се утврди да ли повећање цене некретнина има економске основе или је

повезано са ирационалним понашањем економских субјеката. У литератури постоји слагање да се мехур некретнина може дефинисати у три широке категорије. Са статистичке тачке гледишта, мехур некретнина је изразито висок раст цена и у складу са њом ценовни раст се квалификује као мехур изазван продуженим растом прихода (IMF, 2003). Друга дефиниција се односи на ситуацију постојања мехура када цене некретнина превазилазе њихову основну вредност у великом износу (Cochrane, 2001). Наиме, субјекти на тржишту виде куповину некретнине као извор прихода у будућности, што доводи до раста њихових цена. Трећа дефиниција указује на постојање мехура уколико су цене некретнина изнад њиховог дугорочног равнотежног нивоа (Fernández-Kranz & Hon, 2006; Gallin, 2003), а раст цена изазван је привременим шоковима тражње на тржишту.

Најчешће коришћен метод за утврђивање постојања мехура на тржишту некретнина је поређење цена некретнина и фундаменталних фактора. У литератури која се бави мехуром некретнина, приходи, трошкови изградње, популација и каматна стопа се сматрају фундаменталним факторима (Ren et al., 2012). Мехур на тржишту некретнина најчешће почиње са повећањем тражње у дужем временском периоду, која са друге стране не може да се задовољи постојећом понудом. Инвеститори верују да могу остварити профит у кратком року, због чега и улазе на тржиште, што ће додатно повећати тражњу. Све ово доводи до раста цена, али обично и до већих инвестиција у грађевинском сектору. Међутим, у одређеном тренутку тражња ће почети да стагнира или опада, уз истовремени раст понуде, што доводи до наглог пада цена некретнина са великом вероватноћом да мехур „пукне“.

Иако је страна литература богата радовима чији су фокус истраживања ефеката доласка МНК из области аутомобилске индустрије на регионални и локални економски развој, у домаћој литератури ова област није довољно истражена. Имајући у виду постојање истраживачког гепа, спроведено је емпиријско истраживање са циљем утврђивања ефекта доласка велике МНК из аутомобилске индустрије на урбану економију, како би се дошло до одговора на следећа питања:

- ❖ У којој мери је *Fiat* допринео изменама у секторској структури града мерено бројем запослених лица по секторима делатности?
- ❖ У којој мери је *Fiat* утицао на ниво оствареног буџета града и нивоа инвестиција?
- ❖ У којој мери су *Fiat*-ови добављачи допринели резултатима урбане економије?
- ❖ У којој мери је *Fiat* утицао на кретања на тржишту некретнина?

Свеобухватна теоријска и емпиријска анализа наведеног проблема омогућиће компарацију добијених резултата са резултатима истраживања у развијеним тржишним привредама и генерализације одговарајућих закључака који могу бити од помоћи креаторима економске политике.

6.2. Предмет и циљ истраживања

Једна од најзначајнијих инвестиција у нашој земљи је улагање *Fiat*-а у аутомобилску индустрију. Креатори економске политике у Србији су у 2008. години направили специфичан корак, као стимуланс, који је резултирао у склапању уговора између *Fiat*-а и државе Србије, којим је основано заједничко предузеће, у које су *Fiat* и држава Србија унели оснивачки улог, у новцу, технологији, инфраструктури и регулаторном оквиру. Након решавања инфраструктурних проблема и постављања монтажне линије, у 2012. години је отпочела производња модела „*fiat 500L*“. Долазак велике мултинационалне компаније довео је до значајних промена у развоју урбане економије, промена у секторској структури, нивоу буџета града и инвестиција, промена на тржишту некретнина, као и промена у сектору добављача делова. Велике МНК из аутомобилске индустрије виделе су Србију као добар избор локације за ширење производње, тј. могућност снабдевања како *Fiat*-ове фабрике у Крагујевцу тако и других произвођача у региону (*BMW* у Немачкој, *Renault* у Словенији, *Suzuki* у Мађарској и др.).

У складу са претходним разматрањима, докторска дисертација полази од становишта да долазак мултинационалне компаније доводи до значајних промена на нивоу локалне економије. Коришћењем методологије развијене у литератури, прикупљањем примарних и секундарних података мериће се утицај који је *Fiat* имао на урбани развој у периоду 2008–2016. године. Посматрани период обухвата период пре доласка *Fiat*-а и након отварања фабрике, како би се стекла добра основа за компарацију доступних података о стању урбане економије.

Полазећи од напред реченог, *предмет докторске дисертације* јесте анализа теоријских и непосредних сазнања о утицају мултинационалне компаније на урбани економски развој, са посебним апострофирањем утицаја развоја аутомобилске индустрије, мерено моделима развијеним у литератури и коришћењем специфичног модела насталог током истраживања.

Основни циљ истраживања у овој докторској дисертацији јесте анализа утицаја мултинационалне компаније на промене на нивоу урбане економије.

- ❖ *Први специфични циљ истраживања* јесте мерење утицаја мултинационалне компаније на промене у секторској структури урбане економије.
- ❖ *Други специфични циљ истраживања* јесте анализа утицаја мултинационалне компаније на ниво оствареног буџета града и ниво инвестиција.
- ❖ *Трећи специфични циљ истраживања* јесте утврђивање карактеристика мреже Fiat-ових добављача, као и разлика у њиховој локацији и просторном распореду.
- ❖ *Последњи, четврти специфични циљ истраживања*, односи се на анализу кретања на тржишту некретнина на нивоу локалне економије.

Резултати емпиријске анализе омогућају да се прикажу конкретни ефекти доласка великог мултинационалног произвођача аутомобила на урбану економију. Такође, истакнут је значај и предложене конкретне мере за привлачење СДИ као покретача економског раста и развоја националне економије на микро и макро нивоу.

6.3. Развој истраживачких хипотеза

Имајући у виду предмет и циљ истраживања, развијен је модел на бази анализе релевантне литературе и резултата претходних емпиријских истраживања али и тренутног стања у урбаној економији и доступних података. У односу на дефинисани циљ истраживања, формулисане су релевантне *хипотезе истраживања*:

Хипотеза 1: Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у секторској структури урбане економије.

Хипотеза 2: Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у буџету града и нивоу инвестиција.

Хипотеза 3: Долазак мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије доводи до формирања мреже добављача делова, при чему је она организована тако да постоји статистички значајна веза између удаљености добављача од локације њене производне базе и припадности добављача групама *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*.

Хипотеза 4: Долазак мултинационалне компаније доводи до неравнотеже на тржишту некретнина.

У складу са предметом и циљевима истраживања, као и постављеним хипотезама, докторска дисертација има допринос са теоријског и практичног аспекта. Наиме, тестирањем постављених хипотеза остварени су следећи резултати:

1. Прва хипотеза формулисана је са циљем да потврди да долазак мултинационалне компаније доводи до промена у секторској структури привреде локалне економије, и то у два правца: јачање секундарног сектора и све већи раст терцијарног сектора.

2. Друга хипотеза формулисана је са циљем да докаже да долазак мултинационалне компаније доводи до промена у буџету града и нивоу инвестиција, то јест да је долазак мултинационалне компаније довео до раста расположивих средстава и до промена у структури њиховог трошења у правцу јачања инфраструктуре на нивоу урбане економије.

3. Трећа хипотеза формулисана је са циљем да тестира да долазак МНК доводи до формирања мреже добављача делова која се састоји из три нивоа/*Tier*-а. Такође, утврђене су разлике у локацији и просторном распореду различитих *Tier*-ова добављача имајући у виду њихов утицај на регионални и локални развој.

4. Трећа хипотеза формулисана је са циљем да потврди да долазак мултинационалне компаније доводи до неравнотеже на тржишту некретнина, то јест да је долазак мултинационалне компаније изазвао раст цена на локалном тржишту некретнина услед ирационалних очекивања тржишних субјеката о будућим ценама издавања и вредности некретнина, односно да се цене некретнина не могу објаснити кретањем фундаменталних фактора дефинисаним у литератури и методологији развијеној током истраживања за докторску дисертацију.

6.4. Методологија и методе истраживања

Имајући у виду постављени предмет и циљ истраживања, као и основне научне хипотезе, коришћени су различити извори и методе. Емпиријски део рада базиран је на анализи утицаја мултинационалне компаније на промене у локалној економији на примеру *Fiat*-а и Крагујевца. За истраживање емпиријског дела, тј. за анализу података и презентацију резултата коришћена је квалитативна и квантитативна методологија која се примењује у области друштвених наука. Наиме, у дисертацији је коришћена комбинована методологија, то јест најпре је спроведено квалитативно, а затим и

квантитативно истраживање. Квалитативне методе истраживања се користе за појмовно одређење и описивање основних елемената у оквиру посматраног проблема, применом дескриптивне статистике. У оквиру квалитативне методологије су коришћени методи анализе и синтезе, индукције и дедукције, методи дескрипције и компарације.

У оквиру квантитативне методологије примењени су различити статистички модели који се користе за утврђивање узрочно-последичне везе и мерење утицаја на зависну варијаблу. Примарни подаци прикупљени су методом испитивања. У ту сврху коришћен је анкетни упитник који су попуњавали добављачи, грађевинске компаније и агенције за промет некретнина. Прикупљени подаци су обрађени помоћу Статистичког пакета за друштвене науке (*Statistical Package for Social Sciences-SPSS 17*), а за потребе спровођења анализе података примењени су различити статистички методи: *Kruskal–Wallis* Н тест (као непараметарска алтернатива *One way ANOVE*), *gini* коефицијент, коефицијент ефикасности/локације (LQ), линеарна и вишеструка регресија, PR рацио и *Step Wise* регресија. Циљ примене наведених метода је да се добију резултати који омогућавају утврђивање степена статистичке условљености доласка мултинационалне компаније и промена у привреди локалне средине, што је важно због добијања валидних закључака.

6.5. Анализа утицаја мултинационалне компаније на секторску структуру локалне привреде

Од великог значаја за земљу домаћина јесте структура СДИ, односно њихова концентрисаност у примарном, секундарном и терцијарном сектору. Наиме, поједини истраживачи (Alfaro, 2003; Mencinger, 2003; Resmini, 2000) указују на штетну појаву СДИ у примарном и терцијарном сектору, апострофирајући њихов значај у секундарном сектору. Њихово образложење произилази из чињенице да СДИ у примарном и терцијарном сектору имају врло мали утицај на кретање БДП-а, док је тај ефекат присутан у случају секундарног сектора.

У протеклом периоду уочене су значајније промене у секторској структури привреде града Крагујеваца а које се могу довести у везу са доласком велике МНК. Како би се измерио утицај МНК на овај сегмент урбане економије, анализа је усмерена на утврђивање промена у секторској структури града, мерено кретањем броја запослених

лица у примарном, секундарном, терцијарном и кварталном сектору у периоду од 2007. до 2014. године. Имајући у виду наведено, приступило се тестирању следеће хипотезе:

Хипотеза 1: Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у секторској структури урбане економије.

За потребе наведене анализе, коришћени су подаци са којом располаже Републички завод за статистику (www.stat.gov.rs/). Под појмом *запослени* подразумевају се лица која имају заснован радни однос са послодавцем (привредним друштвом, предузећем, установом, организацијом и приватним предузетником), као и сам послодавац у случају приватног предузетника, тј. лице које самостално обавља делатност или професију. Не сматрају се запосленим лица која раде на основу уговора о делу или на основу уговора о обављању привремених и повремених послова. Подаци о запосленима у правним лицима (предузећа, установе, задруге и друге организације) добијени су на основу полугодишњег истраживања о запосленима и путем Анкете за допуну полугодишњег истраживања о запосленима, којом се обезбеђује оцена броја запослених у малим привредним друштвима (до 50 запослених), а која нису обухваћена редовним полугодишњим истраживањем.

Укупан број запослених лица (у предузећима, установама, задругама и другим организацијама) у граду Крагујевцу бележи тренд пада у периоду од 2006. до 2014. године (слика 39). Највећи број запослених лица, односно 40.253, присутан је на почетку периода. У годинама које су уследиле, број запослених лица се константно смањује, са најмањим бројем радника у 2011. и 2012. години. У 2013. присутан је раст од 9,17%, да би у 2014. години дошло до блажег пада од 1,6%.

Слика 39. Број запослених лица у граду Крагујевцу (2006–2014)



Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

У табели 46 дат је приказ броја запослених лица према секторима делатности у граду Крагујевцу (2007–2014).

- У посматраном периоду присутан је стални пад броја запослених у **примарном сектору**. Највећи пад забележен је у 2011. у односу на 2012. годину и износи 45%. Ако се посматра прва и последња година, тај пад износи чак 76%. Од укупног броја регистрованих запослених лица, највећи број припада сектору пољопривреде.

Табела 46. Број запослених лица према секторима делатности у граду Крагујевцу (2007–2014)

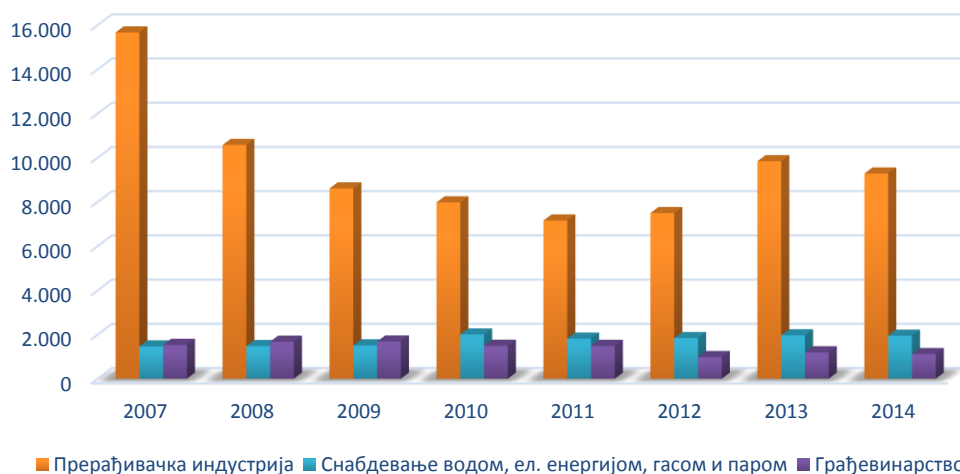
Број запослених према секторима	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Примарни сектор	485	366	327	223	122	119	119	116
Секундарни сектор	18.657	13.725	11.799	11.466	10.452	10.310	12.999	12.339
Терцијарни сектор	10.382	10.576	9.854	10.311	10.181	10.244	10.178	9.928
Квартарни сектор	9.730	10.025	10.093	10.000	9.966	10.041	10.214	10.586
Укупно	39.253	34.692	32.073	32.000	30.721	30.714	33.510	32.967

Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

- У **секундарном сектору** запослено је највише лица, у просеку 37,94% (2007–2014). Број лица запослених у секундарном сектору пратио је кретања укупног броја радника. Ако се упореди почетак и крај периода, може се уочити пад од 33%. Гледано по годинама, присутан је пад до 2012. године. У 2013. години у сектору је забележено додатно запошљавање од 2.348 радника (26%), да би током 2014. години поново дошло до пада запослености од 5%.

Према статистичким подацима, највећи број запослених лица у граду припада сектору прерађивачке индустрије (чак 74,46%). Учешће овог сектора у укупном броју запослених било је доминантно у претходном периоду. Просечан број радника у грађевинарству износио је 11,19%, а у сектору снабдевања водом, електричном енергијом, гасом и паром 14,35%. Број радника у ова два сектора од 2011., односно од 2012. године је у сталном порасту, са већим растом од 18% у сектору грађевинарства у 2012. години (слика 40).

Слика 40. Запосленост у секундарном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)



Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

• Запосленост у **терцијарном сектору** креће се на приближно истом нивоу, са блажим падовима и успонима. У 2012. години присутан је блажи раст, док је током 2013. и 2014. године уочљив блажи пад запослених лица посматрано у апсолутним износима. У структури запослених константан раст учешћа бележили су следећи сектори: производња електричне енергије и гаса, грађевинарство, трговина, саобраћај, финансијско посредовање и државна управа (слика 41).

У оквиру ове категорије, највише лица било је запослено у трговини на велико и мало (у просеку 34,24%), следи државна управа (20,95%) и делатност саобраћаја и складиштења (12,79%). Број запослених у овом сектору уско је повезан са кретањима у секундарном сектору.

Слика 41. Запосленост у терцијарном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)



Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

• У оквиру **квартарног сектора** нису забележене значајније промене у броју запослених лица на основу расположивих података (слика 42). Значајније повећање забележено је једино у 2013. години и износило је 9%. У структури запослених лица константан раст учешћа бележило је образовање и здравство. Ако се посматрају апсолутни износи највеће повећање остварено је у сектору образовања.

Слика 42. Запосленост у кварталном сектору у граду Крагујевцу (2007–2014)



Извор: аутор на бази података Републичког завода за статистику

Флукуације у броју запослених лица по секторима делатности у посматраном периоду највише су погодиле прерађивачки сектор (секундарни сектор), на који се односи највише запослених лица, а који обухвата и раднике FCA, као и раднике компанија његових добављача делова. Благи раст у 2012. години и значајан раст запослености у 2013. може се директно повезати са доласком *Fiat*-а. Наиме, FCA је у 2012. години отпочео производњу у крагујевачкој фабрици, као и његови најзначајнији добављачи делова. У 2013. само је FCA је запослио додатних 1.870 радника. У складу са истраживањем аутора које је спроведено у 2015. и почетком 2016. године (а које ће детаљније бити представљено у оквиру треће хипотезе), од укупно 40 добављача FCA, њих 29 се налази у Крагујевцу и околини и запошљавали су укупно 1.767. радника у 2013. години. Добављачи FCA су у Крагујевцу додатно запослили 649 лица.

У литератури која се бави анализом запослености у аутомобилској индустрији, однос радника код произвођача возила и добављача делова креће се у односу 1:4 (Pavlinek, 2015). Међутим, с обзиром на то да се посматра само град Крагујевац не могу се сви добављачи укључити у анализу јер су неки од њих лоцирани у региону Војводине и Београдском региону. Ипак генерално гледано овај однос је много мањи имајући у виду да је FCA у 2013. години запошљавао 3.668 лица, а сви његови добављачи у РС 5.512

лица. Ипак, имајући у виду укупан број запослених лица на нивоу града, запосленост везана за FCA и његове добављаче је врло велика у односу на укупан број запослених.

Иако је у 2014. години дошло до смањења, број радника је много већи у односу на године које претходе отпочињању производње FCA у Крагујевцу. Овакав развој ситуације нас наводи на закључак да је дошло до благог јачања секундарног сектора анализирањем кретања запослености у граду са ефектом преливања на целокупну привреду града. Ако се посматра терцијарни сектор, полазне претпоставке могу само делимично бити потврђене, односно да је долазак МНК довео до раста терцијарног сектора, који је изражен само у појединим годинама. Дакле, анализа показује да је долазак *Fiat*-а утицао на пораст запослености у секундарном сектору, док у примарном, терцијарном и кварталном сектору није забележен знатан утицај. Недостатак истраживања су недостатак квалитетних података и релативно кратак период посматрања. Развој даље ситуације у граду Крагујевцу у многоме зависи од даљих планова раста и развоја FCA, али и планова економске политике земље, имајући у виду огроман проценат лица која су везана за прерађивачку индустрију.

6.6. Анализа утицаја мултинационалне компаније на буџет локалне привреде и ниво инвестиција

У протеклом периоду уочене су веће промене у буџету локалне привреде и нивоу инвестиција, а које се могу довести у везу са доласком велике МНК. Стога, приступило се тестирању следеће хипотезе:

Хипотеза 2: Долазак мултинационалне компаније доводи до промена у буџету града и нивоу инвестиција.

Како би се извршила анализа утицаја МНК на овај сегмент урбане економије, приступило се прикупљању званично објављених података који се тичу остварених буџетских прихода и расхода, као и обима инвестиција у граду. Податке о буџетским приходима и расходима општина и градова РС прикупља и обрађује Министарство финансија, а објављује их Републички завод за статистику (www.stat.gov.rs/). Подаци о оствареним буџетским приходима и расходима односе се на податке завршних рачуна буџета прикупљене од свих градова и општина који чине систем локалне самоуправе.

Обухваћени су сви директни и индиректни корисници буџета града или општине који се претежно финансирају средствима локалног нивоа власти (РЗС, 2015).

Укупни буџетски приходи састоје се од текућих (пореских и непореских) прихода, примања од продаје нефинансијских фондова, као и од примања од задуживања и продаје финансијских фондова. Примања од продаје нефинансијских фондова обухватају само приходе од продаје капиталних добара (грађевинских објеката, залиха и земљишта у власништву државе) и капиталне трансфере од невладиних институција. Буџетски приходи користе се за покриће буџетских расхода. Текућим приходима финансирају се редовни пословни расходи буџетских корисника. Укупни буџетски приходи и њихова класификација за град Крагујевац приказани су у табели 47.

Табела 47. Приходи и примања буџета града Крагујевац у периоду од 2007–2014. године (у 000 динара)

ГРАД КРАГУЈЕВАЦ	БУЏЕТСКИ ПРИХОДИ (УКУПНО)	ТЕКУЋИ ПРИХОДИ	ПРИМАЊА ОД ПРОДАЈЕ НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	ПРИМАЊА ОД ЗАДУЖИВАЊА И ПРОДАЈЕ ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ
2007	3.921.361	3.758.165	-	163.196
2008	5.537.976	4.965.758	784	571.434
2009	4.060.590	3.559.255	-	501.335
2010	3.526.069	3.374.418	901	150.750
2011	4.350.353	3.982.266	538	367.549
2012	10.313.231	9.557.602	322.629	433.000
2013	5.547.718	5.289.998	17.386	240.334
2014	4.831.425	4.549.705	21.720	260.000

Извор: аутор на бази података РЗС

Укупни буџетски приходи имали су тенденцију пада од 2008. до 2010. године, у којој је уједно остварен и најнижи износ прихода. Након ове године, буџетски приходи расту, са највишом вредношћу у 2012. години у апсолутном износу, када је дошло и до највећег повећања за скоро 6 милијарди динара. Током 2013. године, дошло је до значајног смањења, за око 4,7 милијарди динара. У 2014. години забележено је даље смањење укупних прихода буџета, али је укупан обим остварених прихода виши у односу на 2011. годину, годину која претходи великом повећању. У оквиру укупних прихода, доминантан удео имају текући приходи.

Укупни буџетски расходи састоје се од текућих расхода и од издатака за набавку нефинансијских фондова и издатака за отплату кредита и набавку финансијских фондова (РЗС, 2015). Укупни буџетски расходи и њихова класификација за град Крагујевац приказани су у табели 48.

