



Strana / Page: 32

Rejting / Reach: 0

Država / Country: SERBIA AND MONTENEGRO

Površina članka / Size: 1666 cm2

1 / 5



Davor Tomašković, glavni izvršni direktor Tvornice duhana Rovinj

U Srbiji smo izgubili milione

Zbog različitog tretmana koji je TDR imao u odnosu na domaće proizvođače cigareta u Srbiji, hrvatska kompanija gubila je godišnje deset miliona evra, tvrdi njen izvršni direktor. Od 1. januara ove godine, takav tretman je ukinut, te se u TDR-u nadaju da će u Srbiji značajno povećati svoj tržišni udeo

Vojislav Stevanović

Gotovo svaka deseta cigareta koja se u Srbiji popuši, napravljena je u hrvatskoj kompaniji TDR. Srpska tržišna utakmica, kad je reč o cigaretama, nije laka - svoje fabrike u zemlji imaju tri vodeća svetska proizvođača cigareta - Philip Morris, BAT i Japan Tobacco International. To čini tržišno učešće TDR-a, glavnog oslonca Adris Grupe, još značajnijim. Uz to, „market share“ te kompanije bi ubuduće lako mogao da poraste. Tokom 2007. udeo na tržištu povećan je sa 6 na 9 odsto, a cene cigareta će gotovo sigurno i dalje rasti, što znači da će jeftiniji brendovi biti sve popularniji.

„To je jedan od segmenata u kome očekujemo značajan rast prodaje u Srbiji“, kaže za Ekonomist magazin Davor Tomašković, glavni izvršni direktor Tvornice duhana Rovinj. On veruje u rast prodaje i zbog toga što je od 1. januara ove godine izjednačen fiskalni tretman za proizvođače cigareta koji imaju fabrike u Srbiji i sve ostale. Prema njegovom računu, dosadašnji različit tretman koji je TDR imao u odnosu na domaće proizvođače, hrvatsku kompaniju koštao je 10 miliona evra godišnje. Nova srpska akcizna politika delom je posledica napora hrvatske vlade koja

Niti mislim da je TDR monopolista, niti mislim da svoju poziciju na tržištu zloupotrebljavamo. Ni u jednoj državi kompanije ne pišu zakone. Kompanije mogu da kažu da neki zakoni koče ili omogućavaju njihovo poslovanje

je „poslušala“ jednu od svojih najvećih kompanija i u njenom interesu ispregovarala sporazum CEFTA.

„Zbog diskriminacije nam je bilo onemogućeno da budemo prisutni u najvećim tržišnim segmentima u Srbiji, a to su jeftinije cigarete koje čine oko 60 odsto tržišta. Sada je moguće da i u tom segmentu poslujemo profitabilno“, kaže Tomašković.

