

UNAPREĐENJE KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE

Redaktori

Prof. dr Veljko Marinković

Prof. dr Vesna Janjić

Prof. dr Vladimir Mičić

Izdavač

Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu

Za izdavača

Prof. dr Ljiljana Maksimović, dekan Fakulteta

Recenzenti

Prof. dr Biljana Jovanović-Gavrilović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

Prof. dr Jadranka Đurović-Todorović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Boban Stojanović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Ljiljana Stanković, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Milorad Ivanišević, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

Prof. dr Ljilja Antić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Srđan Marinković, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Milivoje Pešić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Pere Tumbas, Ekonomski fakultet u Subotici Univerziteta u Novom Sadu

Prof. dr Bojan Krstić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu

Prof. dr Đorđe Kaličanin, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

Redaktori

Prof. dr Veljko Marinković

Prof. dr Vesna Janjić

Prof. dr Vladimir Mičić

Tehnička priprema

Biljana Petković

Štampa

PRESSIA d.o.o Beograd

Tiraž - 120

ISBN 978-86-6091-067-9

©2016. Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu

Sva prava su zaštićena. Ni jedan deo ove publikacije ne sme biti reprodukovan niti smešten u sistem za pretraživanje ili transmitovanje u bilo kom obliku – elektronski, mehanički fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način, bez prethodne pisane saglasnosti izdavača.

PREDGOVOR

Tematski zbornik radova „Unapređenje konkurentnosti privrede Republike Srbije“ predstavlja jedan od rezultata projekta „Od krize do ekonomskog razvoja: savremeni izazovi u ekonomiji i menadžmentu“, koji se realizuje na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Kragujevcu. Zbornik sadrži 48 radova nastavnika i saradnika na teme odobrene od Nastavno-naučnog veća Fakulteta.

U radovima objavljenim u Zborniku razmatraju se aktuelna pitanja konkurentnosti i ekonomske stvarnosti Republike Srbije. U Zborniku je ukazano na neke od ključnih aspekata konkurentnosti, relevantnih za budući ekonomski rast i održivi razvoj Republike Srbije. Zbornik se sastoji iz pet tematskih celina u kojima se konkurentnost sagledava sa različitih aspekata ekonomske nauke: makroekonomije, mikroekonomije, institucionalne ekonomije, menadžmenta, marketinga, računovodstva, poslovnih finansija, javnih finansija, poslovne informatike. Zahvaljujući širokom spektru analize konkurentnosti, ovaj Zbornik nudi detaljan prikaz stanja konkurentnosti i perspektiva razvoja privrede, kao i nivoa konkurentnosti preduzeća privrede Republike Srbije. Zaključci i preporuke koje on nudi mogu biti od koristi naučnoj i stručnoj javnosti, preduzetnicima, institucijama koje se bave problemima unapređenja konkurentnosti privrede, kreatorima reformskih procesa, privrednog ambijenta i odgovarajućih ekonomskih politika.

Izrada ovako koncipiranog Zbornika predstavlja doprinos nastavnika i saradnika Ekonomskog fakulteta unapređenju konkurentnosti i kvaliteta života u Republici Srbiji.

Svi prilozi u Zborniku su recenzirani i pozitivno ocenjeni od strane renomiranih profesora sa ekonomskih fakulteta univerziteta u Beogradu, Nišu i Novom Sadu, koji su svojim angažovanjem i objektivnošću dali značajan doprinos kvalitetu objavljenih radova.

REDAKTORI

SADRŽAJ

DEO I

1. Dr Vlastimir Leković
INSTITUCIONALNA DETERMINISANOST KONKURENTNOSTI
NACIONALNE EKONOMIJE: POUKE ZA REPUBLIKU SRBIJU..... 3-16
2. Dr Milan Kostić
Dr Ljiljana Maksimović
UTICAJ OLIGOPOLSKIH STRUKTURA
NA KONKURENTNOST PRIVREDE SRBIJE..... 17-27
3. Dr Miroslav Đorđević
Nemanja Lojanica
UTICAJ MAKROEKONOMSKOG OKRUŽENJA NA NIVO
NACIONALNE KONKURENTNOSTI: PRIMER REPUBLIKE SRBIJE 29-41
4. Dr Petar Veselinović
Dr Nikola Makojević
IZVORI FINANSIRANJA KAO
OGRANIČAVAJUĆI FAKTOR PRIVREDNOG RAZVOJA SRBIJE..... 43-50
5. Dr Svetislav Milenković
Dr Nikola Bošković
ODRŽIVA KONKURENTNOST PRIRODNIH RESURSA
SRBIJE I NJEN UTICAJ NA PRIVREDNI RAZVOJ 51-59
6. Dr Saša Obradović
Dr Lela Ristić
PRODUKTIVNOST POLJOPRIVREDNOG
SEKTORA KAO ELEMENT UNAPREĐENJA
KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE 61-69
7. Dr Vladimir Mičić
STRUKTURNE PROMENE I KONKURENTNOST
PRERAĐIVAČKE INDUSTRIJE REPUBLIKE SRBIJE..... 71-80
8. Dr Danijela Despotović
KOMPARATIVNA ANALIZA KONKURENTNOSTI
PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE I ZEMALJA OKRUŽENJA
U PERIODU OD 2009. DO 2014. GODINE 81-94
9. Dr Nenad Stanišić
Dr Gordana Milovanović
KOMPARATIVNA ANALIZA KONKURENTNOSTI IZVOZA
REPUBLIKE SRBIJE I DRUGIH TRANZICIONIH ZEMALJA..... 95-106

10. Dr Gordana Marjanović Vladimir Mihajlović KONKURENTNOST RADNE SNAGE U REPUBLICI SRBIJI.....	107-116
11. Dr Vladan Ivanović ULOGA FAKTORA EFIKASNOSTI U KREIRANJU KONKURENTNOSTI SRPSKE PRIVREDE	117-127
12. Dr Milka Grbić RESTRUKTURIRANJE I KONKURENTNOST BANKARSKOG SEKTORA U REPUBLICI SRBIJI	129-139
13. Dr Svetislav Milenković Dr Nikola Bošković KONKURENTSKA POZICIJA TURISTIČKIH DESTINACIJA SRBIJE	141-150
14. Dr Milena Jovanović-Kranjec Maja Luković ULAGANJE U OBRAZOVANJE KAO JEDAN OD FAKTORA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE.....	151-156
15. Tijana Tubić UTICAJ STRANIH DIREKTNIH INVESTICIJA NA OBIM I KONKURENTNOST SRPSKOG IZVOZA	157-168

DEO II

16. Dr Slavica Petrović PARADIGMA SISTEMSKE INTERVENCIJE U KREIRANJU ODRŽIVE KONKURENTSKE PREDNOSTI PREDUZEĆA.....	171-186
17. Dr Stevo Janošević Dr Vladimir Dženopoljac INOVATIVNOST KAO KOMPONENTA INTELEKTUALNOG KAPITALA	187-203
18. Dr Jelena Nikolić Dr Verica Babić ZAŠTITA INTERESA INVESTITORA KAO FAKTOR UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE	205-216
19. Katarina Borisavljević Dr Gordana Radosavljević ZAŠTITA KORISNIKA TURISTIČKIH USLUGA U REPUBLICI SRBIJI I EVROPSKOJ UNIJI	217-227
20. Dr Srđan Šapić Jovana Golo UNAPREĐENJE POSLOVNOG OKRUŽENJA U CILJU POVEĆANJA STRANIH DIREKTNIH INVESTICIJA	229-240

21. Dr Mirjana Knežević KOSOVO I METOHIJA - SVOJINSKA TRANSFORMACIJA PREDUZEĆA.....	241-247
22. Dr Violeta Domanović MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA INTEGRISANE PRIMENE SAVREMENIH MODELA UPRAVLJANJA TROŠKOVIMA	249-265
23. Dr Slađana Savović UTICAJ RESTRUKTURIRANJA IMOVINE PRODAJOM POSLOVNIH SEGMENTA NA UNAPREĐENJE PERFORMANSI POSLOVANJA PREDUZEĆA	267-277
24. Dr Vesna Stojanović-Aleksić UTICAJ STILOVA LIDERSTVA NA KARAKTERISTIKE ORGANIZACIONE KULTURE	279-288
25. Dr Jelena Erić Nilsen Aleksandra Bošković PODSTICANJE PREDUZETNIČKOG POTENCIJALA KROZ KOOPERATIVNE ARANŽMANE I EFEKTI NA ORGANIZACIONO UČENJE.....	289-298
26. Dr Marko Slavković UTICAJ RAZVOJA LJUDSKIH RESURSA NA UNAPREĐENJE KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE	299-307
27. Dr Milan Kocić Katarina Radaković PRILAGOĐAVANJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI U FUNKCIJI POBOLJŠANJA TRŽIŠNE POZICIJE PREDUZEĆA.....	309-320
28. Dr Dejana Zlatanović KIBERNETSKA METODOLOGIJA KAO PODRŠKA UNAPREĐENJU KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA.....	321-334
29. Dr Veljko Marinković UTICAJ FUNKCIONALNIH I EMOCIONALNIH ELEMENATA KVALITETA USLUGA NA KORPORATIVNU REPUTACIJU PREDUZEĆA.....	335-341

DEO III

30. Dr Predrag Stančić Dr Milan Čupić TROŠKOVI FINANSIJSKIH TEŠKOĆA I VREDNOST PREDUZEĆA	345-354
31. Dr Dragan Stojanović Dr Dragomir Dimitrijević ULOGA I ZNAČAJ INFORMATIVNE ASIMETRIJE SA GLEDIŠTA EFIKASNOSTI TRŽIŠTA HARTIJA OD VREDNOSTI	355-360

32. Dr Snežana Ljubisavljević
Dr Biljana Jovković
KONKURENTNOST STRANIH I REVIZORSKIH FIRMI U REPUBLICI SRBIJI.....361-371
33. Dr Vesna Janjić
Dejan Jovanović
INFORMACIONA PODRŠKA STRATEGIJSKOG
UPRAVLJAČKOG RAČUNOVODSTA KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA373-382
34. Dr Jasmina Bogićević
UPRAVLJAČKO-RAČUNOVODSTVENE IMPLIKACIJE
PREVOĐENJA FINANSIJSKIH IZVEŠTAJA U STRANOJ VALUTI383-390
35. Dr Vladimir Obradović
Nemanja Karapavlović
KVALITETNO FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE KAO FAKTOR
UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE.....391-402
36. Dr Mirjana Todorović
PRIMENA LEAN KONCEPTA U FUNKCIJI
UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA403-413
37. Vladimir Stančić
ANALIZA POSLOVANJA OSIGURAVAJUĆIH
KOMPANIJA NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SRBIJE.....415-435

DEO IV

38. Dr Zora Arsovski
Dr Dragana Rejman Petrović
UTICAJ ICT NA UNAPREĐENJE PERFORMANSI
E-LANACA SNABDEVANJA.....439-460
39. Dr Zoran Kalinić
Dr Vladimir Ranković
RAZVOJ IKT SEKTORA I ELEKTRONSKE TRGOVINE KAO ODREDNICA
UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE.....461-477
40. Dr Miodrag Lovrić
Milan Stamenković
ANALIZA POKAZATELJA RAZVIJENOSTI PRIVREDE
REPUBLIKE SRBIJE I ZEMALJA U OKRUŽENJU479-491
41. Dr Slavica Jovetić
ZAŠTITA OSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA OD RIZIKA
REZERVISANJA U NEŽIVOTNOM OSIGURANJU U CILJU
POVEĆANJA NJIHOVE KONKURENTNOSTI493-503

42. Dr Predrag Mimović
Ana Krstić
INTEGRISANA PRIMENA DEA I AHP METODA U
EVALUACIJI ORGANIZACIONIH PERFORMANSI505-529

43. Olivera Janković
Dr Mikica Drenovak
PRIMENA TALASIĆA U ANALIZI
EKONOMSKIH I FINANSIJSKIH PODATAKA.....531-548

DEO V

44. Dr Violeta Todorović
Nenad Tomić
REGULATORNE REFORME U FUNKCIJI POVEĆANJA
KONKURENTNOSTI PLATNOG SISTEMA REPUBLIKE SRBIJE.....551-561

45. Dr Veroljub Dugalić
Dr Nenad Janković
POLITIKA DEVIZNOG KURSA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA
KONKURENTNOSTI DOMAĆE PRIVREDE.....563-574

46. Dr Srđan Furtula
REDEFINISANJE MONETARNE POLITIKE NARODNE
BANKE SRBIJE U CILJU UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI
BANKARSKOG SEKTORA REPUBLIKE SRBIJE.....575-583

47. Dr Milena Jakšić
Dragan Stojković
KOMERCIJALNI PAPIRI KAO IZVOR FINANSIRANJA.....585-596

48. Dr Srđan Đinđić
Stevan Luković
OCENA SAVREMENOG POREZA NA DODATU VREDNOST.....597-609

DEO I

INSTITUCIONALNA DETERMINISANOST KONKURENTNOSTI NACIONALNE EKONOMIJE: POUKE ZA REPUBLIKU SRBIJU

Dr Vlastimir Leković*

Apstrakt: *Uspešnost jedne tržišne privrede najkonkretnije se izražava nivoom konkurentnosti, koja je jedan od najbitnijih faktora njene dinamičke efikasnosti, privrednog rasta i razvoja. Otuda interes svake zemlje da neprestano unapređuje konkurentnost svoje ekonomije, čiji su jedan od bitnih faktora institucije. Shodno tome, u radu se razmatraju ključne institucionalne performanse konkurentnosti nacionalne ekonomije, sa ciljem da se ukaže na potrebu i načine unapređivanja institucionalnog okruženja u kojem se odvijaju ekonomske aktivnosti. Ključna svrha rada je da se, u skladu sa analizom stanja konkurentnosti i kvaliteta institucija u ekonomiji Republike Srbije, ukaže na potrebu uspostavljanja kvalitetnog i efikasnog institucionalnog okruženja kojim bi se oblikovao podsticajan ambijent za uspešno odvijanje ekonomskih aktivnosti i za unapređenje konkurentnosti nacionalne ekonomije, kako bi za ekonomski rast i održivost razvoja bili stvoreni dugoročno stabilni i održivi uslovi. Zbog toga su prioritetni zadaci države da kreira i razvija kvalitetne i efikasne institucije, unapređuje ambijent za poslovanje ekonomskih subjekata i podstiče inovacije, kao ključne faktore konkurentnosti.*

Ključne teči: *konkurentnost nacionalne ekonomije, institucionalno okruženje, kvalitet i efikasnost institucija, makroekonomsko okruženje, inovacije*

Uvod

Konkurencija pruža mogućnosti za uspešnije aktiviranje većeg broja činilaca, kao i za bolje korišćenja potencijala, u čemu se ogleda efekat tržišnih podsticaja, a koji se često, usled odsustva konkurentnog ambijenta, nedovoljno koriste. Istovremeno, nivo konkurentnosti nacionalne ekonomije i njenih kompanija govori o sposobnosti zemlje da, u uslovima slobodne konkurencije, proizvodi dobra i usluge čijom se realizacijom povećava nivo blagostanja stanovništva, kao i mogućnosti ostvarivanja strategije dugoročno održivog ekonomskog rasta i razvoja. U skladu s tim, realna pozicija jedne nacionalne ekonomije na međunarodnom tržištu izražava se na osnovu nivoa njene konkurentnosti. Zbog toga se ispitivanju i unapređivanju konkurentnosti nacionalne ekonomije, kao jednom od ključnih strateških zadataka svake zemlje, poklanja značajna pažnja.

Budući da institucije definišu ambijent u kojem se realizuju ekonomske aktivnosti i odvija se tržišna konkurencija, parametri institucionalnog kvaliteta privrede spadaju u ključne indikatore njene konkurentnosti, zbog čega je u radu posebna pažnja usmerena na kvalitet i efikasnost institucionalnog sistema. Važnost institucionalne uređenosti i konkurentnosti nacionalne ekonomije ogleda se u činjenici da se osnove za strateške konkurentne prednosti savremenih firmi i ekonomski prosperitet zemlje definišu, kreiraju i usmeravaju u nacionalnom ekonomskom ambijentu. Shodno tome, razvoj koji bi se bazirao na aktiviranje inovacione delatnosti, razvoj ljudskog faktora i unapređenje institucionalnog ambijenta, doprineo bi uspostavljanju odgovarajuće ekonomske strukture koja bi omogućavala efikasnu adaptaciju na spoljne uslove. Doprinos takvom konceptu ekonomskog razvoja daju institucionalna uređenost i konkurentnost nacionalne ekonomije.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: lekovic@kg.ac.rs

Predmet istraživanja u ovom radu jesu institucije kao determinanta konkurentnosti nacionalne ekonomije i uspešnosti njenog funkcionisanja. Ukazaće se na neophodnost da se u Republici Srbiji (R. Srbija) izgradi institucionalno okruženje takvog kvaliteta koje bi bilo produktivno u smislu omogućavanja dinamičnog ekonomskog rasta i razvoja i povećanja blagostanja građana. Shodno tome, cilj istraživanja je da se ukaže na značaj sprovođenja sveobuhvatnih i kvalitetnih reformi, koje treba da rezultiraju uspostavljanjem tržišno povoljnog poslovnog ambijenta, što se najneposrednije odražava na unapređenje faktora konkurentnosti, ali i na određene slabosti u izgradnji institucija koje su se ispoljile u dosadašnjem tranzicionom periodu. Polazna hipoteza rada je da institucionalno okruženje, time što uspostavlja ambijent koji je podsticajan za ekonomske aktere i njihovu veću konkurentnost, odlučujuće determiniše nivo konkurentnosti i ekonomske uspešnosti nacionalne ekonomije.

Pored uvoda i zaključka, rad je strukturiran u tri sekcije. U prvoj sekciji rada, posle uvoda, razmatraju se različita shvatanja institucionalnih performansi konkurentnosti nacionalne ekonomije. Ukazuje se na značaj formiranja kvalitetnih i efikasnih institucija kao faktora bitnog za podsticanje inovacionog razvoja, koji je u osnovi povećanja produktivnosti rada i konkurentnosti nacionalne ekonomije, što predstavlja najpouzdanije rešenje problema održivosti makroekonomske dinamike. U drugom delu ukazuje se na načine utvrđivanja nivoa konkurentnosti nacionalne ekonomije, prvenstveno posredstvom Indeksa globalne konkurentnosti, koji se kontinuirano prati u *The Global Competitiveness report*-u koji publikuje *World Economic Forum*. Potrebe i mogućnosti unapređenja konkurentnosti privrede R. Srbije razmatraju se u trećoj sekciji rada.

Institucionalne performanse konkurentnosti

Brojni su pokušaji u ekonomskim istraživanjima da se objasne ekonomski uspesi ili neuspesi jedne zemlje, da se odgovori na pitanje zašto je industrija jedne zemlje uspešnija od druge. Jedan od pristupa koji puža odgovor na ova pitanja jeste analiza konkurentnosti zemlje, za čije objašnjenje se koriste različiti indikatori, poput izvoza, učešća na svetskom tržištu, visine nacionalnog dohotka *per capita*. Krajnji cilj unapređenja konkurentnosti zemlje predstavlja rast njenog blagostanja, tj. blagostanja njenih građana. U tom smislu, zadatak države, koja ne stvara novu vrednost već pomaže ekonomskim subjektima da se ona stvori, jeste stvaranje povoljnih uslova poslovanja i njihovo podržavanje tokom vremena, čime se doprinosi jačanju konkurentnosti kako preduzeća, tako i nacionalne ekonomije u celini.

Činjenica je da se vrednost stvara u preduzećima, koja su subjekti konkurentnosti jedne privrede, i da ona, u skladu sa svojom tehničko-tehnološkom osposobljenošću i primenom efikasnih metoda, proizvode konkurentne robe i usluge. Pri tome je potrebno naglasiti da na konkurentnost preduzeća, pored mikroekonomskih faktora, deluju i makroekonomski agregati. Zbog toga, analiza konkurentnosti predstavlja sintezu mikroekonomskih i makroekonomskih aspekata. Pri tome, potrebno je ukazati na činjenicu da makroekonomski indikatori, poput makroekonomske stabilnosti, iako su značajan faktor uspešnosti ekonomske aktivnosti, nisu dovoljan uslov obezbeđenja ekonomskog rasta. Naime, ekonomska aktivnost koja bi rezultirala rastom proizvodnje kreira se na mikronivou. Zbog toga je objašnjenje ekonomskog rasta u okviru koncepta konkurentnosti neophodno dopuniti studijom o mikroekonomskom ambijentu. Akcenat je na istraživanju poslovnog okruženja, karakteristika tražnje, raspoloživih faktora proizvodnje, inovativnosti, nivoa upravljanja i organizacije proizvodnje, vertikalnih i horizontalnih veza između preduzeća.

Shodno navedenom, za koncept konkurentnosti možemo reći da ima široku primenu u ekonomiji, obuhvatajući odnose kako između proizvođača ili preduzeća, tako i između sektora,

privrednih grana, ali i država. S obzirom da se radi o kompleksnom konceptu, ne postoji jedinstvena definicija konkurentnosti, a u slučaju konkurentnosti zemlje postoji i sumnja u svrsishodnost primene ovog termina (Krugman, 1996). Istovremeno, M. Porter (2008) naglašava da uprkos činjenici da se problemu konkurentnosti nacionalne ekonomije posvećuje značajna pažnja kako kroz brojna teorijska i empirijska istraživanja, tako i kroz nastojanja vlada da unaprede konkurentnost svojih privreda, ne može se reći da postoji konzistentna teorija koja bi objasnila i definisala pojam konkurentnosti jedne države, odnosno, njene nacionalne ekonomije. Razlog je taj što, uz produktivnost kao ključni koncept konkurentnosti na nacionalnom nivou, na konkurentnost nacionalne ekonomije utiče veći broj faktora: makroekonomski ambijent, ekonomska politika države, troškovi radne snage, raspoloživost prirodnim resursima, razlike u načinu upravljanja i odnosu između menadžmenta i radnika.

Uz uvažavanje značaja većeg broja faktora, nesporno je da se konkurentnost najjasnije ispoljava u rastu produktivnosti rada, čime se omogućava dugoročna održivost ekonomskog rasta i razvoja i povećanja blagostanja stanovništva. U tom smislu, konkurentnost je determinisana nivoom produktivnosti sa kojom se u nekoj zemlji koriste resursi - prirodni, ljudski i kapital, zbog čega je ona ključni faktor kojim se određuje blagostanje zemlje i njenih građana. Sama konkurentnost nacionalne ekonomije podrazumeva dostizanje određenog nivoa konkurentnosti nacionalnih kompanija i njihovih proizvoda. Shodno tome, konkurentnost nacionalne ekonomije određena je, s jedne strane, kvalitetom ekonomskih institucija i njihovim doprinosom formiranju povoljnih uslova poslovanja i, s druge strane, sposobnošću firmi i grana da iskoriste te uslove radi stvaranja i razvoja održivih konkurentskih prednosti. Zbog toga je formiranje kvalitetnih i efikasnih institucija, koje će doprineti podsticanju vlastitog inovacionog razvoja, sa osloncem na ljudski kapital i privlačenje stranih tehnologija, jedan od načina uspešnog rešavanja problema održivosti makroekonomske dinamike (Кузнецов, 2005).

Razlike u ekonomijama pojedinačnih zemalja, u njihovim kulturama, stanovništvu, infrastrukturi, načinima upravljanja, nacionalnim vrednostima, pa čak i u istoriji, u različitim stepenima utiču na nivo konkurentnosti domaćih kompanija kao i ekonomije u celini. U većem broju istraživanja sugerise se da je, uprkos sve većem uticaju procesa globalizacije, nacionalna konkurentnost određena nizom faktora koji zavise od specifičnih, lokalnih uslova (Porter, 2000). Na dobar deo tih uslova može da utiče država svojim različitim politikama, merama, institucijama i da, njihovim unapređivanjem, doprinosi rastu konkurentnosti.