Табела 48. Расходи и издаци буџета града Крагујевца у периоду 2007–2014. године (у 000 динара)

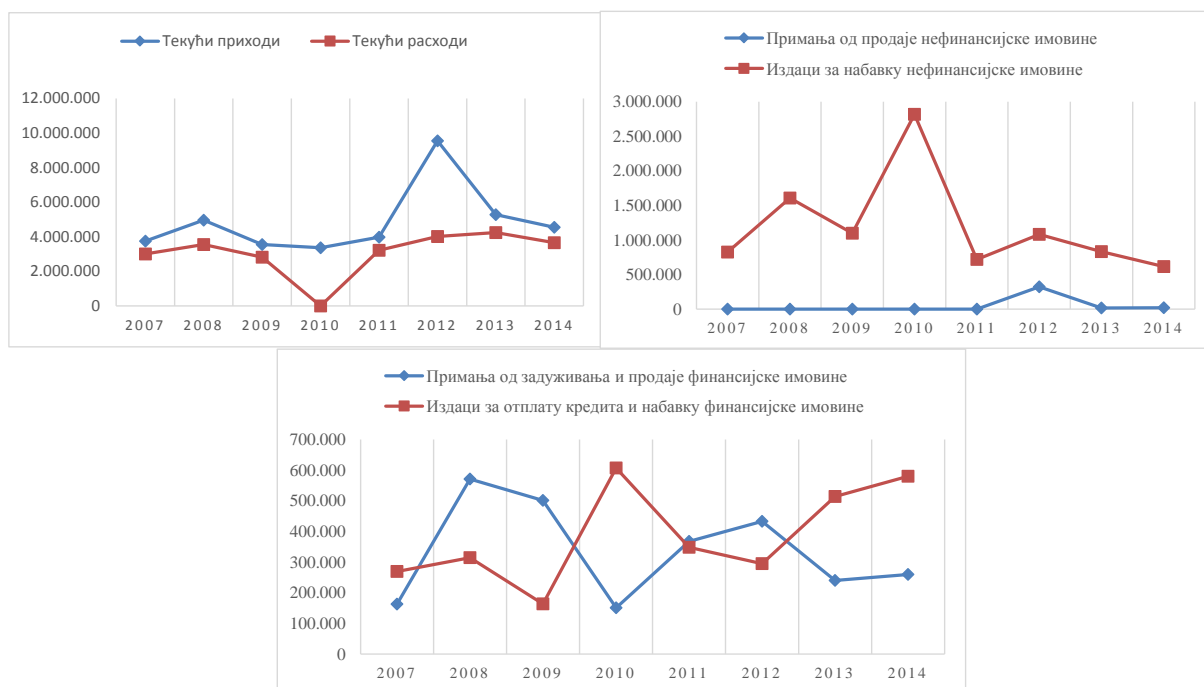
ГРАД КРАГУЈЕВАЦ	БУЏЕТСКИ РАСХОДИ (УКУПНО)	ТЕКУЋИ РАСХОДИ	ИЗДАЦИ ЗА НАБАВКУ НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	ИЗДАЦИ ЗА ОТПЛАТУ КРЕДИТА И НАБАВКУ ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ
2007	4.103.957	3.010.526	824.025	269.406
2008	5.482.945	3.561.804	1.606.527	314.614
2009	4.092.090	2.830.478	1.097.633	163.979
2010	3.752.313	-	2.820.093	607.261
2011	4.286.204	3.218.876	719.016	348.312
2012	5.401.636	4.023.244	1.083.072	295.320
2013	5.591.141	4.245.350	831.954	513.837
2014	4 852 994	3 657 409	615 540	580 045

Извор: аутор на бази података РЗС

Укупни буџетски расходи се смањују од 2008. до 2010. године. У 2010. години су остварени најнижи расходи у посматраном периоду. Након тога, уследио је раст расхода на највећим обимом у 2013. години. Текући расходи су доминантна категорија у оквиру расхода буџета привреде града Крагујевца, а следе их издаци за набавку нефинансијске имовине.

На слици 43 приказане су упоредне рашчлањене позиције прихода и расхода буџета. Ако се посматрају текући приходи и текући расходи, уочава се да су приходи у целокупном периоду виши од текућих расхода, са највећом разликом у 2012. години. Издаци за набавку нефинансијске имовине су много већи у односу на примања од нефинансијске имовине, са великим гепом у 2010. години. Последње две позиције, уједно и најмање по обиму, флукутирале су по годинама са највећим разликама у 2009. години у корист примања, као и у 2010. и 2014. у корист издатака.

Слика 43. Упоредни приказ рашчлањених позиција прихода и расхода буџета града Крагујевца у периоду 2007–2014. године (у 000 динара)



Извор: аутор на бази података РЗС

Укупни буџетски приходи, расходи, као и остварени суфицит/дефицит приказани су у табели 49. Буџет града Крагујевца остварио је велики суфицит у 2012. години, односно знатно више приходе од расхода буџета. Нешто мањи суфицит остварен је у 2008. години као и у 2011. години. У осталим годинама буџетски расходи виши су од прихода, односно буџет је забележио дефицит.

Табела 49. Суфицит/дефицит буџета града Крагујевца у периоду 2007–2014. године (у 000 динара)

ГРАД КРАГУЈЕВАЦ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Буџетски приходи	3.921.361	5.537.976	4.060.590	3.526.069	4.350.353	10.313.231	5.547.718	4.831.425
Буџетски расходи	4.103.957	5.482.945	4.092.090	3.752.313	4.286.204	5.401.636	5.591.141	4.852.994
ОСТВАРЕНИ СУФИЦИТ/ДЕФИЦИТ	-182.596	55.031	-31.500	-226.244	64.149	4.911.595	-43.423	- 21.569

Извор: аутор на бази података РЗС

Подаци о инвестицијама у нове основне фондове преузети су са сајта Републичког завода за статистику (www.stat.gov.rs/), а прикупљају се од свих правних лица у земљи, путем редовног годишњег истраживања „Инвестиције у основне фондове“. Односе се на све облике својине. Остварене инвестиције у току извештајне године представљају вредност ефективно извршене изградње, израде или набавке објеката, опреме и осталих

основних фондова, без обзира на то да ли су завршене и да ли је њихова исплата извршена (РЗС, 2015).

Подаци о оствареним инвестицијама у нове основне фондове приказани су у текућим ценама, као и по карактеру изградње (нови капацитети, реконструкција, модернизација, доградња, проширење и замена постојећих капацитета) и по техничкој структури (грађевински радови, опрема и остали основни фондови). На нивоу града Крагујевца обухваћена су велика и средња правна лица. Остварене инвестиције у граду Крагујевцу у нова основна средства, по карактеру изградње и техничкој структури у периоду 2007–2014. године приказане су у табели 50.

Табела 50. Остварене инвестиције у нова основна средства, по карактеру изградње и техничкој структури у граду Крагујевцу у периоду 2007–2014. године (у 000 динара)

ГРАД КРАГУЈЕВАЦ	УКУПНО	КАРАКТЕР ИЗГРАДЊЕ			ТЕХНИЧКА СТРУКТУРА			
		Нови капацитети	Реконструкција, модернизација, доградња и проширење	Одржавање нивоа постојећих капацитета	Опрема с монтажом			остало
					Грађевински радови	Домаћа опрема	Увозна опрема	
2007	4.819.684	1.856.251	2.594.549	368.884	1.237.491	1.976.893	1.486.717	118.583
2008	7.670.302	5.478.014	1.731.426	460.862	4.886.505	1.472.456	922.576	388.765
2009	4.227.077	2.170.420	1.791.968	264.689	2.409.009	829.226	950.226	38.616
2010	7.962.849	6.277.648	1.423.603	261.598	1.613.939	2.368.014	3.922.880	58.016
2011	21.797.684	18.913.010	2.507.792	376.882	9.124.164	2.149.207	10.173.986	350.327
2012	87.892.805	589.578	87.263.107	40.120	9.267.198	8.634.184	69.415.641	575.782
2013	19.591.747	16.913.597	1.743.570	934.580	1.839.624	3.109.345	14.185.925	456.853
2014	7.668.757	4.633.631	1.960.317	1.074.809	1.999.445	1.707.458	3.717.907	243.947

Извор: аутор на бази података РЗС

Укупне реализоване инвестиције у граду Крагујевцу имају тренд раста у анализираном периоду. Посебно велика улагања догодила су се у 2011., 2012. и 2013. години, са највећим износом апсолутно гледано у 2013. години.

Према **карактеру изградње**, разликују се инвестиције у нове капацитете, реконструкцију и одржавање постојећих капацитета. Улагања у нове капацитете највећа су у 2011. и 2013. години. У реконструкцију и модернизацију постојећих капацитета инвестирано је чак 87 милијарди динара у 2012. години, што је уједно и највиши износ улагања у овој категорији, а односи се пре свега на реконструкцију и модернизацију производних погона FCA.

Према **техничкој структури** инвестиција, највише је уложено у опрему заједно са монтажом, односно у увозну опрему, а затим и домаћу опрему и грађевинске радове. У односу на укупне инвестиције у граду, категорија увозна опрема има доминантан удео. Наиме, у 2012. години у увозну опрему опрему уложено је близу 70 милијарди динара за

опремање погона FCA. У 2011. и 2013. години извршена су такође значајна улагања, а која су по обиму много већа у односу на остале године у периоду посматрања. Слична ситуација је и код домаће опреме, с тим да су вредности инвестиција у домаћу опрему много ниже односу на страну опрему. Обим грађевинских радова највиши је у 2012. и 2013. години. Такође, инвестиције су велике и у 2008. години у поређењу са осталим годинама.

Остварене инвестиције у нова основна средства, по секторима приказане су у табели 51. Према обиму реализованих инвестиција најзаступљенији је секундарни сектор. Вредност улагања у овај сектор растао је од 2009. године, са највишим обимом у 2012. години. Чак и у годинама које су уследиле, вредност инвестиција је висока. Инвестиције у нова основна средства у терцијарном сектору много су ниже, са највишим вредностима у 2008. и 2012. години.

Табела 51. Остварене инвестиције у нова основна средства, по делатностима у граду Крагујевцу у периоду 2007–2014. године (у 000 динара)

ОСТВАРЕНЕ ИНВЕСТИЦИЈЕ У НОВА ОСНОВНА СРЕДСТВА ПО СЕКТОРИМА	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Примарни сектор	111	4.832	-	-	-	-	-	-
Секундарни сектор	1.534.776	3.005.540	1.780.163	5.920.881	19.774.289	83.653.878	16.466.191	5.927.957
Терцијарни сектор	2.482.802	3.859.918	1.742.969	1.606.988	1.771.728	3.925.000	2.787.002	1.451.496
Квартарни сектор	801.995	800.012	703.945	434.980	251.667	313.927	338.554	258.166
УКУПНО	4.819.684	7.670.302	4.227.077	7.962.849	21.797.684	87.892.805	19.591.747	7.668.757

Извор: аутор на бази података РЗС

На основу презентованих доступних података везаних за буџет и инвестиције у граду Крагујевцу (2007–2014), могу се се уочити следеће промене:

- Раст укупних буџетских прихода;
- Промене у кретању буџетских расхода, али без превеликих одступања по годинама у поређењу са приходима;
- Остварен велики суфицит буџета у 2012. години претежно услед повећања текућих прихода;
- Велики раст улагања у нове капацитете;
- У 2012. години велике инвестиције су реализоване за реконструкцију и модернизацију постојећих капацитета;
- Однос улагања у увозну опрему у односу на домаћу је приближно 10:1;
- Вредност грађевинских радова је у 2012. и 2013. години много већа у односу на остале године;

- Остварене инвестиције у нова основна средства највише су у секундарном сектору.

На основу претходно изведених констатација може се закључити да је долазак *Fiat*-а и отпочињање производње аутомобила у 2012. години, као и долазак великог броја добављача делова, довео до великих прилива средстава у буџет града, чиме је буџет остварио знатан суфицит. Оваква ситуација довела је промене структуре трошења средстава у правцу јачања инфраструктуре на нивоу урбане економије. Дакле, анализа је показала да је долазак мултинационалне компаније довео до промена у буџету града и нивоу инвестиција, чиме је друга хипотеза потврђена. Међутим, недостатак оваквог вида анализе јесте релативно кратак период праћења. Наиме, презентовани подаци указују на знатан прилив средстава у буџет у вези са улагањем у инфраструктуру у Крагујевцу. Као што је напоменуто у оквиру прве хипотезе, ефекти инвестиције *Fiat*-а ће реалније моћи да се сагледају тек кроз неколико година.

6.7. Анализа утицаја мултинационалне компаније на формирање мреже добављача

Основни циљ овог дела истраживања јесте утицај доласка *Fiat*-а на креирање мреже добављача и њен могући утицај на локални и регионални развој. Анализа је усмерена ка потенцијалним могућностима за продубљивање регионалних разлика у српској економији и негативних ефеката на локалну економију, као последици лоше распоређености добављача FCA и њихове позиције у ланцу снабдевања. Имајући у виду наведено, приступило се тестирању следеће хипотезе:

Хипотеза 3: Долазак мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије доводи до формирања мреже добављача делова, при чему је она организована тако да постоји статистички значајна веза између удаљености добављача од локације њене производне базе и припадности добављача групама *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*.

Аутомобилска индустрија је пример успостављања производне мреже (Gereffi, 2001; Dicken, 2003), а значајну улогу могу имати локалне фирме у успостављању и координацији инвестиција у оквиру вертикалне мреже компоненти добављача. Постоје разлике у конкурентским стратегијама произвођача у различитим регионима и

тржиштима, па стога су различити и облици мреже и координација. Оне су под јаким утицајем друштвено-политичког, културног и институционалног окружења (Coe et al., 2004; Dicken, 2003).

ПОДАЦИ И МЕТОДОЛОГИЈА

За потребе истраживања коришћени су подаци којима располажу државне институције: Агенција за страна улагања и промоцију извоза (SIEPA), Аутомобилски кластер Србије и Агенција за привредне регистре (АПР). Након оваквог прикупљања података, креиран је упитник који је био намењен 21 компанији које су таргетиране у првој фази истраживања. Упитник се налази на крају рада у оквиру Прилога.

Информације из анкете довеле су до сазнања да постоји још 19 компанија, па је укупан узорак проширен на 40 добављача FCA. Овакав вид истраживања препознат је у литератури, где истраживачи користе квалитативну методологију засновану на *case* студијама и интервјуима директно са менаџерима компанија (Barnes&Kaplinksky 2000; Pavlínek, 2003; Pavlinek&Žižalova, 2014). Сам упитник структуриран је тако да обезбеђује информације које се тичу власничке структуре, године оснивања, просечне месечне зараде, кључних купаца и добављача. Што се тиче године оснивања, нешто више од половине предузећа основано је после 2010. године (52,5%) (слика 44).

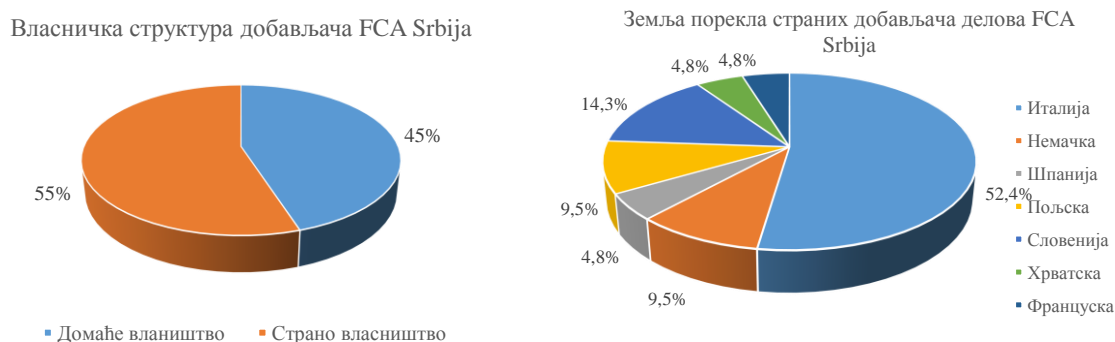
Слика 44. Година оснивања добављача FCA Србија



Извор: Аутор

Власничка структура приказана је на слици 45. Око 55% анализираних компанија је у страном власништву, а водећа земља по уделу у страном власништву је Италија (52,4%).

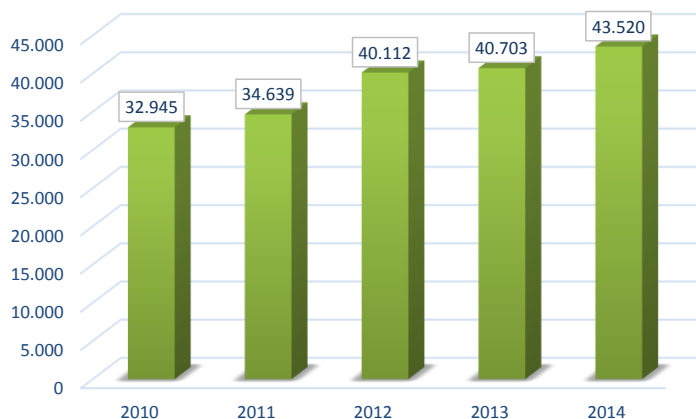
Слика 45. Власничка структура добављача и земља порекла страних добављача делова FCA Србија



Извор: Аутор

Просечна месечна нето зарада приказана је на слици 46. Нису све компаније биле у могућности да доставе податке о просечним нето зарадама. На основу расположивих података, израчуната је просечна месечна зарада. Зараде добављача имају тренд раста у посматраном периоду.

Слика 46. Просечна месечна нето зарада добављача делова FCA Србија (у динарима)

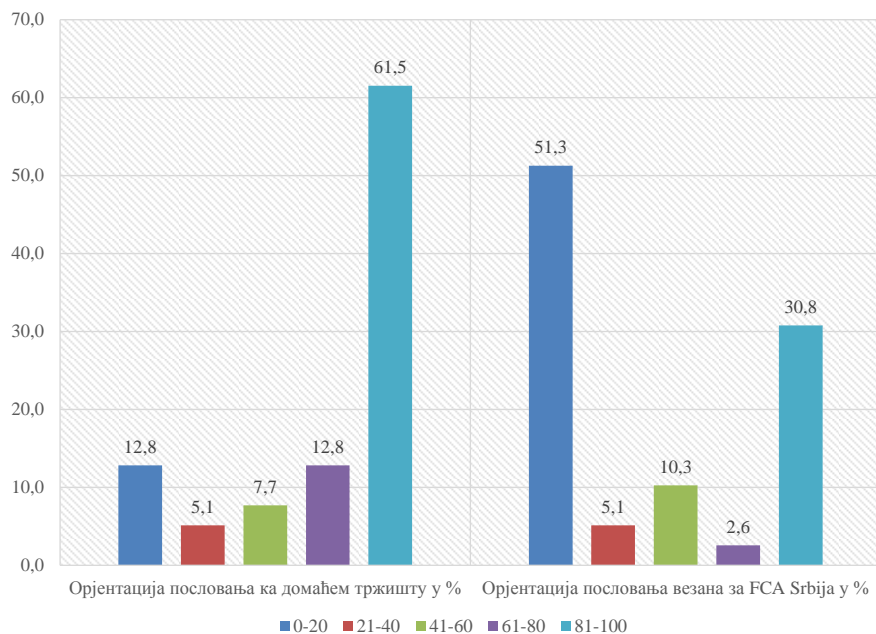


Извор: Аутор

Такође, кроз упитник се дошло до информација које се односе на пласман производа, односно колики проценат је намењен домаћем, а колики страном тржишту, што је практично значило одговор на питање колико је производња усмерена ка FCA. Просечна оријентација ка домаћем тржишту добављача у 2014. години износила је 76,8%, док је просечна оријентација пословања усмерена ка FCA 43,4%. Компаније су сврстане у пет категорија, а највећи број компанија, чак њих 61,5% реализује своју производњу на домаћем тржишту. Ако се посматрају компаније на основу производње делова коју испоручују FCA, може се уочити да 51,3% компанија испоручује само до 20% своје

производње овој компанији, док 30,8 % компанија испоручује од 81 до 100% своје производње FCA (слика 47).

Слика 47. Пласман производа добављача делова домаћем тржишту и компанији FCA Srbija (%)



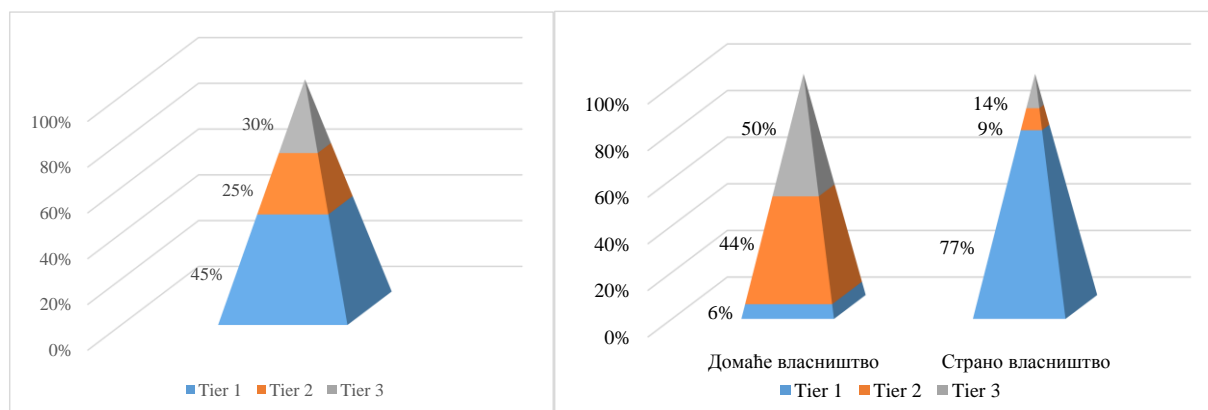
Извор: Аутор

Истраживање је допуњено квантитативном студијом, анализирањем коефицијента локације и *Kruskal–Wallis*-овим тестом у циљу утврђивања међузависности између припадности одређеној групи добављача и географске локације.

Анализирањем целокупне мреже добављача, може се извршити подела на три нивоа (*Tier-a*), односно на *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3* према њиховој позицији у снабдевању. *Tier 1* представља директног добављача, *Tier 2* добављача *Tier 1*, а *Tier 3* добављача *Tier 2*. Поред тога добављаче смо груписали на нивоу NUTS 2 региона: Војоводина, Београд, Шумадија, Западна Србија и Јужна и Источна Србија.

Подаци из истраживања који су приказани на слици 48 показују да су добављачи FCA распоређени тако да је 45% *Tier 1*, 25% *Tier 2* и 30% *Tier 3*. Према власничкој структури, добављаче смо поделили на добављаче у домаћем власништву и добављаче у страном власништву, тако да од укупно 40 анализираних компанија, 22 компаније су у страном власништву (55%), а 18 у домаћем власништву (45%). Уколико погледамо позицију по категоријама добављача, подаци показују да је 77% страних компанија *Tier 1*, 9% *Tier 2* и 14% *Tier 3*. Када је реч о компанијама у домаћем власништву, само једна је сврстана у групу *Tier 1*, док су остале подељне између *Tier 2* (44%) и *Tier 3* (50%).

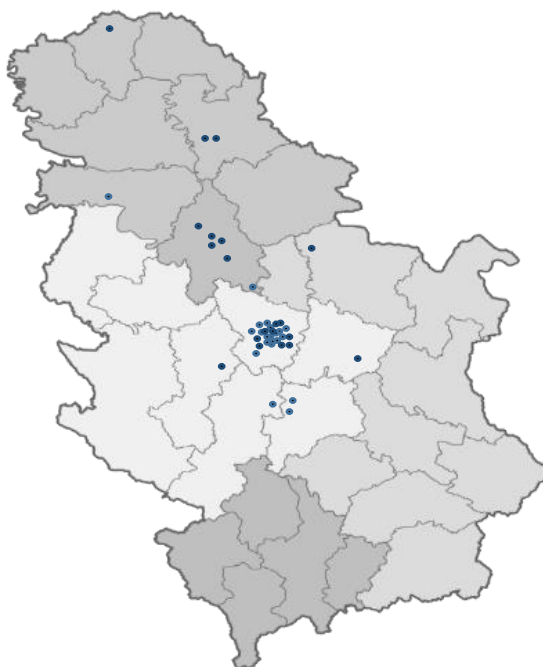
Слика 48. Припадност добављача делова компаније FCA Србија Tier-у и подела Tier-а према власништву



Извор: Аутор

Распоред добављача FCA показује да су предузећа лоцирана у региону Војводине, региону Шумадије и Западне Србије и Београду (слика 49). Иако је највећи број предузећа концентрисан у области Шумадије, односно у близини фабрике FCA, она заједно запошљавају много мањи број радника у односу на број радника у региону Војводине (табела 52).