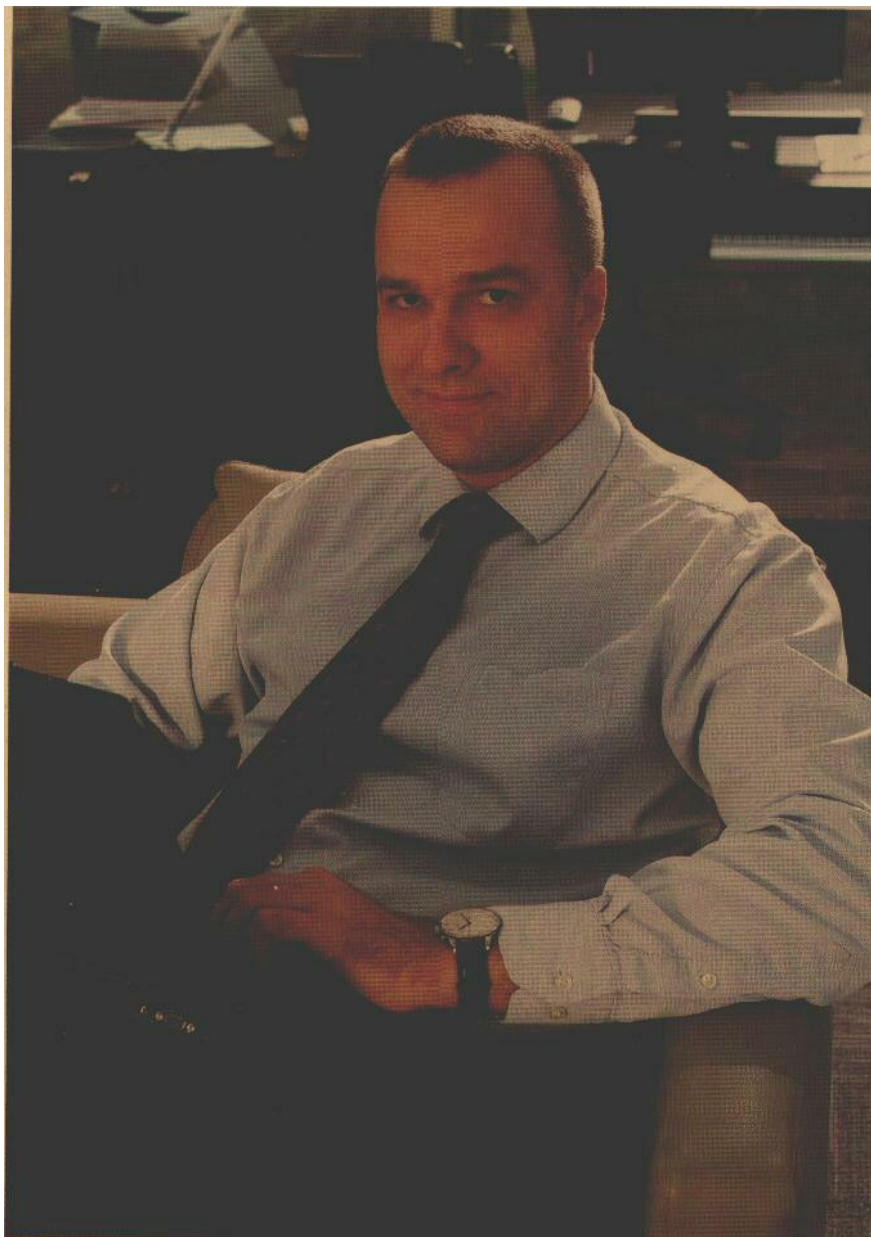
TDR je u Kanfanaru, udaljenom desetak kilometara od Rovinja. sagradio

potpuno novu fabriku, kapaciteta 20 milijardi komada cigareta godišnje. Lane je TDR proizveo 14 milijardi cigareta, od čega je 51 odsto izvezao.

e: Koliko je Srbija značajno tržište za TDR?

Davor Tomašković: Po potencijalu tržišta koji ima, Srbija je vrlo značajna za nas. U Srbiji se godišnje proda 21 milijarda komada cigareta, što je skoro tri puta više od prodaje u Hrvatskoj ili u BiH. Međutim, konkurencija u Srbiji je izuzetno velika, s obzirom na to da svoje fabrike u zemlji imaju najveće multinacionalne kompanije. TDR postiže konkurentnost snagom svojih brendova, kao što su „ronhill“ i „walter wolf“. Ali, dok sporazum o stvaranju jedinstvene zone slobodne trgovine (CEFTA) nije stupio na snagu nismo mogli da budemo konkurentni u nižim cenovnim segmentima, jer su akcize na uvozne cigarete u Srbiji bile višestruko više od akciza koje su plaćali proizvođači koji imaju fabrike u Srbiji. Takva akcizna politika Srbije nam nije dozvoljavala da budemo profitabilni kad je u pitanju prodaja jeftinijih brendova.

e: Takva akcizna politika je i napravljena da bi Srbija privukla multinacional-



U Srbiji ne postoji nacionalni proizvođač cigareta

ne kompanije i bilo je od početka predviđeno da se akcize na uvozne i domaće cigarete vremenom izjednače. Ipak, Hrvatska je tokom pregovora o ulasku Srbije u zonu slobodne trgovine uslovljavala svoj pristanak promenom srpske akcizne politike u korist inostranih proizvođača cigareta. Kolika je zasluga TDR-a za takav stav hrvatskih državnih pregovarača?