Kada je u pitanju konkurentnost nacionalne ekonomije, ona je rezultat delovanja faktora i politika jedne zemlje, kojim se oblikuje njena sposobnost da reprodukuje i održava okruženje koje promoviše intenzivnije stvaranje dodatne vrednosti za preduzeće i veće blagostanje građana. Akcent je na dugoročnom aspektu aktivnosti države, u kojem se svrha njenog delovanja manifestuje ne samo u stvaranju povoljnih uslova, već i u njihovom održavanju tokom vremena. Naglašavanjem potrebe intenzivnijeg i kontinuiranog stvaranja dodatne vrednosti znači da konkurentnost zavisi od sposobnosti da se u potpunosti iskoriste postojeće konkurentne prednosti, a ne da bude ograničena na održavanje dostignutog nivoa blagostanja. Pored većeg broja definicija nacionalne konkurentnosti, ovaj pojam se u *The Global Competitiveness Report*-u definiše kao skup faktora, politika i institucija, koje determinišu nivo produktivnosti u zemlji (World Economic Forum, 2006).

Na uslove u kojima se odvija ekonomska aktivnost bitno utiču ekonomske i političke institucije, pa od njih zavisi efikasnost odvijanja ekonomskih procesa kako na nivou preduzeća, tako i na nivou ekonomije u celini. Kvalitet institucija se odražava na uspešnost ekonomije delovanjem kako na troškove proizvodnje, tako i na troškove razmene. Poput

tehnologije koja se koristi u obavljanju raznovrsnih poslovnih aktivnosti, i institucije determinišu troškove transakcije i proizvodnje, koji čine ukupne troškove. Otuda je i primarni cilj utvrditi karakter i prirodu institucija i način njihovog uticaja na troškovne funkcije jedne ekonomije.

U brojnim istraživanjima (Nort, 1990; Asemoglu i Robinson, 2014) potvrđeno je da institucije imaju bitan uticaj na funkcionisanje ekonomije, kao i da su različiti nivoi uspešnosti pojedinih ekonomija determinisani karakterom i nivoom razvijenosti institucija. Drugim rečima, institucije predstavljaju važnu determinantu uspeha svakog ekonomskog sistema, a njihova efikasnost je bitna odrednica stabilnosti i efikasnosti ekonomije i društva u celini. Nedvosmisleno je utvrđeno da je institucionalni okvir važan faktor koji determiniše ekonomske performanse tako što, uspostavljanjem pravila igre, utiče na smanjenje/rast transakcionih troškova koji su bitan faktor u procesu donošenja ekonomskih odluka. Zbog toga, uloga i značaj institucionalnih činilaca ekonomske uspešnosti nikada nije bio predmet osporavanja, ali svakako da u periodu intenzivnijih i radikalnijih institucionalnih promena, kao što je slučaj sa privredama u tranziciji, postoji potreba stalnog isticanja njihove uloge. Nije suviše iznova ukazivati, podsećanja radi, na činjenicu da od toga kako su formirane i koliko su institucije razvijene zavisi i način odvijanja relevantnih aktivnosti koje opredeljuju sveukupni dinamički potencijal jedne privrede. Odvijanje i stalno unapređenje razvojno relevantnih aktivnosti jedne privrede, kao što su preduzetništvo, investiranje, inovativnost, konkurentnost, zavisi od toga na koji način se ostvaruju ekonomske slobode, koje su pretpostavka većeg nivoa konkurentnosti. Pri tome, treba imati u vidu da je ekonomska sloboda potreban, ali ne i dovoljan uslov za uspostavljanje efikasnih ekonomskih institucija kao faktora povećanja konkurentnosti.

Regulisanje konkurentnog okruženja od strane države predstavlja sastavnu komponentu njene ekonomske politike. Naime, uz kreiranje stabilnog makroekonomskog ambijenta, kojim se unapoređuje konkurentna sposobnost nacionalne ekonomije, proces regulisanja konkurentnog okruženja podrazumeva dva uzajamno povezana seta aktivnosti:

- formiranje institucija konkurentnog okruženja i unapređivanje konkurencije, i
- zaštita konkurentnog ambijenta od unutrašnjeg narušavanja pod uticajem samih tržišnih mehanizama, što predstavlja zadatak antimonopolske politike.

Formiranje institucija ekonomskog konkurentnog okruženja u realnim uslovima nije spontan evolutivni proces stvaranja najkvalitetnijih institucija, već je to osmišljena i organizovana delatnost države. Posebna pažnja usmerena je na kvalitet institucionalnog sistema budući da institucije definišu ambijent u kojem se realizuju ekonomske aktivnosti i odvija se tržišna konkurencija. Drugim rečima, parametri institucionalnog kvaliteta privrede spadaju u ključne pokazatelje njene konkurentnosti. U tom kontekstu, uloga savremene države, koja nastoji da obezbedi uslove za nacionalni ekonomski prosperitet, prvenstveno se ispoljava kroz stvaranje institucionalnih pretpostavki za unapređenje konkurentnosti na svim nivoima - od mikro- do makroekonomskog nivoa. To je značajno zbog činjenice da se osnova strateške konkurentne prednosti savremenih firmi i ekonomskog prosperiteta zemlje kreira, trasira i uspostavlja u nacionalnom ekonomskom ambijentu.

Imajući u vidu specifičnosti svake pojedinačne ekonomije, za konkurentnost možemo reći da predstavlja sposobnost države da stvara i održava takvo poslovno okruženje koje je podsticajno za preduzeća da kontinuirano stvaraju vrednosti, kao i za povećanje blagostanja građana. Naime, različite kombinacije institucionalnih aranžmana, kojim se regilišu ključni aspekti ekonomije i društva, kao što su svojinska prava, eliminisanje tržišnih neuspeha, makroekonomska i društvena stabilnost, upravljanje socijalnim konfliktima, omogućavaju

dostizanje visokog stepena adaptivne efikasnosti (Mitrović i Stefanović, 2007), za koju D. C. North (1994) smatra da predstavlja ključ dugoročnog rasta. Alokativna efikasnost, koja se bazira na standardnim neoklasičnim Pareto principima, je statički koncept sa datom grupom institucija. Adaptivna efikasnost povezana je sa vrstama pravila koja oblikuju ambijent u kojem se privreda razvija tokom vremena.

Adaptivna efikasnost je tesno povezana sa spremnošću društva da sagleda važnost znanja, da podstiče inovacije, da se odlučuje na rizike i kreativne aktivnosti svih vrsta. U svim tim procesima celokupna institucionalna struktura igra ključnu ulogu i bitno određuje spremnost društva da podstiče preduzimljivost, inovativnost i druge aktivnosti koje se smatraju adaptivno efikasnim. Zbog toga se konstatuje da je prilagodljiva institucionalna matrica uslov dobrog funkcionisanja ekonomije. Odlika uspešnih ekonomskih sistema su fleksibilne institucionalne strukture koje su u stanju da se adaptiraju na promene, što je značajno budući da je adaptivna efikasnost tesno povezana sa neformalnim normama u društvu. U tome se ogleda uloga i značaj efikasnih pravila koja će uspešno da ostvaruju svoju ulogu selektora u pogledu eliminisanja neuspešnih organizacionih struktura i podržavanja uspešnih aktivnosti. Takva institucionalna struktura povoljno deluje na unapređivanje konkurentnosti ekonomije, što je pretpostavka za njenu dinamičku efikasnost i za ostvarivanje stabilnog i dugoročno održivog rasta.

Uloga stabilnih i konzistentnih institucija ogleda se u stvaranju pozitivne motivacije za preduzetničku delatnost, inovativnost, štednju i investicije. Zbog toga je neophodno sveukupnu pažnju skoncentrisati na kreiranje kako institucionalnog ambijenta, tako i ekonomske politike, koji će pogodovati povećanju konkurentnosti domaćih proizvoda, kao i privrede u celini. Neophodno je stvaranje osnovnih institucionalnih i sistemskih preduslova koji će biti podsticajni za unapređenje konkurentskog poslovanja kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu, a ono će, snagom svoje nužnosti, na objektivnan način verifikovati uspešnost poslovanja.

U korpusu institucionalnog okruženja u jednoj nacionalnoj ekonomiji, na uspešnost funkcionisanja tržišta i zadovoljavajući nivo konkurentnosti nacionalne ekonomije i njenih ekonomskih subjekata najneposrednije deluju načini na koje su definisana i zaštićena svojinska prava, i u kojem stepenu je zagantovano neometano sprovođenje ugovora. To znači da je potrebno dobro definisanje skupa imovinskih prava i sigurnost da će potpisani ugovori biti sprovedeni. Naime, kako ukazuje D. Rodrik (2001), razvoj privrede rezultat funkcionalne kombinacije tržišta i odgovarajućih javnih institucija. Funkcija javnih institucija je zaštita svojinskih prava, regulacija tržišta i otklanjanje tržišnih grešaka, makroekonomska stabilnost, socijalna sigurnost i upravljanje socijalnim konfliktima. Shodno tome, neophodna je efikasna državna struktura, koja će definisati i garantovati poštovanje usvojenih pravila (institucija), što znatno prevazilazi uske potrebe tržišta. Drugim rečima, neophodna je efikasna vladajuća struktura koja će da osigura uslove u kojim će tržište da ostvaruje svoje funkcije.

Neophodno je naglasiti da se institucije značajno i sistematski razlikuju između zemalja i da bitno utiču na ekonomske performanse. U tom kontekstu, jedan od osnovnih kriterijuma za objektivnu komparativnu analizu ekonomskih sistema je i institucionalna efikasnost. Pod efikasnošću se podrazumevaju ukupni učinci institucija koje su one ostvarile ispunjavajući, ili neispunjavajući, osnovne zakonske obaveze. Kvalitet i efikasnost institucija predstavlja prvi korak ka uspostavljanju kako makroekonomskog, tako i mikroekonomskog ambijenta koji će biti podsticajan za odvijanje ekonomskih aktivnosti. Na taj način će se, funkcionalnom kombinacijom tržišta i odgovarajućih javnih institucija, dinamizirati privredni razvoj zemlje. Stvaranjem povoljnog institucionalnog ambijenta, država doprinosi smanjenju ekonomskog i

svakog drugog rizika. U tome se i sastoji jedan od ključnih zadataka države kao subjekta razvoja privrede i društva.

Kada su u pitanju institucije i njihov doprinos ekonomskoj uspešnosti jedne ekonomije, tada, u uslovima globalne ekonomije, ekonomski razvoj možemo posmatrati kao rezultat globalne konkurencije ekonomskih sistema i institucija u čijem procesu se nalazi izbor, nekad svesni nekad spontani, najefikasnijih puteva društveno-ekonomskog razvoja. Bez konkurencije institucija ne može se ostvariti institucionalna efikasnost, zbog čega je intenzivni put društveno-ekonomskog razvoja teško moguć (Радыгин & Энтов, 2008). Cilj institucionalne konkurencije jeste širenje sfere delovanja pojedinih vidova ili pojedinih izbora „pravila igre”, a krajnji ishod je definisanje najboljih pravila i izgradnja najefikasnijeg mogućeg institucionalnog ambijenta. To je realnost koju treba uvažavati prilikom kreiranja osnovnih ekonomskih institucija.

Jedan od najpouzdanijih načina povećanja institucionalne efikasnosti je konkurencija, u ovom slučaju konkurencija institucija, jer ona mobilise sve raspoložive potencijale i sposobnosti u pravcu povećanja efikasnosti korišćenja resursa (Djankov, Glaeser, La Porta, Lopez-de-Silanes & Shleifer 2003, 599). Zapravo, nacionalne privrede ili države međusobno konkurišu u globalnom svetu da bi privukle kvalitetne mobilne faktore (ljude i kapital), isto kao što korporacije jedna drugoj konkurišu na tržištu roba i usluga. One to čine kvalitetom institucija i politike - odnosno alternativnim institucionalnim sistemima.

Tumačenje institucionalne konkurencije bazira se na tezi o konkurenciji kao ključnom ekonomskom sadržaju. Institucionalna konkurencija se može posmatrati iz dva aspekta:

- konkurencija instituta (pravila igre), i
- konkurencija ekonomskih sistema kao kompleksa institucionalnih normi.

U sučeljavanju različitih institucija pobeđuju one koje omogućavaju da se lakše prevazilaze konkurenti. Glavna pažnja je usmerena na komparativnu efikasnost institucija, na njihovu sposobnost odupiranja boljem. Konkurencija koja doprinosi povećanju nivoa i kvaliteta života ljudi oslanja se na konkurenciju pravila proizvodnje ekonomskih dobara, tj. na konkurenciju ekonomskih institucija. Kao rezultat institucionalne konkurencije dolazi do usavršavanja starih i generisanja novih ekonomskih institucija. Prema tome, između institucionalne konkurencije i konkurencije između ekonomskih subjekata i sistema prisutno je povratno uzajamno dejstvo. Isto tako, kao što ekonomska konkurencija rezultira većim kvalitetom materijalnih dobara i usluga, tako i konkurencija ekonomskih institucija rezultira rastom konkurentnosti institucionalnih normi. Poput konkurentnosti materijalnih dobara i usluga, tako i u slučaju institucija kriterijum efikasnosti je njihova sposobnost da doprinesu povećanju blagostanja građana i to blagostanja u najširem smislu reči.

U skladu sa navedenim, parametri institucionalnog kvaliteta privrede spadaju u grupu ključnih pokazatelja njene konkurentnosti, budući da institucionalni kvalitet predstavlja primarni faktor oblikovanja adaptivne efikasnosti privrede. Pri tome, visok stepen adaptivne efikasnosti može biti dostignut veoma različitim kombinacijama institucionalnih aranžmana kojima se regulišu zaštita svojinskih prava, uklanjanje tržišnih grešaka, makroekonomska stabilnost, socijalno osiguranje, upravljanje socijalnim konfliktima. Pri tome, potrebno je imati u vidu da nema univerzalne institucionalne strukture kojom se dostiže visok institucionalni kvalitet i održava konkurentnost privrede.

Prilikom razmatranja institucionalnih performansi konkurentnosti jedne nacionalne ekonomije, potrebno je imati u vidu da, pored formalnih, i neformalne institucije utiču na uspešnost funkcionisanja ekonomskih subjekata i ekonomije u celini, a shodno tome, i na konkurentnost nacionalne ekonomije. Naime, neformalne institucije utiču na vrednosni

sistem društva, čime se stvaraju povoljni uslovi za uspostavljanje poverenja među učesnicima u ekonomiji, što olakšava proces razmene u uslovima nesavršenih informacija (Lekovic, 2012). Istovremeno, na taj način se podržava uspostavljanje efikasnog skupa formalnih institucija kojim se strukturiraju društvene interakcije i ekonomska razmena, što je pretpostavka za efektivno i efikasno odvijanje ekonomskih aktivnosti.

Konkurentnost ekonomije Republike Srbije

Na osnovu sagledavanja položaja privrede R. Srbije u međunarodnoj razmeni, nivoa BDP *per capita*, stanja institucionalnog, investicionog, infrastrukturnog i inovacionog kapaciteta, kvaliteta ljudskog i fizičkog kapitala, zaključak je da je njena bitna karakteristika nizak nivo konkurentnosti. Zaostajanje u odnosu na ogroman broj zemalja tim je veće ako se ima u vidu činjenica da u savremenoj ekonomiji dominiraju „intenzivni“ faktori međunarodne konkurentnosti - znanje, ljudski kapital, informacione tehnologije, elastična proizvodnja, nove forme upravljanja (Mroczkowski, 2012). Između svih navedenih faktora i njima determinisanog nivoa konkurentnosti, s jedne strane, i kvaliteta i efikasnosti institucija, s druge strane, postoji pozitivna korelacija. Zbog toga, svaka zemlja nastoji da kontinuirano unapređuje institucionalno okruženje u kojem se odvijaju ekonomske aktivnosti.

Kvalitativna ocena institucionalne infrastrukture i nivoa njenog kvaliteta i efikasnosti, kao relevantne performanse konkurentnog okruženja, daje se putem različitih međunarodnih rejtinga. Jedan od najčešće korišćenih i opšteprihvaćenih jeste međunarodni rejting konkurentnosti koji se publikuje od strane Svetskog ekonomskog foruma u *The Global Competitiveness report*-u, a izražava se kao Indeks globalne konkurentnosti (*Global Competitiveness Index* - GCI). Kvalitet GCI ogleda se u činjenici da on predstavlja svojevrsnu sintezu mikroekonomskih, makroekonomskih i poslovnih aspekata konkurentnosti nacionalne privrede, što mu, u cilju unapređivanja nivoa konkurentnosti, daje veću pouzdanost i upotrebljivost prilikom preduzimanja odgovarajućih korektivnih mera u sferi ekonomskog sistema i ekonomske politike, kao i ekonomskih i institucionalnih reformi. Podaci o kretanju GCI, bazičnih pokazatelja, u okviru njih o stanju javnih institucija i makroekonomskog okruženja, i inovacionog kapaciteta za R. Srbiju, za period 2010-2015, prikazani su u Tabeli 1.

Tabela 1 Pokazatelji indeksa konkurentnosti Republike Srbije

	GCI		Bazični pokazatelji		Institucije		Makroekonomsko okruženje		Inovacije	
	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena
2010	96	3.84	93	4.15	120	3.19	109	4.05	88	2.93
2011	95	3.88	88	4.28	121	3.15	91	4.48	97	2.93
2012	95	3.87	95	4.15	130	3.16	115	3.91	111	2.81
2013	101	3.77	106	3.96	126	3.20	136	3.36	112	2.85
2014	94	3.90	101	4.10	122	3.21	129	3.51	108	2.89
2015	94	3.89	96	4.15	120	3.24	125	3.60	113	2.90

Izvor: World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report* (godišta 2010-2015)

Podaci prezentirani u Tabeli 1 pokazuju da domaća ekonomija, prema nivou konkurentnosti i svim navedenim indikatorima, ima tendenciju stalnog pada, i nalazi se na začelju zemalja iz okruženja. Navedeni podaci potvrđuju postojanje pozitivne korelacije između nivoa konkurentnosti ekonomije i kvaliteta i efikasnosti institucija, što je i potvrda

stava da institucije i politike kada su neadekvatne vode rastu koji je ispod njegovog potencijala.

U okviru pokazatelja o stanju institucija, akcenat je stavljen na fundamentalne institucije konkurentnog okruženja - vlasnička prava, sa naglaskom na prava intelektualne svojine, nezavisnost sudstva i efikasnost pravosuđa, teret državne regulative, organizovani kriminal, zaštita manjinskih akcionara, zaštita investitora - čija ocena i rang ilustriju stanje institucija u R. Srbiji u periodu 2010-2015 (Tabela 2).

Tabela 2 Ključni indikatori kvaliteta institucija u Republici Srbiji

Indikator	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena	Rang	Ocena
Zaštita svojinskih prava	122	3.2	126	3.1	130	3.1	130	3.2	127	3.1	128	3.1
Zaštita intelektualne svojine	111	2.6	107	2.7	116	2.8	115	2.9	113	2.9	129	3.0
Nezavisnost sudstva	124	2.5	128	2.4	129	2.4	124	2.6	118	2.6	123	2.6
Teret državne regulative	131	2.3	134	2.3	136	2.4	142	2.3	114	2.2	136	2.2
Efikasnost pravnog okvira u rešavanju sporova	132	2.6	137	2.5	138	2.5	137	2.5	128	2.7	125	2.7
Transparentnost rada vlade	97	4.0	102	3.9	111	3.8	118	4.1	108	3.6	108	3.6
Organizovani kriminal	111	4.3	107	4.3	118	4.1	127	4.0	106	4.1	100	4.3
Zaštita interesa manjinskih akcionara	137	2.9	140	2.8	143	2.6	144	2.7	138	2.8	138	2.8
Zaštita investitora	59	5.3	60	5.3	65	5.3	69	5.3	68	5.3	32	6.3

Izvor: World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report* (godišta 2010-2015)

Analiza podindikatora koji su relevantni za ocenu kvaliteta i efikasnosti institucionalnog okvira u R. Srbiji, ukazuje da je nepovoljno stanje posebno izraženo u pogledu definisanja i zaštite svojinskih prava (prava zaštite intelektualne svojine, pre svega, što se negativno odražava na inovacije), obima državne regulative, zastupljenosti organizovanog kriminala, zaštite interesa malih akcionara, mada ni ostali podindikatora nisu bitno povoljnije ocenjeni. Nesporno je da se radi o ključnim ekonomskim institucijama koje predstavljaju odlučujući podsticajni faktor za ekonomske aktere, čime je neposredno determinisana njihova (ne)spremnost za pokretanje i realizovanje ekonomskih aktivnosti, kao i nivo njihove produktivnosti, koja determiniše nivo konkurentnosti. Korelacija između kvaliteta i efikasnosti institucija, s jedne, i nivoa konkurentnosti i ekonomske uspešnosti, s druge strane, predstavlja potvrdu hipoteze da kvalitetnije i efikasnije institucionalno okruženje, stvaranjem povoljnog poslovnog ambijenta, odlučujuće utiču na unapređivanje konkurentnosti i ekonomske uspešnosti nacionalne ekonomije.

Uporedna analiza nivoa konkurentnosti privrede i kvaliteta institucija u odnosu na zemlje u neposrednom okruženju - Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Bugarsku, Crnu Goru, Hrvatsku, BJR Makedoniju, Rumuniju i Sloveniju, u periodu 2010-2015, pokazuje da je R. Srbija najlošije rangirana, izuzev 2010, kada je bila ispred Bosne i Hercegovine (Tabela 3).

Analiza konkurentnosti privrede u odnosu na evropske zemlje bi pokazala da je R. Srbija i dalje jedna od najnekonkurentnijih zemalja.

Tabela 3 Rang Republike Srbije i zemalja u okruženju prema stanju GCI i institucija

Godina	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	GCI	Instit.	GCI	Instit.	GCI	Instit.	GCI	Instit.	GCI	Instit.	GCI	Instit.
Albanija	88	63	78	57	89	84	95	118	97	103	93	84
Bosna i Hercegovina	102	126	100	109	88	85	87	71	/	/	111	127
Bugarska	71	114	74	110	62	108	57	107	54	112	54	107
Crna Gora	49	45	60	42	72	44	67	52	67	59	70	70
Hrvatska	77	86	76	90	81	98	75	93	77	87	77	89
BJR Makedonija	79	80	79	81	80	78	73	60	63	45	60	52
Rumunija	67	81	77	99	78	116	76	114	59	88	53	86
Slovenija	45	50	57	55	56	58	62	68	70	75	59	67
R. Srbija	96	120	95	121	95	130	101	126	94	122	94	120

Izvor: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report (godišta 2010-2015)

Pokazatelji konkurentnosti privrede R. Srbije u posmatranom periodu ukazuju na stanje stagnacije i zaostajanja u odnosu na ostale zemlje. Zaostajanje je posebno prisutno u pogledu kvaliteta institucija i makroekonomskog okruženja. Prema vrednostima ovih parametara, R. Srbija je rangirana iznad 120-og mesta, od 140-144 rangiranih zemlje. Ako se ima u vidu da je povećanje efikasnosti i prelazak na inovativni razvoj, čime se generiše visok nivo produktivnosti, jedini način za unapređenje nivoa konkurentnosti, ključni faktori koji treba da omoguće takav progres su kvalitetne institucije i kompetentno vođenje makroekonomske politike (Jakopin, 2013). Ova dva indikatora konkurentnosti, pored inovativnosti, zabeležila su najlošije rezultate u oceni nivoa konkurentnosti privrede R. Srbije.

Potreba i mogućnosti unapređenja konkurentnosti

Shodno navedenim ocenama o stanju nivoa konkurentnosti privrede R. Srbije, nesporno je da jedan od ključnih prioriteta koji se nalazi pred kreatorima ekonomskih politika i ekonomskog sistema jeste unapređivanje ključnih činilaca konkurentnosti. Unapređivanje konkurentnosti spada u prioritete svake zemlje i njene ekonomije, jer je to od odlučujuće važnosti za ostvarivanje dinamičnih stopa ekonomskog rasta i održivog razvoja. Povećanje nivoa konkurentnosti najneposrednije se ostvaruje podsticanjem preduzetništva i inovativnosti preduzeća, podizanjem nivoa znanja i ubrzanog tehnološkog razvoja, čime se povećavaju ekonomske i tehničke mogućnosti. Istovremeno, neophodno je unapređivanje opštih faktora konkurentnosti kao što su: makroekonomsko okruženje, kvalitet pravne države i ekonomske politike, i kvalitet zakonodavstva kojim se kreira poslovni ambijent, što podrazumeva sprovođenje radikalnih reformi. Naime, kompleks faktora nacionalne konkurentnosti može se unaprediti samo sprovođenjem niza reformi u različitim oblastima koje utiču na dugoročnu produktivnost, što je ključni faktor koji opredeljuje ekonomski rast i razvoj privrede (Lekovic, 2013). To je neophodno budući da je povećanje konkurentnosti najsigurniji način da se ekonomski rast zemlje postavi na stabilnije i dugoročno održive temelje.