Слика 49. Локација добављача FCA Србија (2014)



Извор: Аутор

Истраживање је показало да регион Шумадије има највећи број Tier 1 добављача, док регион Београда има највећи број Tier 3. У београдском региону послују предузећа мале и средње величине, са малим степеном специјализације у аутомобилској

индустрији. Шумадија и Западна Србија имају највећи број компанија добављача FCA у страном власништву, углавном италијанском, што указује да је FCA довео са собом своје традиционалне добављаче. Анализа мреже снабдевања FCA показала је да је њено формирање било под јаким утицајем процеса концентрације од 2010. године. Са доласком FCA-а, велики број страних добављача концентрисао је своју производњу у близини главног производног погона у Шумадији. Ова област има изнад просека удео страних добављача, који су уједно и *Tier 1*.

Табела 52. Основне карактеристике региона у којима су лоцирани добављачи FCA, 2014.

РЕГИОН	БРОЈ ДОБАВЉАЧА	БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У СЕКТОРУ	КОЕФ. ЛОКАЦИЈЕ	% КОМПАНИЈА У СТРАНОМ ВЛАСНИШТВУ	% КОМПАНИЈА КОЈЕ СУ ОСНОВАНЕ ПОСЛЕ 2010.
Регион Шумадије и Западне Србије	29	1.814	4,1	40,0	40,0
Регион Војводине	4	3.661	2,8	10,0	7,5
Београдски регион	6	372	0,5	2,5	2,5
Регион Јужне и Источне Србије	1	4	-	2,5	2,5
Укупно	40	5.851	-	55,0	52,5

Извор: Аутор

Претпостављено је да су добављачи *Tier 1* лоцирани ближе производном погону FCA, док су *Tier 3* удаљенији. У истраживању које се односи на утврђивање статистички битне разлике између просечних удаљености (исказаних у километрима) идентификованих група добављача од седишта компаније FCA, размотрена је могућност примене једнофакторске анализе варијансе (engl. *One-way ANOVA*), као параметарског статистичког метода намењеног поређењу аритметичких средина три или више скупова података. У контексту разматраног проблема, група добављача представља категоријску објашњавајућу променљиву (фактор) са три третмана (нивоа фактора), односно *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*, док удаљеност добављача од седишта компаније FCA представља непрекидну нумеричку зависну променљиву.

Као параметарски статистички метод, валидно спровођење анализе варијансе (ANOVA) заснива се на испуњености претпоставке о нормалности распореда популације којој припадају извучени узорци. Сходно наведеном, спроведено је тестирање нормалности распореда зависне променљиве за издвојене групе добављача, применом *Shapiro–Wilk*-овог теста нормалности (табела 53).

Табела 53. Резултати *Shapiro–Wilk*-овог теста нормалности

TIER		KOLMOGOROV-SMIRNOV			SHAPIRO-WILK		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Удаљеност (у km)	Tier 1	0.375	18	0.000	0.622	18	0.000
	Tier 2	0.410	10	0.000	0.649	10	0.000
	Tier 3	0.255	12	0.030	0.775	12	0.005

Извор: Аутор, SPSS 17.0

Представљени резултати *Shapiro–Wilk*-овог теста нормалности сугеришу да претпоставка о нормалности распореда није потврђена нити у једној од разматраних група добављача, будући да је у сва три случаја добијена р-вредност мања од нивоа значајности теста $\alpha=0.05$. Ради бољег разумевања и објашњења добијених резултата, анализирани су вредности дескриптивних статистика разматране зависне променљиве (табела 54).

Табела 54. Дескриптивна статистика за различите групе добављача у односу на удаљеност од фабрике FCA (у km)

TIER		СРЕДИНА	МЕДИЈАНА	СТАНДАРДНА ДЕВИЈАЦИЈА	МИН.	МАКС.	КОЕФ. ВАРИЈАЦИЈЕ
Удаљеност (у km)	Tier 1	60.33	2.95	105.69	1.0	333.0	175.19
	Tier 2	22.75	6.95	27.71	2.8	64.0	121.80
	Tier 3	76.46	75.75	69.84	2.3	156.0	91.34

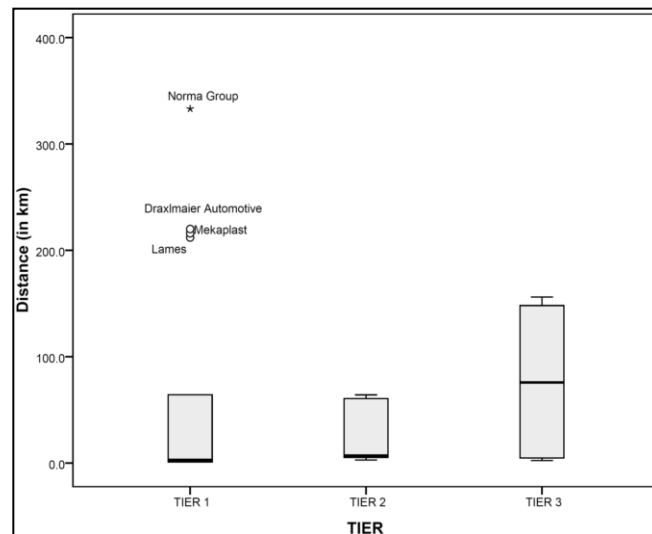
Извор: Аутор, SPSS 17.0

На основу представљених средњих вредности јасно је уочљива релативно мала разлика просечне удаљености добављача у групама *Tier 1* и *Tier 3*, иако, сходно теоријској поставци проблема, група *Tier 1* треба да обухвата добављаче чија је просечна удаљеност од седишта компаније FCA знатно мања од просечне удаљености у преосталим групама (нарочито групе *Tier 3*). Релативно високе вредности просека сугеришу присуство екстремних вредности међу разматраним подацима, о чему сведочи и изражено одступање вредности аритметичке средине од вредности медијане као позиционе средње вредности, нарочито присутно у оквиру групе *Tier 1* и *Tier 2*. Иманентна резистентност медијане на присуство екстремних вредности у подацима може се идентификовати као узрок јасно уочљивих разлика у вредностима наведених мера.

У прилог наведеном, *box-plot* дијаграм за групу *Tier 1* потврђује присуство једне екстремне вредности (удаљеност добављача *Norma Group*) и неколико потенцијалних екстремних вредности (слика 50). Изражена хетерогеност (варијабилитет) удаљености добављача унутар анализираних група потврђена је и високим вредностима мера дисперзије (стандардне девијације и коефицијента варијације). Представљене

дескриптивне карактеристике за наведене три групе података недвосмислено потврђују и објашњавају резултате у поступку тестирања нормалности.

Слика 50. *Box-plot* дијаграм за различите групе добављача



Извор: Аутор, SPSS 17.0

Будући да основна претпоставка примене једнофакторске анализе варијансе није задовољена, за потребе испитивања утицаја објашњавајуће променљиве – група добављача (са три третмана – *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*), зависну променљиву – удаљеност од седишта компаније FCA (у km) користићемо *Kruskal–Wallis*-ов Н тест, као непараметарску алтернативу *One way ANOVA*. Идеја *Kruskal–Wallis*-овог теста, као непараметарске методе, лежи у ранговима вредности зависне променљиве и средњим вредностима ових рангова, уместо на анализи средњих вредности података (Corder, 2009). Статистика *Kruskal–Wallis*-овог Н теста рачуна се коришћењем следеће једначине:

$$H = \frac{12}{N + (N + 1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_i} - 3(N + 1) \quad (1)$$

при чему је:

N – укупан број посматрања, $N = \sum n_i$ ($i=1, 2, \dots, k$);

n_i – број посматрања у i -том узорку и

R_i^2 – укупан број вредности у i -том узорку ($i=1, 2, \dots, k$).

Прецизније, на основу *Box-plot* дијаграма и вредности медијане, можемо закључити да је она за групу добављача *Tier 3* много већа него медијана за друге две групе, док је вредност медијане за *Tier 1* групу нешто мања него вредност за *Tier 2* групу.

С циљем испитивања да ли су ове разлике статистички значајне или се могу приписати случајним избором, спроведен је *Kruskal–Wallis*-ов Н тест користећи ниво значајности 0,05. Добијени резултати су приказани у табелама 55 и 56.

Табела 55. Средње вредности и медијане за различите групе добављача

TIER		N	СРЕДЊА ВРЕДНОСТ	МЕДИЈАНА
УДАЉЕНОСТ (y km)	TIER 1	18	16.69	2.95
	TIER 2	10	21.50	6.95
	TIER 3	12	25.38	75.75
Укупно		40	/	/

Извор: Аутор, SPSS 17.0

Табела 56. Резултати *Kruskal–Wallis*-овог Н теста^a

	УДАЉЕНОСТ (y km)
<i>Chi-Square test</i>	4.101
df	2
p - вредност	0.129

a. *Grouping variable:* TIER

Извор: Аутор, SPSS 17.0

Као што се може видети у табели 57, добијена p-вредност (0,129) је много већа од нивоа значајности 0,05. Стога не можемо рећи да постоји довољно доказа да се покаже да постоји разлика у удаљености добављача од седишта компаније FCA за три групе добављача (*Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*). Тачније, не постоји довољно доказа да тврдимо да су разлике између вредности медијане удаљености добављача од седишта FCA добављача статистички значајне.

ДИСКУСИЈА И АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА

Спроведено истраживање је показало је долазак *Fiat*-а у Крагујевац довео до доласка и отварања производних погона великог броја добављача делова, чиме је утицао на фирмирање мреже/базе добављача делова. Међутим, истраживањем је утврђено да не постоји статистички значајна веза између удаљености добављача и његове припадности групама: *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*. Оваква констатација је супротна почетној претпоставци да су *Tier 1* добављачи ближи *Tier 3* удаљенији у просеку од фабрике FCA, па се трећа хипотеза само делимично може потврдити. Резултати истраживања су резултат велике разубуђености у окиру *Tier 1* групе, која је резултат постојања добављача који се налазе на 333km од FCA, док је максимална удаљеност у оквиру *Tier 3* свега 156km.

Резултати истраживања показују да добављачима, приликом доношења одлуке о инвестирању, није била важна локација, то јест географски положај у односу на FCA. Како бисмо разумели овакав начин размишљања добављача, потребно је из упитника анализирати податке о њиховој концентрацији продаје производног програма.

Одсуство повезаности између локације и припадности групи, резултат је стратегије поједних компанија да део своје производње намене извозу. Компаније које су екстремни у погледу своје географске локације су компаније које више од 50% производње извозе, што значи да је за њихову локацију од пресудног значаја развијена инфраструктура у погледу саобраћајних комуникација, попут ауто-пута, лука, железнице и аеродрома. На овај начин региони у којима су концентрисане ове компаније су мање подложне променама које промене у пословању FCA могу донети, док је сасвим супротно за регионе у којима су концентрисани добављачи чија се производња у потпуности ослања на FCA.

У овом контексту, у анализу треба укључити и податке о задовољству компанија квалитетом локалног пословног окружења у Крагујевцу (регион Шумадије и Западне Србије), мереног заокруживањем оцена на скали од 1 до 5 на питања која се односе на развијеност инфраструктуре и подршку локалне самоуправе. До ових сазнања се дошло на основу интервјуа са генералним директорима 21 компаније – добављача FCA. Постављена питања дата су у оквиру анкете у Прилогу на крају рада. Везано за развијеност инфраструктуре града Крагујевца, просечна оцена износи 3,15, што је релативно лош показатељ стања у локалној заједници, то јест недовољног ангажовања општине у решавању инфраструктурних проблема. Посебно незадовољство везано је за лоше стање железничког саобраћаја и незавршетка ауто-пута Крагујевац–Баточина. Подршка локалне самоуправе у просеку је валоризована оценом 3,1, апострофирањем недовољног стратешког приступа локалном економском развоју и неадекватним маркетингом с циљем промоције инвестиција на нивоу урбане економије. Постоји задовољство квалитетом образовања и расположиве радне снаге која је од велике важности у аутомобилској индустрији. Такође, активна сарадња привреде са Универзитетом постоји и базира се на обукама запослених лица, развоју нових технологија и производа, као и стручној пракси студената.

Како бисмо још боље разумели одсуство повезаности између локације и припадности групи, али и могуће повећање регионалних разлика, у анализу су укључена и следећа два показатеља концентрације, односно неравномерности у расподели

вредности између појединих економских субјеката: *gini* коефицијент и Лоренцова крива (*Lorenz curve*).

Gini коефицијент мери одступање Лоренцове криве од криве апсолутне једнакости и може да измери неједнакост (дисперзију) у распореду учешћа СДИ између региона. *Gini* коефицијент се израчунава коришћењем следеће формуле (Lipczynski et al., 2009):

$$G = \left\{ \frac{\sum_{n=1}^N \sum_{i=1}^n x_i}{0,5(N+1) \sum_{i=1}^N x_i} \right\} - 1 \quad (2)$$

при чему је:

n – ранк региона разврстаних према вредности СДИ по опадајућем редоследу од највећег ка најмањем;

N – број региона и

x_i – укупан износ СДИ региона мерен годишњим вредностима СДИ.

Вредност *gini* коефицијента може бити било који реалан број између 0 и 1, при чему 0 означава једнакост у расподели СДИ по регионима, док 1 подразумева да су укупне СДИ усмерене само у један регион.

Лоренцова крива се користи заједно са са *gini* коефицијентом и једна је од најважнијих показатеља неједнакости, односно степена одступања стварне дистрибуције тржишног учешћа од идеално избалансиране дистрибуције (права под углом од 45°).

У табелама 57 и 58 приказан је регионални распоред добављача FCA према броју запослених лица, односно % промета који отпада на FCA. Подаци о запослености и промету добијени су на основу спроведеног истраживања као и званично објављених података АПР.

Табела 57. Регионални распоред добављача FCA према броју запослених лица (2010–2014)

РЕГИОН	2010	2011	2012	2013	2014
Регион Шумадије и Западне Србије	564	598	1.163	1.816	1.814
Регион Војводине	1.339	1.712	2.420	3.401	3.661
Београдски регион	170	178	252	291	372
Регион Јужне и Источне Србије	-	-	3	4	4
Укупно	2.073	2.488	3.838	5.512	5.851

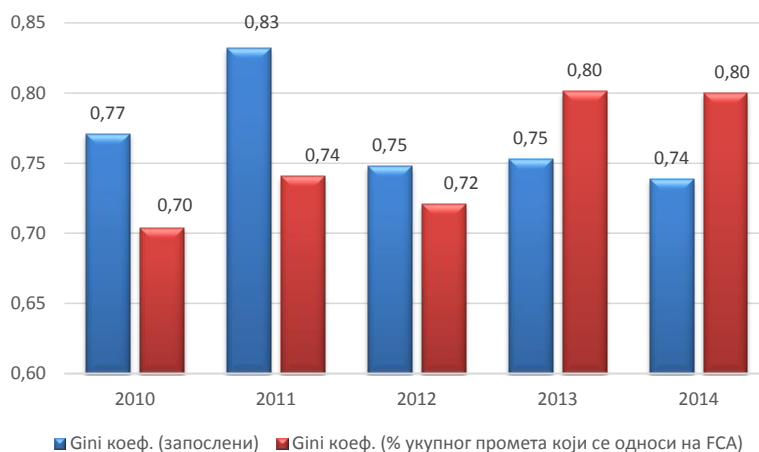
Извор: Аутор

Табела 58. Регионални распоред добављача FCA према % промета који отпада на FCA у хиљадама евра (2010–2014)

РЕГИОН	2010	2011	2012	2013	2014
Регион Шумадије и Западне Србије	3.531	4.059	55.759	285.932	259.857
Регион Војводине	3.439	4.574	13.706	20.395	19.999
Београдски регион	1.559	1.899	2.361	2.562	2.690
Регион Јужне и Источне Србије	-	-	-	36	88
Укупно	8.529	10.533	71.827	308.927	282.634

Извор: Аутор

Истраживање је показало да постоји висок ниво концентрације добављача FCA, што последично говори о високој зависности ове компаније од добављача делова (слика 51).

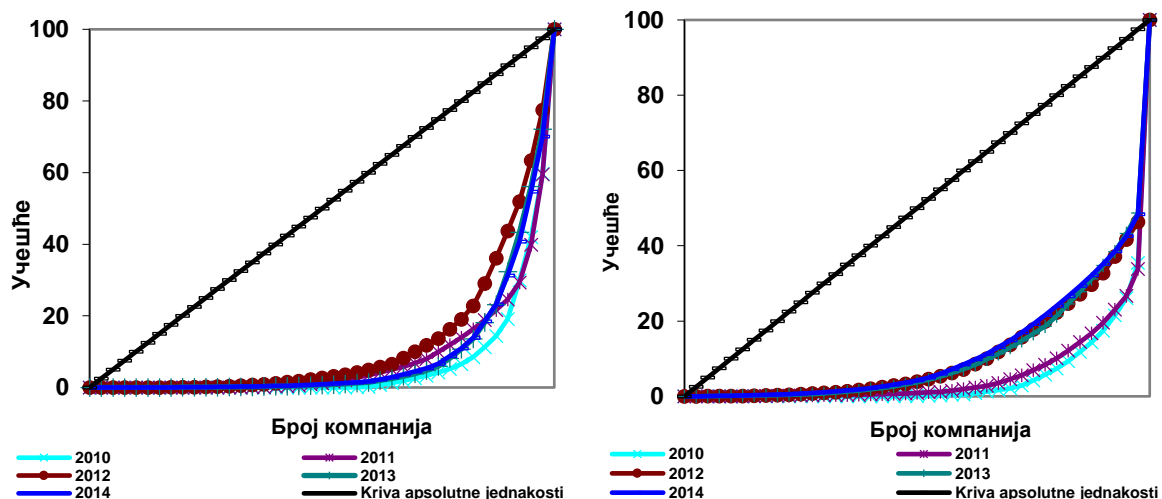
Слика 51. Ниво концентрације добављача FCA мерен *gini* коефицијентом

Извор: Аутор

Вредности *gini* коефицијента показују и тенденцију опадања концентрације мерено бројем запослених лица у фирмама које снабдевају FCA, као и раст концентрације промета који је везан за продају делова FCA. Овај податак показује да постоји одређени број добављача који не раде само за FCA, већ и за друге компаније аутомобилске индустрије. Одређени број фирми тражи могућност сарадње и са другим

фирмама ради смањивања зависности од једног купца. Кретање концентрације добављача по два поменута критеријума може се видети на слици 52.

Слика 52. Лоренцова крива – ниво концентрације добављача FCA (у односу на број запослених као и % промета који отпада на FCA)



Извор: Аутор

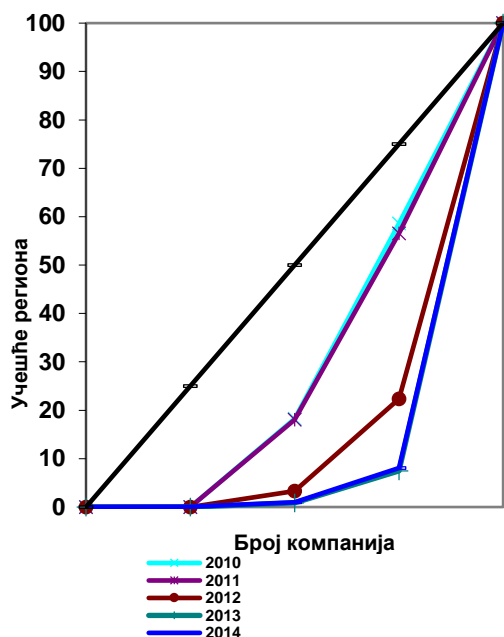
Ако се посматра регионална дистрибуција добављача FCA може се уочити слична ситуација. Једина разлика је у томе да су коефицијенти знатно нижи. Кретање ових коефицијената показује да се концентрација смањује мерено бројем запослених, а расте мерено прометом који отпада на FCA. Овакви резултати упућују на закључак да расте регионална концентрација коопераната који продају своје производе FCA, али да постоји тежња одређених произвођача да се преоријентишу на друге компаније (табела 59 и слика 53).

Табела 59: Регионална (NUTS 2) концентрација добављача FCA мерена *gini* коефицијентом

ГОДИНА	<i>GINI</i> (ЗАПОСЛЕНИ)	<i>GINI</i> (% УКУПНОГ ПРОМЕТА КОЈИ СЕ ОДНОСИ НА FCA)
2010	0,43	0,29
2011	0,45	0,30
2012	0,43	0,50
2013	0,43	0,57
2014	0,42	0,56

Извор: Аутор

Слика 53. Лоренцова крива – регионална концентрација добављача FCA (у односу на % промета који отпада на FCA)



Извор: Аутор

Међутим, треба имати у виду да је концентрација везана за промет који се односи само на FCA, док се категорија број запослених односи на раднике целокупне мреже добављача на регионалном нивоу. Стога треба узети у обзир само вредности *Gini* коефицијента израчунатог као % промета који се односи на FCA.

Расподела добављача између појединачних *Tier*-ова релативно је уједначена, с тим да је већа ако се посматра промет који фирме имају са FCA. Такође, постоји тенденција раста концентрације мерено по оба критеријума, и по броју запослених и по обиму промета. Што се тиче дистрибуције самих добављача у оквиру појединачних *Tier*-ова, може се закључити да највећу просечну концентрацију по промету има *Tier 3*, следи *Tier 1* (разлика између *Tier*-а 3 и 1 је 0,014 у корист *Tier*-а 3), и на крају је *Tier 2*. Кретање нивоа концентрације по појединачним *Tier*-овима приказано је у табели 60.

Табела 60. Концентрација по *Tier*-овима мерена *gini* коефицијентом у односу на % промета који отпада на FCA

ГОДИНА	<i>Tier 1</i>	<i>Tier 2</i>	<i>Tier 3</i>
2010	0,333	0,605	0,569
2011	0,752	0,445	0,579
2012	0,531	0,476	0,573
2013	0,608	0,455	0,605
2014	0,614	0,403	0,579

Извор: Аутор

Уколико се у анализу укључи и коефицијент ефикасности (локације), (Coulson et al., 2013), аналитичко средство за мерење индустријске специјализације региона у односу на национални ниво, добијају се резултати који могу бити добра претпоставка за даље планирање регионалног економског развоја. Коефицијент локације (LQ) се израчунава као количник удела посматране индустрије у неком укупном регионалном показатељу (зараде, БДП за регион или ширу градску област, запосленост, итд.) и удела посматране индустрије у истом укупном националном показатељу:

$$LQ_{i,t} = \frac{RE_{i,t}/TRE_{i,t}}{NE_{i,t}/TNE_{i,t}} \quad (3)$$

Подаци који се односе на LQ показују снажну концентрисаност региона у коме се налази FCA, јер је вредност коефицијента 4,01, док је исти коефицијент у друга два региона у којима се налазе добављачи знатно мањи, и креће се у једном региону на нивоу 2,80, а у другом на нивоу од 0,46. То практично значи да регион у коме се налази FCA има огромну зависност од пословних успеха и стратегије развоја FCA. Ситуација је још алармантна уколико се зна да је регион са 4,01, регион који има најнижи ниво економског развоја мерено оствареним БДП-ом, у поређењу на NUTS 2 нивоу, али и регион у коме добављачи нису потпуно задовољни инфраструктурном ситуацијом и подршком локалне самоуправе.