D. Tomašković: Jasno je da je TDR svoj interes za nastupom na tržištu Srbije i uklanjanjem neravnopravnog položaja prezentovala državnim organima Hrvatske koji su učestvovali u tim pregovorima. Potpuno je legitimno da država razume privredu i poteškoće sa kojima se privrednici susreću na dru-

gim tržištima. Državu smo informisali o tome šta se događa, ali problem sa akciznom politikom je postojao i pre tih pregovora, jer su Srbija i Hrvatska imali potpisan bilateralni ugovor o slobodnoj trgovini koji je omogućavao da TDR ravnopravno plasira svoje proizvode na srpsko tržište, koji, međutim, Srbija nije poštovala. Hrvatska Vlada je imala ključnu ulogu da „naterala“ sve nove potpisnice CEFTA da poštuju pravila zone slobodne trgovine.

e: Takva akcizna politika je bila uslovljena činjenicom da Srbija nije mogla pre toga da svoju proizvodnju cigareta zaštiti carinama, jer Crna Gora, dok je još bila u zajednici sa Srbijom, nije želela da cigarete optereti carinama, tako

da su akcize, u neku ruku, bile „zame-na“ za carine. Argumenti srpskih pregovarača, između ostalih, bili su i da je neka zaštita morala da postoji da bi multinacionalne kompanije pristale da investiraju u Srbiju, te da bi već za koju godinu i onako bile izjednačene akcize. Mislite li da su to bili valjani argumenti srpske strane za pregovore?

D. Tomašković: Ni carine ne mogu da se podignu tek tako ako dve države imaju potpisan ugovor o slobodnoj trgovini. Taj sporazum je potpisan pre dolaska velikih kompanija koje su tražile zaštitu da bi ušle na tržište, tako da podizanje carina nije, takođe, bilo moguće. TDR je proizvođač koji je hteo da plasira svoje proizvode na srpsko tržište i za koje je na srpskom tržištu vladala potražnja zbog poznatosti brendova, ali to nije mogao da učini u ravnopravnim uslovima. Hrvatska i TDR su jasno rekli da je zajednička namera da se tretman svih proizvođača izjednači. To je bio nužni preduslov za pristupanje Srbije CEFTA-i, kao što danas Hrvatska mora da ispuni određene preduslove da bi pristupila EU, koji joj, možda, u određenim interesnim sferama ne pogoduju.

e: Hrvatska izvozi desetak puta više cigareta u Srbiju, nego što uvozi, iako su u Srbiji prisutni vodeći multinacionalni proizvođači. Kako komentarišete tako visok suficit?

D. Tomašković: Postoji jednostavno objašnjenje za to. U Srbiji ne postoji nacionalni proizvođač cigareta, već su to multinacionalne kompanije. Brendovi svih tih kompanija su prisutni na hrvatskom tržištu. To što su te kompanije odlučile da svoje proizvode ne plasiraju na hrvatsko tržište iz svojih srpskih fabrika, nego iz neke druge zemlje u kojoj imaju proizvodnju, jeste njihova poslovna odluka. To se ne može izjednačiti sa našim poslovanjem, s obzirom na to da TDR ima fabriku jedino u Hrvatskoj i svoje proizvode može da plasira samo iz tog pogona. Philip Morris, na primer, sa svojim brendom „marlboro“ pokriva 12 odsto tržišta Hrvatske, ali nije dan od prodatih komada nije proizveo u svojoj fabrici u Srbiji.

e: Hrvatsko tržište, dakle, nije zatvoreno za inostrane cigarete?

D. Tomašković: Apsolutno nije. To dokazuje činjenica da sve multinacionalne kompanije koje imaju svoje fabrike u Srbiji, prodaju sopstvene brendove u Hrvatskoj. Na njima je da ka-

žu zašto ih uvoze iz drugih zemalja, a ne iz Srbije.

e: Prema hrvatskim propisima o duvanu cigarete su podeljene u nekoliko segmenata. U kategoriji „B“ jedino je „partner“ brend koji se prodaje, a da nije proizveden u TDR-u. Mislite li da će Ministarstvo poljoprivrede dozvoliti da se još neki inostrani brend iz tog segmenta prodaje u Hrvatskoj?