Unapređivanje postojećeg nepovoljnog nivoa konkurentnosti privrede R. Srbije treba da počiva na formiranju kvalitetnih i efikasnih institucija, kompetentnom i odgovornom vođenju makroekonomske politike, podsticanju investicionog, infrastrukturnog i inovacionog razvoja, sa osloncem na ljudski kapital, čime se stvaraju uslovi za dugoročnu makroekonomsku dinamiku. Razvoj, koji bi se bazirao na aktiviranju inovacione delatnosti, razvoju ljudskog kapitala i unapređenju institucionalnog ambijenta, doprineo bi uspostavljanju odgovarajuće ekonomske strukture koja bi omogućavala efikasnu adaptaciju na spoljne uslove. Prema tome, unapređenje konkurentnosti privrede podrazumeva uspešno rešavanje čitavog kompleksa dugoročnih zadataka. Osnova koncepcije dugoročno uspešnog društveno-ekonomskog razvoja potrebno je da bude zasnovana na projektu reformisanja ekonomije čiju sadržinu čine četiri uzajamno povezana kompleksa - institucije, infrastruktura, investicije i inovacije. To iz razloga što je kvalitet ekonomskog rasta determinisan uzajamnim odnosom baznih uslova: nivoom razvijenosti institucija tržišne ekonomije; resursnim ograničenjima rasta; i kvalitetom i inovativnim potencijalom ljudskog kapitala, spremnog na izazove u koordinatama postindustrijskog razvoja.

Kvalitetne i efikasne institucije su neophodne u svakom sistemu budući da se u uslovima nedovoljno razvijenih institucija stvara pogodno tlo da se, u vođenju ekonomske politike, umesto pravila promovira diskrecija, čime se nameće problem kompetentnosti i istinskih političkih motiva kreatora ekonomske politike. Kako ukazuju D. Asemoglu i Dž. A. Robinson (2014), rešenje za ekonomske i političke neuspehe leži u transformaciji ekstraktivnih institucija u inkluzivne. To iz razloga što je nerazvijena i nefunkcionalna institucionalna infrastruktura pogodna, umesto stvaranja ambijenta podsticajnog za unapređenje konkurentnosti, za ispoljavanje oportuniteta i koruptivnog ponašanja na svim nivoima. U kontekstu kvaliteta institucija, potrebno je imati u vidu da je, u okviru sistemskog pristupa, kvalitet konkurentnog ambijenta, u suštini, determinisan kvalitetom najlošije fundamentalne institucije. Naime, dovoljna je jedna neefikasna institucija (npr. zaštita svojinskih prava ili ugovornih odnosa) pa da se smanji nivo efikasnosti konkurentne sredine u celini i da se obezvrede svi naponi na povećanju kvaliteta ostalih strukturnih institucija u konkurentskom okruženju.

Imajući u vidu društveno-ekonomsku realnost R. Srbije, potrebno je da kompleks institucionalnih reformi bude jedna od glavnih ekonomskih strategija. To podrazumeva neophodnost transformisanja bazičnih institucionalnih uslova ekonomske delatnosti u zemlji - jasne specifikacije i zaštite svojinskih prava, sistema sudskih postupaka i pravne garancije ispunjavanja ugovornih obaveza, mehanizma izvršenja sudskih rešenja, sistema uzajamnog odnosa biznisa sa administrativnim organima nadležnim za regulisanje privredne delatnosti, poreskog sistema, subjekata finansijskog sektora ekonomije i sl. U svim tim oblastima postoji dosta nerešenih principijelnih pitanja, koja se ne mogu zaobići u procesu stvaranja uslova za dinamičan ekonomski rast i za uspešnu modernizaciju ekonomije i društva.

U kreiranju ekonomskih institucija i stvaranju konkurentnog ambijenta, značajna je uloga države kao kreatora institucionalne infrastrukture. Međutim, u uspostavljanju ekonomskih institucija, Vlada Republike Srbije ne uzima u obzir dva bitna faktora od kojih zavisi uspešnost institucionalne izgradnje - uticaj prethodne razvojne trajektorije (*path dependence*), i dejstvo neformalne institucionalne prakse. Neuvažavanje navedenih faktora i neusklađenost novih formalnih pravila sa njima generiše odgovarajuće ekonomske protivurečnosti. Zbog toga su formalni zakoni nestabilni i postaju predmet brojnih korekcija i, na kraju, bivaju zamenjeni novim zakonima, na žalost, ne bitno kvalitetnijim.

O prisustvu političkih prepreka u pokretanju i sprovođenju institucionalnih promena koje bi rezultirale poslovnim okruženjem koje će biti podsticajno za unapređenje

konkurentskih odnosa, pisao je D. C. North (1994), ukazujući da stvaranje stabilnog političkog sistema predstavlja jednu od ključnih implikacija sprovođenja institucionalnih promena, budući da se pravila ekonomske igre definišu unutar političkog sistema i političke zajednice. Istovremeno, kako ukazuje Madžar (2013), potrebno je imati u vidu da društvo nije homogeno i kompaktno, već je podeljeno na različite interesne grupe sa različitim nivoom društvene moći. Shodno tome, budući da različite grupe u svakoj promeni vide mogućnost ostvarivanja svojih posebnih interesa, postoje brojne prepreke za postizanje saglasnosti u pogledu željenih sistemskih promena, zbog čega se iste odvijaju sporo i neuspešno. Zbog toga je neophodna jasna i nedvosmislena politička opredeljenost, kao i politička stabilnost, kako bi neophodne institucionalne promene mogle da budu pokrenute i realizovane, sa ishodom poslovnog ambijenta koji će biti podsticajan za unapređivanje konkurentnosti i ekonomske uspešnosti.

Institucije, koje uključuju i specifične predstave pojedinaca o ekonomskoj delatnosti, a formiraju se u skladu sa nacionalno-kulturološkim specifičnostima zemlje, obrazuju posebnu strukturu koja je osnov sistema ekonomskih odnosa društva. Osnovu tog sistema predstavlja institucija vlasničkih odnosa, čije stanje opredeljuje karakter svih ostalih institucija sistema. Pri tome, bitno je imati u vidu da reakcija makroekonomskih varijabli na makroekonomske odluke, kojim se utiče na ekonomski život, u principu zavisi od postojećih institucija (Полтерович, 1999). Otuda i zaključak da je niska efikasnost dosadašnjih tržišnih reformi uslovljena, pre svega, lošim procenama u institucionalnim transformacijama, potcenjujući njihovu kompleksnost i opredeljenjem da se institucije dizajniraju putem preuzimanja (Кузьминов, Радаев, Яковлев & Ясин, 2005). Pogrešna su bila očekivanja da će formalnim uvođenjem tržišnih mehanizama i demokratskih institucija biti uspostavljen istinski tržišni karakter ekonomskih odnosa, samim tim i konkurencija. U suštini, uspostavljene su neefikasne institucije koje odgovaraju određenim poslovnim strukturama i korumpiranim činovnicima, povezujući ih u koruptivnu mrežu. Zbog ogromnog uticaja i održivosti neefikasnih institucija uspostavljen je sistem institucionalne zamke (neefikasne, ali ipak stabilne institucije), zbog čega nisu ni postojale mogućnosti za sprovođenje delotvornih mera kojim bi se onemogućila reprodukcija korupcije. Uspostavljene su nedovoljno kvalitetne institucija, čiji rezultat je nizak nivo efikasnosti domaće ekonomije, njena nekonkurentnost i odsustvo bilo kakve tendencije za ekonomski rast i razvoj. Pokazalo se da se reforme ne mogu svoditi samo na usvajanje paketa normativnih akata, bez odgovarajućih analiza njihovog prilagođavanja na uslove postojeće poslovne prakse.

Za prevazilaženje postojećeg stanja institucija odgovorna je država, čija je nadležnost da donosi formalne zakone, ali isto tako i da garantuje njihovo poštovanje. U zavisnosti od načina na koji će da ostvaruje ovu svoju primarnu funkciju, država će stvarati uslove koji će doprinositi povećanju efikasnosti, ili će biti prepreka tom procesu. Pri tom je potrebno imati u vidu da pored formalnih zakona, koji su ustanovljeni od strane države, postoji veći broj neformalnih pravila, koja su, sa svoje strane, pokazatelj kvaliteta i prihvatljivosti i samih formalnih pravila. Što je više dodirnih tačaka između neformalnih i formalnih pravila, što je pravac motivacije formalnih zakona i neformalnih pravila više usaglašen, to će ekonomski akteri koji funkcionišu u okviru konkurentne sredine bolje prihvatiti i poštovati institucije. Na taj način će, intenzivnim razvojem značajnih komponenti institucionalne infrastrukture, biti omogućeno značajno smanjenje transakcionih troškova u okviru različitih formi koordinacije aktivnosti ekonomskih aktera, što će se pozitivno odraziti na kreiranje konkurentskog ambijenta i na povećanje nivoa konkurentnosti. Drugim rečima, dominantan zadatak države jeste da stvara takve ekonomske uslove u kojim će tržišni subjekti biti motivisani i imati mogućnosti da stvaraju konkurentne prednosti i da ih ostvaruju u tržišnim transakcijama. Na

taj način, evolucijom ključnih principa i mehanizama ekonomske koordinacije uspostavlja se sinhronizacija poslovnih interesa preduzeća i ciljeva ekonomskog i društvenog razvoja.

Nivo nacionalne konkurentnosti, koja pokazuje uspeh ili neuspeh pojedinih industrija i poziciju zemlje u svetskoj privredi, zavisi od sposobnosti industrije da stalno uvodi i razvija inovacije. Zbog toga je obnavljanje i usavršavanje industrije kontinuirani proces, za čije uspešno odvijanje je neophdno podsticanje od strane države, zbog čega se ukazuje da država treba da ima ulogu svojevrsnog katalizatora konkurentnosti. Zapravo, ona može da vrši uticaj na sve faktore konkurentnosti, bilo pozitivno ili negativno, zbog čega je od odlučujuće važnosti da se jasno definišu prioriteti državne politike. Industrijska politika, kao jedna od značajnijih oblika ekonomske politike, spada u faktore koji na najkonkretniji način doprinose jačanju konkurentnosti nacionalne ekonomije (Авдашева & Шаститко 2003). Ciljevi održivog ekonomskog rasta ne mogu se uspešno ostvariti bez oslonca na industrijsku i konkurentsku politiku, koje se međusobno dopunjavaju. Njihov zajednički cilj je obezbeđivanje održivog ekonomskog rasta i razvoja i povećanje blagostanje građana. Istovremeno, mehanizam uticaja industrijske politike na ekonomski rast jeste podsticanje konkurentnosti domaćih proizvođača u odnosu na konkurente iz drugih zemalja. Mehanizme koji se koriste u okviru ova dva vida ekonomske politike potrebno je razmatrati kao komplementarne poluge uticaja na ekonomsko stanje zemlje. Uspešan model ekonomskog rasta ne može se ostvariti niti isključivo metodama industrijske, niti isključivo metodama konkurentne politike, već je neophodna kombinacija mehanizama svojstvenih i jednom i drugom tipu politike. Imajući u vidu aktuelno stanje industrije R. Srbije, utoliko je veći značaj brojnih ukazivanja na neophodnost reindustrijalizacije zemlje, čime bi se podigao nivo konkurentnosti nacionalne ekonomije kao i dinamičniji ekonomski rast i razvoj.

Zaključak

Konkurentnost nacionalne ekonomije predstavlja njenu sposobnost da aktivno učestvuje u međunarodnim ekonomskim odnosima i, koristeći svoje prednosti, pojačava svoju poziciju na međunarodnom tržištu i ostvaruje rast blagostanja stanovništva. Za povećanje konkurentnosti neophodno je aktivno delovanje ekonomskih subjekata (privatnih i državnih kompanija), uz racionalno korišćenje raspoloživih resursa zemlje, kao i efektivna i efikasna makroekonomska politika države. Makroekonomski, politički, pravni i društveni kontekst ekonomije predstavljaju skup regulatornih politika i institucija, kojim se stvaraju zajednički okvirni uslovi za delatnost preduzeća, pojedinaca i vlade. Navedenim skupom regulatornih politika i institucija ne stvara se uspešnost poslovanja sama po sebi, već se samo uspostavlja potencijal za ostvarivanje ekonomske uspešnosti. Zapravo, vlada i druge javne institucije ne stvaraju vrednost. Vrednost se stvara u preduzećima koja, u zavisnosti od svoje tehničko-tehnološke i organizaione osposobljenosti, proizvede konkurentne robe i usluge.

Problem utvrđivanja nivoa konkurentnosti nacionalne ekonomije i načina njenog povećanja posebno je dobio na aktuelnosti nakon globalne finansijske i ekonomske krize i značajnih promena do kojih je došlo u dinamici globalne ekonomije i privrednom razvoju velikog broja zemalja, uključujući i one koje bitno utiču na svetske ekonomske tokove. Nепrestano se traga za načinima kako da se poboljša nivo konkurentnosti, kako bi ekonomije bile efikasnije u promenljivim uslovima funkcionisanja globalne ekonomije. U svim pristupima ovom aktuelnom ekonomskom problemu ukazuje se na odlučujući značaj poslovnog ambijenta u kojem se odvijaju ekonomske aktivnosti, koji je produkt institucionalnog okruženja nacionalne ekonomije. Naime, nesporno je da je za prosperitet nacionalne ekonomije od prvorazredne važnosti da se unapređuje konkurentnost, za šta je neophodan povoljan poslovni ambijent. Atraktivnost poslovnog okruženja utoliko je

značajnija jer ono direktno utiče na produktivnost kompanija, samim tim i na njihovu konkurentnost.

Shodno navedenom, zadatak države je da stvara atraktivnu poslovnu klimu na svojoj teritoriji kako bi preduzeća, kao stvaraoci vrednosti, bila motivisana za pokretanje i organizaciju onih oblika aktivnosti koje će unaprediti nivo produktivnosti. Zbog toga je stvaranje povoljnog poslovnog ambijenta primarni cilj svake države, a u zavisnosti od toga kako se država odaziva na isti biće opredeljen nivo konkurentnosti i uspešnosti nacionalne ekonomije. U radu je potvrđena postavljena hipoteza da kvalitetne i efikasne institucije, stvaranjem povoljnog poslovnog ambijenta, odlučujuće utiču na unapređivanje konkurentnosti i ekonomske uspešnosti nacionalne ekonomije. Zaključci formulisani na osnovu istraživanja u ovom radu mogu biti od koristi kreatorima konkurentne politike i institucionalnog okruženja u privredi Republike Srbije.

S obzirom na nivo razvijenosti privrede u većini zemalja u tranziciji, kao i u Srbiji, ključni elementi unapređenja konkurentnosti su institucionalni ambijent i preduzetnički potencijal. Stvaranjem stabilnih i konzistentnih institucija, uspostaviće se uslovi pozitivne motivacije za preduzetničku delatnost, inovativnost, štednju i investicije. Zbog toga je neophodno kreiranje institucionalnih i sistemskih preduslova koji će biti podsticajni za unapređenje konkurentnog poslovanja, kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu, a ono će snagom svoje nužnosti, na objektivan način, verifikovati uspešnost poslovanja. Time značaj institucionalnog okruženja za unapređivanje konkurentnosti i ekonomske uspešnosti čini aktuelnim za sve faze i uslove privređivanja, zbog čega će biti predmet i budućih istraživanja.

Reference

1. Asemoglu, D. i Robinson, Dž. A. (2014). Zašto narodi propadaju: poreklo moći, prosperiteta i siromaštva. Beograd, Srbija: Clio.
2. Авдашева, С., Шаститко, А. (2003). Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России. *Вопросы экономики*, 9, 18-32.
3. Djankov, S., Glaeser, E., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F. & Shleifer, A. (2003). The new comparative economics. *Journal of Comparative Economics*, 31(4).
4. Jakopin, E. (2013). Institucionalne performanse konkurentnosti privrede Republike Srbije. U V. Leković (Ur.). *Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Srbije* (str. 3-21). Kragujevac, Srbija: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
5. Krugman, P. (1996). Making Sense of the Competitiveness Debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3), 17-25.
6. Кузнецов, Б. (2005). Гипотеза синергетического рынка в свете феноменологической теории фазовых переходов Л. Ландау. *Вопросы экономики*, 8, 48-53.
7. Кузьминов, Я., Радаев, В., Яковлев, А, и Ясин, Е. (2005). Институты: от заимствования к выращиванию. *Вопросы экономики*, 5, 5-27.
8. Lekovic, V. (2012). Trust as an institutional factor of economic success. *Economic Horizons*, 14(2), 65-78, doi:10.5937/ekonhor1202063L
9. Lekovic, V. (2013). Importance of institutions in terms of competitiveness improvement and economic success. *Ekonomika preduzeća*, 65(5-6), 386-400.
10. Madžar, Lj. (2013). Institutional dynamics as a determinant of economic development - with reference to China. *Ekonomika preduzeća*, 60(3-4), 163-173.
11. Mitrović, B., Stefanović, Z. (2007). Институционалне претпоставке повећања конкурентности привреде Србије. *ТЕМЕ*, 31(2), 263-272.
12. Mroczkowski, T. (2012). *New Pleyers in Life Science Innovation: Best Pactice in Reseach and Development from Araound the World*. FT Press Upper Saddle River, New Jersey.
13. North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge.

14. North, D. C. (1994). Economic performance through time. *American Economic Review*, 84(3), 359-368.
15. Полтерович, В. (1999). Институциональные ловушки и экономические реформы. *Экономика и математические методы*, 35(2), 1-37.
16. Porter, M. (2000). Location, Competitiopn and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quaterly*, 14(1), 15-34.
17. Porter, M. E. (2008). *O konkurenciji*. Beograd, Srbija: Fakultet za ekonomiju, finansije i menadžment.
18. Радыгин, А., Энтов, Р., 2008. В поисках институциональных характеристик экономического роста. *Вопросы экономики*, No 8, стр. 16.
19. Rodrik, D. (2001). Development Strategies for the 21st Century. In B. Pleskovic, and S. Nicholas (Eds) *Annual World Bank Conference on Development Economics 2000*. Washington DC: World Bank, 2001.
20. World Economic Forum, *The Global Competitiveness Report* (godišta: 2006/2007; 2010/2011; 2011/2012; 2012/2013; 2013/2014; 2014/2015; 2015/2016).

UTICAJ OLIGOPOLSKIH STRUKTURA NA KONKURENTNOST PRIVREDE SRBIJE

Dr Milan Kostić*

Dr Ljiljana Maksimović

Apstrakt: U radu se razmatra pitanje da li na konkurentnost privrede utiče oligopolizacija tržišta, ili je ona proizvod uticaja i drugih faktora? Analizom jednog sektora zaključeno je da uticaj oligopolizacije postoji ali da nije značajan, i da konkurentnost privrede zavisi od drugih faktora vezanih za sam privredni ambijent. Republika Srbija, kao i ostale zemlje Zapadnog Balkana, ima nižu konkurentnost pre svega zbog toga što ne poseduje proizvode koji su konkurentni na stranim tržištima, pa izvoz čini oko polovine vrednosti uvoza, što dovodi do visokog i rastućeg trgovinskog deficita. Spor proces industrijskog restrukturiranja dovodi do nedovoljnog rasta izvoza i do spore integracije u svetsku ekonomiju. U tom segmentu se vidi prostor za poboljšanje konkurentnosti domaće ekonomije. U tom kontekstu važno je podsticanje konkurencije na mikro i mezo nivo, jer bez toga nema ni bolje konkurentnosti na makro nivo. Međutim, politika podsticanja konkurencije treba da bude praćena i adekvatnom industrijskom politikom, koja treba da preokrene privredne tokove u smislu zaustavljanja industrijske devastacije i pokretanja izvozno orjentisane proizvodnje.

Ključne reči: oligopolizacija tržišta, industrijska devastacija, konkurentnost.

Uvod

Oligopol je jedna od najrasprostranjenijih tržišnih struktura u savremenoj privredi. Predstavlja stanje u kome postoji mali broj učesnika na strani ponude i veliki broj učesnika na strani tražnje. U realnom privrednom životu postoji i suprotna situacija, oligopson, kada u grani posluje veliki broj prodavaca, čije proizvode kupuje manji broj kupaca.

Na većini oligopolskih tržišta kompanije dugoročno zarađuju velike profite, jer barijere ulaska otežavaju, a često i onemogućavaju ulazak novih kompanija (Carlton and Perloff, 2005). Primeri ovakvih industrija na globalnom nivou jesu automobilska industrija, proizvodnja i prerada nafte, industrija računara i sl. Najčešće ulazne barijere jesu: ekonomija obima; velika ulaganja u patente i nove tehnologije; neophodnost posedovanja velike količine sredstava kako bi se stvorila poznata marka proizvoda i sl. Ovoj grupi ekonomskih barijera treba dodati i institucionalne i političke barijere, koje sve zajedno čine grupu strukturalnih barijera. Na ove barijere ne utiču same kompanije već su one proizvod karakteristika grane i tržišta na kome se posluje, prirode proizvodnje i državne regulative. Pored njih za oligopolska tržišta su karakteristične i strateške barijere koje su proizvod strateških akcija postojećih kompanija usmerenih na otežavanje ili potpuno sprečavanje ulaska novih konkurenata. Jedna od takvih barijera je i pretnja snižavanjem cena proizvoda, koja obeshrabruje ulazak novih konkurenata i čini ga neisplativim.

Upravljanje oligopolskim preduzećima je veoma komplikovano. Određivanje cena, nivoa proizvodnje, donošenje odluka o oglašavanju i investicijama, uključuje značajno strateško promišljanje, jer akcije kompanija utiču na poslovanje konkurenata i izazivaju njihovu reakciju. Svako preduzeće mora pažljivo da sagleda kako će njegove odluke i akcije uticati na konkurente i kakva će biti njihova reakcija (Pindyck and Rubinfeld, 2005). Kada

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mkostic@kg.ac.rs

donosi poslovnu odluku, kompanija mora da pretpostavi da su njeni konkurenti jednako razumni, inteligentni i racionalni kao i ona sama. Skoro uvek je neophodno da se kompanija stavi u položaj konkurenata, kako bi iz njihove perspektive sagledala stanje na tržištu i procenila njihove reakcije.

Bitna karakteristika oligopolskog tržišta jeste orijentacija ka zatvaranju tržišta i sprečavanju ulaska novih konkurenata. To znači da su kompanije usmerene na ovladavanje domaćim tržištem što može da uspori razvoj konkurentskog potencijala države u kojoj posluju. Dešava se da se kapaciteti ne usmeravaju na povećanje izvoza, već na zatvaranje tržišta i smanjenje proizvodnje kako bi se kroz povećanje cene ostvario veći profit. Kompanije ponekad vide veću mogućnost za zaradu na domaćem nego na inostranom tržištu. Posledično, transnacionalne korporacije (TNK) kupovinom domaćih kompanija kupuju domaće tržište bez namere da od preuzetih kompanija naprave izvozno orjentisana preduzeća.

Važnu dimenziju oligopolizaciji tržišta daje globalizacija svetske privrede, podstaknuta smanjivanjem transportnih troškova, dinamičnim razvojem informacionih tehnologija i uklanjanjem prepreka između zemalja za protok robe, novca i ljudi. Savremeni oligopoli mogu da organizuju proizvodnju velikog obima u onom delu sveta gde je proizvodnja najjeftinija i da ostvaruju koristi od ekonomije obima, a da pritom prodaju male količine proizvoda na brojnim tržištima.