Међутим, када се генерализују закључци, ситуација у урбаној економији једног града, у приказаном истраживању града Крагујевца, не може се одвојено посматрати од стратегије предузете на националном нивоу. У том контексту, закључак који се намеће, као резултат истраживања, показује недовољну ефикасност државе приликом планирања стратегије привлачења страних инвестиција у аутомобилску индустрију јер је дозволила да се створе услови за даље продубљивање регионалних разлика. Наиме, концентрација *Tier 1* добављача у региону Шумадије који се само ослања на производњу FCA, представља претерано ослањање на једног произвођача, чиме се ствара озбиљан потенцијал за продубљивање регионалних разлика. Уз то, *Tier 1* добављачи који нису сконцентрисани само на производњу за FCA, за своју локацију су изабрали инфраструктурно боље опремљени регион Војводине чиме је тај регион у знатно бољој позицији.

Овакви резултати предствљају основ за препоруке креаторима економске политике да морају размишљати о активним мерама за привлачење још једног

аутомобилског произвођача у регион Шумадије, како би се смањила екстремна зависност од FCA и спречила појава даљих регионалних разлика у случају промене пословне политике *Fiat*-а. Наиме, резултати истраживања показују да политика субвенција, којом је држава организовала FCA али и мрежу добављача, поставила је темеље за будуће неравномерности у регионалном развоју чиме је угрожен регионални развој у целини. Изразита концентрација добављача у региону Шумадије је предуслов регионалног заостајања уколико дође до одласка *Fiat*-а, што је већ био случај у Италији у последњих неколико деценија.

Такође, непостојање везе између припадности *Tier*-у и географске локације показује рационалност економских субјеката да своју локацију изаберу према критеријума који одговарају њиховој пословној политици да део своје производње намене извозу. Добављачи у групи *Tier 1* који су груписани у регион Војводине, део свог производног програма усмеравају ка извозу, то јест другим тржиштима и произвођачима. На овај начин је регион Војводине у бољем положају јер добављачи не зависе у потпуности од пословања и пословних планова FCA. Управо у томе је политика субвенција испољила своје недостатке, јер није дефинисала услове којима би утицала на креирање мреже добављача кроз дефинисање географске локације и припадности *Tier* групи. Држава је морала да услови субвенционисане компаније, оријентисане ка извозу да своје капацитете концентришу у регион Шумадије, или да субвенционисане компаније у региону Шумадије услови одређеним процентом извоза.

6.8. Анализа утицаја мултинационалне компаније на тржиште некретнина

Долазак мултинационалног произвођача аутомобила у Крагујевац довео је до значајних промена у развоју целокупне привреде града, укључујући и промене на тржишту некретнина. Наиме, долазак ове компаније довео је до осетног повећања цена већ постојећих некретнина, цена издавања стамбених објеката, као и до пораста броја новоизграђених објеката. Међутим, већ након неколико година оваква ситуација се променила, ценовни „мехур“ (*bubble*) је „пукао“, а данас смо суочени са падом цена некретнина и цене издавања, као и повећаним бројем непродатих стамбених објеката. Имајући у виду уочене промене у локалној средини, приступило се тестирању следеће хипотезе:

Хипотеза 4: Долазак мултинационалне компаније доводи до неравнотеже на тржишту некретнина.

У раду су фактори који утичу на цену некретнина декомпоновани на факторе на страни понуде и факторе на страни тражње са циљем откривања „мехура“ и указивања на ирационално понашање инвеститора (грађевинских компанија и купаца). Очекује се да резултати укажу на недостатак рационалног понашања субјеката на тржишту, одсуство утицаја фундаменталних фактора на цену некретнина и нереалан раст ових цена.

ПОДАЦИ И МЕТОДОЛОГИЈА

Пратећи циклусе успона и падова цена некретнина у појединим земљама, регионима и локалним подручјима, утврђено је да ценовни мехур могу изазвати промене различитих фундаменталних фактора, па се стога мора узети у обзир велики број индикатора на микро и макро нивоу. Stiglitz (1990) сматра да мехур постоји у ситуацији када цене расту због очекивања инвеститора да ће некретнине продати по вишим ценама, без оправдања у променама фундаменталних фактора. Овакво понашање је психолошки вођено, а економски показатељи нису значајна покретачка снага. Ситуација у којој мехур постоји може се објаснити ирационалним оптимистичким очекивањима (Shiller, 2000) или рационалним очекивањима инвеститора који верују да ће моћи да продају прецењену некретнину у будућности (Flood&Hodrick, 1990). „Растуће“ мехуре карактерише континуиран раст цена током дужег временског периода и приноси који превазилазе просечне капиталне приносе у економији. Неки аутори сматрају да људи имају различита очекивања кад су у питању будућа примања, што подразумева различиту процену имовине (Burnside et. al., 2011). У случају некретнина, очекивања у вези са будућом вредности и условима издавања могу одредити цену изнад фундаментално објашњене.

Имајући у виду наведена кретања на тржишту некретнина у Крагујевцу, предмет истраживања је усмерен на испитивање и анализу знатног повећања цена некретнина у периоду 2007–2014. године, које се може повезати са доласком мултинационалне компаније. Главно питање које се намеће јесте да ли је повећање цена некретнина било изазвано фундаменталним факторима или шпекулативним понашањем субјеката на тржишту.

У складу са наведеним разматрањима, у овом истраживању су, као фундаментални фактори, коришћени приходи, мерени просечном бруто зарадом на нивоу града, и цене издавања стамбених некретнина, мерене просечном ценом издавања по квадратном метру. Такође, анализа је проширена укључивањем броја продатих стамбених јединица, трошкова изградње по квадратном метру и просечном каматном стопом на стамбене кредите. За потребе истраживања, сви фундаментални фактори су подељени на факторе повезане са понудом и факторе повезане са тражњом. Фундаментални фактори повезани са понудом су трошкови изградње и број продатих јединица, док су фактори повезани са тражњом просечна бруто зарада, просечна цена издавања и просечна каматна стопа на стамбене кредите.

Информација о просечној бруто заради преузета је са званичног сајта Републичког завода за статистику. При томе, бруто зарада је изражена у еврима, како би се избегао инфлаторни утицај и грешке у поређењу.

Информације о просечној цени некретнина по квадратном метру и трошковима изградње по квадратном метру прикупљене су путем упитника који је прослеђен грађевинским компанијама и агенцијама за промет некретнина. Предуслов за укључивање података добијених од грађевинских компанија у анализу био је да период праћења компаније не може бити краћи од седам година (2007–2013), јер је циљ био да се прикупе упоредиви подаци и избегну компаније које су основане за изградњу само једне некретнине, након чега су затворене. Исти предуслов важио је и за агенције за промет некретнина. Овим агенцијама је такође достављен упитник који је садржао питања у вези са просечном ценом некретнина по квадратном метру, као и о броју продатих стамбених јединица. Од анкетираних грађевинских компанија и агенција за промет некретнина, њих 77% је доставило валидне податке, док се остатак од 23% односи се на оне компаније и агенције које нису одговориле или нису у потпуности испуниле захтев у погледу покривености периода праћења.

Просечна каматна стопа на стамбене кредите израчуната је слањем упитника у све 32 филијале банака на подручју града Крагујевца. Одговори су добијени од стране 25 банака које поседују бар седам година искуства у одобравању стамбених кредита.

Први метод који је коришћен у истраживању је модел вишеструке регресије којим се објашњава повезаност између фундаменталних фактора и зависне променљиве, тј. просечне цене некретнина. Резултати су показали недостатак статистичке значајности, због чега није било могуће извести закључке о односима између посматраних варијабли.

Други коришћен метод је модел линеарне регресије, статистички метод за моделирање односа између зависне променљиве y и једне или више објашњавајућих променљивих, означених са X .

У истраживању је коришћен прост линеарни регресиони модел, који комбинује сваку независну са зависном варијаблом.

Основни модел прости линеарне регресије може се формулисати на следећи начин: $f(x) = \alpha + \beta x$, и он комбинује n парова x и y $\{(x_1, y_1), (x_2, y_2), (x_3, y_3) \dots (x_n, y_n)\}$, тако да модел гласи: $f(x) = \alpha + \beta x + \epsilon$. У простом линеарном моделу, зависна варијабла Y зависи од вредности објашњавајуће варијабле X , као и непознатих вредности α , β и ϵ који означавају несистематске утицаје на Y и чине модел статистичким (Šošić, 2006).

Такође, у литератури се дефинише и модел са оцењеним вредностима (вредностима на основу узорка), а линија регресије у узорку има следећи облик: $y = a + bx$, где је a константа, а b коефицијент регресије. Константа a је вредност регресионе функције уколико је независна варијабла једнака нули, и за ово истраживање нема посебан значај. На другој страни, b представља промене у вредности зависне варијабле линеарне регресије које су изазване променама независне варијабле, тј. коефицијент регресије b показује како промене у независној варијабли X за једну јединицу, доводе до промена у зависној варијабли Y (Šošić, 2006).

У другом делу истраживања, примењен је *Step Wise* регресиони модел с циљем анализе варијабле која је имала највећи утицај на кретање цена некретнина и која може бити коришћена у предвиђању кретања зависне варијабле у будућности. *Step Wise* регресија омогућава да се елиминишу варијабле које се преклапају са другима и због тога мало или уопште не доприносе тачности предвиђања модела. Као резултат овог приступа добија се нови модел са мањим бројем независних варијабли који је исто толико добар колико и модел у којем се налазе све независне варијабле. Овај модел захтева два нивоа значајности: један за додавање варијабли и један за уклањање варијабли. Вероватноћа уклањања варијабли која се користи приликом укључивања варијабли може бити мања него *cut-off* вероватноћа за искључене варијабле.

У литератури су најзаступљенија два односа за откривање мехура, и то однос цене некретнине и прихода, као и однос цене издавања и цене некретнине. Многе студије су показале да је приход главни покретач раста тражње за некретнинама, па се у том контексту може открити мехур коришћењем односа цене и прихода (*price-to-income ratio*) (Black et al., 2006). У овом истраживању, наведени однос није узет у обзир, због ниског нивоа просечне бруто зараде у посматраном периоду.

У складу са описаним статистичким моделом, коришћен је однос између цене издавања и цене некретнине, тзв. PR рацио, који се користи за откривање мехура (Himmelberg et al., 2005). Овај однос показује колико је профитабилно инвестирати у некретнине у поређењу са инвестирањем у друге облике имовине.

Рацио се израчунава коришћењем следећег израза:

$$PR \text{ рацио} = \frac{\text{цена издавања}}{\text{цена некретнине}} \times 100 \quad (4)$$

Овај израз може бити модификован коришћењем цене издавања и цене некретнине по квадратном метру, тако да има следећи облик:

$$PR \text{ рацио} = \frac{\text{цена издавања по м}^2}{\text{цена некретнине по м}^2} \times 100 \quad (5)$$

PR рацио је корисно средство за мерење профитабилности имовине. Свако улагање у одређен облик имовине потребно је упоредити са улагањем у друге облике имовине. У зависности од склоности ризику, инвеститори припремају стратегију инвестирања и пласирају новац у различите облике имовине. PR рацио представља однос између закупнине, као дивиденде, и вредности некретнине, као инвестиције, тако да се садашња вредност будућег новчаног тока сматра средством за откривање мехура на тржишту. У ситуацији када су закупнине ниже од дивиденди на друге облике имовине, на истом нивоу ризика али са вишим ценама, може се рећи да је мехур присутан.

РЕЗУЛТАТИ ЕМПИРИЈСКОГ ИСТРАЖИВАЊА

На основу анализе кретања на тржиштима некретнина у свету, на којима су цене у великој мери осцилирале и на којима је доказано да је постојао ценовни мехур, и тржишта некретнина у Крагујевцу и његових карактеристика, прикупљени су подаци са циљем утврђивања постојања мехура на локалном тржишту некретнина. Вредности фундаменталних фактора приказане су у табели 61.

Табела 61. Фундаментални фактори, 2007–2013.

Година	Просечна цена некретнине по m ² (EUR)	Просечна цена издавања по m ² (EUR)	Број продатих јединица	Трошкови изградње по m ² (EUR)	Просечна каматна стопа на стамбене кредите (%)	Просечна бруто зарада (EUR)
2007	707,14	3,30	255	620,40	7,81	417
2008	806,83	3,95	301	615,70	6,51	480
2009	864,08	4,42	164	585,70	5,51	439
2010	931,53	4,38	203	540,30	5,38	471
2011	856,82	4,25	165	546,60	5,01	490
2012	870,47	4,18	163	551,54	4,57	476
2013	844,29	3,34	103	565,50	4,56	505

Извор: Аутор, РЗС

Цене некретнина повећане су 19,39%, са достизањем највеће вредности у 2010. години у износу од 931,53 евра по квадратном метру. Највећи раст на годишњем нивоу догодио се у 2008. години у односу на 2007, са растом од 99,69 евра по квадратном метру. Највећи пад на годишњем нивоу догодио се у 2011. години у односу на 2010, са смањењем од 74,74 евра по квадратном метру.

Када се посматра цена издавања по квадратном метру, она бележи раст до 2010. године, као и велики пад у 2013, када достиже ниво са почетка посматраног периода. Број продатих стамбених јединица показује константан пад након 2008. године, када је продат највећи број јединица и то 301 стамбени објекат у току наведене године.

Информације о трошковима изградње по квадратном метру показују константан пад, пре свега због повећања ефикасности изградње, смањења материјалних трошкова и веће примене нових технологија. Трошкови изградње по квадратном метру пали су са 620,40 евра по квадратном метру у 2007. години на 565,50 евра у 2013.

Каматна стопа бележила је константан пад у посматраном периоду. Тако је у 2007. години износила 7,81%, а у 2013. години 4,56%, што означава јефтиније кредите приликом куповине некретнина. Просечне каматне стопе на стамбене кредите у Србији су најчешће везане за *Euribor*, Европску међународну референтну стопу, која је у последњим годинама, пре свега од 2008. године, имала изразиту тенденцију пада. Приход, мерен бруто зарадом, повећан је са 417 евра у 2007. години на 505 евра у 2013.

Услови изнајмљивања некретнина и профитабилност, мерени PR рациом, показују непромењену ситуацију, због паралелног повећања цена издавања и цена по квадратном метру. Наиме, са растом цена издавања, расле су и цене некретнина, па PR рацио показује приближне вредности (табела 62).

Табела 62. PR рацио, 2007–2013.

ГОДИНА	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PR рацио	5,60%	5,86%	6,13%	5,64%	5,95%	5,76%	4,74%

Извор: Аутор

Подаци о PR рациу могу бити веома значајни уколико се упореде са инвестицијама на истом или сличном нивоу ризика. Најсигурније инвестиције у једној земљи су депозити банака и трезорски записи. За време посматраног периода, просечна каматна стопа на депозите банака према подацима Светске банке износила је 8,03%. У исто време, принос на улагања у трезорске записе у еврима на годишњем нивоу (2012), износио је у просеку 6,15% према Извештају Народне банке о јавном дугу. Као резултат оваквог кретања, могао је да се добије портфолио имовине на истом нивоу ризика (или чак и нижем), али са вишим дивидендама.

ДИСКУСИЈА И АНАЛИЗА РЕЗУЛТАТА

Спроведена је линеарна регресија, како би се оценио утицај једног фактора на кретање просечне цене некретнина по m^2 . Моделом је обухваћена једна независна варијабла (цене некретнина по m^2) и зависне варијабле (просечне цене издавања по m^2 , трошкови изградње, просечна каматна стопа, број продатих јединица и просечна бруто зарада). Дескриптивна статистика дата је у табели 63.

Табела 63. Дескриптивна статистика – фундаментални фактори

	Просечна цена некретнине по m^2	Просечна цена издавања по m^2	Број продатих јединица	Трошкови изградње по m^2	Просечна каматна стопа на стамбене кредите	Просечна бруто зарада
Mean	839.4783	4.0800	208.5000	57670.666	5.7983	462.1667
Median	860.4500	4.2150	184.0000	56862.000	5.4450	473.5000
Std. Deviation	76.05171	.41709	57.77802	3570.9061	1.17828	28.06718
Variance	5783.863	.174	3338.300	12751370.	1.388	787.767
Skewness	-1.038	-1.673	.976	.342	1.112	-1.004
Std. Error of Skewness	.845	.845	.845	.845	.845	.845
Kurtosis	1.723	2.837	-.617	-2.400	.771	-.392
Std. Error of Kurtosis	1.741	1.741	1.741	1.741	1.741	1.741

Извор: Аутор

Табела 64 показује резултате просте линеарне регресије. Како је коефицијент β позитиван ($\beta=0,943$, $p=0,05$) испитивана променљива *Просечна цена издавања по m^2* остварује позитиван утицај на *Просечну цену некретнина по m^2* . Моделом је утврђено да просечна цена издавања по m^2 највише утиче на просечну цену некретнина по m^2 . Наиме, модел је показао јаку везу између просечне цене по квадратном метру и просечне цене издавања по квадратном метру. На овакав закључак упућују нас високе вредности нестандардизованог коефицијента (B) у износу од 171.873, стандардизованог коефицијентом ($Beta$) од 0,943 и нивоа значајности од 0,05.

Табела 64. Утицај просечне цене издавања по m^2 на просечну цену некретнине по m^2 – резултат регресионе анализе

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	138.235	124.758		1.108	.330
	Просечна цена издавања по m^2	171.873	30.446	.943	5.645	.005
a. Dependent Variable: Просечна цена некретнине по m^2						

Извор: Аутор

У табели 65 дат је коефицијент детерминације који показује који је део варијација зависне варијабле објашњен моделом, односно варијацијама независне варијабле. Регресиони модел објашњава 86% варијансе зависне променљиве јер прилагођени коефицијент детерминације (*adjusted determination coefficient*) износи $R^2=0,861$.

Табела 65. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај просечне цене издавања по m^2 на просечну цену некретнине по m^2

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.943 ^a	.888	.861	28.39460	.888	31.869	1	4	.005
a. Predictors: (Constant), просечна цена издавања по m^2									
b. Dependent Variable: просечна цена некретнине по m^2									

Извор: Аутор

Спроведена је линеарна корелација, како би се оценио утицај једног фактора на *Кретање цена некретнина по m^2* (табела 66). Моделом је обухваћена једна независна варијабла *Просечна цена издавања по m^2* . Пирсонов коефицијент корелације користи се у случајевима када између варијабли анализираниог модела постоји линеарна повезаност и непрекидна нормална дистрибуција. Његова вредност креће се од +1 (савршена

позитивна корелација) до -1 (савршена негативна корелација). Предзнак коефицијента нас упућује на смер корелације (да ли је позитивна или негативна), али не упућује на снагу корелације. У контексту посматраног проблема вредност овог коефицијента је 0.943 чиме је потврђена висока позитивна корелација односно утицај независне на зависну варијаблу.

Табела 66. Утицај просечне цене издавања по m^2 на просечну цену некретнине по m^2 – Пирсонов коефицијент корелације

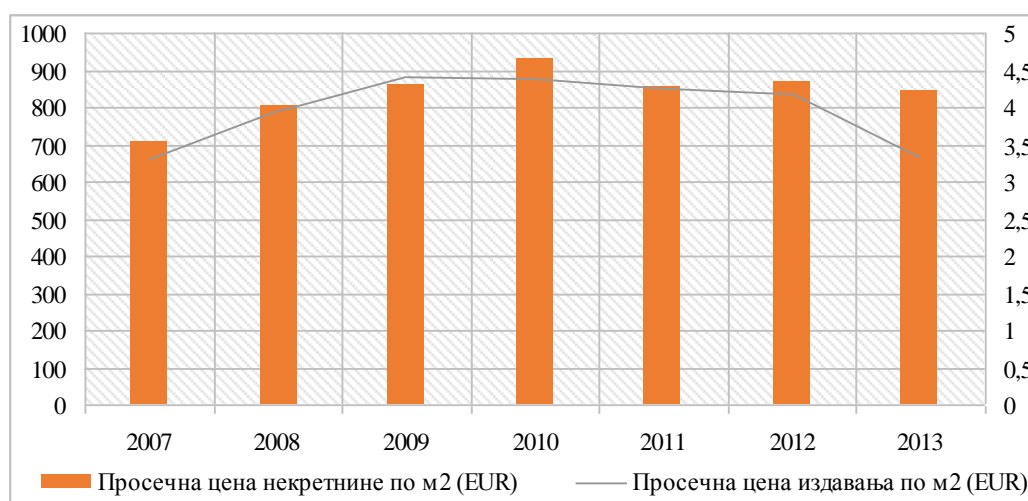
Correlations			
		Просечна цена некретнине по m^2	Просечна цена издавања по m^2
Просечна цена некретнине по m^2	Pearson Correlation	1	.943**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	6	6
Просечна цена издавања по m^2	Pearson Correlation	.943**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	6	6

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Извор: Аутор

Кретање просечне цене по квадратном метру и просечне цене издавања по квадратном метру приказано је на слици 54.

Слика 54. Кретање просечне цене по m^2 и просечне цене издавања по m^2 у граду Крагујевцу (2007–2013)



Извор: Аутор

Однос између просечне цене некретнине по квадратном метру и просечне цене издавања по квадратном метру може се сматрати очекиваним. На страни тражње на тржишту постојало је рационално понашање, јер са растом цена издавања, тражња за некретнинама и цена некретнина бележиле су раст. Инвеститори су нереално очекивали

да ће се тренд раста цена издавања наставити дужи временски период и да ће им то омогућити да за кратко време остваре високу зараду. Међутим, када се обрати пажња на *PR ratio*, може се приметити одсуство рационалности, јер дивиденде нису биле значајно повећане у посматраном периоду. Осим тога, инвеститори су имали алтернативу инвестирања са портфолиом који се састоји од депозита банака и трезорских записа, а који им је могао донети исту или већу зараду, уз мањи ризик.

У табели 67 приказан је коефицијент детерминације који показује који је део варијација зависне варијабле објашњен моделом, односно варијацијама независне варијабле, тј. *Трошкова изградње по m²*. Регресиони модел објашњава 76% варијансе зависне променљиве, јер прилагођени коефицијент детерминације (*adjusted determination coefficient*) износи $R^2=0,764$. Наиме, трошкови изградње по m^2 као независна варијабла, показали су статистички значајну везу са просечном ценом по m^2 . Вредност Пирсоновог коефицијента корелације износи $-0,846$ чиме је потврђена негативна корелација између независне и зависне варијабле (табела 68).

Табела 67. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај трошкова изградње по m^2 на просечну цену некретнине по m^2

Model Summary and Parameter Estimates								
Dependent Variable: просечна цена некретнине по m^2								
Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Quadratic	.764	4.855	2	3	.115	-7632.135	.311	-2.829E-006
The independent variable: трошкови изградње по m^2								

Извор: Аутор

Табела 68. Утицај просечне цене издавања по m^2 на просечну цену некретнине по m^2 – Пирсонов коефицијент корелације

Correlations			
		Просечна цена некретнине по m^2	Трошкови изградње по m^2
Просечна цена некретнине по m^2	Pearson Correlation	1	-.846*
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	6	6
Трошкови изградње по m^2	Pearson Correlation	-.846*	1
	Sig. (2-tailed)	.034	
	N	6	6
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Извор: Аутор

Просечна каматна стопа, као независна варијабла, показала је статистички значајну везу са просечном ценом по квадратном метру ($R^2=0,856$) (табеле 69 и 70). Вредност Пирсоновог коефицијента корелације износи $-0,863$ што указује на негативну корелацију између независне и зависне варијабле.