D. Tomašković: Mislim da Hrvatska nije zatvorena ni po tom pitanju za strane proizvođače. Zakon o duvanu koji reguliše akcizne kategorije „A“, „B“ i „C“ ne diskriminiše domaće u odnosu na inostrane cigarete. U njemu ne piše ni u jednom članu da cigareta koja je proizvedena u Hrvatskoj ima bolji tretman od cigarete proizvedene na bilo kojoj drugoj teritoriji.

Hrvatska je pri ulasku u STO pre 9 godina morala da izmeni propise o duvanu, kojima su ukinute sve moguće diskriminacije inostranih proizvođača u odnosu na domaće. Izbačena je odredba iz tada važećeg zakona po kojoj se na cigarete u kojima je ugrađeno više od 60 odsto domaćeg duvana plaćaju

U Srbiji ne postoji nacionalni proizvođač cigareta, već su to multinacionalne kompanije. Brendovi svih tih kompanija su prisutni na hrvatskom tržištu. To što su te kompanije odlučile da svoje proizvode ne plasiraju na hrvatsko tržište iz svojih srpskih fabrika, nego iz neke druge zemlje u kojoj imaju proizvodnju, jeste njihova poslovna odluka

niže dažbine. Od tada zakon propisuje određen kvalitet duvana koji mora da bude ugrađen u cigarete određene kategorije, bez obzira na poreklo duvana. Pri tome se duvan potrebnog kvaliteta

za bilo koji od tri segmenta može kupiti na svakom tržištu, tako da svi proizvođači mogu da ispune hrvatske propise.

e: Da li je moguće da multinacionalne kompanije nemaju makar po jedan brend koji zadovoljava potrebne uslove u Hrvatskoj?

D. Tomašković: To ne znam. Činjenica je, međutim, da oni nisu podneli zahtev da se njihovi postojeći, ili novi, brendovi razvrstaju u te kategorije. Mislim da su u poslednjih pet godina postojala dva zahteva, od kojih je jedan prihvaćen, a drugi odbijen jer se pod brendom koji je prijavljen u jednu od akciznih kategorija „krio“ proizvod potpuno drugačijeg sastava i ukusa u odnosu na isti proizvod koji je pod tim brendom plasiran na drugim tržištima, čime je moglo da dođe do zavaranja proizvođača. U Evropi danas postoje mnogi brendovi koji bi po svom kvalitetu mogli da budu svrstani u kategorije sa nižim troškovnim opterećenjem. Na primer, da bi cigarete bile svrstane u te kategorije, moraju da sadrže određenu količinu nearomatizovanog duvana, a u Evropi se danas naj-

više proizvodi upravo nearomatizovani duvan.

e: Da li na osnovu iskustva u TDR-u možete da procenite jesu li u pravu oni koji tvrde da velike kompanije u Hrvatskoj imaju jak uticaj na donošenje zakona, kako bi im propisi odgovarali?

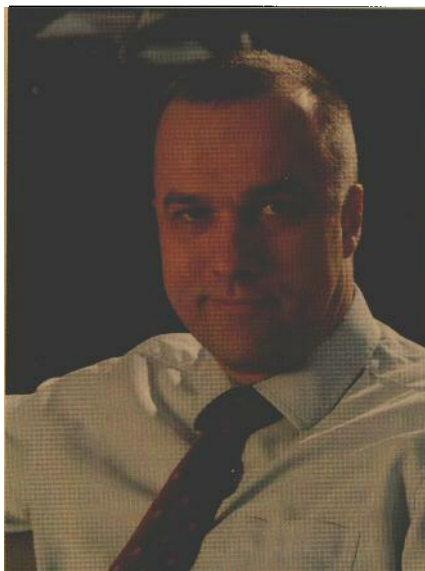
D. Tomašković: Odbacio bih te insinuacije, jer ni u jednoj državi kompanije ne pišu zakone. Kompanije mogu da kažu da neki zakoni koče ili omogućavaju njihovo poslovanje. Zakon o duvanu je napisan pre više od 10 godina. Kad je Hrvatska ulazila u STO on je izmenjen i iz njega su izbačene sve odredbe koje diskriminišu inostrane proizvođače u odnosu na domaće. Pre dve godine je Hrvatska potpisala i Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju i tom prilikom je verifikovano da je taj zakon u skladu sa evropskim normama. Reći, dakle, da je zakon „pisala“ kompanija, nije istina.

e: Da li mislite da je TDR iskoristio vreme dok su postojale te diskriminatorne odluke da zauzme tako snažne pozicije na tržištu da je danas konkurenciji gotovo nemoguće da se značajnije probije?