Oligopoli koji ostvaruju ekonomiju obima i velike profite na globalnom tržištu, mogu ući u granu u pojedinim nacionalnim privredama a da pritom ne moraju da ostvare veliko tržišno učešće i ne moraju da spuštaju cenu proizvoda. Male domaće kompanije koje su ranije bile zaštićene carinskom politikom, uklanjanjem tih prepreka bivaju izložene oštroj međunarodnoj konkurenciji i teško opstaju. Veća konkurencija i dolazak oligopola koji imaju niske troškove zbog ekonomije obima, snižavaju cenu i profite domaćih kompanija u određenoj grani. Kako oligopoli najčešće imaju globalnu strategiju (najčešće strategiju globalnog šaha), dešava se da istovremeno nekoliko oligopolskih kompanija uđe u granu i da potisnu iz grane domaće kompanije koje imaju više troškove. Potom najčešće sledi oligopolsko dogovaranje o povećanju cena i obima proizvodnje, o diverzifikaciji proizvoda, čime se vrši kartelizacija grane. Tržišno stanje u industriji cementa, duvana, piva, mleka, i u nekim drugim granama u privredi Republike Srbije upravo ilustruje takvu globalnu strategiju oligopolskih kompanija.

U radu će se analizirati uticaj oligopolizacije na konkurentnost privrede Republike Srbije. Pri tome se mora ukazati na neka ograničenja istraživanja: brojne industrijske grane u privredi Srbije su u procesu dvadesetogodišnje tranzicije devastirane, tako da privredu odlikuju fundamentalne strukturne slabosti; u industrijama u kojima je uspešno sprovedena privatizacija (industrija cementa, piva, duvana, obojenih metala i druge), privatizovane kompanije su postale filijale globalnih transnacionalnih kompanija, koje realizuju svoje globalne strategije na svetskom tržištu. U uslovima devastirane privredne strukture analiza je mogla da se sprovede za one industrije u koje su ušli globalni oligopoli. U ovom radu će se analizirati uticaj oligopolizacije na konkurentnost privrede samo u industriji piva, dok će analiza drugih industrija biti predmet budućih istraživanja. Rad je pokušao da odgovori na pitanje, da li na konkurentnost privrede utiče oligopolizacija tržišta, ili je ona proizvod uticaja i drugih faktora?

U radu se polazi od sledećih hipoteza: a) oligopolizacija pojedinih industrija u privredi Srbije ne umanjuje njenu konkurentnost; b) konkurentnost privrede Srbije određena je strukturnim slabostima privrede pre nego oligopolskom tržišnom strukturom.

Analiza uticaja oligopolske tržišne strukture na konkurentski potencijal industrije piva i posledično na konkurentnost privrede Srbije biće izvršena poređenjem kretanja pokazatelja koncentracije, konkretno Herfindal-Hiršmanovog indeksa, sa jedne strane i kretanja obima izvoza i njegovog učešća u ukupnom obimu proizvodnje. Zatim će zaključci izneti u empirijskom istraživanju bili suprotstavljeni stavovima pojedinih autora koji su problem nekonkurentnosti privrede videli pre svega u devastaciji domaće industrije. Podaci na osnovu kojih je izvršeno istraživanje preuzeti su iz publikacija Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije, Ministarstva finansija Republike Srbije, kao i sa sajta Agencije za privredne registre Republike Srbije i podataka dobijenih po posebnim zahtevima od ove agencije (DB BD 16575/2009 od 02.03.2010. godine. i BON 12705/2012 od 28.08.2012. godine).

Teorijske osnove i klasifikacija oligopolskih tržišnih struktura prema nivou koncentracije ponude

Pitanje efikasnosti tržišnih struktura zaokupljalo je pažnju brojnih ekonomista koji su se bavili mikroekonomskim pitanjima. Ekonomska analiza teoretičara koji su se bavili tržišnim strukturama, pokazivala je da su konkurentna tržišta efikasnija od monopoliziranih, što je upućivalo na potrebu ograničavanja moći monopola. Ograničavanje monopolske moći kompanija institucionalizovano je donošenjem antimonopolskih zakona, od Šermanovog zakona iz 1910. god. u SAD-u do politike konkurencije koju danas sprovodi Evropska unija pomoću Evropske komisije.

Galbrajt (1995, str.121) navodi da antimonopolski zakoni nisu imali mnogo uticaja na koncentraciju privredne aktivnosti. Iako je antimonopolska politika bila značajno razvijenija u SAD-u u odnosu na evropske zemlje, ne postoji osnova za uverenje da se razvoj u SAD-u razlikovao od razvoja tih zemalja. Naime, ništa nije moglo da osujeti dinamiku industrijske koncentracije. Koncentracija proizvodnje u SAD-u bila je slična stepenu koncentracije u drugim industrijski razvijenim zemljama i pored razvijene antimonopolske politike

Razvoj tehnologije u oblasti proizvodnje, transporta, telekomunikacija, razvoj finansijskih tržišta, internacionalizacija proizvodnje i strategija multinacionalnih kompanija, doveli su do stvaranja globalnih tržišta, u kojima dominiraju ekonomski snažne transnacionalne kompanije. Kompanije u brojnim industrijama, zahvaljujući koncentraciji i centralizaciji kapitala, postale su glavni akteri svetske privrede. Svetska privreda je postala u velikoj meri oligopolistička, u kojoj je novim kompanijama značajno otežan ili pak onemogućen ulazak u brojne industrije. Ukupnjavanje i prestrukturiranje kompanija putem merdžera i akvizicija, i pored povremenih intervencija antimonopolskog zakonodavstva, jeste nezaustavljiv proces. Visoko koncentrisana tržišta, u kojima dominiraju kompanije sa oligopolskom moći, obezbeđuju rast konkurentnosti na svetskom nivou: porast produktivnosti, inovativnosti, proizvodnje i izvoza.

Danas ekonomski najrazvijenije zemlje ostvaruju najveće učešće u svetskom izvozu upravo zahvaljujući velikoj koncentraciji ponude u vodećim granama industrije. Povremeno kažnjavanje oligopolskih i monopolskih kompanija i kartela zbog ograničavanja konkurencije ne može da zaustavi proces rasta koncentracije ponude.

Postavlja se pitanje da li u maloj, nerazvijenoj zemlji kao što je Srbija, sa devastiranom industrijom, neefikasnom privrednom strukturom, koncentracija ponude u industrijama koje su opstale u procesu tranzicije utiče na konkurentnost privrede i obim izvoz?

U zavisnosti od karakteristika proizvoda koji se prodaju na oligopolskom tržištu, kao i strategija koje sprovode kompanije, postoje različiti pristupi klasifikaciji oligopolskih tržišnih

struktura. Ipak, za analizu uticaja oligopolske tržišne strukture na konkurentnost privrede od posebnog značaja je klasifikacija zasnovana na raspodeli tržišnog učešća između kompanija. Sa tog stanovišta oligopole možemo podeliti na (Savić, 1993): oligopole sa dominantnom firmom, čvrste oligopole i labave oligopole. Razlika između ovih tržišnih struktura prikazana je u tabeli 1.

Tabela 1: Klasifikacija oligopolske tržišne strukture

Tip oligopola	Dominantna firma	Čvrst oligopol	Labav oligopol
Karakteristike			
Broj prodavaca	Malo, sa jednim dominantnim	Nekoliko dominantnih	Nekoliko
Broj kupaca	Mnogo	Mnogo	Mnogo
Proizvodna diferencijacija	Jedan proizvod, nema bliskih supstituta (automobili, cigarete, proizvodnja aviona itd.)	Proizvode homogene ili diferencirane proizvode (bakar, aluminijum, lokalne banke, knjižare itd.)	Proizvode identične ili diferencirane proizvode (nameštaj, male mašinske fabrike itd.)
Barijere za ulazak	Postoje barijere	Mogu biti značajne	Mogu biti prisutne
Uticaj na cene	Diktira cenu jedna firma	Skroman, saradnja pri utvrđivanju cena	Skroman, sporazumevanje praktično nemoguće
Nivo cena	P > MC	P > MC	P > MC
Nivo profita u ravnoteži	Višak profita	Višak profita	Višak profita
Učešće na tržištu	Jedna firma ima preko 40%	Četiri vodeće firme imaju od 40 do 60%	Četiri vodeće firme imaju do 40%

Izvor: Savić, N., (1993), *Mikroekonomija, tranzicija u tržišnu privredu*, Ekonomski institut, Beograd, str. 152.

Kod oligopola sa dominantnom firmom jedna firma ima preko 40% tržišnog učešća. Ona posluje slično čistom monopolu i samostalno donosi odluke o maksimizaciji profita, jer konkurencija manjih preduzeća nije delotvorna. Primeri ovih firmi na tržištu su: Procter & Gamble u proizvodnji deterdženata; General Electric u proizvodnji avionskih motora, Wall Street Journal na tržištu poslovnih novina SAD; Boeing u vazduhoplovnoj industriji; Gillette na tržištu brijača, žileta i ostalih proizvoda za održavanje higijene i sl. Tako je, procenjuje se da npr. Hewlett-Packard drži oko 59% globalne prodaje laserskih štampača (Carlton & Perloff, 2005). U Srbiji ovakva struktura je karakteristična za proizvodnju i preradu mleka i mlečnih proizvoda. Investicioni fond Salford je kroz kupovinu ili dokapitalizaciju u toku 2003. i 2004. godine postao većinski vlasnik 5 mlekara i to „Imleka” iz Beograda, „Novosadske mlekare”, „Mlekare Subotica”, mlekare „Impaz” iz Zaječara i „Mlekare Zemun”, tako da drži između 50% i 60% ukupnog otkupa i prerade mleka i slično učešće u proizvodnji mlečnih proizvoda (Stojanović, 2006).

Čvrsti oligopol je tržišno stanje gde četiri vodeće firme imaju između 40 i 60% tržišnog učešća. Na ovom tržištu je zbog visokog stepena koncentracije tržišta, verovatnoća dogovaranja između kompanija i stvaranja kartela izuzetno velika. Razlog za to leži u činjenici da visoka koncentracija podrazumeva manji broj firmi koje ne žele da vode rat cena i koje ostvaruju visoke profite dogovaranjem o obimu proizvodnje, o visini cene, o diversifikaciji proizvoda. Najčešći čvrsti oligopoli se nalaze u proizvodnji cigareta, piva, bezalkoholnih pića i sl. o čemu svedoči i stanje u navedenim industrijama u Republici Srbiji.

Labavi oligopol je tržišno stanje gde četiri vodeće firme na tržištu imaju do 40% tržišnog učešća. Ova tržišna struktura je vrlo bliska monopolističkoj konkurenciji. Čvrstih dogovora između konkurenata nema, a i kada ih ima oni ne ugrožavaju konkurenciju niti ulazak novih kompanija u određenu industriju.

Navedeni pristup klasifikaciji svoj logičan nastavak ima u proceni nivoa koncentracije na tržištu za šta se koriste neki od konvencionalnih pokazatelja koncentracije, kao što su: Racio koncentracije četiri vodeće firme (CR_4), Herfindal-Hiršmanov indeks, Lorencova krive, Džini koeficijent, Indeks entropije i sl.

U istraživanju će biti korišćen Herfindal-Hiršmanov indeks, jer je sveobuhvatan i relativno jednostavan za korišćenje i tumačenje. Ovaj indeks predstavlja zbir kvadrata tržišnih učešća svih firmi koje konkurišu na tržištu. Kao takav je mnogo kvalitetniji pokazatelj u odnosu na druge indekse, jer uključuje sve firme pridajući najveći značaj upravo onim sa najvećim tržišnim učešćem (Piloff & Rhoades, 2002). Formula za utvrđivanje ovog pokazatelja ima sledeći oblik (Lipczynski, Wilson and Goddard, 2009).

$$HHI = \sum_{i=1}^n (s_i^2)$$

pri čemu je s_i tržišno učešće i -tog preduzeća.

Vrednost indikatora se kreće od 0 do 10.000. Ako je broj bliži 0 to govori da se radi o tržištu koje se približava potpunoj konkurenciji, dok kada se vrednost približava 10.000 to govori o tržištu koje se približava monopolu. U tabeli 2 prikazane su referentne vrednosti za određene nivoe koncentracije koje su date od strane Ministarstva pravde i Federalne trgovinske komisije SAD. (U.S. Department of Justice and U.S. Federal Trade Commission)

Tabela 2: Referentne vrednosti HH indeksa

Vrednosti HH indeksa	Nivo koncentracije ponude
HHI manje od 1500	Nekoncentrisano tržište
HHI između 1500 i 2500	Umereno koncentrisano tržište
HHI above 2.500	Visoko koncentrisano tržište

*Izvor: U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission, (2010),
Horizontal Merger Guidelines.*

Veća pažnja ovom pokazatelju koncentracije data je tek od sredine 80-ih godina dvadesetog veka, kada je Federalna trgovinska komisija i Ministarstvo pravde SAD počelo da upotrebljava ovaj indeks za evaluaciju merdžera. U regulativi SAD postoje određena pravila za tumačenje ovog indeksa, tako da svaka promena do 100 poena se ne tretira kao ozbiljna, dok svaka promena od 100 i više poena zahteva analizu. Ozbiljnost analize zavisi pre svega od početnog nivo koncentracije, pa kada je u pitanju situacija umerene ili visoke koncentracije, povećanje od 100 i više poena zahteva potrebu za detaljnijom analizom posledica ovakve promene (Kostić, 2015).

Odnos nivoa koncentracije i konkurentnosti sektora – primer industrije piva Srbije

Srpsko tržište je karakteristično po tome što je i u geografskom i u apsorpcionom smislu relativno malo pa iz tog razloga nije imuno na visok nivo koncentracije. Ograničavanju tržišta dodatno doprinose i strane kompanije koje svoje globalne strategije ostvaruju i ulaskom na tržište Srbije. Ono što je karakteristično za Srbiju jeste činjenica da su tržišta Srbije pretežno oligopolska sa jednom dominantom firmom ili sa čvrstim oblikom oligopola. Kako bi se procenio uticaj koncentracije tržišta na konkurentnost sektora, pa samim tim i privrede Srbije, uzet je primer tržište piva.

Tržište piva Srbije se može okarakterisati kao tipično oligopolsko tržište na kome postoji jedna dominantna firma, Apatinska pivara, sa tržišnim učešćem u 2014. godini od 44,75%. Na tržištu postoji jedna firma veliki sledbenik sa tržišnim učešćem od oko 30%,

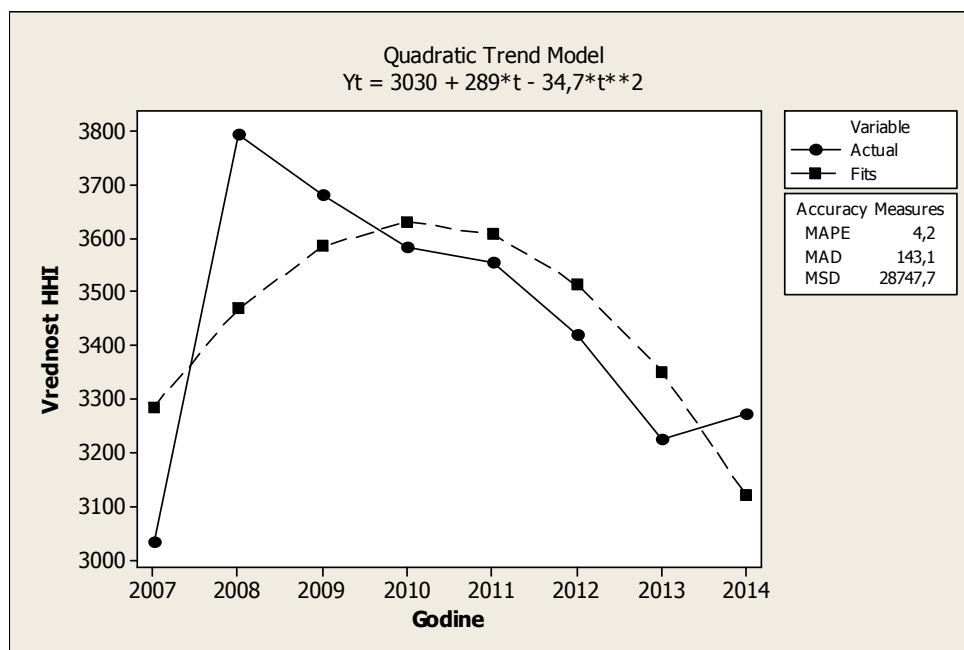
Carlsberg Srbija iz Čelareva i jedna firma osrednji sledbenik sa tržišnim učešćem od 17,14%, Ujedinjene srpske pivare sa sedištem u Zaječaru. Ujedinjene srpske pivare je kompanija nastala povezivanjem Pivare Novi Sad, Pivare Pančevo i Pivare Zaječar. Takođe, na tržištu postoje i mali broj malih sledbenika među kojim se izdvaja BIP iz Beograda sa tržišnim učešćem od oko 4%. Uz BIP u ovoj grupi su i Valjevska pivara sa učešćem u 2014. godini od 1,71% i Jagodinska pivara sa učešćem u istoj godini od 1,07%. Grupi „velikih“ pivara pripadaju i pivare u nestajanju, koje su zbog loše privatizacije ili potpuno nestale ili su u stečajnom postupku, a to su Vršačka, Bečejska, Niška i Zrenjaninska pivara. U tabeli 3 se može videti kretanje vrednosti HH indeksa za tržište piva Srbije u periodu od 2007. do 2014. godine.

Tabela 3: Vrednost HHI za tržište piva Srbije u periodu 2007- 2014. godina

Godina	Vrednost HHI
2007	3033
2008	3792
2009	3681
2010	3582
2011	3555
2012	3419
2013	3225
2014	3272

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu podataka Agencije za privredne registre

Slika 1: Trend kretanja vrednosti HHI na tržištu piva Srbije u period od 2007. do 2014.



Izvor: Kalkulacija autora

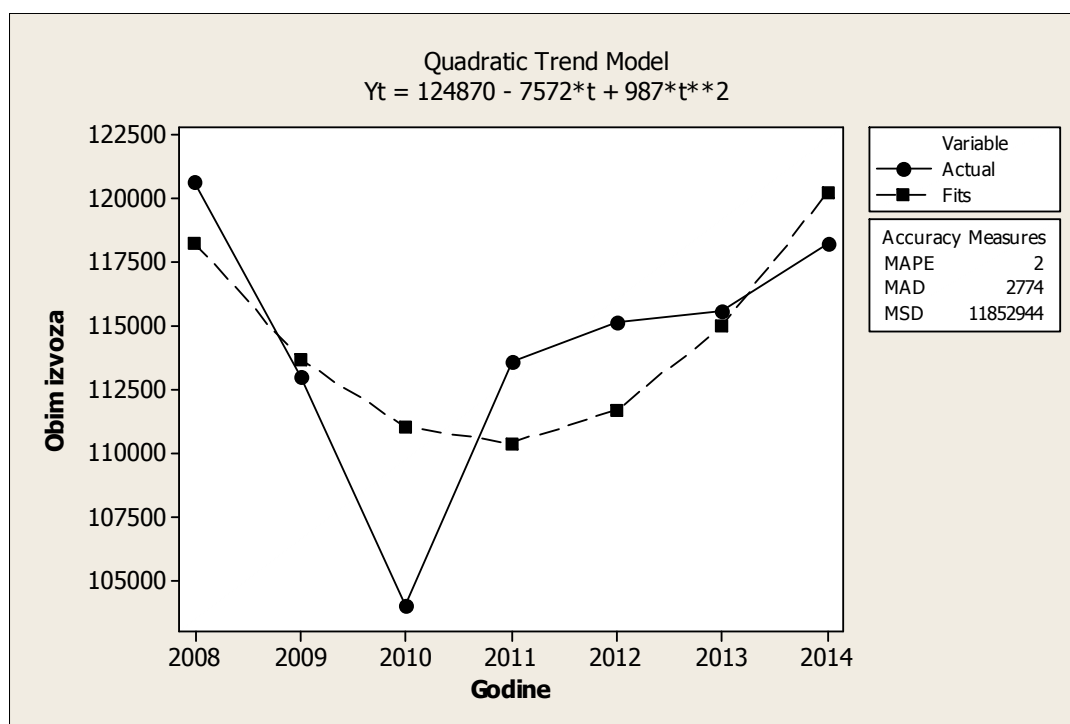
Može se zaključiti da je u početku došlo do rasta, a kasnije do opadanja vrednosti HH indeksa. Opadanje vrednosti HH indeksa traje od 2008. godine do danas, ali je i dalje iznad 3000 poena, što ukazuje na visok nivo koncentracije. U nastavku analize upoređeno je kretanje ovog indeksa sa obimom izvoza i njegovim učešćem u ukupnom obimu proizvodnje.

Tabela 4: Proizvodnja i izvoz piva u Srbiji u periodu 2007-2014. godina

Godina	Proizvodnja u 000 hl	Izvoz u hl	Procenat izvoza u ukupnoj proizvodnji
2007	5462	-	-
2008	5496	120674,2	2.20%
2009	5328	113031,0	2.12%
2010	5206	103961,7	2.00%
2011	6451	113591,4	1.76%
2012	6547	115173,1	1.76%
2013	5321	115624,6	2.17%
2014	5229	118268,6	2.26%

Izvor: Podaci dobijeni iz Statističkih godišnjaka 2007-2014 i Mesečnih statističkih biltena oktobar 2009 - oktobar 2015

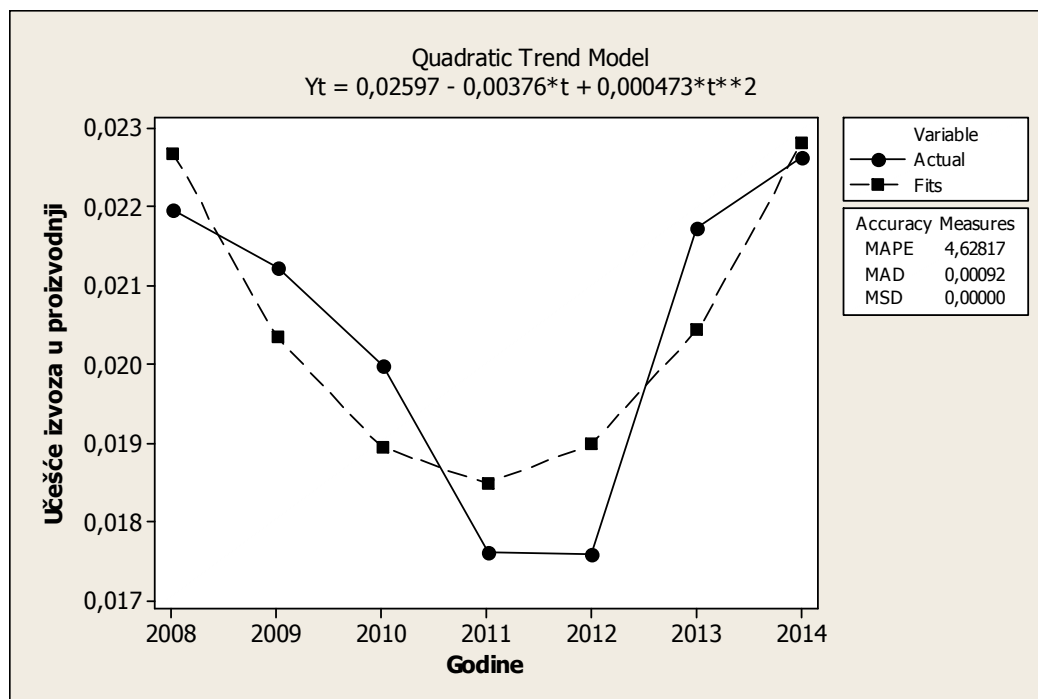
Slika 2: Trend kretanja obima izvoza piva u hektolitrima u period od 2008. do 2014. godine



Izvor: Kalkulacija autora

Kao što se sa slike 2 može videti u periodu od 2011. godine do danas neprekidno raste obim izvoza piva iz Srbije. Ovaj trend u svom većem delu koincidira sa trendom pada vrednosti HHI, što govori da iako je u pitanju tržište koje je visoko koncentrisano, ipak pad nivoa koncentracije se može povezati sa rastom obima izvoza. Slična situacija je i sa učešćem izvoza u ukupnom obimu proizvodnje (slika 3)

Slika 3: Trend kretanja učešća izvoza u ukupnoj proizvodnji piva u Srbiji u period od 2008. do 2014. godine



Izvor: Kalkulacija autora

Može se zaključiti da se na tržištu piva blago snižava nivo koncentracije i da se povećava obim izvoza i njegovo učešće u ukupnom obimu proizvodnje. To bi trebalo da znači da bolji uslovi konkurencije čine da sektor postane konkurentniji i na međunarodnom nivou. Veća konkurencija bi trebalo da obezbedi povećanje izvoza što posledično podiže konkurentnost domaće ekonomije. Suprotno ovome, može se zaključiti da bi povećanje koncentracije trebalo da prati smanjenje izvoza i njegovog učešća u ukupnoj proizvodnji. Domaće tržište usled veće ograničenosti postaje zatvorenije, a privredni subjekti povećanje profita vide pre svega u prodaji proizvoda na domaćem tržištu. Takva situacija slabi konkurentski potencijal domaće ekonomije. Napred data analiza govori o trendu padu vrednosti HHI, ali i o tome da je taj trend izuzetno blag, i u proseku je ispod 100 poena. Takođe, vrednost indeksa je sve vreme nešto iznad 3000 poena, koja je donja granica veće koncentracije, što upućuje na to da uzroke konkurentnosti, odnosno nekonkurentnosti privrede treba tražiti pre svega u samom privrednom ambijentu.