Табела 69. Утврђивање квалитета линеарне регресије – утицај просечне каматне стопе на стамбене кредите на просечну цену некретнине по m^2

Model Summary and Parameter Estimates								
Dependent Variable: просечна цена некретнине по m^2								
Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Quadratic	.856	8.910	2	3	.055	296.744	231.987	-23.072
The independent variable: просечна каматна стопа на стамбене кредите								

Извор: Аутор

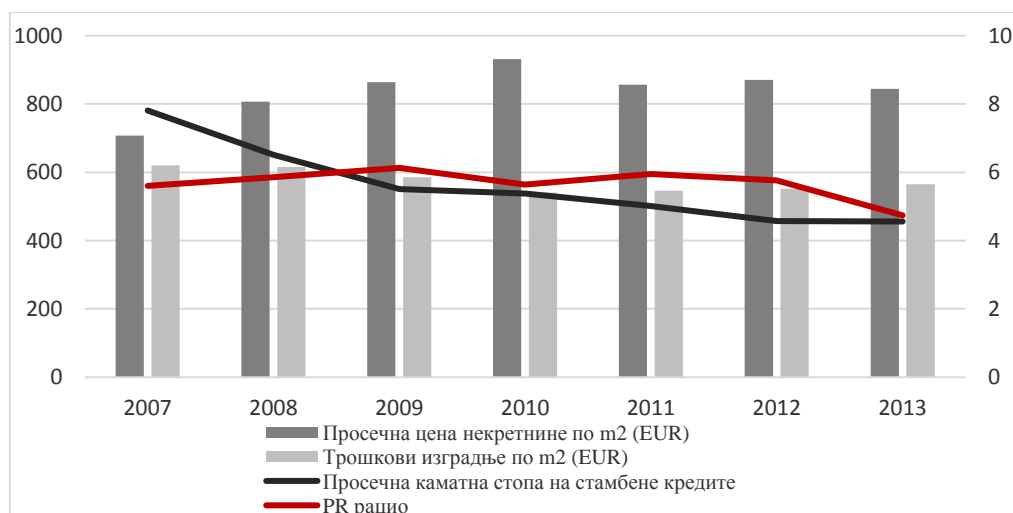
Табела 70. Утицај просечне каматне стопе на стамбене кредите на просечну цену некретнине по m^2 – Пирсонов коефицијент корелације

Correlations			
		Просечна цена некретнине по m^2	Просечна каматна стопа на стамбене кредите
Просечна цена некретнине по m^2	Pearson Correlation	1	-.863*
	Sig. (2-tailed)		.027
	N	6	6
Просечна каматна стопа на стамбене кредите	Pearson Correlation	-.863*	1
	Sig. (2-tailed)	.027	
	N	6	6

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Извор: Аутор

Кретање трошкова изградње и просечне каматне стопе као независне варијабле, као и кретање просечне цене по квадратном метру и PR рачуна, приказани су на слици 55.

Слика 55. Кретање просечне цене по m^2 , трошкова изградње, просечне каматне стопе на стамбене кредите и PR рачуна

Извор: Аутор

Последње две независне варијабле, Број продатих јединица и Просечна бруто зарада, нису имале статистички значајну везу са дефинисаним зависним променљивама.

Други коришћен метод односи се на *Step Wise* регресију. *Step Wise* тест је показао да је цена издавања најбоља варијабла за предвиђање кретања цена некретнина у будућности (табела 71).

Табела 71. Резултат *Step Wise* регресије

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	138.235	124.758		1.108	.330
	Просечна цена издавања по m ²	171.873	30.446	.943	5.645	.005

a. Dependent Variable: просечна цена некретнине по m²

Izvor: Извор: Аутор

Статистичке методе коришћене у овом истраживању показале су јак утицај тражње, кроз цену издавања, на кретање цена некретнина. Инвеститори су видели некретнине као средство које ће им донети знатну зараду у годинама које долазе. Највеће повећање цена некретнина и цена издавања догодило се у 2009, 2010. и 2011. години, након доласка *Fiat*-а у Крагујевац.

Инвеститори су очекивали да ће присуство велике МНК утицати на константно повећање цена издавања у наредним годинама, и поступајући са таквим прогнозама, утицали су на повећање тражње, што је даље водило повећању цена некретнина. Трошкови изградње су се кретали у супротном смеру, слично дешавањима у САД (Shiller, 2005). Веза са каматном стопом може бити објашњена рационалним понашањем купаца некретнина. У ситуацији када каматна стопа опада, очекивано је повећање цена некретнина, јер кредити постају повољнији и тражња расте.

Емпиријски резултати истраживања потврђују постављену хипотезу, тј. да је долазак МНК изазвао неравнотежу на тржишту некретнина, односно довео је до раста цена на локалном тржишту некретнина услед ирационалних очекивања економских субјеката у вези са будућим ценама издавања и вредностима некретнина.

7. НАУЧНИ И ПРАКТИЧНИ ДОПРИНОС

Резултати истраживања у докторској дисертацији имају теоријски и практични значај за научну и стручну јавност, имајући у виду актуелност, као и недовољну заступљеност области утицаја мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије на промене у урбаној економији.

Научни допринос докторске дисертације огледа се у проширивању теоријских знања из научне области Општа економија и привредни развој, посебно из области страних директних инвестиција и аутомобилске индустрије. Природа истраживаног проблема захтевала је мултидисциплинарни приступ, па резултати истраживања доприносе бољем разумевању сложених питања која се тичу промена како у свим важним економским пољима урбане економије, тако и променама у регионалном развоју земље стављањем акцента на могућем продубљивању регионалних неједнакости. Истраживањем се унапређује ниво знања и смањује геп у литератури у погледу значаја привлачења страних директних инвестиција у урбану средину или регион стављањем акцента на правилном формулисању стратешких потеза свих нивоа власти. Како су истраживања која се односе на ову проблематику заступљена у земљама ЦИЕ, а у Србији, према сазнањима аутора, до сада нису спровођена, резултати спроведеног емпиријског истраживања доприносе побољшању литературе у нашој земљи и доприносе развоју знања из ове области. Такође, допринос докторске дисертације је и у свеобухватној анализи најчешће коришћених метода и модела за мерење утицаја који аутомобилска индустрија има на урбану и регионалну економију. Затим, током истраживања развијена су два специфична модела за мерење утицаја мултинационалне компаније из области аутомобилске индустрије на промене урбане економије у правцу утицаја формирања мреже добављача и промена на тржишту некретнина, а помоћу којих је анализирана узрочно-последична веза између доласка FCA-а као мултинационалног произвођача аутомобила у Крагујевац и промена у урбаној средини.

Поред научног, дисертација има и *практични допринос*. Резултати настали током истраживања указују на значај привлачења страних директних инвестиција као покретача економског раста и развоја на микро и макро нивоу. Долазак *Fiat*-а у Крагујевац је позитиван пример доброг реструктурирања предузећа, повећања запослености, повећања обима спољнотрговинске размене и раста извоза као резултат позитивног пословања *Fiat*-а, али и предузећа која сарађују са њим. Поређењем резултата

емпиријског истраживања, са постојећим резултатима истраживања у свету, могуће је дати одређене смернице креаторима економске политике укљученим у процес израде стратегија развоја земље. Такође, важне су и препоруке локалним властима које се тичу унапређења пословне инфраструктуре. Међутим, треба имати у виду да се ситуација у урбаној економији једног града не може одвојено посматрати од стратегије предузете на националном нивоу. У том контексту, намеће се закључак да, упркос уоченим краткорочним позитивним кретањима у урбаној економији града Крагујевца, резултати истраживања показују недовољну ефикасност државе приликом планирања стратегије привлачења страних инвестиција у аутомобилску индустрију, јер је дозволила да се створе услови за даље продубљивање регионалних разлика, а који се све више могу испољити у будућем периоду. Креатори економске политике морају размишљати о активним мерама за привлачење још једног аутомобилског произвођача у регион Шумадије, како би се смањила екстремна зависност од FCA и спречила појава даљих регионалних разлика у случају промене пословне политике *Fiat*-а. Наиме, резултати истраживања показују да је политика субвенција, којом је држава организовала FCA али и мрежу добављача, поставила темеље за будуће неравномерности у регионалном развоју, чиме је угрожен регионални развој у целини. Изразита концентрација директних добављача у региону Шумадије, који готову сву производњу достављају FCA, предуслов је регионалног заостајања уколико дође до одласка *Fiat*-а, што је већ био случај у Италији у последњих неколико деценија. На овај начин је регион Војводине у бољем положају јер добављачи не зависе у потпуности од пословних планова FCA. Управо у томе је политика субвенција испољила своје недостатке јер није дефинисала услове којима би утицала на формирање мреже добављача кроз дефинисање географске локације и припадности *Tier* групи.

8. ОГРАНИЧЕЊА СТУДИЈЕ И ПРЕПОРУКЕ ЗА БУДУЋА ИСТРАЖИВАЊА

Као и свако истраживање, и ова студија има ограничења. На основу резултата истраживања могу се извући препоруке и сугестије за будућа истраживања којима ће се продубити разумевање утицаја мултинационалне компаније на економска кретања на нивоу локалне средине.

Ограничење истраживања које се односи на утицај мултинационалне компаније на секторску структуру, буџет града и ниво инвестиција укључује пре свега релативно кратак период праћења и анализе, који обухвата период од само осам година. Наиме, ефекти инвестиције *Fiat*-а реалније ће моћи да се сагледају тек кроз неколико година. Развој даље ситуације у граду Крагујевцу умногоме зависи од даљих планова раста и развоја FCA, али и стратегија економске политике земље. Ограничења овог дела истраживања јесу и ослањање на само један извор података имајући у виду ограничену доступност података која се односе и на друге аспекте промена у секторској структури, као на пример број новоотворених предузећа по секторима делатности, вредност реализованих инвестиција по секторима и др. Стога, будућа истраживања треба да укључе и додатне изворе података како би се обезбедила дубља анализа и остварио бољи увид у стварно стање у урбаној економији.

Ограничење везано за трећу хипотезу је релативно мали број компанија које су пристале да учествују у истраживању, њих 21, иако је 40 компанија таргетирано у оквиру мреже снабдевања FCA. Такође, многе компаније су само делимично испуниле анкетни листић. Посебно је било спорно питање које се тиче просечне месечне зараде запослених, али и назива кључних добављача. Предлог за један од праваца будућег истраживања са циљем продубљивања анализе јесте да у оквиру мреже снабдевања треба укључити и компаније из других сектора делатности како би се утврдио шири односно индиректни утицај доласка *Fiat*-а на урбани и регионални развој.

Такође, истраживање може бити усмерено на све компаније из аутомобилске индустрије које послују у Србији, како би се утврдио укупни утицај ове индустријске гране на економске резултате земље, али и утицај компанија на локалну средину и регионе у оквиру којих су лоцирани. Отуда, будућа истраживања треба да укључе знатно ширу димензију ове проблематике, имајући у виду значај аутомобилске индустрије у свету.

С обзиром на коришћене податке и методологију у вези са утврђеним променама на тржишту некретнина, треба нагласити ограничења истраживања која укључују: мали узорак, кратак временски период на које се истраживање односи и још увек неразвијено тржиште некретнина на локалном нивоу. У наредним истраживањима предложени модел треба и може бити усавршаван, како би могао прецизније да предвиди кретања цена некретнина у зависности од кретања посматраних али и нових фундаменталних фактора.

Упркос ограничењима, ова студија представља корак даље у објашњењу како долазак велике мултинационалне компаније може утицати на локалну економију. Иако резултати истраживања имају одређене теоријске и практичне импликације, они отварају одређени број питања на које будуће студије могу дати одговор. Отуда се резултати истраживања могу посматрати као иницијални корак усмерен ка разумевању промена у урбаној економији као последице доласка мултинационалне компаније.

ЗАКЉУЧАК

Преглед литературе из области аутомобилске индустрије и њеног утицаја на локални и регионални развој, како у свету, Западној Европи и земљама ЦИЕ, показује да су спроведене бројне студије које се баве овом облашћу и да постоји потреба и простор за спровођење сличног истраживања у Србији. У складу са дефинисаним циљевима, у раду је анализиран утицај доласка велике мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије на урбани развој на примеру *Fiat-a* и Крагујевца. На основу детаљног проучавања релевантне литературе која се односи на регионални развој, стране директне инвестиције, мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије, као и сучељавања критичких ставова у разним питањима, а пре свега спроведеног емпиријског истраживања, могуће је формулисати следеће закључке:

- Концепт регионалног развоја је једно од водећих питања данашњице. Разлике у развијености региона су велике и земље широм света теже да те разлике смање. У прошлости је концепт регионалног развоја посматран искључиво са економског становишта, а регионални развој је поистовећиван са регионалним економским развојем. Данас се под регионалним развојем сматра „шири концепт који укључује регионалне заједнице у побољшању свог економског и социјално-културног благостања, као и у очувању животне средине, користећи у потпуности потенцијал регионалних ресурса и његове становнике“ (OECD, 2016). Улога региона у националним економијама се знатно променила у протеклом периоду као резултат глобализације и структурних прилагођавања.

- Регионална политика Европске уније представља један од најзначајнијих инструмената свеукупног развоја држава чланица. Европска унија је основана са циљем остваривања свеукупног уравнотеженог развоја, који се једино може постићи смањењем регионалних диспаритета и подстицањем економске, социјалне и територијалне кохезије. Остваривање раста и равномерног регионалног развоја, образовања, запошљавања, развоја инфраструктуре и очување животне средине, може се постићи кроз регионалну политику Европске уније, деловањем на низу стратешких поља. Главни финансијски инструменти за реализацију регионалне политике Европске уније су структурни и кохезиони фондови.

- *Eurostat* је успоставио NUTS класификацију као јединствен, кохерентан систем за поделу територије ЕУ како би створио регионалне статистичке податке за Заједницу. Према последњој верзији NUTS класификације, економска територија ЕУ је подељена на 98 NUTS 1 региона, 276 NUTS 2 и 1.342 NUTS 3 региона. Дефинисана су и два нивоа локалних административних јединица LAU 1 и LAU 2. Према NUTS регулативи број становника је кључни индикатор за упоредивост региона. Поред разлика у величини региона и броју становника, кључни показатељи регионалних разлика су: БДП по глави становника, стопа запослености (односно незапослености) и износ просечне месечне зараде. Према подацима *Eurostat*-а из 2014. године, највећи просек БДП-а по глави становника бележи Лондон са 539% просека ЕУ 28, док се Луксембург са 266% и Брисел 207% налазе на другом, односно трећем месту. Најразвијенији региони у Европи су лоцирани у јужној Немачкој, јужној Великој Британији, северној Италији и Белгији, Луксембургу, Холандији, Ирској и Скандинавији.

- Нова стратегија регионалне политике која се односи на период до 2020. године фокусирана је три међусобно повезана приоритета: *паметан раст*, односно развој економије засноване на знању и иновацијама; *одрживи раст*, тј. истовремено подстицање конкурентности и производње која се ефикасније односи према ресурсима и *инклузивни раст*, који се односи на бољу партиципацију на тржишту рада, борбу против сиромаштва и социјалну кохезију.

- Регионални развој Србије се током више деценија посматрао одвојено од укупног друштвено-економског развоја, што је утицало на стварање регионалних и структурних развојних проблема, са израженим нескладима унутар и између региона. Такође, постоје мишљења и да је неадекватан регионални развој последица недостатака системских и институционалних регулативних механизма. Регионални развој се данас суочава са трендом повећања регионалне демографске регресије, економског и инфраструктурног јаза, регионалних образовних диспропорција, све већег заостатка југа Србије, као и погоршања фискалне позиције државе и продубљавања фискалне неравнотеже. Излаз из овакве ситуације зависиће највише од изградње институција регионалног развоја, поштовања економских правила и дугорочног регионалног планирања.

- Урбана средина је данас доминантна животна средина у којој је насељено више од половине светске популације. Урбани проблеми, нарочито они који се тичу животне средине, данас су јако изражени и уско повезани са економским активностима. Локални економски развој је процес чији је циљ побољшање економских показатеља, то јест

укључује активности које имају за циљ да изграде капацитете локалне заједнице са којима се тежи унапређењу економске будућности и квалитета живота за све грађане.

- Регионални и локални економски развој уско су повезан са активностима и кретањима страних директних инвестиција. Привлачење страних инвестиција је једна од важнијих развојних активности широм света. Стране инвестиције промовишу дифузију нових технологија, *know-how* и менаџерских и маркетиншких вештина кроз директне везе или преливања на локалне фирме (Blomstrom et al., 2000; Blomstrom&Kokko, 2001; Dunning&Lundan, 2008). Досадашња искуства земаља у развоју и земаља у транзицији показала су да страна улагања представљају један од најатрактивнијих облика међународне сарадње и остваривања развојних циљева. Њихов утицај је подједнако важан на нивоу предузећа на једној страни, као и на нивоу локалне и регионалне економије на другој страни. У складу са тим, многе земље су подржале прилив страних директних инвестиција, остварујући велике јавне расходе као стимуланс за њихов прилив (Harding&Javorcik, 2011; UNCTAD, 2012).

- У региону Централне и Источне Европе, а који обухвата бивше социјалистичке државе Централне и Источне Европе, укључујући и Русију и европски део бившег Совјетског Савеза, прилив страних директних инвестиција углавном је доводио до брзог и темељног реструктурирања предузећа у које је уложен страни капитал, укључујући организационо реструктурирање, трансфер технологија, обуку радника, примену западне управљачке структуре и праксе, као и нову производну стратегију и организацију (Pavlinek, 2004).

- Неке од најзначајнијих страних директних инвестиција биле су у индустрији производње аутомобила. Аутомобилске компаније се убрајају у најснажније и највеће мултинационалне компаније у свету. У последњих неколико деценија дошло је до реорганизације производних система и ланаца снабдевања у глобалној аутомобилској индустрији. Један од исхода овог процеса је промена географске локације производње аутомобила. Наиме, дошло је до интеграције производне и дистрибутивне мреже периферних области у језгра производње, посебно Западне Европе и Северне Америке (Dieter, 2007; Diken, 2007; Humphrei&Memedović, 2003). Такође, у мање развијеним земљама, као што су Кина, Индија и Бразил забележен је брзи раст производње и продаје возила. Ове земље нису интегрисане у производњи и дистрибуцији са језгром (Liu&Dicken, 2006; OICA, 2008).

• У свету су данас доминантне четири регије аутомобилске производње: Кина, Северна Америка, Јапан и Европа, са уделом на светском тржишту по броју продатих јединица моторних возила од 27%, 20%, 16% и 23% респективно у 2015. години (АСЕА, 2015). У свету је у 2015. години произведено 91,5 мил. моторних возила, од чега 73,5 милиона путничких возила. Пет највећих светских произвођача, заједно остварују 50% укупне светске производње моторних возила, док првих десет остварује 65% глобалне производње. Највећи напредак су остварили произвођачи из Азије, *Toyota* и *Hyundai*, док су *General Motors*, *Ford* и *Chrysler* (тзв. „велика тројка Детроита“) забележили највећи пад у производњи у протеклој деценији. Индустијски раст праћен је повећањем глобализације и консолидације. Сличан тренд се догодио у сектору добављача. Наиме, произвођачи су велики део производње пребацили на своје директне добављаче, чији су приходи данас упоредиви са многим произвођачима возила.

• Аутомобилска индустрија је „мотор“ европске економије. Према АСЕА извештају (2015) једно од десет радних места у Европи директно или индиректно се односи на аутомобилски сектор. Европска аутомобилска индустрија генерише промет од 551 милијарду евра, што представља око 6,5% европског бруто домаћег производа.

• Препознајући значај аутомобилске индустрије, већина земаља ЦИЕ активно је промовисала програме подршке приливу страних инвестиција са циљем трансформације постојеће или изградње потпуно нове аутомобилске индустрије. Сматра се да је аутомобилска индустрија привукла много више пажње у свету и Централној и Источној Европи него било која друга, и то због своје величине, веза са другим индустријама и укупног ефекта на економски развој (Pavlinek, 2005). Аутомобилска индустрија у ЦИЕ дубоко је трансформисана од краја државног социјализма (Navas, 2000; Pavlínek et al., 2009) до данашњих дана. Убрзани развој је организован и усмерен из језгара аутомобилских МНК које у потпуности контролишу аутомобилску индустрију у Централној и Источној Европи кроз директно власништво велике већине постројења за производњу аутомобила и делова.

• Финансијска криза утицала је на аутомобилску индустрију у Централној и Источној Европи. Од лета 2008. године, продаја је почела да стагнира, са великим падом од 22% у 2009. години (ОИСА, 2010). Упркос кризи, током 2009. године удео производње возила у земљама ЦИЕ је растао у односу на земље Западне Европе. Најбоље резултате у 2009. години имале су Румунија, Словенија, Чешка, Пољска и Србија. Глобално, аутомобилска индустрија се опоравила од економске кризе. Индустијски профит у 2012.

години износио је 54 милијарде евра, што је много више него у 2007. години, када је износио 41 милијарду евра, а прогнозе за будући раст су још боље. До 2020. године, очекује се да се глобални профит повећа за још 25 милијарди евра (McKinsey, 2013).

- Развој аутомобилске индустрије створио је посебну аутомобилску агломерацију у Централној Европи. Погони у региону су груписани у релативно малом простору, у областима западне Словачке, источне и централне Чешке, јужне Пољске и северне Мађарске. Најзначајнији региони за производњу возила у Мађарској су *Győr*, као дом *VW Group*, *Esztergom* као дом *Suzuki*-ја, *Kecskemét* у коме *Mercedes-Benz* поседује фабрику као и *Szentgotthard* у коме *GM* производи моторе и друге делове. Чешка је данас највећи и најстарији произвођач возила у земљама ЦИЕ. Фабрика *Tatra* производи комбије, а *Trnavské automobilové závody* (TAZ) производи камионе. Чешка је домовина и три велика произвођача возила: *Škoda Auto* (*Volkswagen Group*), *TPCA* (*Toyota/PSA joint venture*) и *Hyundai Motor Manufacturing Czech*. У Чешкој су најзначајанији региони: *Mladá Boleslav*, *Kvasiny*, *Nošovice* и град *Kolín*. Аутомобилски сектор један је од најважнијих сектора пољске економије. Кључни произвођачи путничких аутомобила у Пољској су: *Fiat Auto Poland* (FAP), *Volkswagen Poznan*, *General Motors Manufacturing Poland* (Opel) и *Ford*. *Fiat* поседује фабрику у *Tychy*-ју, *VW* послује у *Poznań*-у, а *General Motors* у граду *Gliwice*. Такође, Пољска је важан произвођач аутобуса и бродова у свету. Словачка је данас један од водећих произвођача аутомобила у ЦЕ, углавном због успостављања производње три светске аутомобилске компаније: *Volkswagen Slovakia*, *PSA Peugeot Citroen* и *Kia Motors*, а успостављање производње ових произвођача посебно је утицало на развој региона Братиславе, Трнаве и Жилине. СДИ у аутомобилској индустрији Румуније укључују куповину *Dacia*-е од стране *Renault*-а и преузимање *Ford*-а од Владе Румуније фабрику аутомобила из Крајове. Словенија је имала најнижи износ СДИ у аутомобилској индустрији у ЦИЕ (изузев Србије) и домовина је само једног аутомобилског постројења (*Revoz*), који се налази у Новом Месту и чији је већински власник *Renault*.