D. Tomašković: Mislim da su ti propisi mnogo više doprineli da se ne ugasi proizvodnja duvana u Hrvatskoj, nego što je od njih imala koristi fabrika cigareta.

e: Kako komentarišete to što BAT nije uspeo da opstane na hrvatskom tržištu?

D. Tomašković: Ta kompanija je imala svoju fabriku u Hrvatskoj i imala je proizvode koji su bili kategorizovani u „B“ grupi. Njihov poslovni neuspeh nije bio posledica hrvatskih propisa. Ne mislim da su se oni povukli iz Hrvatske jer nisu mogli da zadovolje potražnju. Naprotiv, koliko mi je poznato, oni su u više navrata uništavali već proizvedenu robu jer je niko nije kupovao. Očigledno nije bio problem u nedostatku sirovine ili u neravnopravnom položaju.



TDR nije monopolista u Hrvatskoj, iako drži 85 odsto tržišta

e: Da li TDR doživljavate kao monopolistu na hrvatskom tržištu?

D. Tomašković: U Hrvatskoj držimo 85 odsto tržišnog udela, i bez sumnje smo kompanija koja ima značajnu tržišnu poziciju. Monopolista je neko ko obavlja delatnost u području u koje niko drugi, zbog različitih barijera, ne može da pristupi. TDR to očigledno nije, jer su u cigaretnom poslovanju u Hrvatskoj prisutne sve svetske multinacionalne kompanije, uz šta im još i ra-

Cena duvana

Prosečna otkupna cena kilograma duvana u Hrvatskoj je 18 kuna (oko 2,5 evra), od čega kompanija Hrvatski Duhani proizvođačima plaća 11 kuna po kilogramu (oko 1,5 evra), dok državne subvencije iznose u proseku 7 kuna po kilogramu (oko 1 evra). TDR 60 odsto potrebnog duvana kupuje u Hrvatskoj

ste tržišni udeo. Postoji Agencija za zaštitu tržišta koja ispituje da li se, ako u nekom segmentu postoji monopol, on zloupotrebljava, koja nema primedbe na naš rad. Dakle, niti mislim da je TDR monopolista, niti mislim da svoju poziciju na tržištu zloupotrebljavamo.

e: Kakvi su dalji planovi TDR-a u Srbiji?

D. Tomašković: U Srbiji imamo dobro organizovanu prodaju i snažno smo prisutni na tržištu. Imamo dobro uređene odnose sa najvećim brojem maloprodajnih objekata. Naša namera je da nastavimo sa rastom tržišnog udela. Primenom CEFTA sporazuma možemo profitabilno da prodajemo jeftinije brendove, što ranije nije bio slučaj.

e: Da li srpskih proizvođača sirovina za cigaretnu industriju ima u vašim planovima?

D. Tomašković: TDR se ponaša tržišno u nabavci sirovina i ako u Srbiji možemo da pronađemo sirovine pod povoljnijim uslovima ili boljeg kvaliteta pod istim uslovima, tu ćemo ga i kupiti. Kad je reč o duvanu, proizvođači u Srbiji nisu imali da ponude dovoljnu količinu, a i to što su imali na raspolaganju je bilo nedovoljnog kvaliteta, jer već imaju ugovore za prodaju duvana dobrog kvaliteta lokalnim fabrikama. Međutim, pošto je ukinut propis da srpski proizvođači cigareta moraju da otkupljuju duvan od lokalnih proizvođača duvana, očekujemo da ćemo moći da kupimo određene količine kvalitetnog duvana.

e: Ako na srpske proizvođače duvana ozbiljno računate, da li planirate da i u njih investirate kao u hrvatske proizvođače – obezbeđivanjem semena, savetovanjem, sklapanjem dugoročnih ugovora i sl?

D. Tomašković: Za sada ne. Jedino o čemu za sada pregovaramo jeste da za neke kompanije za obradu duvanskog lista iz Srbije u našoj fabrici Hrvatski duhani uslužno obradimo određene količine duvana. x