Nekonkurentnost privrede Srbije može se posmatrati na mikro (kompanijskom), mezo (granskom) i makro nivou. U skladu sa glavnim predmetom istraživanja ovog rada dovoljno je da se analizira uspešnost u međunarodnoj trgovini, odnosno sposobnost privrede da na svetskom tržištu valorizuje svoju proizvodnju.

Tabela 5. Spoljnotrgovinska razmena Republike Srbije u periodu 2005-2015. u mil. EUR

Godina	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Izvoz	3608,3	5102,5	6432,2	7428,8	5961,3	7393,4	8441,4	8738,9	10996,7	11158,5	10052,2
Uvoz	8434,2	10460,7	13808,4	16283,0	11327,0	12423,5	14250,0	14716,7	15469,0	15496,6	13536,6
Saldo	-4825,9	-5358,2	-7376,2	-8854,2	-5365,7	-5030,1	-5808,6	-5977,9	-4472,3	-4338,1	-3484,4

<http://www.mfin.gov.rs/pages/article.php?id=11901>, preuzeto 22.01.2016. godine

Slika 4. Spoljnotrgovinska razmena Republike Srbije u periodu 2005-2015. god.

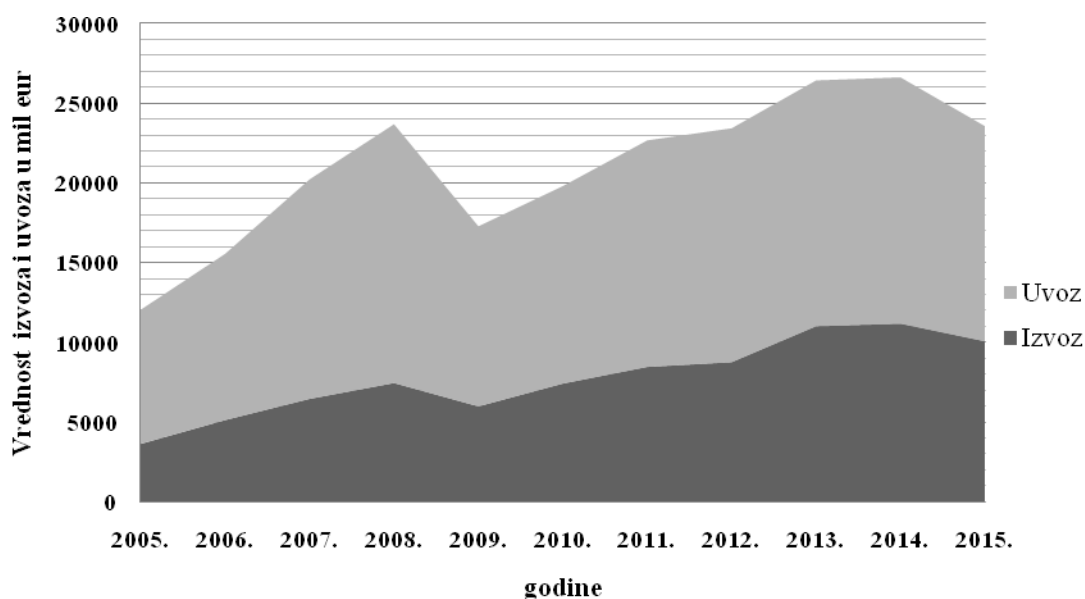


Tabela 5 i slika 4 (Spoljnotrgovinska razmena Republike Srbije u periodu 2004-2015), pokazuje stagnaciju izvoza, koja se ne može pripisati oligopolizaciji industrija koje su preživele tranziciju, već, kako to ističe i Estrin (Estrin, Uvalić, 2015, str.16-20) za sve zemlje Zapadnog Balkana, uključujući i Srbiju, strukturnim slabostima privrede. Oni ističu da ta grupa zemalja nema proizvode koji su konkurentni na stranim tržištima, da izvoz čini oko polovine vrednosti uvoza, dovodeći do visokog i rastućeg trgovinskog deficita.

Spor proces industrijskog restrukturiranja dovodi do nedovoljnog rasta izvoza i do spore integracije u svetsku ekonomiju. Uvalić navodi da su sve zemlje Zapadnog Balkana u 2012. godini (izuzev Makedonije) imale učešće izvoza u GDP ispod 50%. Ove zemlje su iskusile preuranjene strukturne promene u pravcu ekstremne deindustrijalizacije, odnosno brzu ekspanziju usluga i devastiranje industrije i poljoprivrede. Deindustrijalizacija je započela u svim tranzicionim privredama od 1990. godine, ali je u zemljama Zapadnog Balkana nastavljena i posle 2000. godine do danas. Danas privrede Zapadnog Balkana karakteriše razvijen uslužni sektor, prvenstveno usmeren na lokalno tržište, i nerazvijena proizvodnja sa veoma niskim učešćem dodate vrednosti. Uvalić navodi da je to učešće dodate vrednosti u proizvodnji u 2012. godini u zemljama Zapadnog Balkana u proseku iznosilo 12%, što je značajno manje nego u zemljama članicama EU. I struktura stranih investicija u velikoj meri doprinosi takvim strukturnim promenama. Naime, oko 2/3 stranih investicija odlazi u sektor usluga: bankarstvo, telekomunikacije, trgovinu.

Ograničenja empirijskog istraživanja

Važno ograničenje istraživanja jeste analiza koncentracije ponude samo u jednoj industrijskoj grani, koja nije mogla da pruži sveobuhvatnu sliku o uticaju oligopolizacije tržišta na konkurentnost privrede Srbije. Buduća analiza kretanja koncentracije ponude i trenda izvoza i u drugim industrijama pružila bi jasniju sliku o tome u kojoj meri postoji korelacija između stepena oligopolizacije u industrijama i njihovog izvoza. Međutim, i tada bi trebalo uzeti u obzir globalnu strategiju transnacionalnih kompanija. Naime, TNK predstavljaju zatvorene nadnacionalne sisteme koji imaju sopstvene profitne interese i u kojima su povezane filijale koje mogu biti locirane u brojnim zemljama širom sveta.

Maksimizacija profita na globalnom nivou često dovodi do smanjivanja proizvodnje u nekim pogonima i povećanja proizvodnje u drugim pogonima.

Drugo ograničenje jeste strukturalna slabost privrede Republike Srbije, koja je u velikoj meri posledica neefikasnosti procesa tranzicije i deindustrijalizacije privrede. Industrije koje su opstale u procesu privatizacije nisu propulzivne i nisu nosioci privrednog razvoja.

Zaključna razmatranja

Analiza koju smo izvršili za jednu oligopolsku industriju navodi na zaključak da ograničavanje konkurencije može da utiče na konkurentnost industrije. To ne mora kod svakog sektora da izazove smanjenje izvoza, ali može da smanji učešća izvoza u ukupnoj proizvodnji. Država, ako želi da poveća konkurentnost na makro nivou, mora da poboljša uslove konkurencije na mikro i mezo nivou. Podsticanje konkurencije na domaćem tržištu podstiče i konkurentnost domaće privrede na inostranom tržištu. Naravno, podsticanje konkurencije na domaćem tržištu ne bi trebalo da sprečava ukрупnjavanje kapitala i stvaranje regionalnih lidera. Ono što treba da spreči jeste nekonkurentno ponašanje firmi koje može da oslabi konkurentsku poziciju sektora i cele domaće ekonomije.

Drugo što treba da sprovede država koja je neefikasno obavila tranziciju privrede, jeste da se fokusira na industrijsku politiku. Glavni cilj industrijske politike treba da bude reindustrijalizacija značajno deindustrijalizovane privrede. To bi se moglo ostvariti pomoću mera koje bi pomogle razvoj novih industrija i jačanje onih sektora koji danas najviše doprinose izvozu. Brojne zemlje su primer da vlade igraju ključnu ulogu u sprovođenju strukturalnih promena, unapređenju određenih sektora i ekonomskoj diverzifikaciji. Kreatori politike i u Srbiji i u zemljama Zapadnog Balkana preterano se oslanjaju na strane investitore očekujući da oni sprovedu te važne ciljeve restrukturiranja privrede, i potcenjuju značaj domaćih politika. Iskustvo zemalja u tranziciji pokazuje da strane direktne investicije samo sporadično doprinose industrijskom restrukturiranju i rastu konkurentnosti.

Tvrđnja D. Rodrika (Rodrik, 2011, str.35), da tržišta nisu samostvarajuća, samoregulišića, samostabilizirajuća, niti samolegitimirajuća; da svaka tržišna privreda koja dobro funkcioniše, spaja državu i tržište, *laissez-faire* i intervenciju; da efikasna kombinacija zavisi od preferencija svake zemlje, njenog međunarodnog položaja i njene istorijske putanje i da nijedna zemlja još nije uspela da dokuči kako da se razvije bez dodeljivanja značajne odgovornosti svom javnom sektoru, može se primeniti na tržište i privredu Republike Srbije.

Reference

1. Agencija za privredne registre Republike Srbije. (n.d.). Preuzeto 12. 20. 2015 sa stranice <http://pretraga2.apr.gov.rs/ObjedinjenePretrage/Search/Search>
2. Agencije za privredne registre Republike Srbije. podaci dobijeni po zahtevu BD 16575/2009 od 02.03.2010. godine.
3. Agencije za privredne registre Republike Srbije, podaci dobijeni po zahtevu BON 12705/2012 od 28.08.2012. godine.
4. Carlton, W. D., & Perloff, M. J. (2005). *Modern Industrial Organization*. Boston, USA: Addison Wesley.
5. Estrin, S., Uvalic, M., (2015), Foreign Direct Investment in the Western Balkans: What role has it played during transition?, University Perugia.
6. Galbrajt, Dž. K., (1995), *Ekonomija u perspektivi*, copyright, Mate, Zagreb.
7. Kostic, M. (2015) Analyzing the conditions of competition - case of Serbian edible oil market. *Conference proceedings: Contemporary Issues in Economics, Business and Management (EBM 2014)*. Faculty of Economics, Kragujevac.

8. Lipczynski, J., Wilson, J., & Goddard, J. (2009). *Industrial Organisation – competition, strategy, policy*. Harlow, UK: Prentice Hall.
9. *Mesečni statistički bilteni oktobar 2009 – oktobar 2015. godine*, Republički satitistički zavod, Beograd
10. Piloff, S. J., & Rhoades, S. A. (2002). Structure and Profitability in Banking Markets. *Review of Industrial Organization*, 20 (1), 81-98.
11. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2005). *Microeconomics*. Lebanon, Indiana, USA: Prentice Hall.
12. Rodrik D., (2013), *Paradoks globalizacije*, Službeni glasnik, Beograd.
13. Savić, N. (1993). *Mikroekonomija, tranzicija u tržišnu privredu*. Beograd, Srbija: Ekonomski institut Beograd.
14. *Statistički godišnjaci Republike Srbije od 2007. do 2014. godine*, Republički zavod za statistiku, Beograd.
15. Stojanović, B. (2006). Zaštita konkurencije u procesu privatizacije, *Ekonomika preduzeća*, mart-april, Savez ekonomista Srbije, Beograd.
16. U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission. (2010). *Horizontal Merger Guidelines*. Washington.
17. <http://www.mfin.gov.rs/pages/article.php?id=11901>, preuzeto 22.01.2016. godine

UTICAJ MAKROEKONOMSKOG OKRUŽENJA NA NIVO NACIONALNE KONKURENTNOSTI: PRIMER REPUBLIKE SRBIJE

Dr Miroslav Đorđević*

Nemanja Lojanica

Apstrakt: U kontekstu dinamiziranja privrednih aktivnosti u Srbiji, pitanje konkurentnosti je od velikog značaja. Osnovni cilj ovog rada je da preispita uticaj makroekonomskog okruženja na konkurentnost nacionalne ekonomije. Značajan problem za privredu Srbije predstavlja makroekonomsko okruženje, čije se performanse odražavaju na nisku konkurentsku poziciju. Praćenjem kretanja ključnih makrovarijabli, ustanovljeno je da je Srbija u nepovoljnijem položaju prema ovim pokazateljima i u odnosu na zemlje iz okruženja. Posebno se to odnosi na stopu bruto nacionalne štednje, jer je prisutan značajan jaz između stope štednje i investicija. Sprovedenim empirijskim istraživanjem je utvrđeno da ukupna privredna aktivnost, odnosno povoljan makroekonomski ambijent u velikoj meri determiniše rast izvoza, samim tim i nivo nacionalne konkurentnosti.

Ključne reči: makroekonomski ambijent, nacionalna konkurentnost, Republika Srbija, model sa korekcijom greške.

Uvodna razmatranja

U vreme globalnih ekonomskih promena koje karakteriše sve veća uključenost nacionalnih privreda u međunarodnu razmenu, pitanje nacionalne konkurentnosti je od velikog značaja. Budući da se jedino integrisanjem u svetske ekonomske tokove može ostvariti strategija održivog razvoja, pitanje konkurentnosti privrede predstavlja jedno od važnijih tema među nosiocima ekonomske politike. Budući da se radi o veoma složenom pojmu, do sada se nije pojavila opšteprihvaćena ni teorija ni definicija nacionalne konkurentnosti. Najjednostavnije rečeno, konkurentnost nacionalne ekonomije ogleda se u njenoj sposobnosti da odgovori na zahteve međunarodnog tržišta, kako u smislu kvantiteta, tako i u smislu kvaliteta proizvoda i usluga. Za privredu Republike Srbije pitanje nacionalne konkurentnosti je od presudnog značaja za dinamiziranje ekonomskih performansi.

Srpska privreda je sa zakašnjenjem ušla u tranzicione procese. Kao i u drugim zemljama, tranzicija u Srbiji podrazumeva implementaciju reformi koje su, između ostalog, vezane za makroekonomsku stabilnost (Đorđević i Veselinović, 2010). U Srbiji i dalje nije kreirana fleksibilna i snažna makroekonomska osnova koja može imati pozitivne impulse na konkurentnost privrede. Posmatrajući osnovne makroekonomske agregate, mogu se uočiti sledeće tendencije: stope štednje su ispod stope investicija, akumulacija se uglavnom uvozi i finansiranje nepokrivene potrošnje i investicija se uglavnom vrši putem zaduživanja.

Uzevši u obzir prethodno navedene činjenice, predmet istraživanja biće usmeren na ispitivanje uloge i značaja makroekonomskog okruženja za poboljšanje nacionalne konkurentnosti. Saglasno opredeljenom predmetu, osnovni cilj istraživanja biće da se na bazi relevantne teorijsko-metodološke i empirijske analize preispita uticaj makroekonomskog okruženja na konkurentnost privrede Republike Srbije. Pored ovog, može se izdvojiti i

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: djordjevickg@gmail.com

specifični cilj. Specifični cilj odnosi se na ispitivanje uticaja ukupne privredne aktivnosti na pokazatelje nacionalne konkurentnosti (izvoz robe i usluga). Shodno postavljenom predmetu i ciljevima istraživanja, u radu će biti testirane sledeće hipoteze:

Hipoteza 1: Smanjenjem jaza domaće štednje (rastom nacionalne štednje) i investicija može se očekivati rast nacionalne konkurentnosti.

Hipoteza 2: Rast industrijske proizvodnje ima statistički značajan uticaj na kretanje ukupnog izvoza.

Struktura rada je sledeća: u drugom delu je prikazana pozicija Republike Srbije po odabranim indikatorima konkurentnosti, i ukazano je na ključne probleme srpske privrede. U trećem delu se pruža kratak pregled makroekonomskih pokazatelja, odnosno, ocenjuje se makroekonomski ambijent srpske privrede. U četvrtom delu je vršeno empirijsko istraživanje o uticaju privredne aktivnosti na kretanje ukupnog izvoza. Kao odgovarajući metodološki okvir, korišćen je Model sa korekcijom greške (*ECM*). U okviru rezultata istraživanja, prikazan je rezultat testa jediničnog korena, linearne zavisnosti varijabli, kao i specifikacija postavljenog modela. Na kraju, zaključna razmatranja sadrže diskusiju o dobijenim rezultatima.

Pozicioniranje Srbije prema odabranim indeksima konkurentnosti

Uobičajena i istovremeno najkomplikovanija definicija konkurentnosti je: potencijal jedne ekonomije da ostvaruje rast u dugom roku (WEF). Nacionalna konkurentnost često podrazumeva sposobnost nacionalne ekonomije da kroz takmičenje na svetskom tržištu sa inostranim ekonomijama, osigura stalni rast proizvodnje, zaposlenosti i blagostanja domaćeg stanovništva. Pol Krugman (1994), ističe da je insistiranje na konceptu nacionalne konkurentnosti pogrešno i opasno. Za razliku od preduzeća, koja u slučaju da nisu u stanju da isplate dobavljače ili radnike, prestaju sa poslovanjem, rezultati ekonomskih performansi nacionalne privrede mogu samo biti zadovoljavajući ili nezadovoljavajući, jer oni nemaju adekvatno definisanu donju liniju (*well-defined bottom line*). Sa druge strane, Porter (2008) pokazuje da nacionalna sredina ima centralnu ulogu u konkurentskoj prednosti preduzeća i da su neke nacionalne privrede više stimulativne nego druge. Po njegovom mišljenju, država treba da stvara uslove da se faktori proizvodnje ulažu u delatnosti sa najvećom produktivnošću rada. Inače, prema Porteru povećanje produktivnosti jedne zemlje predstavlja neophodan uslov za povećanje konkurentnosti nacionalne ekonomije.

Svetski ekonomski forum definiše konkurentnost kao skup propisa, institucija i drugih činilaca koji određuju nivo produktivnosti nacionalne ekonomije. Pokazatelj konkurentnosti je globalni indeks konkurentnosti (Global competitiveness index- GCI), koji meri više mikroekonomskih i makroekonomskih komponenti, koji se vrednuju na skali od 1 (najlošija ocena) do 7 (najbolja ocena). Svi merni pokazatelji su grupisani u 12 stubova i odražavaju različite aspekte složene ekonomske stvarnosti. U tih dvanaest stubova ubrajaju se: institucije, infrastruktura, makroekonomsko okruženje, zdravlje i osnovno obrazovanje, visoko obrazovanje i obuka, efikasnost tržišta roba, efikasnost tržišta rada, sofisticiranost finansijskog tržišta, tehnološka opremljenost, veličina tržišta, sofisticiranost poslovanja i inovacije. Navedeni stubovi konkurentnosti su grupisani u tri celine, odnosno tri faze u razvoju nacionalne privrede, koje se međusobno razlikuju po osnovnim izvorima konkurentne prednosti i preovlađujućim načinima ostvarivanja konkurentskih prednosti, koje predstavljaju ključ za različite načine vođenja ekonomije:

- Osnovne faktore čine prva četiri stuba

- Faktore efikasnosti čini narednih šest stubova
- Faktore inovacija čine preostala dva stuba.

U fazi osnovnim faktorima vođene privrede kritični faktor konkurentnosti su jeftina i neobrazovana radna snaga i prirodni resursi. U ovoj fazi konkurentnost dominantno zavisi od stabilnog makroekonomskog ambijenta, dobrog funkcionisanja javnih i privatnih institucija, prikladne infrastrukture i zdrave i pismene radne snage. Kako zarade rastu i sa dostizanjem višeg stepena privrednog razvoja, prelazi se u narednu fazu, kada počinju da se razvijaju efikasniji proizvodni procesi i povećava kvalitet proizvoda. Izvori konkurentnosti počinju da budu stubovi od petog do desetog. Privrede u ovoj fazi razvoja pomeraju aktivnosti sa fizičkih resursa na znanje. U poslednjoj, trećoj fazi razvoja, zemlje se pomeraju ka inovacijama vođene privrede. Ove zemlje su sposobne da podržavaju veći životni standard vlastitog stanovništva jedino ako su njihove kompanije u mogućnosti da konkurišu sa novim i unikatnim proizvodima. Tačnije, izvori konkurentnosti su poslovna sofisticiranost i inovativnost.

Globalni indeks konkurentnosti je, pored svojih prednosti, takođe podložan i kritici. Brojni autori, između ostalih i Lall (2001) i Squalli, Wilson i Hugo (2006), ističu nedostatke ovog pristupa. Naime, prema njima ovaj pristup je pristrasan, metodologija je pogrešna i nedosledna i mnogi načini merenja su nejasni. Autori idu korak dalje i smatraju da ovaj indeks ima slabu teorijsku i empirijsku osnovu i da može da zavara ukoliko se služi u analitičke svrhe. Ipak, može se reći da na bazi obuhvatnosti ovog indeksa, kako po broju zemalja, tako i po broju pokazatelja, on svakako igra značajnu ulogu u procenjivanju stanja i perspektive jedne privrede, te će se iz tog razloga praćenje njegovog kretanje biti predmet predmet naše analize.

Tabela 1. Pozicioniranje Srbije prema indeksu globalne konkurentnosti

Srbija	2007	2010	2012	2015
GCI indeks	97	96	95	94
Osnovni faktori	78	93	95	96
Faktori efikasnosti	88	93	88	83
Inovativni faktori	88	107	124	125

Izvor: na osnovu podataka Svetskog ekonomskog foruma u naznačenom periodu

Na osnovu podataka iz Tabele 1 može se zaključiti da se pozicija Srbije sa aspekta ovog indeksa nije značajnije menjala u proteklom periodu. Uprkos poboljšanju ocene nivoa konkurentnosti koji je ostvaren u početnom periodu tranzicije, zabrinjava pad na rang listi najkonkurentnijih zemalja, što potvrđuje konstataciju da druge zemlje ostvaruju znatno brži rast konkurentnosti od Srbije.

Prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma za 2015. godinu Srbija je rangirana na 94. poziciji na listi koja obuhvata 140 analiziranih zemalja sa vrednošću Indeksa globalne konkurentnosti (GCI) od 3,89. U odnosu na prethodnu godinu vrednost GCI za Srbiju se smanjila za 0,01, ali se pozicija Srbije na rang listi nije promenila. Istorijski posmatrano, najveću vrednost GCI od 3,90, Srbija je ostvarila 2008. i 2014. godine. U međuvremenu, vrednost ovog indeksa je opadala, što se može opravdati činjenicom da je konkurentnost nacionalne ekonomije opala usled negativnih očekivanja privrednika pogođenih prvim jakim talasom krize svetskih razmera (Veselinović, 2013). Pri tome, trebalo bi imati u vidu da su očekivanja privrednika ključna za formiranje GCI. Ukratko, razlog tome leži u činjenici da se

značajan deo vrednosti indeksa formira na osnovu rezultata ankete koju popunjava „top menadžment“ anketiranih preduzeća.

U odnosu na ekonomije u nastajanju i razvoju, naša zemlja najviše zaostaje po pitanju makroekonomskog okruženja i institucija, a napredak je ostvaren po pitanju zdravstva i osnovnog obrazovanja. U okviru institucija gde je prisutno preko dvadeset pokazatelja većina je ocenjena ocenom ispod 3. Loš rezultat iz makroekonomskog okruženja zabeležen je pre svega, na polju visokog budžetskog deficit i bruto nacionalne štednje. Ove manjkavosti su na neki način kompenzovane poboljšanjima u okviru pokazatelja zdravstvo i osnovno obrazovanje. Sa druge strane, posebno treba da zabrine nivo konkurentnosti koji se odnosi na makroekonomsko okruženje, gde smo lošije pozicionirani od svih zemalja Jugoistočne Evrope (Đorđević i Lojanica, 2015b). Na narednoj tabeli je dat prikaz pozicioniranja Srbije u makroekonomskom okruženju, prema poslednjem izveštaju Svetskog ekonomskog foruma.