- Један од основних разлога за концентрисање нових постројења и проширења постојећих производних погона у региону Централне и Источне Европи јесте близина западних и источних тржишта уз прилично добро развијену путну и железничку инфраструктуру. Велика предност региона је квалификована и јефтина радна снага. Квалификације радника за рад у аутомобилском сектору резултат су дугогодишње традиције у производњи возила, машина и опреме.

- Аутомобилска индустрија Србије има традицију дугу више од седамдест година и спада у гране са највећим развојним потенцијалом и од великог је стратешког значаја за привредни развој Србије. Аутомобилски сектор се интензивно развија у последњих осам година након најаве доласка италијанског *Fiat*-а. Једна од најзначајнијих инвестиција у нашој земљи је улагање *Fiat*-а у оживљавање аутомобилске индустрије. Креатори економске политике у Србији су у 2008. години направили специфичан корак, као стимуланс који је резултирао у склапању уговора између *Fiat*-а и државе Србије, којим је основано заједничко предузеће, у којем су *Fiat* и држава Србија унели оснивачки улог у новцу, технологији, инфраструктури и регулаторном оквиру. Након решавања инфраструктурних проблема и постављања монтажне линије, у 2012. години је отпочела производња модела „*fiat 500L*“.

- Иако је у условима одсуства пуне транспарентности уговора о инвестиционом улагању између *Fiat*-а и Владе Републике Србије готово немогуће у потпуности сагледати економске ефекте ове инвестиције, свакако се може уочити њен допринос унапређењу пословних перформанси аутомобилске индустрије и привреде као целине.

- Долазак велике мултинационалне компаније довео је до значајних промена у развоју урбане економије, промена у секторској структури, нивоу буџета града и инвестиција, промена на тржишту некретнина, као и промена у сектору добављача делова. Велике МНК из аутомобилске индустрије су виделе Србију као добар избор локације за ширење производње, тј. могућност снабдевања како *Fiat*-ове фабрике у Крагујевцу тако и других произвођача у региону (*BMW* у Немачкој, *Renault* у Словенији, *Suzuki* у Мађарској и др.).

- Емпиријско истраживање, спроведено за потребе докторске дисертације са циљем утврђивања утицаја, односно сагледавања ефеката доласка велике мултинационалне компаније из аутомобилске индустрије на локални развој довело је до следећих закључака. Резултати истраживања показали су да долазак мултинационалне компаније доводи до промена у секторској структури урбане економије. У посматраном периоду присутан је стални пад броја запослених у примарном сектору. У секундарном сектору, који има највише запослених лица у просеку 37,94% (2007–2014), у години отпочињања производње *Fiat*-а дошло је до знатног повећања запослених лица (26%). Према статистичким подацима, учешће овог сектора у укупном броју запослених било је доминантно у претходном периоду (чак 74,46%), па је и наведени раст запослених на нивоу урбане економије велик. Запосленост у терцијарном сектору бележи благи раст, а

у оквиру ове категорије, највише лица било је запослено у трговини на велико и мало, државној управи и делатностима саобраћаја и складиштења. На основу релевантних података може се закључити да су флукуације у броју запослених лица по секторима делатности у посматраном периоду највише погодиле прерађивачки сектор (секундарни сектор), који обухвата и раднике FCA, као и раднике компанија његових добављача делова. Благи раст у 2012. години и знатан раст запослености у 2013. години може се директно повезати са доласком *Fiat*-а. Иако је 2014. години дошло до смањења, број радника је много већи у односу на године које претходе отпочињању производње FCA у Крагујевцу. Резултати истраживања дакле показују да је дошло до благог јачања секундарног сектора анализирањем кретања запослености у граду са ефектом преливања на целокупну привреду града. Ако се посматра терцијарни сектор, полазне претпоставке могу се само делимично бити потврђене.

- Спроведено истраживање у вези са утицајем мултинационалне компаније на буџет града и ниво инвестиција, показало је да је дошло до следећих промена: укупни буџетски приходи су порасли; дошло је до промена у кретању буџетских расхода, али без превеликих одступања у поређењу са приходима; остварен је знатан суфицит буџета у 2012. години, претежно услед повећања текућих прихода; у 2012. години догодио се велики раст улагања у нове капацитете, али су инвестиције углавном намењене за реконструкцију и модернизацију постојећих капацитета; однос улагања у увозну опрему у односу на домаћу приближно је износио 10:1; вредност грађевинских радова је у 2012. и 2013. години много већа у односу на остале посматране године; остварене инвестиције у нова основна средства највише су реализоване у секундарном сектору. На основу наведених констатација може се закључити да је долазак *Fiat*-а и отпочињање производње аутомобила у 2012. години, као и долазак великог броја добављача делова, довео до великих прилива средстава у буџет града, чиме је буџет остварио знатан суфицит. Оваква ситуација довела је промене структуре трошења средстава у правцу јачања инфраструктуре на нивоу урбане економије. Међутим, ефекти инвестиције *Fiat*-а ће реалније моћи да се сагледају тек кроз неколико година.

- Долазак *Fiat*-а у Крагујевац довео је до формирања мреже добављача делова, при чему нису сви добављачи лоцирани у Крагујевцу, већ су неки добављачи за своју производну базу изабрали регион Војводине и Београда. Мрежа је организована у три нивоа/*Tier*-а, при чему би *Tier* 1 (директни добављачи), и према теоријској и емпиријској поставци проблема, требало да буду лоцирани у близини производног погона FCA. Спроведено истраживање је показало да не постоји статистички значајна веза између

удаљености добављача и његове припадности групама *Tier 1*, *Tier 2* и *Tier 3*. Оваква констатација је супротна почетној претпоставци да су *Tier 1* добављачи ближи, а *Tier 3* у просеку удаљенији од фабрике FCA. Резултати истраживања указују на велику разубуђеност у околици *Tier 1* групе, која је резултат постојања добављача који се налазе на 333km од FCA, док је максимална удаљеност у оквиру *Tier*-а 3 свега 156km. Добављачима приликом доношења одлуке о инвестирању, није била важна локација, тј. географски положај у односу на FCA. Одсуство повезаности између локације и припадности групи резултат је стратегије поједних компанија да део своје производње намене извозу. Компаније које су екстремне у погледу своје географске локације јесу компаније које више од 50% своје производње извозе, што значи да је за њихову локацију од пресудног значаја развијена инфраструктура у погледу саобраћајних комуникација, попут ауто-пута, лука, железнице и аеродрома.

- Истраживање је показало да постоји висок ниво концентрације добављача FCA у Крагујевцу, што последично говори о високој зависности ове компаније од добављача делова. Вредности *gini* коефицијента показује раст концентрације промета који је везан за продају делова FCA. Овај податак такође показује да постоји одређени број добављача који не раде само за FCA већ и за друге компаније аутомобилске индустрије. Одређени број компанија тражи могућност сарадње и са другим фирмама с циљем смањивања зависности од једног купца. Ако се посматра регионална дистрибуција добављача FCA, може се уочити слична ситуација.

- Вредност коефицијента локације/ефикасности (LQ) такође показује концентрисаност региона у коме се налази FCA, са вредношћу коефицијента од 4,01. Исти коефицијент је у друга два региона у којима се налазе добављачи знатно мањи и креће се у једном региону на нивоу 2,80, а у другом на нивоу од 0,46. То практично значи да регион у коме се налази FCA има огромну зависност од пословних резултата и планова развоја FCA. Регион са коефицијентом локације од 4,01, тј. регион Шумадије, има најнижи ниво економског развоја мерено оствареним БДП-ом, али је и регион у коме добављачи нису потпуно задовољни инфраструктурном ситуацијом и подршком локалне самоуправе, што чини ситуацију још алармантнијом.

- Резултати истраживања показују да је политика субвенција, којом је држава организовала FCA али и мрежу добављача поставила темеље за будуће неравномерности у регионалном развоју земље. Изразита концентрација добављача у региону Шумадије предуслов је регионалног заостајања уколико дође до одласка *Fiat*-а, што је већ био случај у Италији у последњих неколико деценија. Добављачи у групи *Tier 1*, који су

груписани у региону Војводине, већи део своје производње извозе. Регион Војводине је због овакве ситуације у знатно бољем положају јер добављачи не зависе у потпуности од пословања FCA. Политика субвенција је испољила недостатке јер није дефинисала услове којима би утицала на креирање мреже добављача кроз дефинисање географске локације и припадности *Tier* групи. Наиме, држава је морала да услови субвенционисане компаније, оријентисане ка извозу да своје капацитете концентришу у регион Шумадије или да субвенционисане компаније у региону Шумадије услови одређеним процентом извоза.

- Резултати истраживања представљају основ за препоруке креаторима економске политике да морају размишљати о активним мерама за привлачење још једног аутомобилског произвођача у регион Шумадије, како би се смањила екстремна зависност од FCA и његових директних добављача и спречила појава даљих регионалних разлика у случају промене пословне политике *Fiat*-а. Наиме, Србија мора што пре да прошири базу за производњу возила. Потребна је добро промишљена и дизајнирана државна развојна стратегија без које индустрија ауто-компоненти нема будућност у Србији. Такође, неопходно је да се усвоји регулатива која би подстицала произвођаче ауто-делова да у њих уграђују што већи садржај домаћих делова. Треба напоменути да Србија има изузетно стратешку локацију у Европи, јер се налази се на тремеђи ауто-индустрија, на путу ка Турској и ка Блиском истоку. Самим тим, Србија има потенцијал да се позиционира као алтернативна база за производњу и лакши извоз или транспорт ауто-делова.

- На основу анализе кретања на тржиштима некретнина у свету, на којима су цене у великој мери осцилирале и на којима је доказано да је постојао ценовни мехур, и тржишта некретнина у Крагујевцу и његових карактеристика, прикупљени су подаци са циљем утврђивања постојања мехура на локалном тржишту некретнина. Истраживачки модел је показао јаку везу између просечне цене некретнина по квадратном метру и просечне цене издавања по квадратном метру. Инвеститори су очекивали да ће присуство велике мултинационалне компаније утицати на константно повећање цена издавања у наредним годинама, и поступајући према таквим прогнозама, утицали су на повећање тражње, што је даље водило повећању цена некретнина. Трошкови изградње су се кретали у супротном смеру, слично дешавањима у САД (Shiller, 2005). Веза са каматном стопом може бити објашњена рационалним понашањем купаца некретнина. У ситуацији када каматна стопа опада, очекивано је повећање цена некретнина, јер кредити

постају повољнији и тражња расте. *Step Wise* тест је показао да је цена издавања најбоља варијабла за предвиђање кретања цена некретнина у будућности. Емпиријски резултати истраживања потврђују постављену хипотезу, тј. да је долазак мултинационалне компаније изазвао неравнотежу на тржишту некретнина у Крагујевцу, у виду раста цена некретнина на локалном тржишту услед ирационалних очекивања економских субјеката у вези са будућим ценама издавања и вредностима некретнина.

ЛИТЕРАТУРА

A

1. ACEA (2015). *The Automobile Industry – Pocket Guide 2015*. European Automobile Manufacturers Association.
2. Akbara, Y. & McBride, B. (2004). Multinational enterprise strategy, foreign direct investment and economic development: the case of the Hungarian banking industry. *Journal of World Business*, Vol. 39, pp. 89–105.
3. Alfaro, L. (2003). Foreign Direct Investment and Growth: Does the Sector Matter?. Harvard Business School. Dostupno na: <http://gwww.grips.ac.jp/teacher/oono/hp/docu01/paper14.pdf>
4. Alibegović, D. J. & Korej de Villa Ž. (2008). The role of urban indicators in city management: a proposal for Croatian cities. *Transition Studies Review*, Vol. 15, No. 1, pp. 63–80.
5. Altomonte, C. & Guagliano, C. (2003). Comparative Study of FDI in Central and Eastern Europe and the Mediterranean. *Economic Systems*, 27, pp. 223–246.
6. Altomonte, C. & Resmini L. (2002). Multinational Enterprises as a Catalyst for Local Industrial Development: The Case of Poland. *Italian Journal of Regional Science*, Vol. 1, No 2, pp. 29–58.
7. Antalóczy, K. & Sass M. (2011). The impact of the crisis on the Hungarian automotive industry. Paper presented at the EADI-DSA, Conference ‘Rethinking development in an age of scarcity and uncertainty: new values, voices and alliances for increased resilience’. 19–22 September 2011. University of York.
8. Arandelović, Z. & Gligorijević Ž. (2010). *Regionalna ekonomija*. Ekonomski fakultet, Niš.
9. Armstrong, P. (2001). Science, enterprise and profit: ideology in the knowledge-driven economy. *Economy and Society*, Vol. 30, No. 4, pp. 524–552.
10. Arthur, WB. (1994). *Increasing returns and path dependency in the economy*. University of Michigan Press, Ann Arbor, MI.

B

11. Bai, X. (2012). *The Effects of the 2007–2009 Economic Crisis in the Global Automotive Industry*. State University of New York, College at Buffalo.
12. Bailey, D., de Ruyter, A., Michie J. & Tyler P. (2010). Global restructuring and the auto industry. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 3 (3), 311–318.
13. Barca, F. (2009). *An Agenda for a Reformed Cohesion Policy*.
14. Barnes, J., & Kaplinsky, R. (2000). Globalization and the Death of the Local Firm? The Automobile Components Sector in South Africa. *Regional Studies* 34, 797–812.
15. Barrios, S., Bertinelli, L. & Strobl, E. (2005). Multinationals and regional indigenous development. *Ann Reg Sci*, Vol. 39, pp. 149–166.

16. Barrios, S., Gorg, H. & Strobl, E. (2011). Spillovers through backward linkages from multinationals: Measurement matters!. *European Economic Review*, Vol. 55, pp. 862–875.
17. Barro, R.J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth. *Journal of Political Economy* 98, pp.103–125.
18. Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X. (1991). Convergence Across States and Regions. *Brookings Papers on Economic Activity*. Vol. 1, No. 1, pp. 107–82.
19. Barro, R.J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth. *Journal of Political Economy*, Vol. 98, pp. 103–125.
20. Bergstrand, J. (2006). Regional Integration as a Development Strategy, Paper presented at The New Regionalism: Progress, Setbacks, and Challenges, Washington, DC.
21. Bernaciak, M. & Šćepanović, V. (2010). „Challenges of Upgrading: The Dynamics of East Central Europe’s Integration into the European Automotive Production Networks.“ Paper presented at the Gerpisa Colloquium.
22. Berry, B.J.L. & Garrison, W.L. (1958). Functional bases of the central place hierarchy. *Economic Geography*, Vol. 34, pp. 145–154.
23. Black, A., Fraser, P. & Hoesli, M. (2006). House prices, fundamentals and bubbles. *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol. 33, No. 9-10, pp. 1535–1555.
24. Blakely, E.J. (1994). *Planning local economic development: theory and practice*. 2nd edn, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
25. Blalock, G. & Gertler, P. J. (2008). Welfare gains from Foreign Direct Investment through technology transfer to local suppliers. *Journal of International Economics*, Vol. 74 No. 2, pp. 402–421.
26. Blanchard, O. J. & Fisher, S. (1989). *Lectures on macroeconomics*. Cambridge, MA: MIT Press.
27. Blomstrom, M. & Kokko, A. (2001). Foreign direct investment and spillovers of technology. *International Journal of Technology Management*. Vol. 22, pp. 435–454.
28. Blomström, M., Kokko A. & Zejan, M. (2000). *Foreign Direct Investment. Firm and Host Country Strategies*, London: Macmillan.
29. Boros, J. (2013). Rising speed – Audi in Győr and Suzuki in Esztergom to produce new models as from this summer. Budapest Telegraph, 15 February 2013. Dostupno na: http://www.budapesttelegraph.com/news/235/rising_speed_%E2%80%93_audi_in_gyor_and_suzuki_in_esztergom_to_produce_new_models_as_from_this_summer
30. Briassoulis, H. (2001). Sustainable development and its indicators: through a planner’s glass darkly. *Journal of Environmental Planning and Management*, Vol. 44, No. 3, pp. 409–427.
31. Bryant, C. & Cofsky, S. (2004). Public Policy for Local Economic Development - An International Comparison of Approaches, Programs and Tools. Dostupno na: www.geog.umontreal.ca/Dev_durable/Documents_pdf/Rapports, pg. 19.
32. BS (2013). Direct investment 2013. Ljubljana, Bank of Slovenia.

33. Businaro, U. L. (1994). *Technology and the future of the cities. Responding to the urban malaise: an agenda for the European Union*. Brussels: Commission of the European Communities.
34. Burnside, C., Eichenbaum, M. & Rebelo S. (2011). *Understanding booms and busts in housing markets*. National Bureau of Economic Research.

C

35. Calderón, C., Loayza, N. & Servén, L. (2004). *Greenfield Foreign Direct Investment and Mergers and Acquisitions: Feedback and Macroeconomic Effects*. World Bank Policy Research Working Paper 3192. Washington, DC: World Bank.
36. Campagni, R.P. (1995). The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European Lagging Regions. *Papers in Regional Science*, 74 (4): 317–340.
37. Case, K.E. & Shiller, R. (2003). Is there a bubble in the housing market?. *Brookings Papers on Economic Activity* 2, pp. 299–361.
38. CBH (2014). *Foreign direct investment - updated tables*, Budapest, Central Bank of Hungary.
39. Christaller, W (1933). *Die zentralen Orte in Süddeutschland*. Fischer, Jena.
40. CNB (2001–2014). *Foreign direct investment, Annual publications*, Prague, Czech National Bank.
41. Cobelic, N. (1980). *Privreda Jugoslavije - rast, struktura i funkcionisanje*. Knjiga druga, Savremena administracija, Beograd.
42. Cochrane, J. (2001). *Asset pricing*. Princeton. Princeton University Press, New Jersey.
43. Cohen, B. (2006). Urbanization in Developing Countries. Current Trends, Future Projections, and Key Challenges for Sustainability. *Technology in Society*. Vol. 28, No. 1-2, pp. 63–80.
44. Conti, S. & Enrietti, A. (1995). The Italian automobile industry and the case of Fiat: on country, one company, one market? in: *Towards new map of automobile manufacturing in Europe: new production concepts and spatial restructuring*, Springer.
45. Copenhagen Economics (2011). *State aid crisis rules for the financial sector and the real economy*. Tech. report. European Parliament.
46. Corder, W.G. & Foreman, D. I. (2009). *Nonparametric Statistics for Non-Statisticians*. Hoboken: John Wiley & Sons. pp. 99–105.
47. CTCS (2014). *A study on the Hungarian automotive industry: market opportunities for Canadian automotive suppliers*. Canadian Trade Commissioner Service. Dostupno na: <http://www.enterpriseacanadanetwork.ca/uploads/resources/A-Study-on-the-Hungarian-Automotive-Industry.pdf>
48. Czech Invest (2014). *Incentives granted from April 1998 to 30 June 2014*, Prague, CzechInvest.
49. Czech Invest, (2015). *Investment and Business Development Agency*. Dostupno na: <http://www.czechinvest.org/data/files/automotive-brochure-2015-97.pdf>

50. Czech Invest (2016). Automotive industry. Dostupno na: <http://www.czechinvest.org/en/search?q=automotive+industry>

D

51. Davison, F. (1996). Planning for performance: requirements for sustainable development. *Habitat International*, Vol. 20, No. 3, pp. 445–462.
52. Dević, M. (2007) „Tender za celu fabriku“, *Odjek*, broj XIX (Novembar 2007.), str.7.
53. Dicken, P. (1992). *Global Shift: The internationalisation of economic activity*. 2nd edn, Guilford Press, New York.
54. Dicken, P. (1998). *Global Shift: Transforming the World Economy*, 3rd edn. New York and London: Guilford.
55. Dicken, P. (2003). *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, Sage Publications.
56. Dicken, P. (2011). *Global shift: mapping the changing contours of the world economy*, London, Sage.
57. Dieter, H. (2007). *Transnational Production Networks in the Automobile industry*, Notre Europe.
58. DG Regio (2008). An Assessment of Future Challenges for EU Regions.
59. Dimitratos P., Liouka I. & Young S. (2009). Regional location of multinational corporation subsidiaries and economic development contribution: Evidence from the UK. *Journal of World Business*, Vol. 44, pp. 180–191.
60. Domanski, B. (2003). Industrial change and foreign direct investment in the postsocialist economy the case of Poland. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 10, pp. 99–118.
61. Domański B., Guzik R., Gwosdz K. & Dej, M. (2013). The crisis and beyond: the dynamics and restructuring of automotive industry in Poland. *International Journal of Automotive Technology and Management*, Vol. 13, No. 2, 151–166.
62. Domański, B. & Gwosdz, K. (2009). Toward a more embedded production system? Automotive supply networks and localized capabilities in Poland. *Growth and Change*, Vol. 40, No. 3, pp. 452–482.
63. Drahoukoupil, J. (2008). The investment-promotion machines: the politics of foreign direct investment promotion in Central and Eastern Europe. *Europe-Asia Studies*, Vol. 60 No. 2, pp. 197–225.
64. Drahoukoupil, J. (2009). *Globalization and the state in Central and Eastern Europe: the politics of foreign direct investment*, London, Routledge.
65. Dunning, J. (1993). The Prospects for Foreign Direct Investment in Eastern Europe, in P. Artisien, M. Rojec and M. Svetličič (eds) *Foreign Investment in Central and Eastern Europe*, pp. 16–33, New York: St Martin’s Press.