Tabela 2. Pozicija Srbije sa aspekta makroekonomskog okruženja u 2015. godini

Pokazatelji	Pozicija
Budžetski deficit, % od BDP	127
Bruto nacionalna štednja, % od BDP	129
Inflacija, godišnja % promena	1
Javni dug, % od BDP	111
Kreditni rejting zemlje	79

Izvor: Svetski ekonomski forum, 2015-16

Imajući u vidu prikazane pozicije Srbije po parametrima makroekonomskog okruženja, jasno je da ono predstavlja veliki problem i da u ogromnoj meri ograničava poboljšanje konkurentne pozicije Srbije. Detaljnija analize ovih pokazatelja uslediće u narednom delu rada. Evropska banka za obnovu i razvoj (EBRD) u svom Izveštaju o tranziciji prati ekonomski razvoj i napredak reformi u evropskim tranzicionim zemljama, što omogućuje komparativno sagledavanje stepena i kvaliteta preduzetih reformi. Ovaj izveštaj predstavlja jedan od najsveobuhvatnijih međunarodnih izveštaja koji se bavi zemljama u tranziciji. Tranzicioni indikatori imaju vrednosti od 1 do 4,3 gde 1 reprezentuje malu ili nikakvu promenu od rigidne centralno planske ekonomije, dok ocena 4,3 reprezentuje standard razvijene tržišne ekonomije. Najznačajniji EBRD tranzicioni indikatori su:

- a) indeks liberalizacije cena,
- b) indeks trgovine i deviznog sistema i
- c) indeks politike konkurentnosti.

Tabela 3. EBRD tranzicioni indikatori

Godina	1989	2000	2008	2011	2014
Liberalizacija cena	2.7	2.3	4.0	4.0	4.0
Trgovina i devizni sistem	2	1.0	3.7	3.3	4.0
Politika konkurentnosti	1.0	1.0	2.0	2.7	2.3

Izvor: Evropska banka za obnovu i razvoj

Kretanje vrednosti prethodnih indeksa je dato u Tabeli 3. U ovoj tabeli su obuhvaćene sve zemlje u okruženju koje se nalaze u procesu tranzicije. Što se tiče indeksa Liberalizacije

cena možemo videti da je on već u 2005. godini dostigao vrednost 4, što potvrđuje da je u Srbiji sprovedena sveobuhvatna liberalizacija cena. Naime, cene regulisane od strane države postepeno su ukinute za većinu proizvoda, odnosno ostao je samo mali broj administrativnih cena.

U 2008. godini Indeks trgovine i deviznog sistema takođe dostiže vrednost 3,7 da bi u 2011. godini pao na vrednost 3,3. Na ovaj pad je, pre svega, uticala činjenica da Narodna banka Srbije sve češće interveniše na deviznom tržištu kako bi održala kurs dinara, što praktično znači da se devizni kurs ne formira slobodno. U domenu spoljne trgovine došlo je do uklanjanja kvantitativnih i administrativnih ograničenja na izvoz i uvoz (osim u poljoprivredi) i do uspostavljanja uglavnom jedinstvene carine na nepoljoprivredne robe. Ulaskom Srbije u Svetsku trgovinsku organizaciju (STO), uz stabilizaciju deviznog kursa, moglo bi se očekivati da će Srbija popravi trenutnu ocenu.

Indeks politike konkurentnosti je 2000. godine uzimao vrednost 1. Ovo znači da, do te godine, nije postojala zakonska regulativa i prateće institucije u oblasti konkurencije. Nakon usvajanja Zakona o zaštiti konkurencije 2005. godine i osnivanja Komisije za konkurentnost i Saveta za nacionalnu konkurentnost, vrednost indeksa se u 2008. godini povećala na 2, da bi u 2011. godini došlo do daljeg povećanja ovog indeksa na 2,7, dok je 2014. godine vrednost ovog indeksa 2.3. Ovo ukazuje da je došlo do povećanja efikasnosti u sprovođenju antimonopolske politike. Rezultati poslovanja pokazuju da se u Srbiji ulažu značajni naponi da se svim učesnicima, domaćim i stranim, novim i starim, obezbede što povoljniji uslovi poslovanja, sa osnovnim ciljem unapređenja konkurentnosti nacionalne ekonomije, preduzeća i proizvoda.

Makroekonomski ambijent u privredi Republike Srbije

Srbija, kao i većina zemalja Jugoistočne Evrope nastoji da se uključi u integracione tokove, međutim društveno- ekonomsku stvarnost naše zemlje već godinama karakteriše visoka stopa nezaposlenosti, visoka stopa inflacije, visok javni dug, budžetski deficit, visok nivo spoljnog duga, visok procenat siromašnog stanovništva (Đorđević i Lojanica, 2014). U ovom delu rada je analizirano makroekonomsko stanje privrede Srbije, uzimajući u obzir kretanje makrovarijabli, koje koristi Svetski ekonomski forum prilikom računanja Indeksa globalne konkurentnosti.

Tabela 4. Makroekonomski ambijent u privredi Republike Srbije

Indikator/godina	2001	2005	2008	2010	2014
Bruto nacionalna štednja, % BDP	21.25	16.32	9.29	12.10	9.53
Deficit tekućeg računa, % od BDP	2.05	-8.44	-21.05	-6.36	-6.03
Javni dug, % BDP	106.30	54.11	32.38	43.68	72.41
Inflacija, godišnje % promene	26.25	15.84	8.58	10.24	1.75

Izvor: Međunarodni monetarni fond

Bruto nacionalna štednja. Ova kategorija se dobija oduzimanjem finalnih izdataka za potrošnju od bruto nacionalnog raspoloživog dohotka, i sastoji se od lične štedne, poslovne štednje, državne štednje, ali isključuje inostranu štednju. Obično se izražava u procentima od bruto domaćeg proizvoda. Ovde treba skrenuti pažnju da se radi o makroekonomskom pokazatelju, koji predstavlja veliki problem u našoj zemlji. Naime, poslednjih osam godina bruto nacionalna štednja u odnosu na BDP je jednocifrena. Razlog tome jeste ispumpavanje iz zemlje, banaka, raznih posrednika, zatim izbegavanje poreza i iznošenje kapitala u

inostranstvo, plaćanja previsokih naknada za razne strane usluge i mnogo toga drugog što depresira kategoriju bruto domaće štednje. Sve razvijene zemlje kao i zemlje sa višim rastom BDP su svoj razvoj bazirali na visokim stopama domaće štednje. Ni jedna zemlja nije napravila privredni rast samo isključivo kroz priliv stranih direktnih investicija. U poslednje vreme, dominantna karakteristika zemalja koje značajno zaostaju u razvoju, a samim tim i u konkurentnosti, veće učešće stranih direktnih investicija u odnosu na domaće izvore finansiranja. Pored toga, nosioce ekonomske politike u Srbiji posebno treba da zabrine kontinuirani pad bruto nacionalne štednje, koji je u odnosu na 2001. godinu više nego prepolovljen.

Deficit tekućeg računa. U osnovi, fiskalna politika može biti ekspanzivna ili restriktivna, a primenjuje se ona, u zavisnosti od ciljeva i stepena razvijenosti nacionalne ekonomije. Na primer, ekspanzivna fiksikalna politika, koja podrazumeva smanjenje poreskih stopa i povećanje državnih izdataka, može dovesti do budžetskog deficita u samom startu, ali dugoročno posmatrano, veliki državni izdaci mogu da osnaže performanse rasta. Inače, ova teza je u skladu sa kejnzijanskom ekonomskom politikom, koja ističe da budžetski deficit može dugoročno dati pozitivan rezultat, ukoliko je realizovani *output* date ekonomije ispod potencijalnog. Ključna makroekonomska neravnoteža, kao i prateći rizik, u privredi Republike Srbije je uslovljena rastućim udelima javne potrošnje i fiskalnog deficita u bruto domaćem proizvodu, na nivou konsolidovanog bilansa sektora države, kao i na nivou uže definisanih bilansa javne potrošnje. Debalansi su nastali, i produbljuju se, uprkos tome što je Srbija u proteklim godinama tranzicije značajno unapredila fiskalni (poreski) sistem i stvorila pravni i institucionalni osnov za vođenje čvrste fiskalne politike. Fiskalna neravnoteža je rezultat ekspanzije javne potrošnje i ubrzanog rasta realnih zarada, koje su rasle neočekivano visokim tempom, osetno iznad tempa rasta bruto domaćeg proizvoda. Brz rast zarada i javne potrošnje, kao i nagla kreditna ekspanzija, doprineli su visokom fiskalnom deficitu. Srbija, iako u dužem vremenskom periodu ostvaruje fiskalni deficit, prvi put je 2009. godine prešla granicu propisanu Mاستrihtskim kriterijumima za nivo fiskalnog deficita (3% bruto domaćeg proizvoda), koji je iznosio 3.4% bruto domaćeg proizvoda., Na kraju 2014. godine fiskalni deficit je bio na nivou od 6.03% bruto domaćeg proizvoda, i ozbiljno ugrožava funkcionisanje javnih finansija u zemlji.

Javni dug. Javni dug Republike Srbije čine sve direktne obaveze Republike Srbije po osnovu zaduživanja, kao i garancije izdate za zaduživanje javnih preduzeća i lokalnih vlasti. Javni dug Republike Srbije se deli na direktne i indirektne obaveze, odnosno na obaveze u ime i za račun Republike i obaveze koje proizilaze iz garancija, koje su emitovane od strane Republike, a u korist drugih pravnih lica. Prema zvaničnim podacima Vlade Republike Srbije u 2000. godini, javni dug je iznosio 14.167 miliona evra, od čega je unutrašnji dug činio 4.108 miliona evra, a spoljni dug 10.059 miliona evra. Javni dug Republike Srbije, na kraju 2012. godine, iznosio je 17.671 miliona evra, što znači da je od početka godine povećan za oko 2.887 miliona evra. Ukupne direktne obaveze Srbije na kraju 2012. godine iznosile su 15.071 miliona evra, pri čemu je unutrašnji dug bio 6.453 miliona evra, a spoljni dug 8.618 miliona evra. Ukupne indirektne obaveze na kraju godine bile su 2.600 miliona evra. Prema podacima Fiskalnog saveta, nivo javnog duga Srbije dostigao je čitavih 55,7% bruto domaćeg proizvoda. Odnos javnog duga i bruto domaćeg proizvoda predstavlja primarni pokazatelj stepena zaduženosti jedne zemlje. Jednim od kriterijuma za pristup Evropskoj monetarnoj uniji, predviđena je gornja granica ovog odnosa od 60% učešća javnog duga u bruto domaćem proizvodu. U skladu sa tim, jedan od osnovnih ciljeva politike javnog duga Republike Srbije jeste obezbeđenje nesmetanog finansiranja obaveza uz minimiziranje troškova, s tim da stanje javnog duga ne pređe nivo od 60% bruto domaćeg proizvoda. Podaci Narodne banke Srbije pokazuju da se javni dug Republike Srbije nekontrolisano povećava.

Kao što se vidi u Tabeli 4 ponovni trend rasta javnog duga prema bruto domaćem proizvodu počinje da se ispoljava od 2008. godine. Preciznije on je u 2009. godini dostigao iznos od 35% bruto domaćeg proizvoda što predstavlja uvećanje od oko 3% u odnosu na 2008. godinu. Tendencija rasta koeficijenta zaduženosti zemlje bila je prisutna i u 2010. godini sa dodatnim porastom od 8,0% dostigavši veličinu 45% bruto domaćeg proizvoda. Nastavak uvećanja koeficijenta zaduženosti bio je prisutan i u 2011. godini kada je javni dug dostigao 47% bruto domaćeg proizvoda. Na rast udela javnog duga u bruto domaćem proizvodu u 2011. godini znatno je uticalo emitovanje državnih hartija od vrednosti. Državne obveznice su privlačne stranim bankama, koje posluju u Srbiji, budući da je kamata koju one donose između 13 i 15 %. Treba napomenuti da se podaci o ukupnom zaduženju Srbije odnose isključivo na dug centralnih nivoa vlasti. Kada se tome doda podatak da je od 2011. godine došlo do zaduživanja i nižih nivoa vlasti (pre svega gradova) nesporno je da je koeficijent zaduženosti veći. Javni dug Republike Srbije se sastoji iz različitih valuta pri čemu je najveće učešće duga denominovanog u evrima i američkim dolarima. Problem javnog duga je, pored toga što je visok, i taj što ima i nepovoljnu strukturu, jer je najvećim delom izražen u evrima i nalazi se u rukama stranih investitora.

Inflacija, kao globalni fenomen, zauzima sve značajnije mesto u savremenim ekonomskim tokovima. Pod inflacijom se podrazumeva kontinuirani rast nivoa cena roba i usluga, ili kontinuirani pad vrednosti novca u jednoj nacionalnoj ekonomiji. Zbog negativnog uticaja na nacionalne ekonomije, ona je postala globalni problem. U zemljama u razvoju, ona se javlja u većem obliku nego u razvijenim industrijskim zemljama. Izvori te sklonosti inflacije često se traže u deficitnom finansiranju razvoja, pošto u pojedinim periodima razvoja inflacija služi kao metod za ostvarivanje određenih ciljeva, posebno kao metod ubrzanog ekonomskog razvoja i ostvarivanja politike pune zaposlenosti. Ispitivanje prirode odnosa ekonomskog rasta i inflacije, predstavlja jedno od značajnijih makroekonomskih pitanja. Samim tim, kao i većina makroekonomskih pitanja, izaziva brojne kontroverze. S jedne strane, visoka stopa inflacije svakako negativno utiče na privredna kretanja, pre svega na odluke o potrošnji i investiranju. Previše novca u opticaju povećava troškove proizvodnje, dovodi do pada deviznog kursa, smanjuje dostupnost ograničenih resursa kao što su hrana i nafta. S druge strane, smanjenje inflacije je povezano sa gubitkom output-a i većom nezaposlenošću. Inflacija je znak da ekonomija raste, jer nacionalna ekonomija bez inflacije stagnira. Međutim, preterani ekonomski rast može dovesti do hiperinflacije, koja pak, ima veoma negativne posledice na nacionalnu ekonomiju. Istorijski posmatrano, inflacija je, tokom dugog niza godina, obeležila ekonomske prilike u Republici Srbiji. Visoka stopa inflacije je jedna od karakteristika privrede Republike Srbije. Mnogobrojni su uzroci takve situacije, počev od nedostataka u privrednom sistemu, pa sve do velikog budžetskog deficita, koji su doveli do hiperinflacije početkom devedesetih godina prošlog veka. Republika Srbija je imala drugu najveću hiperinflaciju u istoriji svih svetskih ekonomija. Na početku novog milenijuma Republika Srbija nije uspevala da dostigne jednocifrenu stopu inflacije, već je ona bila dvocifrena. Kao razlog, može se navesti inflatorno delovanje rasta domaće tražnje i ukupnih javnih rashoda. Posmatrano prema ovom pokazatelju Srbija se nalazi na prvom mestu prema Izveštaju Svetskog ekonomskog foruma za ovu godinu, ali trebalo bi razmotriti i činjenicu umerene stope inflacije, koja bi mogla biti stimulans bržem privrednom rastu i konkurentnosti nacionalne ekonomije (Đorđević i Lojanica, 2015a).

Međuzavisnost ukupne privredne aktivnosti i izvoza

Pod uticajem procesa globalizacije, dešavanja u svetskoj privredi se odigravaju munjevitom brzinom. Jedna od osnovnih karakteristika ovog procesa je trgovinska

liberalizacija. Pod njom se podrazumeva smanjenje carina i ostalih kvalitativnih i kvantitativnih ograničenja u cilju veće povezanosti nacionalnih ekonomija. Sve je to doprinelo integraciji svetske privrede. Proces globalizacije je u velikoj meri imao uticaj i na privredu Republike Srbije. Jedan od najvećih izazova za nosioce ekonomske politike u privredi R. Srbije jeste poboljšanje konkurentne pozicije i obezbeđivanje ekonomskog rasta u jednom takvom konkurentskom okruženju. Prema Stiglitzu (2006), jedan od osnovnih pretpostavki za povećani ekonomski rast predstavlja sposobnost zemlje da proširi svoj izvoz pre implementacije politike slobodne trgovine. U tom kontekstu, mnogi autori koji se bave ovom problematikom u R. Srbiji (Jakopin i Bajec (2009)) ističu problem strukture izvoza u privredi R. Srbije koja je uglavnom oslonjena na sektore sa niskom tehnološkom podrškom, a preporuke idu u pravcu povećanja izvoznog udela onih sektora za kojim postoji uvozna tražnja EU (Domazet, et. al 2014).

Na osnovu podataka koji su prikazani u Tabeli 5 uočljivo je i apsolutno i relativno povećanje izvoza. Naime u odnosu na 2005. godinu, izvoz robe i usluga je povećan za preko 9 miliona evra. Takođe, relativno posmatrano, učešće izvoza u BDP-u je povećano za preko 50% u odnosu na 2005. godinu. Ovakva tendencija rasta udela izvoza, deluje ohrabrujuće u smislu mogućnosti za ostvarivanje dinamičnih stopa rasta. U prilog tome govori i činjenica poboljšanja sa aspekta pokrivenosti uvoza izvozom. Prema podacima Tabele 1, ona je u 2005. godini iznosila 55.4%, a na kraju 2014. godine iznosila je 79.8%. Za ostvarivanje pomenutih ciljeva neophodna je pre svega, adekvatna ekonomska politika usmerena ka povećanju izvozu, odnosno privlačenju investicija koje bi mogle da dovedu do strukturnih promena proizvodnje, a takav prirast proizvodnja treba da se usmeri ka izvozu. Ukoliko se sada osvrnemo na platni bilans zapažaju se značajne fluktuacije u deficitu tekućeg računa. Uobičajeno se smatra da je dopustiv nivo deficita oko 5%, a 2008. godine ovaj iznos je u R. Srbiji bio preko četiri puta veći. Zahvaljujući smanjenju trgovinskog deficita u 2014. godini negativan saldo tekućeg računa je sada smanjen i iznosi 6% BDP-a.

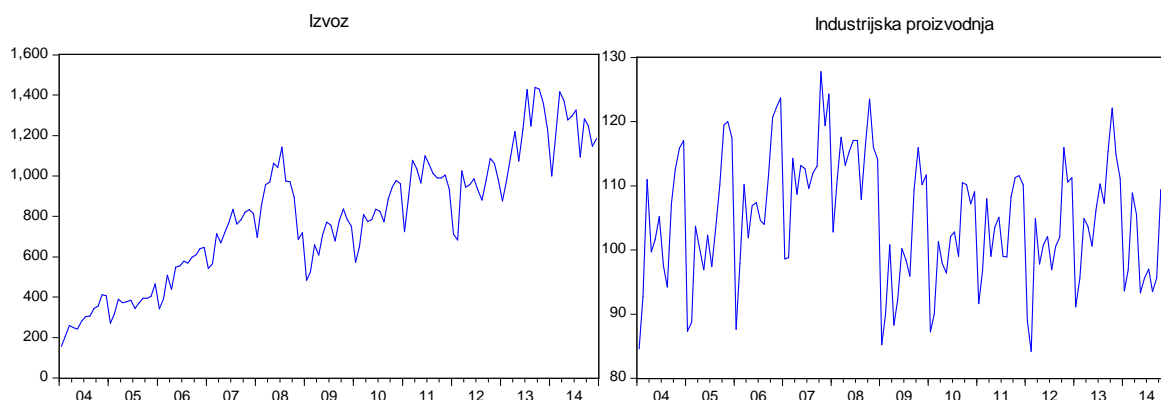
Tabela 5. Izvoz i uvoz robe i usluga privrede R. Srbije u odabranim godinama

Godina	2005	2008	2010	2012	2014
Izvoz robe i usluga	5329	9583	9515	11469	14451
Uvoz robe i usluga	9612	18267	14244	16992	18096
Tekući račun platnog bilansa	-1778	-7126	-2037	-3671	-1985

Napomena: podaci o izvozu i uvozu robe i usluga, kao i tekućem računu platnog bilansa su u milionima evra. Izvor: www.nbs.rs i data.worldbank.org

Prvo, spoljnotrgovinski deficit predstavlja jedan od ključnih problema privrede R. Srbije. Povećanje izvoza se nameće kao neminovnost zbog smanjenja deficita, kao i zbog porasta izvoznih prihoda u cilju izbegavanja krize spoljne likvidnosti. Prvo, potrebno je instrumentima monetarne i fiskalne politike stimulisati izvoz onih sektora koji imaju najveći procenat ukupnog izvoza. Drugo, neophodno je, u cilju daljeg integrisanja na evropsko tržište, uskladiti strukturu izvoza sa uvoznom tražnjom EU, budući da u strukturi izvoza R. Srbije dominiraju radno-intenzivni proizvodi, dok u strukturi uvozne tražnje EU dominiraju kapitalno-intenzivni proizvodi.

Slika 1. Industrijska proizvodnja i izvoz u periodu 2004-2014



Izvor: Republički zavod za statistiku, Narodna banka Srbije

U ovom delu rada se ispituje uticaj odabrane makrovarijable na kretanje konkurentnosti. Kao makroekonomski pokazatelj poslužio je indeks industrijske proizvodnje, dok je kao pokazatelj konkurentnosti korišćen ukupan izvoz. Istraživanje je ograničeno na teritoriju Republike Srbije. Izvoz je izražen u milionima američkih dolara US\$, a podaci su preuzeti sa zvaničnog sajta Republičkog zavoda za statistiku. Industrijska proizvodnja je prikazana u indeksima, pri čemu je 2014. godina određena za baznu (2014=100), dok su podaci preuzeti sa zvaničnog sajta Narodne banke Srbije. Za obe varijable koje su predmet ove analize su korišćeni mesečni podaci i obuhvataju period od prvog meseca 2004. do dvanaestog meseca 2014. godine. Dakle, u ovom slučaju se raspolaže sa 132 opservacije. Na Slici 1 je prikazano kretanje originalnih podataka u posmatranoj vremenskoj dinamici. Na osnovu podataka sa slike uočljivo je da je u obe vremenske serije prisutna sezonska komponenta. Naročito je to jasno prilikom posmatranja industrijske proizvodnje, gde se uočava pad proizvodnje u prvom mesecu svake godine. Pošto je karakteristika mesečnih podataka ispoljavanje ciklične komponente, neophodno je izvesti odgovarajuća sezonska prilagođavanja. Pre nego što se pristupi rezultatima istraživanja, bitno je napomenuti da je za uklanjanje sezonske komponente korišćen Census X13 metod.

Preduslov za ispitivanje zavisnosti ovih varijabli podrazumeva prethodno utvrđivanje njihovog reda integracije. U tu svrhu se koriste određeni testovi jediničnog korena (stacionarnosti). Ovaj korak je veoma bitan kako se ne bi došlo u problem lažne regresije (*spurious regression*), koji podrazmeva ispitivanje zavisnosti varijabli koje u vremenskoj dinamici imaju jedinični koren (Mladenović i Petrović 2014). Za potrebe ove analize je korišćen tradicionalno Phillips-Perron (P-P, 1988) test jediničnog korena. P-P test predstavlja modifikaciju *Dickey- Fuller* statistike sa ciljem povećanja pouzdanosti testiranja kada u regresionom modelu postoji autokorelacija i kada je potrebno voditi računa o prisustvu determinističke komponente. U testiranju se polazi od H_0 : Varijabla ima jednični koren. Nasuprot polaznoj, stoji alternativna hipoteza H_1 koja glasi: Varijabla nema jednični koren (stacionarna). U uslovima važenja nulte hipoteze statistika testa poseduje raspodelu koja je asimptotski identična raspodeli ADF testa. To znači da se u praktičnom radu koristi isti skup kritičnih vrednosti (Mladenović i Nojković, 2015). Na osnovu podataka datih u Tabeli 6 evidentno je da je varijabla izvoz reda integracije I(1), doke je varijabla koja se odnosi na industrijsku proizvodnju reda integracije I(0). Iz tog razloga, nije moguće primeniti klasični linearni regresioni model, već će u radu biti primenjen model sa korekcijom greške.

Tabela 6. Rezultati testa jediničnog korena

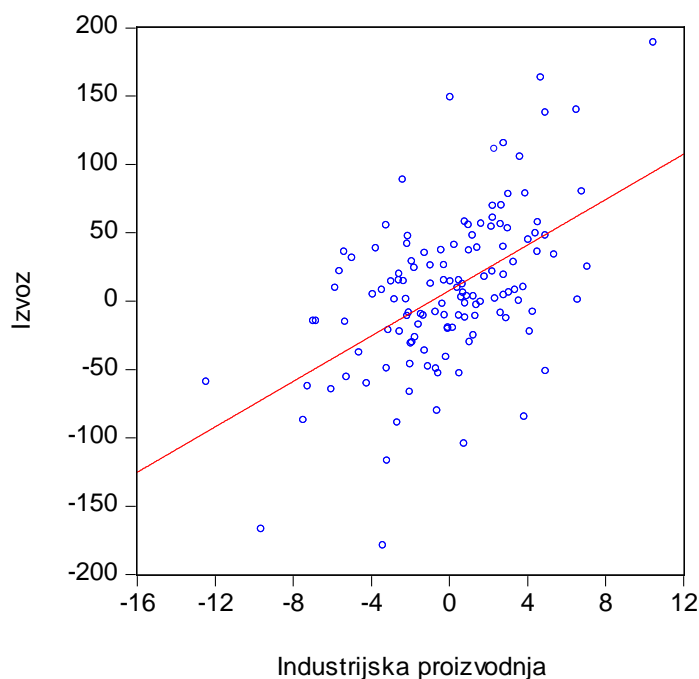
Varijabla	Phillips-Perron (P-P)	
	Konstanta	Konstanta i trend
Izvoz	-1.41	-2.65
Industrijska proizvodnja	-3.47**	-3.78**
Prva diferencija izvoza	-14.49	-14.51
Prva diferencija industrijske proizvodnje	-16.99*	-16.97*

Izvor: Autori

Na Slici 2 je dat grafički prikaz diferenciranih vrednosti industrijske proizvodnje i izvoza, kao i regresiona prava koja se najbolje prilagođava empirijskim podacima. Na osnovu slike je moguće zaključiti da postoji izvestan pozitivan stepen povezanosti među varijablama. Ispitivanje jačine uticaja je ispitano modelom sa korekcijom greške (Error correction Mechanism). Ovaj model je prvi upotrebio Sargan (1984), a tek kasnije je ovaj model šire prihvaćen kada su ga promovisali Granger i Engel (1987), koji su ga upotrebili pre svega, za ispitivanje dugoročne ravnoteže i koeficijentata prilagođavanja. Prema Grangerovoj reprezentativnoj teoremi (Granger representation theorem) ako su dve varijable kointegrirane (dugoročno povezane) njihova međuzavisnost se može ispitati ovim modelom. U ovom modelu se, prema Gujarati i Porter (2008) polazi od sledeće jednačine:

$$\Delta y_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta x_t + \beta_2 u_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

gde je Δ operator prve diference, y je zavisna, a x nezavisna varijabla, β predstavlja odgovarajuće koeficijente koji stoje uz varijable, ε_t je slučajna greška sa odlikama belog šuma, dok u_{t-1} predstavlja pojam greške (error term) gde je vrednost docnje jedan. Prema jednačini 1 zavisna varijabla zavisi od nezavisne, kao i od ravnotežnog pojma greške.

Slika 2. Međuzavisnost industrijske proizvodnje i izvoza (diferencirane vrednosti)

Izvor: Autori

Analizirajmo sada rezultate dobijene modelom, koji su prikazani u Tabeli 7. Značajnost čitavog modela se može testirati preko vrednosti F-statistike. Ova vrednost je statistički značajna uz rizik greške 1%. Koeficijent determinacije modela je oko 33%. Ovaj koeficijent nam kazuje da se 33 % varijacija zavisne promenljive (ukupnog izvoza) nalazi pod uticajem nezavisne promenljive (industrijske proizvodnje). Kratkoročnu povezanost i jačinu uticaja možemo ispitati posmatranjem odgovarajućih vrednosti koje idu uz diferenciranu industrijsku proizvodnju. Koeficijent koji stoji uz industrijsku proizvodnju je pozitivan i statistički značajan, što govori u prilog kratkoročnom uticaju industrijske proizvodnje na ukupan izvoza. Sa druge strane, ispitivanje dugoročne povezanosti se vrši posmatranjem vrednosti koje stoje uz mehanizam sa korekcijom greške uz docnju jedan. Vrednost koeficijenta koji stoji uz mehanizam sa korekcijom greške je negativna, i statistički značajna, što ukazuje i na dugoročnu povezanost varijabli. Ovo zapravo znači, da u slučaju izlaska sistema iz ravnoteže, potrebno su više od tri perioda (meseca) za ponovno vraćanje u istu (28% po kvartalu). Ovaj pokazatelj zapravo predstavlja brzinu prilagođavanja. Ukoliko sada ukupan izvoz označimo sa Y , a industrijsku proizvodnju sa X , moguće je da posmatranu zavisnost izrazimo u sledećem obliku:

$$\Delta Y = 8.38 \Delta X - 0.28u_{t-1} + 9.87 \quad (2)$$

Za potpunu validnost modela reziduali treba ispune određene pretpostavke. U tom smislu, u ovom radu je testirana autokorelacija (najčešći problem kod vremenskih serija) i heteroskedastičnost reziduala. Za ispitivanje autokorelacije korišćen je Breusch-Godfrey test, koji polazi od nulte hipoteze da reziduali nemaju problem autokorelacije (H_0 : Nema autokorelacije). U konkretnom slučaju, vrednost proizvoda opservacija i koeficijenta determinacije daje vrednost, za koju se ne može odbiti nulta hipoteza, čime je ispunjen uslov o neautokorelisanosti. Za ispitivanje heteroskedastičnosti korišćen je Breusch-Pagan-Godfrey test, koji polazi od nulte hipoteze da reziduali nemaju problem heteroskedastičnosti (H_0 : Nema heteroskedastičnosti). U konkretnom slučaju, vrednost proizvoda opservacija i koeficijenta determinacije daje vrednost, za koju se ne može odbiti nulta hipoteza, čime je ispunjen uslov o homoskedastičnosti reziduala. Iz napred navedenog se može zaključiti da industrijska proizvodnja igra veoma značajnu ulogu, i kratkoročno i dugoročno, u kretanju ukupnog izvoza u našoj zemlji. Iz tog razloga, za podizanje nivoa konkurentnosti veoma je značajno poboljšanje privredne aktivnosti, odnosno stvaranje povoljnog makroekonomskog ambijenta.

Tabela 7. Rezultati primenjenog modela

Zavisna varijabla: Izvoz (diferencirane vrednosti)		
Varijable	Koeficijent	t-statistika
Slobodan član	9.87	2.36**
Diferencirana industrijska proizvodnja (-1)	8.38	7.26*
Mehanizam sa korekcijom greške (-1)	-0.28	-3.20
Koeficijent determinacije	0.33	
F statistika	31.19*	
Breusch-Godfrey test autokorelacije		2.28
Breusch-Pagan- Godfrey test heteroskedastičnosti		1.49

Izvor: Autori

Zaključak

Osnovni cilj ovog rada je bio da ispita uticaj makroekonomskog okruženja na nivo konkurentnosti privrede Republike Srbije. U nameri da se obuhvate ključni faktori, u analizu su uključeni indkatori globalne konkurentnosti, kao i *EBRD* tranzicioni indikatori. Praćenjem kretanja ovih indeksa je ustanovljeno, da je po pitanju konkurentnosti, izvestan napredak u našoj zemlji ostvaren, ali da ona i dalje zaostaje za zemljama iz neposrednog okruženje. U velikoj meri je tome doprineo zakasneli proces tranzicije i ekonomskog integrisanja. Većina zemalja Jugoistočne Evrope je već u završnoj fazi procesa tranzicije, i većina njih je sprovela strukturne reforme, te se na bazi toga se nalaze u konkurentskoj prednosti u odnosu na Srbiju. U radu je utvrđeno da posebno treba da nas zabrine nepovoljni makroekonomski ambijent. Analiziranjem kretanja odogvarajućin makropokazatelja koji se koriste prilikom računanja indeksa konkuretnosti, uočljivo je da su najveći problemi vezani za nisku stopu bruto nacionalne štednje, budžetskog deficita i rastućeg javnog duga. U radu je ukazano da su bruto investicije značajno manje od stope investicija, odnosno da je za podizanje nivoa nacionalne konkurentnosti neophodno smanjenje jaza štednje i investicije, u pravcu jačanja domaćih izvora finansiranja. Ovim je potvrđena prva pretpostavka koja je u radu načinjena. Makroekonomske implikacije se odnose na neophodnost primene odgovarajućih stimulativnih mera za povećanje nacionalne štednje. U ovom slučaju, posebnu ulogu bi trebalo da ima fiskalna politika.

Moguće je izvesti i odgovarajuće zaključke na bazi sprovedene empirijske analize. Naime, ispitivanjem uticaja industrijske proizvodnje (proksi varijabla privredne aktivnosti) na ukupan izvoz, utvrđeno je da je ova veza statistički značajna. Preciznije, uticaj privredne aktivnosti na izvoz, i kratkoročno i dugoročno posmatrano, je i pozitivan i signifikantan. Ovo je ujedno bila i druga pretpostavka od koje se u radu pošlo. Ovakav nalaz je nesumnjivo potvrdio tezu da poboljšanje privredne aktivnosti, odnosno stvaranje povoljnog makroekonomskog ambijenta omogućava podizanje nivoa nacionalne konkurentnosti. U kontekstu budućih istraživanja, bilo bi korisno ispitati pojedinačni uticaj makroekonomskih parametara na kretanje izvoza, u kontekstu formulisanja odgovarajućih politika usmerenih ka podizanju nivoa nacionalne konkurentnosti.

Reference

1. Domazet, I., Filimonović, D., i Pantić, O. (2014). Trade and EU accession: The case of Serbia, *Ekonomika preduzeća*, 3-4, 217-227.
2. Đorđević, M., i Lojanica, N. (2015a). Kontroverze o statistički značajnoj povezanosti inflacije i ekonomskog rasta: Primer Republike Srbije. *Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Srbije*, 149-164.
3. Đorđević, M. i Lojanica, N. (2015b). Priključivanje EU I konkurentnost srpske privrede, *Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji*, Ekonomski fakultet, Univerzitet u Kragujevcu, 37-47.
4. Đorđević, M., i Lojanica, N. (2014). Uvođenje evra kao moguće rešenje za problem dvovalutnog monetarnog sistema u Srbiji-očekivane prednosti i nedostaci. *Stanje i perspektive ekonomsko-finansijskih odnosa Srbije sa inostranstvom*, Naučno društvo ekonomista Srbije, 119-126.
5. Đorđević, M., i Veselinović, P. (2010). Razvojne karakteristike srpske ekonomije u periodu tranzicije. *Škola biznisa*, 1, 21-30.
6. EBRD Transition Report 2014, <http://www.ebrd.com/news/publications/transition-report/transition-report-2014.html>
7. Engle, R., i Granger, C. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation and testing, *Econometrica* 55(2), 251-276.

8. Gujarati, D., N., i Porter, D., C. (2008). *Basics Econometrics- fifth edition*, The McGraw-Hill Series Economics.
9. Jakopin, E., i Bajec, J. (2009). Challenges of industrial development of Serbia, *Panoeconomicus*, 56(4), 507-525.
10. Krugman, P. (1994). Competitiveness: A dangerous obsession, *Foreign Affairs*.
11. Lall, S. (2001). Comparing national competitive performance: An economic analysis of World economic forum's competitiveness index, QEH working paper – QEHWPS61, 1-41.
12. Mladenović, Z., i Nojković, A. (2015). *Prmenjena analiza vremenskh serija*, CID Ekonomski fakultet Beograd.
13. Mladenović, Z., i Petrović, P. (2014). *Uvod u ekonometriju-šesto izdanje*, CID Ekonomski fakultet Beograd.
14. Phillips, P., i Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75, 335-346.
15. Sargan, D., J.. (1984). Wages and prices in the United Kingdom: A study in Econometric Methodology, *Quantitative economics and econometrics analysis*, Basil Blackwell Oxford U. K.
16. Stiglitz, J., E. (2006). *Making globalization work*, chapter III, London, Penguin Books Ltd. 61-102.
17. Squalli, J., Wilson, K., i Hugo, S. (2006). An analysis of growth competitiveness –working paper No. 06-01, EPRU Zayed University, 1-39.
18. Porter, M., E. (2008). O konkurenciji, *FEFA Beograd*.
19. The Global competitiveness report 2015-16-World Economic forum, http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
20. Veselinović, P. (2013). *Nacionalna ekonomija*, Kragujevac, Ekonomski fakultet.
21. www.imf.org
22. www.nbs.rs
23. data.worldbank.org
24. <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/>

IZVORI FINANSIRANJA KAO OGRANIČAVAJUĆI FAKTOR PRIVREDNOG RAZVOJA SRBIJE

Dr Petar Veselinović*

Dr Nikola Makojević

Apstrakt: Osnovni cilj rada jeste ukazivanje na ograničavajuće uslove sa kojima se suočava privreda Srbije u uslovima tranzicije ka tržišno orijentisanoj ekonomiji. Ograničenost proizilazi iz nezaokruženosti sistema finansiranja privrede, unutar koga nedostaju dva od tri raspoloživa izvora finansiranja privrednih aktivnosti. Tokom poslednje decenije, kreatori ekonomske politike i institucionalnog okvira, nisu omogućili pretpostavke za punu razvjenost sistema finansiranja privrede čime se uticalo na stvaranje bankocentričnog sistema sa visokim kamatnim stopama i ograničenim finansijskim instrumentima. Nedostatak berze, kao izvora finansiranja, i profesionalnih investitora predstavljao je ograničavajući faktor u uslovima dinamičkih promena i intenzivne konkurencije na regionlanom i globalnom tržištu.

Ključne reči: sistem finansiranja privrede, nacionalna ekonomija, izvori finansiranja privrednih aktivnosti

Uvod

Sistem finansiranja privrede je važan podsistem privrednog sistema koji reguliše kretanje kapitala unutar nacionalne ekonomije. Naime, sistem finansiranja privrede definiše pravila, procedure i standarde kojima definiše međusobne odnose između ekonomskih subjekata koji raspolazu kapitalom i ekonomskih subjekata koji kapital proizvodno angažuju. Kada je reč o regulisanju, sistem finansiranja privrede mora biti definisan tako da postoji konkurencija na tržištu subjekata koji raspolazu kapitalom što će rezultirati postojanjem nekoliko oblika ponude za proizvodno angažovanje kapitala. Kroz odnos, koji subjekti sa kapitalom, imaju prema riziku i očekivanim profitnim stopa formiraju se različiti oblici razmene kapitala. To znači da sistem finansiranja privrede mora biti sposoban da reguliše različite oblike razmene kapitala i to:

- a) razmena kapitala koja podrazumeva dokapitalizaciju, kroz pojedinačna, grupna i ulaganja koja se dešavaju posredstvom finansijskih institucija (berza, investicione banke); u okviru ovog odnosa ekonomski subjekat koji raspolaze kapitalom ima najvišu toleranciju prema riziku, očekujući visoke profitne stope, te prihvata da na ime ulaganja dobije udeo u vlasništvu ekonomskog subjekta koji kapital proizvodno angažuje. Ovde spadaju: *Business angels*, *Venture capital funds*, *Crowdfunding*, *Private Equity funds* kao profesionalni investitori, i investicioni bankari i investitori, koji učestvuju u procesu inicijalne ponude akcija.
- b) razmena kapitala koja podrazumeva dužničko-poverilački odnos koji se ostvaruje putem finansijskih tržišta; u okviru ovog odnosa ekonomski subjekti koji raspolazu kapitalom imaju određeni nivo rizika koji podrazumeva stope prinosa iznad kamatne stope na bankarske kredite. Svoj kapital angažuju kroz emisiju obveznica, na finansijskim tržištima. Ovde spadaju investicione banke, investicioni fondovi, penzioni fondovi, osiguravajuće kuće.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: pveselinovic@kg.ac.rs

- c) razmena kapitala koja podrazumeva dužničko-poverilački odnos koji se ostvaruje putem bankarskog sektora; u okviru ove razmene ekonomski subjekti koji raspolažu kapitalom imaju malu toleranciju prema riziku, što praktično znači da ekonomski subjekti koji proizvodno angažuju kapital moraju imati relativno dobar istorijat poslovanja i relativno pouzdanu procenu budućih poslovnih kretanja. Ovde spadaju kreditna udruženja, štedne institucije, banke.
- d) razmena kapitala koji podrazumeva kombinaciju dokapitalizacije i dužničko-poverilačkog odnosa, takozvani *mezzanine* instrumenti; u okviru ove razmene, ekonomski subjekti koji raspolažu kapitalom spremni su da prihvate određeni nivo rizika prilikom razmene kapitala tako što će definisati minimalnu cenu razmene, uz učešće u raspodeli profita koji ostvari ekonomski subjekt koji proizvodno angažuje kapital. Ovde spadaju *Private Equity* fondovi, investicioni fondovi, osiguravajuće kuće, penzioni fondovi.

Polazeći od činjenice da ekonomski subjekti, koji proizvodno angažuju kapital, u različitim fazama svog razvoja imaju potrebe za različitim izvorima finansiranja, država svojim institucionalnim rešenjima mora omogućiti pojavu i razvoj svih, gore pomenutih, oblika razmene kapitala. Svaki izostanak jednog od oblika razmene kapitala, dovodi do koncentracije sredstva u okviru jednog oblika razmene čime se narušava tržište i uslovi korišćenja kapitala.

Sve do 90-tih godina prošlog veka, istraživanja koja su se ticala sistema finansiranja privrede bazirala su se na istraživanju *Goldsmith*-a (1969), i merila su veličinu sistema finansiranja, ne uzimajući u obzir njegovu efikasnost. Početkom i tokom 90-tih, u svojim radovima *Levin* (1993, 1998, 1999) uključuje efikasnosti kao značajnu komponentu razvoja sistema finansiranja privrede. U svojim istraživanjima, *Levin* posmatra razvoj sistema finansiranja kroz:

- a) udeo likvidnih kredita u BDP i procentualno učešće kredita privatnim kompanijama u ukupno izdatim kreditima i
- b) merenjem korelacije kredita koje su izdale privatne banke i kredita koje je izdala centralna banka, i procentualnog učešća datog privatnim, nefinansijskim, ekonomskim subjektima u ukupnom broju izdatih kredita.

Nakon *Levina*, čitava grupa istraživača (*Beck, Demirguc-Kunt, Zervos, Loayza*) počinje da se bavi pitanjem uticaja razvoja sistema finansiranja privrede na ostvareni nivo ekonomskog razvoja. U svojim istraživanjima, postavili su osnove za merenje razvijenosti sistema finansiranja privrede, uvođenjem indikatora koji se odnose na veličinu, aktivnost i efikasnost sistema finansiranja privrede. Korišćenjem ovih indikatora, merili su uticaj finansijskih institucija i tržišta akcija na ostvareni nivo ekonomskog razvoja, meren ostvarenim stopama BDP. Svoja istraživanja, pomenuta grupa autora, dalje je iskoristila da unutar EU analizira sistem finansiranja privrede, čime je stvorena osnova za grupisanje zemalja u banko-centrične i bazirane na tržištu kapitala.

Istraživanje koje je obuhvatilo period od 1990. do 2003. godine, pokazalo je da EU nije unificirana po pitanju razvijenosti sistema finansiranja privrede. Naime, sem Grčke i Danske koje su u posmatranom periodu promenile svoj sistem finansiranja privrede, ostale zemlje članice ostale su na istim polaznim osnovama. Grčka je tokom posmatranog perioda prešla iz banko-centričnog ka sistemu baziranom na tržištu kapitala, dok je Danska otišla u drugom smeru. Pored toga, ista grupa autora istraživala je uticaj sistema finansiranja na makroekonomske indikatore, posebno uticaj na kretanje BDP i inflaciju, i došla do zaključka da veličina banko-centričnog sistema finansiranja privrede pozitivno utiče na kretanje BDP-a.

U zemljama koje imaju dominaciju tržišta kapitala, takođe je utvrđena pozitivna korelacija između veličine, aktivnosti i efikasnosti sistema finansiranja privrede i ostvarenog ekonomskog rasta, merenog BDP po glavi stanovnika.

Cilj ovog rada jeste da predstavi rezultate istraživanja uticaja sistema finansiranja privrede na ostvarene stope privrednog rasta u zemljama koje su prošle proces tranzicije i postale punopravne članice EU, kao i da napravi uporednu analizu sa stanjem u nacionalnoj ekonomiji. U okviru prvog dela dat je prikaz literature koja je razvila metodologiju za analizu stepena razvijenosti sistema finansiranja privrede. Drugi deo predstavlja analizu razvoja sistema finansiranja privrede u nekada tranzitornim, a sada zemljama članicama EU. Treći deo se bavi analizom stanja sistema finansiranja privrede unutar nacionalne ekonomije u periodu tranzicije.

Sistem finansiranja privrede u procesu tranzicije Centralne i Jugoistočne Evrope¹

Sistem finansiranja privrede unutar komunističkog, društvenog i državnog uređenja, bazirao se na strogoj kontroli tokova novca tako da ne možemo govoriti o njegovoj osnovnoj ulozi u razmeni kapitala između ekonomskih subjekata. U takvim uslovima sistem je bio banko-centričan sa državnim vlasništvom, kao jednim mogućim, i u odsustvu profita kao pokretačke snage u funkcionisanju banarskog sektora.

Početkom devedesetih godina, otpočinjanjem procesa tranzicije, dolazi do promena u sistemu finansiranja privrede što je podrazumevalo tržišno poslovanje i definisanje profita kao osnovnog cilja u funkcionisanju bankarskog sektora. Promene u zakonodavnom okviru, dozvolile su prisustvo privatnih banaka i banaka sa većinskim stranim vlasništvom. Novi sistem je bio u skladu sa sistemom unutar EU, što je praktično značilo pripremu za prijem u godinama koje su usledile.

Ipak, process tranzicije nije prošao bez problema jer je, zbog makroekonomskih turbulencija, došlo do povećanog rizika u odobravanju kredita. Devedesete, kao godine tranzicije, bile su karaktersitične po visokom nivou rizičnih kredita kao rezultata loše kreditne politike i lošeg menadžmenta banaka koje su bile u državnom vlasništvu. Dalja privatizacija i jačanje prisutva stranih banaka doveo je do podizanja efikasnosti bankarskog sektora i smanjenja nenaplativih kredita (Caporale, et.al, 2015).

Ukoliko se pogledaju podaci EBRD za period tranzicije, od 1996. do 2008.godine, bankarski sektor se odlikuje jačanjem prisutva stranih banaka, mereno brojem i veličinom aktive kojom se upravlja. Tako su u Bugarskoj državne banke sa 82.2% aktive 1996.godine, pale na samo 2.07% ukupne bankarske aktive u 2008.godini. Veliki pad u upravljanju aktivom, imale su državne banke u Slovačkoj (sa 54.2 na 0.8%), Češkoj (sa 69.9 na 2.3%) i Litvaniji (sa 54 na 0%). Najveći procenat aktive u državnom vlasništvu zadržale su Poljska (51.6% u 1996. i 18.2% u 2008.) i Slovenija (40.7% u 1996 i 15.4% u 2008.).

Uz smanjenje broja banaka, dolazi do jačanja kreditnih aktivnosti ka privatnom sektoru pri čemu se nude inovativni bankarski proizvodi, kakvi su karakteristični za razvijene privrede, gde se i nalaze centrale banaka. Kreditna aktivnosti banarskog sektora meri se učešćem kredita privatnom sektoru u BDP², i posmatrajući ovaj indikator sve zemlje su tokom procesa tranzicije zabeležile rast. Najdinamičniji je bio u Bugarskoj (sa 12.5 u 2000. na 71.7% u 2008.), Latviji (sa 21.5 na 90.1%), Estoniji (sa 23.3 na 91.7%) i Sloveniji (sa 36.7

¹ Zemlje obuhvaćene istraživanjem su: Bugarska, Češka Republika, Estonija, Mađarska, Latvija, Litvanija, Poljska, Rumunija, Slovačka i Slovenija

² Private sector lending growth (EBRD)

na 85.2%). Sa pojačanom kreditnom aktivnošću dolazi i do visoke zavisnosti od kapitala stranih banaka, što je posebno bilo vidljivo tokom ekonomske krize 2008-2012.godina.