66. Dunning, J. H. & Lundan, S. M. (2008). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

E

67. EMIS, (2014). Automotive Sector Poland. Dostupno na: <https://www.securities.com/emis/sites/default/files/EMIS%20Insight%20%20Poland%20Automotive%20Sector%20Report.pdf>.
68. Erickson, R.A. & Leinbach, T. (1979). Characteristics of branch plants attracted to non metropolitan areas. In: Lonsdale R, Seyter HL (eds) Non metropolitan industrialisation. Winston, Washington, DC.
69. Erickson, R.A. (1994). Technology, industrial restructuring and regional development. *Growth and Change*, Vol. 25, pp. 353–379.
70. Eurofound (2010). Social dialogue and recession in the automotive sector. Tech. rep., Luxembourg: Publications office of the European union, European foundation for the Improvement of living and working conditions.
71. Eurofound (2014). European Restructuring Monitor. Dostupno na: <http://www.eurofound.europa.eu/observatories/european-monitoring-centre-on-changeemcc/european-restructuring-monitor>
72. European Commission (2007). Cohesion policy 2007–13: commentaries and official texts, pp. 10. Dostupno na: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/publications/guide2007_en.pdf
73. European Commission (2008). EU Cohesion Policy 1988–2008 Investing in Europe s future.
74. European Commission (2010). EUROPE 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, COM 2020 final, Brussels. Dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
75. European Commission (2011). The effects of temporary state aid rules adopted in the context of the financial and economic crisis. Tech. rep., Commission Staff Working Paper.
76. Eurostat (2010). Eurostat regional yearbook 2010, Eurostat statistical books. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/KS-HA-10-001>
77. Eurostat (2014). Structural business statistics. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/>
78. Eurostat (2015). Structural business statistics: annual detailed enterprise statistics - industry and construction. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structuralbusiness-statistics>
79. Eurostat (2016). Regions in the European Union: nomenclature of territorial units for statistics NUTS 2013/EU-28, Eurostat: Manuals and guidelines, 2015. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6948381/KS-GQ-14-006-EN-N.pdf/b9ba3339-b121-4775-9991-d88e807628e3>

80. Eurostat (2016a), Regions and cities, Regional statistics illustrated. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/RSI/#?vis=nuts2.economy&lang=en>
81. EY (2010). The Central and Eastern European automotive market: industry overview, Detroit, Ernst & Young.
82. EY (2014). EY's attractiveness survey Europe 2014: back in the game, Detroit, Ernst & Young.
83. EY (2016). Automotive capital confidence barometer. Dostupno na: <http://www.ey.com/gl/en/industries/automotive/ey-capital-confidence-barometer>

F

84. Fabry, N.H. (2001). The Role of Inward-FDI in the Transition Countries of Europe: an Analytical Framework. *Current Politics and Economics of Russia, Eastern and Central Europe*, Vol. 16, pp. 349–77.
85. Fernández-Kranz, D. & Hon, M. T. (2006). A cross-section analysis of the income elasticity of housing demand in Spain: is there a real estate bubble?. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, Vol. 32, No. 4, pp. 449–470.
86. Flood, R. & Hodrick, R. (1990). On testing for speculative bubbles. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 4, No. 2, pp. 85–101.
87. Florida, R. (2002). *The rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, and everyday life*. Basic Books, New York.
88. Freyssenet, M. & Jetin, B. (2009). Big Three: Le Piege de la "Liberalisation" Salariale et Financiere se Referme?. *La Lettre de GERPISA*, January–March, pp. 9–14.
89. Freyssenet, M. & Lung, Y. (2000). Between globalisation and regionalisation: what is the future of the motor industry?, in Humphrey J., Lecler Y. & Salerno M.S.(eds.) *Global strategies and local realities: the auto industry in emerging markets*, Basingstoke, Macmillan, pp. 72–94.
90. Freyssenet, M., Mair, A., Shimizu, K. & Volpato, G. (1998). *One Best Way? Trajectories and Industrial Models of the World's Automobile Producers*. Oxford: Oxford University Press.
91. Fujita, K. & Hill, R. (1995). Global Toyotaism and Local Development, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 19, No. 1, pp. 7–22.
92. Fukuyama, F. (1995). *Trust: the social virtues and creation of prosperity*. Free Press, New York.

G

93. Gallin, J. (2003). The long-run relationship between house prices and income: evidence from local housing markets. United States Federal Reserve Board.
94. Garlick, S., Taylor, M. & Plummer, P. (2006). An enterprising approach to regional growth: the role of VET in regional development. NCVER (National Council for Vocational Education Research), Australian National Training Authority, Adelaide.
95. GK (2014). Lokalni akcioni plan zapošljavanja grada Kragujevca. Službeni list grada Kragujevca. Dostupno na:

http://www.kragujevac.rs/templates/admin/plugins/odluke/upload/Sluzbeni%20list%202013_2014.pdf

96. Gillet, K. (2014). Dawn of the Dacia: how Romania's nothrills car maker raced ahead, The Guardian. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/business/2014/oct/21/dacia-romania-car-maker-europe-sales>
97. Giroud, A. & Scott-Kennel, J. (2009). MNE linkages in international business: A framework for analysis. *International Business Review*, 18(6): 555–566.
98. Glaeser, E. L., Gyourko, J. & Saiz, A. (2008). Housing supply and housing bubbles. *J Urban Econ* 64, pp. 198–217.
99. Glebocki, B. & Rogacki, H. (2002). Regions of Growth and Stagnation in Poland: Changes in Agriculture, Industry and International Markets. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 9, No. 1, pp. 53–9.
100. Goga, S. & Marphy, F. (2006). Local Economic Development, the World Bank, Washington, DC, pg. 1.
101. Grabher, G. (1994). The Disembedded Regional Economy: the Transformation of East German Industrial Complexes into Western Enclaves, in A. Amin and N. Thrift (eds) *Globalization, Institutions and Regional Development in Europe*, pp. 177–95. Oxford: Oxford University Press.
102. Graymore, M., Wallis, M. & Richards, A. (2009). An index of regional sustainability: a GIS-based multiple criteria analysis decision support system for progressing sustainability. *Ecol. Complex.* No 6, pp. 453–462.
103. Grigolon, L., Leheyda, N. & Verboven, F. (2014). Public Support to the European Car Industry: The Impact of the Financial Crisis J Ind Compet Trade. Springer Science Business Media New York.
104. Greenhut, M.L. (1956). *Plant location in theory and in practice: the economics of space*. The University of North Carolina Press.
105. Grossman, G.M & Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the global economy*. MIT Press, Cambridge, MA.
106. Guiso, L., Haliassos, M. & Jappelli, T. (2003). Household stockholding in Europe: where do we stand and where do we go?. *Economic Policy*, Vol. 18, No. 36, pp. 123–170.
- H**
107. Hall, P. (1993). Forces shaping urban Europe. *Urban studies*. Vol. 30, No. 6, pp. 883–898.
108. Hallin, C. & Lind, C. (2012). Revisiting the external impact of MNCs: An empirical study of the mechanisms behind knowledge spillovers from MNC subsidiaries. *International Business Review*, Vol. 21, pp. 167–179.
109. Harding, T. & Javorcik, B. S. (2011). Roll out the red carpet and they will come: Investment promotion and fdi inflows. *The Economic Journal* 121(557), 1445–1476.
110. Hardy, J. (1998). Cathedrals in the Desert? Transnationals, Corporate Strategy and Locality in Wrocław. *Regional Studies*, Vol. 32, pp. 639–52.

111. Havas, A. (1997). Foreign Direct Investment and Intraindustry Trade: the Case of the Automotive Industry in Central Europe, in D. Dyker (ed.) *The Technology of Transition*, pp. 211–40. Budapest: Central European University Press.
112. Havas, A. (2000). Local, Regional and Global Production Networks: Reintegration of the Hungarian Automotive Industry, in C. Von Hirschhausen and J. Bitzer (eds) *The Globalization of Industry and Innovation in Eastern Europe: from Post-socialist Restructuring to International Competitiveness*, pp. 95–127. Cheltenham and Northampton, MA: Edward Elgar.
113. Henning, D. (2014). Ford Cologne: management and IG Metall union blackmail workers. World Socialist Web Site. Dostupno na: <https://www.wsws.org/en/articles/2014/02/24/ford-f24.html>
114. Himmelberg, C., Mayer, C. & Sinai, T. (2005). Assessing high house prices: bubbles, fundamentals and misperceptions. *The Journal of Economic Perspective*, 19(4), pp. 67–92.
115. HITA (2012, 2016). Automotive industry in Hungary. Dostupno na: http://www.hungary.org.tw/chinese/miujisag/Automotive%20Industry%20in%20Hungary_2014.ppt.
116. Hodgson, G. (1998). The approach of institutional economics. *Journal of Economic Literature*, 36 (1): 166–92.
117. Hood, N. & Young, S. (1993). TNCs and Economic Developments in Host Countries: Empirical Results, in S. Lall (ed.) *Transnational Corporations and Economic Development*, pp. 76–105. London and New York: Routledge.
118. Hoorweg, D., Nuñez F., R., Freire M., Palugyai N., Villaveces, M. & Herrera, E.W. (2007). *City Indicators: Now to Nanjing*. World Bank Policy Research Working Paper 4114, January 2007.
119. Hoover, E.M. (1948). *The location of economic activity*. McGraw-Hill, New York.
120. Humphrey, J. (2000). Assembler-supplier relations in the auto industry: globalisation and national development. *Competition & Change*, Vol. 4, No. 3, pp. 245–271.
121. Humphrey, J. & Memedovic, O. (2003). *The Global Automotive Industry Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries*, United Nations Industrial Development Organization, Vienna.
- I**
122. Igan, D., Kabundi, A.N., Nadal-De Simone, F., Pinheiro, M. & Tamirisa, N. T. (2011). Housing, credit and real activity cycles: characteristics and comovement. *Journal of Housing Economics*, Vol. 20, No. 3, pp. 210–231.
123. IMF (2003). *When bubbles burst*, World Econ Outlook, Chapter 2.

124. IMF (2004). Definition of foreign direct investment (fdi) terms , Issues paper (diteg) #20. Dostupno na: <https://www.imf.org/External/NP/sta/bop/pdf/diteg20.pdf>
125. Invest Slovenia (2016). KEY FIGURES. Dostupno na: <http://www.investslovenia.org/industries/automotive/>
126. Isard, W. (1956). *Location and space economy*. The MIT Press, Cambridge, MA.
127. Ivarsson, I. & Alvstam, C. (2005). Technology transfer from TNCs to local suppliers in developing countries: a study of AB Volvo's truck and bus plants in Brazil, China, India, and Mexico. *World Development*, Vol. 33, No. 8, pp. 1325–44.

J

128. Jakopin, E. & Perišić, A. (2009). *Efekti integracije Srbije u EU na regionalni razvoj*. Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju.
129. Jakopin, E. & Perišić, A. (2010). *Efekti integracije Srbije u EU na regionalni razvoj*. Dostupno na: <http://www.fefa.edu.rs/files/pdf/StudijeIstrazivanja/16RegionalniRazvoj.pdf>
130. Jakubiak, M., Kolesar, P., Izvorski, I., & Kurekova, L. (2008). The automotive industry in the Slovak Republic: Recent developments and impact on growth. Working Paper No. 29, Commission on Growth and Development.
131. Jókay, K. (2005). Hungary—case study on automobile/vehicle manufacturing sector, Joint Project of the European Social Partner Organisations Study on restructuring in new Member States Restructuring Case Study Draft Outline. Dostupno na: <http://erc-online.eu/wp-content/uploads/2014/04/2007-01130-EN.pdf>

K

132. King, L.J. (1984). *Central place theory*. Sage Publications, Beverly Hills, CA.
133. Kohli, A. (2004). *State and Redistributive Development in India* Princeton University Dostupno na: <http://www.princeton.edu/~kohli/docs/UNRISD.pdf>
134. Komšić, J. (2007). *Principi evropskog regionalizma*. Asocijacija multietničkih gradova jugoistočne Evrope.
135. KPMG (2008). *A rough road: The effects of today's financial crisis on the global automotive industry*.
136. KPMG (2015). *KPMG's Global Automotive Executive Survey: Who is fit and ready to harvest?* Dostupno na: <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/global-automotive-executive-survey/Documents/2015-report-v2.pdf>
137. Krugman, P. (1991). *Geography and trade*. MIT Press, Cambridge, MA

L

138. Larsson A. (2002). The development and regional significance of the automotive industry: supplier parks in Western Europe. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 26, No. 4, pp. 767–784.
139. Layan J. (2000). The integration of peripheral markets: a comparison of Spain and Mexico, in Humphrey J., Lecler Y. and Salerno M.S. (eds.) *Global strategies and local realities: the auto industry in emerging markets*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, pp. 16–41.
140. Layan, J.B. & Lung, Y. (2004). *The dynamics of regional integration in the European car industry*, Palgrave Mcmillan, pp. 57–74.
141. Lipczynski, J., Wilson, J.O.S. & Goddard, J.A. (2009). *Industrial organization competition, strategy, policy*. Harlow, England: Prentice Hall/Financial Times.
142. Lipsey, E.R., (2001). *Foreign Direct Investment and the Operations of Multinational Firms: Concepts, History, and Data*, Working Paper 8665, National bureau of economic research, <http://www.nber.org/papers/w8665.pdf>,
143. Liu, W.D. & Dicken, P. (2006). Transnational corporations and ‘obligated embeddedness’: foreign direct investment in China’s automobile industry. *Environment and Planning A*, Vol. 38, No. 7, pp. 1229–1247.

M

144. Malecki, E. (1991). *Technology and economic development: the dynamics of local, regional and national competitiveness*. Longman Scientific and Technical, Harlow.
145. Maier, G. (2001). History, spatial structure, and regional growth: lessons for policy making. In: Johansson B, Karlsson C, Stough RR (eds) *Theories of endogenous regional growth*. Springer, Heidelberg Berlin New York, pp. 111–134.
146. Markusen, A. (1985). *Profit cycles, oligopoly and regional development*. MIT Press, Cambridge, MA.
147. Markusen, J.R. & Venables, A.J. (1998). Multinational firms and the new trade theory. *Journal of International Economics*. Vol. 46, pp. 183–203.
148. Maskell, P., Eskelinen, H., Hannibalsson, I., Malmberg, A. & Vatne, E. (1998). *Competitiveness, localised learning and regional development: specialisation and prosperity in small open economies*. Routledge, London.
149. Mayer, C. (2011). Housing bubbles: a survey. *Ann Rev Econ*. Vol. 3, pp. 559–577.
150. Mayer, C., Pence K. & Sherlund, S. M. (2008). The rise in mortgage defaults, In: FRB Finance and Economics Discussion Series No. 59.
151. Mayer, T., Mejean, I., Nefussi, B. (2010). The location of domestic and foreign production affiliates by French multinational firms. *Journal of Urban Economics*, Vol. 68, No. 2, pp. 115–128.

152. McKinsey&Company (2013). The Road to 2020 and beyond: What's driving the global automotive industry?
153. Mencinger, J. (2003). Does Foreign Direct Investment Always Enhance Economic Growth? *Kyklos*, Vol. 56, No. 4, 2003, pp. 491–508.
154. Meyer, K.E. (2000). International Production Networks and Enterprise Transformation in Central Europe. *Comparative Economic Studies*, Vol. 42, pp. 135–150.
155. Meyer, K. E. (2004). Perspectives on multinational enterprises in emerging economies. *Journal of International Business Studies*, Vol. 35. No. 4, pp. 259–276.
156. Meyer, K.E. & Sinani, E. (2009). When and Where Does Foreign Direct Investment Generate Positive Spillovers? A Meta-Analysis. *Journal of International Business Studies*, Dostupno na:
http://www.klausmeyer.co.uk/publications/2009_Meyer_Sinani_JIBS_spillovers_meta.pdf
157. Mikhed, V. & Zemcik, P. (2009). Do house prices reflect fundamentals? Aggregate and panel data evidence. *Journal of Housing Economics*, 18(2), pp. 140–149.
158. Mills, E.S. (1972). An aggregate model of resource allocation in a metropolitan area. In: Edel M, Rothenberg MJ (eds) Readings in urban economics. Macmillan, New York.
159. Ministarstvo privrede, Izveštaj o regionalnom razvoju Srbije 2013, Dostupno na:
<http://www.privreda.gov.rs/wp-content/uploads/2015/05/IZVESTAJO-REGIONALNOM-RAZVOJU-2013..pdf>
160. Mirić, O. (2009). Regionalna politika Evropske Unije kao motor ekonomskog razvoja, Beograd. Dostupno na:
<http://www.fefa.edu.rs/files/pdf/StudijeIstrazivanja/16RegionalniRazvoj.pdf>
161. Mirić, O. (2015). Analiza uticaja procesa pristupanja Srbije EU na lokalne samouprave – Oblast regionalne (kohezione politike), Stalna konferencija gradova i opština.
162. Mišun, J. & Tomšik, V. (2002). Does Foreign Direct Investment Crowd in or Crowd out Domestic Investment. *Eastern European Economics*, Vol. 40, No. 2, pp. 38–56.
- N**
163. Narodna banka Srbije, (2014). Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije. Beograd. Dostupno na: http://www.nbs.rs/static/nbs_site/gen/latinica/90/dinarizacija/din_06_14.pdf
164. NARR, Nacionalna agencija za regionalni razvoj (2016). Zakonodavni i strateshki okvir politike regionalnog razvoja. Dostupno na: http://narr.gov.rs/index.php/narr_sr/O-regionalnom-razvoju/Zakonodavni-i-strateshki-okvir-politike-regionalnog-razvoja
165. Nicholls, A., Kapoor, M. & Cook, J. (1998). Friendly Invaders. *Business Central Europe*, Vol. 6, No. 51, pp. 43–54.
166. Norton, R.D. & Rees, J. (1979). The product cycle and the decentralization of north American manufacturing. *Regional Studies*, Vol. 13, pp. 141–15.

O

167. OECD (2012). Promoting Growth in All Regions. OECD Publishing. Dostupno na: <http://www.oecd.org/publications/promoting-growth-in-all-regions-9789264174634-en.htm>.
168. OECD (2014). OECD. StatExtracts. Dostupno na: <http://stats.oecd.org>
169. OECD (2016). Regional Outlook 2016. Dostupno na: <http://www.oecd.org/regional/regional-policy/>
170. Oetzel, J. & Doh, J.P. (2009). MNEs and development: a review and reconceptualization. *Journal of World Business*, Vol. 44, pp. 108–120.
171. Ohmae, K. (1995). *The end of the nation state: the rise of regional economics*. Free Press, New York.
172. OICA (2005). The World's Automotive Industry. Some Key Figures.
173. OICA (2013). World motor vehicle production by country and type. OICA correspondent survey. International Organization for Motor Vehicle Manufacturers. Dostupno na: <http://www.oica.net/wp-content/uploads//total-2013.pdf>
174. OICA (2014, 2015, 2016). World motor vehicle production by country and type. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. Dostupno na: www.oica.net/category/production-statistics/

P

175. Paiz (2010, 2016). Polish Information and Foreign Investment Agency S.A. The Automotive Industry in Poland.
176. Pavlínek, P. (1998). Foreign Direct Investment in the Czech Republic. *The Professional Geographer*, Vol. 50, No. 1, pp. 371–385.
177. Pavlínek, P. (2002a). Domestic Privatization and its Effects on Industrial Enterprises in East-Central Europe: The Evidence from the Czech Motor Component Industry. *Europe-Asia Studies*, Vol. 54, No. 7, pp. 1127–1150.
178. Pavlínek, P. (2002b). The Role of Foreign Direct Investment in the Czech Automotive Industry Privatization and Restructuring. *Post-Communist Economies*, Vol. 14, No. 3, pp. 359–379.
179. Pavlínek, P. (2002c). Restructuring the Central and Eastern European Automobile Industry: Legacies, Trends and Effects of Foreign Direct Investment. *Post-Soviet Geography and Economics*, Vol. 43, No. 1, pp. 41–77.
180. Pavlínek, P. (2003). Transformation of the Czech Automotive Components Industry through Foreign Direct Investment. *Eurasian Geography and Economics*, Vol. 44, pp. 184–209.
181. Pavlínek, P. (2004). Regional Development Implications of Foreign Direct Investment in Central Europe. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 11, pp. 47–70.
182. Pavlínek, P. (2005). Foreign Direct Investment and Regional Development in East Central Europe and the Former Soviet Union, ed, David Turnock, Aldershot: Ashgate.

183. Pavlínek, P. (2006). Restructuring of the Polish Passenger Car Industry through Foreign Direct Investment. *Eurasian Geography and Economics*, Vol. 47, pp. 353–377.
184. Pavlínek, P. (2008). *A Successful Transformation? Restructuring the Czech Automobile Agency*, Springer.
185. Pavlínek, P. (2012a). The Internationalization of Corporate R&D and the Automotive Industry R&D of East-Central Europe. *Economic Geography*, Vol. 88, No. 3, pp. 279–310.
186. Pavlínek, P. (2014). Whose success? The state-foreign capital nexus and the development of the automotive industry in Slovakia, *European Urban and Regional Studies*. doi: 10.1177/0969776414557965
187. Pavlínek, P. (2015). The impact of the 2008–2009 crisis on the automotive industry: global trends and firm-level effects in Central Europe. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 22 No. 1, pp. 20–40.
188. Pavlínek, P., Domanski, B. & Guzik, R. (2009). Industrial Upgrading Through Foreign Direct Investment in Central European Automotive Manufacturing. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 16, pp. 43–63.
189. Pavlínek, P. & Janak, L. (2007). Regional Restructuring of the Škoda Auto Supplier Network in the Czech Republic. *European Urban and Regional Studies*, Vol.14, No. 2, pp. 133–155.
190. Pavlínek, P. & Smith, A. (1998). Internationalization and embeddedness in East-Central European transition: The contrasting geographies of inward investment in the Czech and Slovak Republics. *Regional Studies*, Vol. 32, No. 7, pp. 619–638.
191. Pavlínek, P. & Zenka J. (2011). Upgrading in the automotive industry: firm-level evidence from Central Europe. *Journal of Economic Geography*, Vol. 11, pp. 559–586.
192. Pavlínek, P., Žížalová, P. (2014). Linkages and spillovers in global production networks: firm-level analysis of the Czech automotive industry. *Journal of Economic Geography*, 10/2014; DOI: 10.1093/jeg/lbu04.
193. Perloff, H.S., Dunn, E.S., Lampard, E.E. & Muth, R.F. (1960). *Regions, resources and economic growth*. University of Nebraska Press, Lincoln, NE.
194. Perroux, F. (1950). Economic space: theory and application. *Journal of Economics*, Vol. 4, pp. 90–97.
195. PIFIA (2013). *The automotive sector in Poland: sector profile*. Warsaw, Polish Information and Foreign Investment Agency.
196. Plummer, P. & Taylor, M. (2001). Theories of Local Economic Growth: Concepts, models and measurement, *Environment and Planning A*, Vol. 33, pp. 385–399.
197. Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations*. MacMillan, New York.
198. Porter, M.E. (1998). *On competition*. Harvard Business School Press, Boston.

199. Porter, M.E. (2000). Location, Clusters, and Company Strategy. In Oxford Handbook of Economic Geography, edited by G. Clark, M. Feldman & M. Gertler. Oxford: Oxford University Press.
200. Putnam, R. (1993). The prosperous community: social capital and public life. *The American Prospect* Spring, pp. 35–42.

Q

201. Quigley, J. M. (1999). Real estate prices and economic cycles. *International Real Estate Review*, Vol. 2, No. 1, pp. 1–20.

R

202. Radosevic, S. & Rozeik, A. (2005). Foreign Direct Investment and Restructuring in the Automotive Industry in Central and East Europe. Working Paper 53. Centre for the Study of Economic and Social Change in Europe. University College London.
203. Rebelo, S. (1991). Long run policy analysis and long run growth. *Journal of Political Economy*, Vol. 98, pp. 71–102.
204. Republički zavod za razvoj (2008). Regionalni razvoj Srbije 2008, Beograd.
205. Republički zavod za statistiku (2006–2014). Opštine u Srbiji. Beograd.
206. Resmini, L. (2000). The Determinants of Foreign Direct Investment in the CEECs: New evidence from sectoral patterns *Economics of Transition*, Vol. 8, Issue 3, pp. 665–689.
207. Richet, X. & Bourassa, F. (2000). The Reemergence of the Automotive Industry in Eastern Europe, in C. Von Hirschhausen and J. Bitzer (eds) *The Globalization of Industry and Innovation in Eastern Europe: from Postsocialist Restructuring to International Competitiveness*, pp. 59–94. Cheltenham and Northampton, MA: Edward Elgar.
208. Regionalna privredna komora Kragujevac (2014). Dostupno na: <http://www.kg-cci.co.rs/>
209. Republički zavod za razvoj (2009). Regionalni razvoj Srbije, 2009. Dostupno na: www.regionalnirazvoj.gov.rs/Pages/GetFile.aspx?lid=dict&fid=13
210. Roberts, B.H. (2003). Regional risk management and economic development. *Australasian Journal of Regional Sciences*, Vol. 9 No. 1, pp. 67–96.
211. Roberts, B.H. & Lindfield, M. (2000). Managing the provision infrastructure in support of industry cluster development: the Case of Ho Chi Minh City. *Journal of Public Affairs Management*, Vol 1, pp. 115–147.
212. Roberts, B.H. & Stimson, R.J. (1998). Multi-sectoral qualitative analysis: a tool for assessing the competitiveness of regions and developing strategies for economic development. *Annals of Regional Science* Vol. 32, No. 4, pp. 459–467.
213. Romer, P.M. (1986). Increasing returns and long run growth. *Journal of Political Economy* Vol. 94, pp. 1002–1037.
214. Romer, P.M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy* Vol. 98, pp. 71–102.

215. Rosemain, M. & Timu, A. (2014). Dacia thrives as Europe's cheapest cars revive Romania, Bloomberg. Dostupno na: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-09-11/europe-s-cheapest-cars-reviving-romania-as-dacia-thrives>
216. Roche, M. J. (2001). The rise in house prices in Dublin: bubble, fad or just fundamentals. *Economic Modelling*, 18, pp. 281–295.
217. Rosić, I. & Gligorijević, Ž. (2001). *Regionalni razvoj Jugoslavije*. Ekonomski fakultet, Niš.
218. Rostow, W.W. (1960). *The process of economic growth*. 2nd edn, Clarendon Press, Oxford.
- S**
219. Salerno, M.S. & Carneiro Dias, A.V. (2002). Product Design Modularity, Modular Production, Modular Organization: the Evolution of Modular Concepts, *Actes du GERPISA*, Vol. 33, pp. 61–73.
220. Salerno, M.S., Zilbovicius, M., Arbix, G. & Carneiro Dias, A.V. (1998). Changes and Persistences on the Relationship between Assemblers and Suppliers in Brazil, *Actes du GERPISA*, Vol. 24, pp. 51–66.
221. SARIO (2016). Automotive Sector in Slovakia. Dostupno na: <http://www.sario.sk/sites/default/files/content/files/sario-automotive-sector-in-slovakia-2016-web.pdf>
222. Santangelo, G.D. (2009). MNCs and linkages creation: Evidence from a peripheral area. *Journal of World Business*, Vol. 44, pp. 192–205.
223. Sass, M. & Hunya, G. (2014). Escaping to the East? Relocation of business activities to and from Hungary, 2003–2011, Discussion Papers MT-DP - 2014/7, Budapest, Institute of Economics, Centre for Economic and Regional Studies.
224. Sass, M. & Szalavetz, A. (2013). Crisis and upgrading: the case of the Hungarian automotive and electronics sectors. *Europe-Asia Studies*, Vol. 65, No. 3, pp. 489–507.
225. Schackmann-Fallis, K.P. (1989). External control and regional development within the Federal Republic of Germany. *International Regional Science Review*, Vol. 12, No. 3, pp. 245–261.
226. Scott, A.J. (1988). *New industrial spaces: flexible production organization and regional development in North America and Western Europe*. Pion, London.
227. Scott-Kennel, J. (2007). Foreign direct investment and local linkages: An empirical investigation. *Management International Review*, Vol. 47, No. 1, pp. 1–27.
228. Scott, A.J. & Storper, M. (1992). Industrialization and regional development. In: Scott AJ, Storper M (eds) *Pathways to industrialization and regional development*. Routledge, New York, pp. 3–17.
229. Shen, Y., Hui E. C. M. & Liu, H. (2005). Housing price bubbles in Beijing and Shanghai. *Management Decision*, Vol. 43, No. 4, pp. 611.
230. Shiller, R. J. (2000). *Irrational Exuberance*, Princeton University Press.
231. Shiller, R. J. (2005). *Irrational Exuberance*, 2nd Edition, Princeton University Press.

232. SIEPA (2015). Invest in Serbia Info Pack 2015. Dostupno na: http://ihale.tobb.org.tr/dosya/2916_Invest_in_Serbia_Info_Pack_2015.pdf
233. Solow, R.M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 70, pp. 65–94.
234. Solow, R.M. (2000). *Growth theory: an exposition*. Oxford University Press, New York.
235. Somai, M. (2002). The Hungarian Automotive Industry. Working Paper 131 of the Institute of World Economics, Hungarian Academy of Sciences.
236. Šošić, I. (2006) *Primenjena statistika*, Školska knjiga, Zagreb.
237. Stalna konferencija gradova i opština (2012). Monitoring i evaluacija strategija lokalnog održivog razvoja. Dostupno na: <http://indicator.sepa.gov.rs/slike/pdf/o-indikatorima/prirucnik-lor>
238. Stanford, J. (2010). The geography of auto globalization and the politics of auto bailouts. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, Vol. 3, No 3, pp. 383-405.
239. STA T.M. (2014a). Revoz announces 450 new jobs following production expansion, The Slovenia Times. Dostupno na: <http://www.sloveniatimes.com/revozannounces-450-new-jobs-following-production-expansion>.
240. STA T.M. (2014b). Revoz launches production of new Renault Twingo, The Slovenia Times. Dostupno na: <http://www.sloveniatimes.com/revoz-launchesproduction-of-new-renault-twingo>.
241. Stanners, D., Bosch, P., Dom, A., Gabrielsen, P., Gee, D., Martin, J., Rickard, L. & Weber, J.-L. (2007). Frameworks for environmental assessment and indicators at the EEA, in: *Sustainable Indicators: A scientific assessment*, Scientific Committee on Problems of the Environment, Island Press, London.
242. Stiglitz, J. (1990). Symposium on bubbles. *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 4, No. 2, pp. 13–18.
243. Stimson, R., Stough, R. & Roberts, B. (2006). *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy*, Springer.
244. Stough, R.R. (2001). Endogenous growth theory and the role of institutions in regional economic development. In: Johansson B, Karlsson C, Stough RR (eds) *Theories of endogenous regional growth*. Springer, Heidelberg Berlin New York, pp. 17–48.
245. Stough, R.R. & Maggio, M.E. (1994). Evaluating IVHS/ITS transportation infrastructure in a metropolitan area. In: *Proceedings of the Korea-USA Symposium on IVHS and GIS-T*. U.S. and Korean National Science Foundations, Seoul, Korea.
246. Sturgeon, T., Van Biesebroeck J. & Gereffi, G. (2008). Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. *Journal of Economic Geography*, Vol. 8, No. 3, pp. 297–321.

247. Sturgeon, T.J., Gereffi G., Rogers K.B. & Fernandez-Stark K. (2010). The prospects for Mexico in the North American automotive industry: a global value chain perspective, *Actes du GERPISA*, Vol. 42, pp. 11–22.
248. Sturgeon, T.J. & Lester, R.K. (2004). The new global supply base: new challenges for local suppliers in East Asia, in Yusuf S., Altaf M.A.A. and Nabeshima K. (eds.) *Global production networking and technological change in East Asia*, Washington, DC, World Bank, 35–87.
249. Sturgeon, T.J. & Van Biesebroeck, J. (2009). Crisis and protection in the automotive industry: a global value chain perspective, in Evenett S.J., Hoekman B.M. and Cattaneo O. (eds.) *Effective crisis response and openness: implications for the trading system*, Washington, DC, World Bank, 285–305.

T

250. Taylor, M. (2003). Drivers of local growth: ideologies, ambiguities and policies. Paper presented to the Annual Conference of Australia and New Zealand Regional Science Association International, 28 September- 1 October, Freemantle, WA
251. Thomas, M.D. (1975). Growth pole theory, technological change and regional economic growth. *Papers of the Regional Science Association*, Vol. 34, pp. 3–25.
252. Thrift, N. (2001). It's the romance, not the finance that makes the business worth pursuing: disclosing a new market culture. *Economy and Society*, Vol. 30, No. 4, pp. 412–432.
253. Tiebout, C. (1962). *The community economic base study*. Committee for Economic Development, New York.
254. Tulder, R. & Ruigrok, W. (1998). International Production Networks in the Auto Industry: Central and Eastern Europe as the Low End of the West European Car Complexes, in J. Zysman and A. Schwartz (eds) *Enlarging Europe: the Industrial Foundations of a New Political Reality*, pp. 202–37, University of California International and Area Studies Digital Collection, Research Series.

V

255. Valentin, A. & Spangenberg, J. (2000). A guide to community sustainability indicators. *Environ. Impact Asses. Rev.* Vol. 20, No. 3, pp. 381–392.
256. Veselinović, P., Makojević, N. (2014). Stanje i tendencije u razvoju ekonomskih aktivnosti na području grada Kragujevca, str. 3–26.
257. Vlada Republike Srbije (2004). Regionalna politika Evropske unije, Kancelarija za pridruživanje Evropskoj uniji, Beograd.
258. Vlada Republike Srbije (2007). Strategija regionalnog razvoja Republike Srbije 2007–2012, Službeni glasnik Republike Srbije, broj 21
259. Vlada Republike Srbije (2008). Nacionalni program integracije Srbije u EU.

260. Vlada Republike Srbije, Strategija regionalnog razvoja Republike Srbije za period od 2007. do 2012. godine, Službeni glasnik RS , broj 21/2007, str. 48. Dostupno na: [http://www.urbel.com/documents/planovi/4744\(sl%20gl%20rs%2021-07\).pdf](http://www.urbel.com/documents/planovi/4744(sl%20gl%20rs%2021-07).pdf)

261. VW (2013). Volkswagen Slovakia: facts and figures, Bratislava, VW Slovakia.

W

262. Waites, M. (2000). The added value of the industry cluster approach to economic analysis, strategy development, and service delivery. *Economic Development Quarterly*, Vol. 14, No. 1, pp. 35–50.

263. Williamson, O.E. (1994). Institutions and economic organization – the governance perspective. The World Bank, Washington, DC.

264. Withford, J. & Enrietti A. (2005). Surviving the Fall of a King: The Regional Institutional Implications of Crisis at Fiat Auto, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 29, No. 4, pp. 771–795.

Y

265. Young, S., Hood, N. & Peters, E. (1994). Multinational Enterprises and Regional Economic Development. *Regional Studies*, Vol. 28, pp. 657–677.

U

266. Ulrich, J. (2002). Characteristics of the European Automotive System: Is There a Distinctive European Approach?. Final Report, Science Center Berlin for Social Research (WZB), Project Title: Coordinating Competencies and Knowledge in the European Automobile System (CoCKEAS), pp. 126.

267. UN (2014). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights*. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division.

268. UNHSP (2004). *Urban indicators guidelines: monitoring the Habitat Agenda and the Millennium Development Goals*. United Nations Human Settlements Programme, United Nations, Geneva.

269. UNCTAD (2001). *World Investment Report 2001: Promoting Linkages*. New York and Geneva: United Nations.

270. UNCTAD (2002). *World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness*. New York and Geneva: United Nations.

271. UNCTAD (2011). *World Investment Report 2011: Towards a New Generation of Investment Policies*. New York and Geneva: United Nations.

272. UNCTAD (2014). *World Investment Report 2014: Investing in the SDGs: An Action Plan*. New York and Geneva: United Nations.

Dostupno na: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014_en.pdf

273. UNHSP (2010). Indicators programme, Monitoring human settlements. Dostupno na: <http://globalhousingindicators.org/sites/globalhousingindicators.org/files/97119175Indicators-Programme-Monitoring-Human-Settlements-Volume-1.pdf>
274. USBLS (2013). International comparisons of hourly compensation costs in manufacturing, 1996-2012. Time Series Tables, 9 August 2013, Washington, DC, U.S. Bureau of Labor Statistics, Division of International Labor Comparisons.

Z

275. Zemplerová, A. (1998). Impact of Foreign Direct Investment on the Restructuring and Growth in Manufacturing. *Prague Economic Papers*, Vol. 7, pp. 329–345.

Интернет извори

- www.acserbia.org.rs/
- <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/13/ekonomija/2352486/fijat-ukida-jednu-smenu-i-otpusta-radnike.html>
- <http://www.slobodnaevropa.org/a/anti-investicijska-klima-fiat-otpusta-900-radnika/27800814.html>
- <http://zastavanacionale.com/Default.aspx?lng=sr la&mode=heritage&id=2007>
- <http://www.fiatsrbija.rs/fiat-brend/fiat/istorija.html>
- <https://www.fcagroup.com/en-US/group/history/Pages/default.aspx>
- <http://www.fiatsrbija.rs/fiat-brend/fiat/fiat-danas.html>
- http://www.srbija.gov.rs/extfile/sr/179492/ugovor_o_zajednickom_investicionom_ulaganju.pdf
- <http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/2013/Protokol%20%2021%2003%2013%20.pdf>
- <http://www.autonews.com/article/20160615/COPY01/306159919/fiat-chrysler-to-lay-off-30-of-workforce-at-500l-plant-in-serbia>
- www.data.worldbank.org/indicator/FR.INR.DPST
- <http://www.magazinauto.com/60-godina-zastava-automobila/>
- <http://www.politika.rs/scc/clanak/40999/Povratak-FIAT-a-u-Zastavu>
- <https://www.fcagroup.com/en-US/group/Pages/group.aspx>
- http://www.srbija.gov.rs/extfile/sr/179492/ugovor_o_zajednickom_investicionom_ulaganju.pdf
- [www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=14305,](http://www.paiz.gov.pl/files/?id_plik=14305)
- <http://ras.gov.rs/sr/automobilska-industrija>
- [http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/tabele/2016%20mart/\(SRP\)%20Tekuca%20makroekonomska%20kretanja.pdf,](http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/tabele/2016%20mart/(SRP)%20Tekuca%20makroekonomska%20kretanja.pdf)

<http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/Najveci%20srpski%20izvoznici/15%20izvoznika.pdf>,
<http://www.industrija.rs/vesti/clanak/johnson-electric-dobio-duzi-rok-za-zaposljavanje-radnika-u-nisu-probijanje-roka-usled-promena-u-tehnologiji>
<http://www.blic.rs/vesti/ekonomija/otvorena-fabrika-kuper-standarda-u-sremskoj-mitrovici/ssh84db>
http://www.b92.net/biz/vesti/srbija.php?yyyy=2014&mm=03&dd=06&nav_id=820201

Законска регулатива

Закон о регионалном развоју („Службени гласник РС“, број 51/2009).

Устав Републике Србије („Службени гласник РС“, бр. 98/2006).

ПРИЛОГ

УПИТНИК

Ова анкета је добровољна и њени резултати биће искоришћени искључиво у научне сврхе, током израде докторске дисертације на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу. На питања се одговара заокруживањем изабраног одговора (Да или Не), уписивањем х у квадратић или дописивањем одговора. Унапред Вам се захваљујем на помоћи, ангажовању и сарадњи.

1. Наведите назив, локацију и годину оснивања компаније: _____
2. Тип власништва компаније: Домаће ; Страно или Заједничко улагање домаћег и страног улагача
3. Уколико је компанија у страном власништву или је реч о заједничком улагању домаћег и страног улагача, наведите земљу порекла страног инвеститора: _____
4. Годишњи промет компаније, просечна месечна зарада и број запослених са стањем на дан 31.12.

Година	Годишњи промет (EUR)	Просечна месечна зарада	Број запослених
2010			
2011			
2012			
2013			
2014			

5. Број запослених према стручној спреми по годинама

Р.бр.	Стручна спрема запослених	Година				
		2010	2011	2012	2013	2014
1.	I – нискоквалификован (НК)					
2.	II – полуквалификован (ПК)					
3.	III – квалификован (КВ, ССС)					
4.	IV – средња школа (ССС)					
5.	V – високо квалификован (ВКВ)					
6.	VI-1 – виша стручна спрема (ВШС)					
7.	VII-1 – висока стручна спрема (ВСС)					
8.	VII-2 – магистар/специјалиста					
9.	VIII – доктор наука					
	Укупно					

6. Пет Ваших кључних добављача роба/услуга: _____
7. Пет Ваших кључних купаца: _____
8. У ком проценту је компанија продајно оријентисана ка: домаћем тржишту _____%; извозу _____%
9. Наведите производе/услуге које компанија доставља компанији FCA SRBIJA d.o.o. Крагујевас и/или његовим добављачима.

10. Процент пословања је везан за компанију FCA SRBIJA d.o.o. Крагујевас и/или његове добављаче: _____%
11. Да ли сте наведеној компанији:
Tier 1 (директни добављач роба/услуга) ; *Tier 2* (добављач директног добављача) или *Tier 3* (добављач *Tier-a 2*)
12. Да ли постоји јединица за истраживање и развој (R&D): Да ; Не
13. Уколико је претходни одговор Да, наведите:
- Где се налази јединица R&D? _____
- Кључни резултати R&D? _____
14. Да ли улажете у развој људских ресурса?
- Да - доквалификација ; преквалификација ; остало _____ - Не
15. Да ли Ваша компанија сарађује са Универзитетом у Крагујевцу? Да ; Не
16. Уколико је претходни одговор Да, наведите облик сарадње:
Обука кадрова ; Развој производа ; Тестирање производа ; Пракса студената
Остало _____

17. Молим Вас да прочитате следеће констатације које се односе на квалитет локалног пословног окружења и да помоћу наведене скале означите у ком степену се слажете или не слажете са сваком од њих. Ако се *потпуно слажете* са наведеним означите број 5, ако се *делимично слажете* – 4, *уколико имате неутралан став тј. мишљење* – 3, *ако се делимично не слажете* 2, и *ако се потпуно не слажете* са наведеним означите 1.

СКАЛА

Потпуно се не слажем	Углавном се не слажем	Ни слажем ни не слажем се	Углавном се слажем	Потпуно се слажем
1	2	3	4	5

Први део: РАЗВИЈЕНОСТ ИНФРАСТРУКТУРЕ

1.	Путна инфраструктура је добро развијена и омогућава добру саобраћајну повезаност са окружењем	1	2	3	4	5
2.	Железничка инфраструктура је на задовољавајућем нивоу	1	2	3	4	5
3.	Комуналне услуге су поуздане	1	2	3	4	5
4.	Телекомуникациона инфраструктура (телефонске централе, спојни путеви и примарна мрежа у насељима) и по квалитету и по капацитету је на задовољавајућем нивоу	1	2	3	4	5
5.	Енергетска инфраструктура је развијена	1	2	3	4	5

Други део: ПОДРШКА ЛОКАЛНЕ САМОУПРАВЕ

1.	Постоји стратешки приступ локалном економском развоју	1	2	3	4	5
2.	Успостављена је сарадња и директна комуникација са локалном привредом	1	2	3	4	5
3.	Развијен је ефикасан систем за издавање грађевинских дозвола	1	2	3	4	5
4.	Базе података о доступним локацијама, радној снази, привреди су расположиве	1	2	3	4	5
5.	Политика локалних такси, накнада и подстицаја је транспарентна и подстицајна	1	2	3	4	5
6.	Локална самоуправа примењује маркетинг у циљу промоције инвестиција	1	2	3	4	5

Трећи део: ПОВЕЗАНОСТ СА НАУЧНО-ОБРАЗОВНИМ ИНСТИТУЦИЈАМА

1.	Веза између привреде и Универзитета постоји и даје резултате	1	2	3	4	5
2.	Универзитети утичу на локални економски развој и учествују у развоју локалне привреде	1	2	3	4	5
3.	Активна сарадња привреде са Универзитетом мора се базирати на развоју нових технологија и производа	1	2	3	4	5
4.	Активна сарадња Универзитета са привредом треба да се заснива на обуци запослених у савременом систему пословања	1	2	3	4	5
5.	Квалитет стручно оспособљене радне снаге је на задовољавајућем нивоу	1	2	3	4	5
6.	Стручна пракса мора бити обавеза студената	1	2	3	4	5
7.	Стручна пракса мора бити организована у сарадњи са привредом, односно са њеним потребама за специфичним знањима	1	2	3	4	5
8.	Сарадња Универзитета и привреде може да убрза примену технологија и знања у предузећу	1	2	3	4	5
9.	Тржишни успех предузећа у великој мери зависи од стицања и употребе знања	1	2	3	4	5
10.	Наставни програми на Универзитетима морају бити креирани у сарадњи са привредом и њеним специфичним потребама	1	2	3	4	5
11.	Квалитет образовања и способност учења од пресудне важности је у аутомобилској индустрији	1	2	3	4	5

ИНФОРМАЦИЈЕ О ИСПИТАНИКУ

(Молим Вас да заокружите број испред одговарајућег одговора)

А. Која је ваша позиција у компанији?

1. генерални директор;

2. средњи менаџер;

3. оперативни (одређене групе послова) менаџер

4. извршилац.

Б. Који је ниво Вашег образовања?

1. доктор наука;

2. магистар/специјалиста;

3. завршен факултет;

4. завршена виша школа;

5. висококвалификован радник;

6. завршена средња школа;

ХВАЛА ВАМ НА УЧЕШЋУ У ОВОМ ИСТРАЖИВАЊУ!

Образац 1

ИЗЈАВА АУТОРА О ОРИГИНАЛНОСТИ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ја, Љубина Калинић, изјављујем да докторска дисертација под насловом:

Утицај мултинационалне компаније у аутомобилској индустрији на локални економски развој

која је одбрањена на Економском факултету Универзитета у Крагујевцу представља *оригинално ауторско дело* настало као резултат *сопственог истраживачког рада*.

Овом Изјавом такође потврђујем:

- да сам *једини аутор* наведене докторске дисертације,
- да у наведеној докторској дисертацији *нисам извршио/ла повреду* ауторског нити другог права интелектуалне својине других лица,
- да умножени примерак докторске дисертације у штампаној и електронској форми у чијем се прилогу налази ова Изјава садржи докторску дисертацију истоветну одбрањеној докторској дисертацији.

У Крагујевцу, 3.3.2017. године,

Љубина Калинић
потпис аутора

ИЗЈАВА АУТОРА О ИСКОРИШЋАВАЊУ ДОКТОРСKE ДИСЕРТАЦИЈЕ

Ја, Љубина Калинић,

дозвољавам

не дозвољавам

Универзитетској библиотеци у Крагујевцу да начини два трајна умножена примерка у електронској форми докторске дисертације под насловом:

Утицај мултинационалне компаније у аутомобилској индустрији на локални економски развој

која је одбрањена на Економском факултету

Универзитета у Крагујевцу, и то у целини, као и да по један примерак тако умножене докторске дисертације учини трајно доступним јавности путем дигиталног репозиторијума Универзитета у Крагујевцу и централног репозиторијума надлежног министарства, тако да припадници јавности могу начинити трајне умножене примерке у електронској форми наведене докторске дисертације путем *преузимања*.

Овом Изјавом такође

дозвољавам

не дозвољавам¹

¹ Уколико аутор изабере да не дозволи припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци, то не искључује право припадника јавности да наведену докторску дисертацију користе у складу са одредбама Закона о ауторском и сродним правима.

припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од следећих *Creative Commons* лиценци:

- 1) Ауторство
- 2) Ауторство - делити под истим условима
- 3) Ауторство - без прерада
- 4) Ауторство - некомерцијално
- 5) Ауторство - некомерцијално - делити под истим условима
- 6) Ауторство - некомерцијално - без прерада²

У Крагујевцу _____, 3.3.2017. године,

Љубица Каленић
потпис аутора

² Молимо ауторе који су изабрали да дозволе припадницима јавности да тако доступну докторску дисертацију користе под условима утврђеним једном од *Creative Commons* лиценци да заокруже једну од понуђених лиценци. Детаљан садржај наведених лиценци доступан је на: <http://creativecommons.org.rs/>