Pored merenja kreditnih aktivnosti ka privatnom sektoru, sistem finansiranja privrede analizira se i kroz kredite za potrošnju, koji obuhvataju hipotekarne kredite i kredite za nabavku roba i usluga. Tokom perioda tranzicije u svim pomenutim zemljama došlo je do uvećanja kredita, mereno učešćem u bruto domaćem proizvodu³. Tako je procenat kredita izdatih domaćinstvima u Litvaniji porastao sa 1.3% u 2000., na 24.4% u 2008.godini, u Rumuniji sa 1.2% na 18.8%. a u Estoniji sa 7.1% na čitavih 46.9%. ovakav rast kredita namenjenih domaćinstvima doveo je do uvećanja deficita u spoljnoj trgovini, usled pojačanog uvoza potrošnih dobara, i depresijacije domaće valute.

Značajan indikator razvoja sistema finansiranja privrede jeste tržišna kapitalizacija⁴ kojom se meri veličina tržišta akcija i dobija se kada se vrednost listiranih domaćih kompanija podeli sa BDP. Rast u tržišnoj kapitalizaciji koji se desio u posmatranim zemljama u period 2000-2008.godina posledica je procesa privatizacije, odnosno pomene vlasničke strukture. Ipak, postoje značajne razlike u kapitalizaciji tako da je ona najveća u Sloveniji 23.5% a najmanja u Latviji 5%, s tim što su sve zemlje doživele pad 2008. u odnosu na 2007.godinu usled efekata svetske ekonomske krize.

Istraživanja koja su se bavila uticajem razvoja sistema finansiranja privrede na ekonomski rast u zemljama u tranziciji imale su različite zaključke. Tako su Hermes i Lensink (2000) bavili pitanjima uloge tržišta akcija kao finansijskih posrednika i uloge osiguranja depozita, kao preduslova stabilnosti bankarskog sektora. Berglof i Bolton (2000) u svom istraživanju tvrde da nema izražene veze između razvijenosti sistema finansiranja privrede i ekonomskog rasta u prvoj dekadi procesa tranzicije, dok Kengourgios i Samitas (2007) tvrde da je ekonomski razvoj u Poljskoj u direktnoj srazmeri sa iznosom kredita izdatim privatnom sektoru. Winkler (2009) u svom istraživanju prezentuje rezultate koji pokazuju da prisustvo stranih banaka nije garant stabilnosti sistema finansiranja privrede, dok Bonin i Wachetel (2003) zaključuju da postojanje razvijenog sistema finansiranja privrede ima značajan uticaj na ekonomski rast u tranzitornim privredama.

Ukoliko se pogledaju tranzitorne privrede može se zaključiti da postoje ozbiljne razlike u igradenosti sistema finansiranja privrede, pri čemu nesumnjivo postoji uzročno-posledične veze između razvijenosti sistema finansiranja privrede i ekonomskog rasta. Institucionalni okvir koji je predvideo postojanje nekoliko oblika razmene ekonomskih subjekata u pogledu kapitala je omogućio dinamične stope privrednog rasta, iako postoje izazovi sa kojima se još uvek suočavaju kao članice EU. Jedan od glavnih ograničavajućih faktora jeste oslanjanje na stranu štednju, kroz banakrski sektor koji je u potpunosti u stranom vlasništvu. Takođe, izazov je i jačanje kapaciteta tržišta akcija, što se posebno odnosi na jačanje zakonodavnog okvira i "opismenjenost" u shvatanju i funkcionisanju inicijalne ponude akcija.

Razvoj sistema finansiranja privrede u periodu tranzicije srpske ekonomije

Proces tranzicije Srbije, politički i ekonomski, počeo je sa deset godina zakašnjena u odnosu na zemlje Centralne i Jugoistočne Evrope, početkom drugog milenijuma. Na žalost promašaje i greške tranzitornih privreda nisu korišćenje kako bi se izbegle slične, već smo i sami postali primer loše prakse, naročito u procesu izgradnje sistema finansiranja privrede.

Učinjene su dve, velike, greške:

³ Household lending growth (EBRD)

⁴ Stock market capitalization (EBRD)

- a) oslanjanje sistema finansiranja privrede na strane izvore,
- b) nije izgrađen okvir za prisustvo različitih izvora finansiranja privrednih aktivnosti.

Kada je reč o sistemu finansiranja privrede, u periodu do 2014.godine kreiranjem institucionalnog ambijenta stvoreni su preduslovi za formiranje banko-centričnog sistema sa većinskim učešćem stranog kapitala u vlasništvu banaka. Za četrnaest godina tranzitornog perioda, 97% ukupne finansijske aktive skoncentrisano je u bankarskom sektoru.

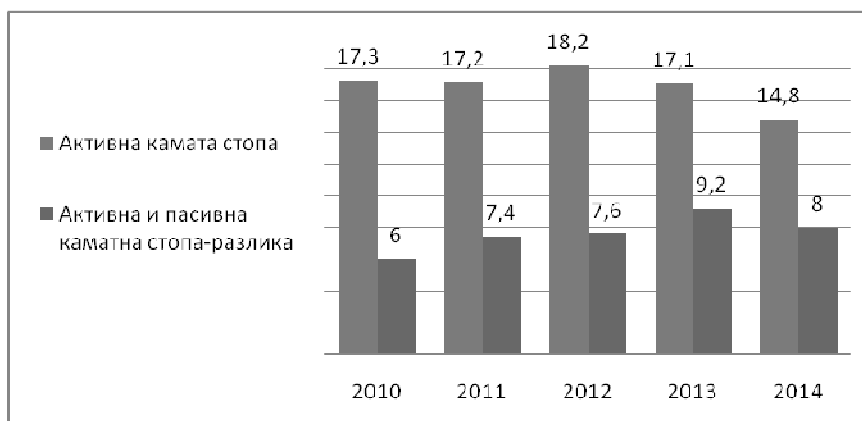
Proces transformacije bankarskog sektora, započeo je gašenjem velikih državnih banaka, i pojavom prvih stranih banaka, koje su preuzele vlasništvo nad 5 privatnih u 2003.godini, što je nastavljeno u 2005.godini kroz privatizaciju 3 državne i 4 privatne.

Period od 2006.do 2009.godine može se smatrati ekspanzivnom fazom bankarskog sektora, koja je usledila nakon konsolidacije, koncentracije i restrukturiranja. U ovom period dolazi do rasta kreditnih aktivnosti bankarskog sektora koji širi svoju infrastrukturu i uvećava broj zaposlenih, što rezultira u ostvarivanju izuzetnih poslovnih rezultata. Jedan od razloga ekspanzije i dobrih poslovnih rezultata jeste nedostatak konkurencije i visoka kamatna marža, kao razlika između aktivne i pasivne kamatne stope. Prema podacima Svetske banke kamatna marža se kretala između 9.5 i 11%, što je značajno više u odnosu na zemlje u okruženju.

Nakon perioda ekspanzije, sredinom 2009.godine, počinju da se osećaju posledice svetske ekonomske krize, posmatrano kroz pad kreditnih aktivnosti, rast nenaplativih potraživanja i pad profitabilnosti. U jednom trenutku pretio je i potpuni kolaps bankarskog sektora jer je postojala mogućnost da strane banke povuku novac ka centralama. Uspostavljanjem Bečkog konsenzusa takva mogućnost je nestala, a država je programima subvencionisanja kamatnih stopa uticala na rast potražnje za kreditima.

Tokom 2013. i 2014.godine, prema podacima Narodne banke Srbije, prisutan je pad kredita odobrenih privredi što uz rast nenaplativih potraživanja i veliki broj blokiranih privrednih subjekata otežava situaciju u bankarskom sektoru. Ipak, i tokom ove dve godine banarski sektor beleži pozitivan finansijski rezultat po osnovu kamata, naknada, provizija ali i smanjenja broja zaposlenih.

Grafik br.1 Kretanje aktivne i pasivne kamatne stope u Srbiji (%)



Izvor: <http://data.worldbank.org/indicator/FR.INR.LNDP>

Banarski sektor, prema podacima Narodne banke Srbije, čine 30 banaka koje se bitno razlikuju u tržišnom učešću, tako što 18 banaka ima tržišno učešće manje od 2%. Vodeće banke su one banke koje imaju tržišno učešće veće od 5% i to su: Banca Intesa (14,83%), Komercijalna (9,96%), Raiffeisen (9,36%), Hypo (6,35%) i Eurobank EFG sa 6,08% tržišnog učešća i one zbirno čine 46,58% ukupnog bankarskog tržišta u Srbiji.

Kada je reč o berzi, kao sastavnom delu sistema finansiranja privrede, tokom poslednjih decenije procesa tranzicija nije uspeła da se pojavi kao značajan izvor finansiranja privrednih aktivnosti. Razloge treba tražiti u nezaokruženom zakonodavnom okviru i nepostojanju jasne podrške kreatora ekonomske politike. Poslovanje Beogradske berze je poslužilo za koncentraciju vlasništva, prodaju hartija od vrednosti unapred poznatim kupcima čime se slabila njena pozicija kao instrumenta za kolektivno prikupljanje kapitala.

Jedna od pokušaja da se prikupi kapital putem Beogradske berze, jeste pokušaj korporacije Tigar koja se spemala da organizuje inicijalnu ponudu akcija prema važećim zakonskim rešenjima. Nakon utrošenih novčanih sredstava i vremena, odustala zbog nemogućnosti da sprovede "book building"-a. Pored toga, kreatori ekonomske politike najavili su tokom 2008/2009.godine mogućnosti da se Telekom Srbije listira na Londonskoj berzi čime su direktno ukazali na nespemnost da ojačaju poziciju berze, kroz proces privatizacije.

Poslednji izvor finansiranja, profesionalni investitori, u potpunosti je zanemaren od strane kreatora ekonomske politike i nije bilo systemske podrške razvoju ovog oblika finansiranja privrednih aktivnosti. Koristeći podatke Srpske asocijacije privatnog kapitala (Serbian Private Equity Association), koja predstavlja neprofitno udruženje investitora koji dokapitalizovali srpske kompanije, do 2013.godine, zabeleženo je 280 miliona evra investicija kroz dokapitalizaciju 22 srpske kompanije. Kao najaktivniji investitori na ovom tržištu su Salford i SEAF koji su do 2014.godine uložili blizu 114 miliona evra u razvoj srpskih kompanija na regionalnom i globalnom tržištu. Prema podacima sa kojima raspolaže Asocijacija, prosečan iznos ulaganja iznosio je 13.5 miliona evra, i to 4.5 za kupovinu udela a 9 miliona za investicije.

Kada je reč o sektorima u kojima su ulagali, prednjači industrija hrane i pića (9), sector informacionih tehnologija (6) i na kraju, sector telekomunikacija, internet i kablovskih komunikacija (2).

Zaključak

Sistem finansiranja privrede predstavlja značajan podsistem privrednog sistema kojim se regulišu značajna kretanja unutar nacionalne ekonomije. Ta kretanja se odnose na razmenu kapitala između ekonomskih subjekata koji raspoložu kapitalom i ekonomskim subjektima koji kapital proizvodno angažuju. U zavisnosti od toleracije prema riziku i očekivanih profitnih stopa, ekonomski subjekti su spremni da razmene kapital kroz dokapitalizaciju, dužničko-poverilački odnos ili kombinaciju dva navedena. Ovo je od velikog značaja jer ekonomski subjekti koji proizvodno angažuju kapital imaju različite mogućnosti i ispunjenost uslova prilikom traženja sredstava. U početnim fazama svog razvoja, ekonomski subjekti nisu u mogućnosti da angažuju kapital u dužničko-poverilačkom odnosu pa im postojanje dokapitalizacije predstavlja značajno olakšanje u procesu obezbeđivanja finansijskih sredstava.

Proces tranzicije nacionalne ekonomije bio je jako dobra prilika da se, učenjem na tuđim greškama, uspostavi sistem finansiranja privrede koji bi imao podsticajnu ulogu u ostvarivanju dinamičkih stopa privrednog rasta i razvoja. Takav sistem bi motivisao pojavu različitih oblika finansiranja, čime bi se uticalo na ponudu finansijskih instrumenata i formiranje njihove cene. Privredni subjekti bi imali mogućnost da se samostalno opredele za izbor finansijskog instrumenta, što bi uticalo i na njihov rast i razvoj. Zemlje koje su uspele da izgrade takav sistem, uspele su da obezbede preduslove za jačanje ekonomije i podsticanje investicionih ciklusa kod privrednih subjekata.

Na žalost, kreatori ekonomske politike u Srbiji nisu iskoristili mogućnost izgradnje sistema finansiranja privrede prema potrebama privrednih subjekata u modernim ekonomijama, i tako je nastao banko-centričan sistem koji je ispoljio prve znake slabosti tokom svetske ekonomske krize i pada životnog standarda stanovništva u Srbiji. Oslanjanje na strani kapital, kroz dominaciju stranih banaka kao finansijskih posrednika, nije dalo dobre rezultate u većini tranzitornih privreda i to je trebalo iskoristiti prilikom izgradnje sopstvenog. Jačanje domaćeg, privatnog, banakrskog sektora, kreiranje manjih štedno-depozitnih institucija i jača kontrola državnih banaka doprinelo bi stabilnosti sistema i smanjenju troškova kojima su izloženi privredni subjekti. Paralelno sa tim, trebalo je raditi na jačanju berze kao institucionalnog, kolektivnog, oblika ulaganja u privredne subjekte i to kroz proces privatizacije. Umesto tenderske prodaje, trebalo je veće privatizacije organizovati kroz prodaju hartija od vrednosti na Beogradskoj berzi, čime bi se uticalo na jačanje svesti o postojanju berze, privlačenju investitora i organizaciji inicijalne ponude akcija, kao forme u prikupljanju kapitala. Takođe, prisustvo profesionalnih investitora je od velikog značaja u ekonomiji koja ima probleme sa tehnološkom opremljenošću i nedostatkom preduzetničkog duha, Podrška razvoju industrije profesionalnih investitora pomogla bi jačanju raspoloživih finansijskih instrumenata ekonomskim subjektima koji se nalaze u ranim fazama razvoja i kojima je, pored kapitala, potrebna i pomoć u uspostavljanju tržišne pozicije.

Reference

1. Backé P., Égert B., Walko Z. (2007), "Credit Growth in Central and Eastern Europe Revisited", Focus on European Integration 2, 69-77.
2. Beck T., Levine R., Loayza N. (2000), "Finance and the Sources of Growth", Journal of Financial Economics, 58(1-2), 261-300.
3. Beck T., Feijen E., Ize A., Moizeszowicz F. (2008), "Benchmarking financial development", Policy Research Working Paper Series 4638, The World Bank.
4. Beck T., Demirgüç-Kunt A., Levine R. (2000), "A New Database on the Structure and Development of the Financial Sector", World Bank Economic Review 14 (3), 597-605.
5. Beck T. (2008), "The Econometrics of Finance and Growth", Policy Research Working Paper Series 4608, The World Bank. Bencivenga V.R.,
6. Berglöf E., Bolton P. (2002), "The Great Divide and Beyond: Financial Architecture in Transition", The Journal of Economic Perspectives, 16 (1), 77-100.
7. Boissay F., Calvo-Gonzalez O., Kozluk T. (2007), "Using Fundamentals to Identify Episodes of 'Excessive' Credit Growth in Central and Eastern Europe", in Enoch C. and I. Ötker-Robe (eds.). Rapid Credit Growth in Central and Eastern Europe: Endless Boom or Early Warning? 47-66.
8. Bonin J., Wachtel P. (2003), "Financial Sector Development in Transition Economies: Lessons from the First Decade", Financial Markets, Institutions and Instruments 12 (1), 1- 66.
9. Bonin J., Hasan I., Wachtel P. (2005), "Privatisation Matters: Bank Performance in Transition Countries", Journal of Banking and Finance 29, 2153-78.
10. Brzoza-Brzezina M. (2005), "Lending booms in the new EU Member States: will euro adoption matter", ECB Working Paper No. 543.
11. Caporale, G.,M., Rault, C., Sova, A.D., Sova, R.,(2015), Financial development and economic growth: Evidence from 10 new European Union members, International Journal of Finance and Economics,20, 48-60.
12. Casu B., Girardone C. (2009), "Testing the relationship between competition and efficiency in banking: A panel data analysis", Economics Letters 105 (1), 134-137.
13. Coricelli F., Masten I. (2004). "Growth and Volatility in Transition Countries: The Role of Credit," presented at the IMF Conference in honor of Guillermo A. Calvo, Washington, DC, April 15-16, 2004, International Monetary Fund.
14. Cottarelli C., Dell'Araccia G., Vladkova-Hollar I. (2005), "Early Birds, Late Risers and Sleeping Beauties: Bank Credit Growth to the Private Sector in Central and Eastern Europe and in the Balkans", Journal of Banking and Finance, 29(1), 83-104.

14. De Haas R.T.A (2001), "Financial development and economic growth in transition economies A survey of the theoretical and empirical literature" Research Series Supervision 35, Netherlands Central Bank.
15. Égert B., Backé P., Zumer T. (2007), "Private-Sector Credit in Central and Eastern Europe: New (Over) Shooting Stars?", *Comparative Economic Studies* 49 (2), 201-231.
16. Fink G., Haiss P., Mantler H.C. (2005), "The Finance-Growth-Nexus: Market Economies vs. Transition Countries, EuropaInstitut Working Paper 64.
17. Fink G., Haiss P., Vuksic G. (2008), "Contribution of Financial Market Segments at Different Stages of Development: Transition, Cohesion and Mature Economies Compared" *Journal of Financial Stability*, forthcoming.
18. Fries S., Neven D.J., Seabright P., Taci A. (2006), "Market Entry, Privatization and Bank Performance in Transition", *Economics of Transition*, 14(4), 579-610.
19. Gillman M., Harris M.N. (2004), "Inflation, Financial Development and Growth in Transition Countries", *Monash Econometrics and Business Statistics Working Papers* 23.
20. Goldsmith R.W. (1969), "Financial Structure and Development", New Haven, CT, Yale University Press.
21. Hagemayr B., Haiss P.R., Sumegi K. (2007), "Financial Sector Development and Economic Growth - Evidence for Southeastern Europe" EuropaInstitut Working Paper.
22. Harrison P., Sussman O., Zeira J. (1999), "Finance and growth: Theory and new evidence", *Finance and Economics Discussion Series* 35, The Federal Reserve Board.
23. Hermes N., Lensink R. (2000), "Financial system development in transition economies" *Journal of Banking and Finance*, 24 (4), 507-524.
24. Im K., Pesaran M.H., Shin Y. (2003), "Testing for unit roots in heterogeneous panels", *Journal of Econometrics* 115 (1), 53-74.
25. Kenourgios D., Samitas A. (2007). "Financial Development and Economic Growth in a Transition Economy: Evidence for Poland" *Journal of Financial Decision Making*, 3, (1), 35-48.
26. Kraft E., (2005), "EU Accession - Financial Sector Opportunities and Challenges for Southeast Europe, Springer Berlin Heidelberg, 61-91.
27. Levine R. (1997), "Financial development and economic growth: Views and agenda", *Journal of Economic Literature*, 35(2), 688-726.
28. Levin A., Lin. C.F., Chu C.S., (2002), "Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite sample properties", *Journal of Econometrics*, 108(1), 1-24.
29. Levine R., Zervos S. (1996), "Stock Market Development and Long-Run Growth", *World Bank Economic Review*, 10(2), 323-339.
30. Levine R., Loayza N., Beck T. (2000), "Financial intermediation and growth: Causality and causes", *Journal of Monetary Economics*, 46(1), 31-77.
31. Levine R. (2005), "Finance and Growth: Theory and Evidence," *Handbook of Economic Growth*, in: Aghion P. and S. Durlauf (ed.), vol 1, 865-934.
32. Matousek R., Taci A. (2005), "Efficiency in banking: Empirical Evidence from the Czech Republic", *Economic Change and Restructuring*, 37(3), 225-244.
33. Pesaran H.M. (2007), "A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence", *Journal of Applied Econometrics* 22(2), 265-312.
34. Rioja F., Valev N. (2004), "Does one size fit all? A reexamination of the finance and growth relationship", *Journal of Development Economics* 74(2), 429-47.
35. Rousseau P.L., Wachtel P. (2002), "Inflation thresholds and the finance-growth nexus", *Journal of International Money and Finance*, 21(6), 777-793.
36. Tang H., Zoli E., Klytchnikova I. (2000), "Banking Crises in Transition Countries: Fiscal Costs and Related Issues", *World Bank Policy Research Working Paper* 2484.
37. Wachtel P. (2001), "Growth and Finance: What do we know and how do we know it?", *International Finance*, 4(3), 335-362.
38. Winter L.A. (2004), "Trade Liberalization and Economic Performance: An Overview," *The Economic Journal*, 114, 4-21
39. Winkler. A., (2009), "Southeastern Europe: Financial Deepening, Foreign Banks and Sudden Stops in Capital Flows" *Focus on European Economic Integration* 1, 84-97.

ODRŽIVA KONKURENTNOST PRIRODNIH RESURSA SRBIJE I NJEN UTICAJ NA PRIVREDNI RAZVOJ

Dr Svetislav Milenković*

Dr Nikola Bošković

Apstrakt: Prirodni resursi predstavljaju jedan od osnovnih resursa privrednog razvoja većine ekonomija. Raspolaganje kvalitetnim i očuvanim prirodnim resursima predstavlja značajan faktor konkurentnosti nacionalnih ekonomija. Zbog sve izraženijeg nedostatka pojedinih kategorija prirodnih resursa, kao i zbog nepostojanja odgovarajućih supstituta, koji bi ih na ekonomski prihvatljiv način zamenili, neophodno im je dodeliti odgovarajuće ekonomske vrednosti, kako ne bi došlo do njihove prekomerene eksploatacije. Na taj način bi se osigurao njihov dugoročan opstanak, a time i poboljšala konkurentna pozicija Srbije u odnosu na okruženje. Cilj ovog rada je utvrđivanje onih oblika prirodnih resursa Srbije koji mogu da budu održivi i konkurentni, tj. koji mogu da obezbede dugoročan održivi privredni razvoj. Takođe, u radu će biti identifikovane i one privredne grane koje mogu da ih na najefikasniji i ekonomski najprihvatljiviji način valorizuju. Imajući u vidu da je potencijal obnovljivih prirodnih resursa na području Srbije relativno dobar, naročito kada se radi o zemljištu, vodnim i šumskim resursima, dok je potencijal neobnovljivih lošiji, izuzimajući nemetalime, fokus istraživanja je na utvrđivanju konkurentnosti ovih resursnih kategorija. Njihovim pravilnim iskorišćavanjem moguće je poboljšati dosadašnji privredni razvoj, pre svega intenzivnijim razvojem poljoprivrede, šumarstva, energetike i turizma. Očekivani rezultati rada su davanje konkretnih preporuka kreatorima ekonomske politike Srbije na koji način stimulisati razvoj privrednih grana zasnovanih na identifikovanim konkurentnim prirodnim resursima.

Ključne reči: prirodni resursi, konkurentnost, privredni razvoj, Srbija, održivost

Uvod

Prirodni resursi su postali značajniji predmet interesovanja, ne samo ekonomske nauke i ostalih teorijskih rasprava, već i kreatora nacionalnih politika privrednog razvoja tokom prošlog veka, kada je uočeno da postoji velika razlika između opadanja raspoloživosti, a samim tim i ponude prirodnih resursa na regionalnom, nacionalnom i globalnom nivou, sa jedne strane i eksponencijalnog tempa rasta njihovog korišćenja, tj. tražnje za resursima, sa druge strane. Shvatanja i definisanja prirodnih resursa u ranijem periodu su bila statičkog karaktera i imala su za cilj da jednostavno opišu šta se podrazumeva pod prirodnim resursima, bez značajnijeg isticanja njihovih ekonomskih i ostalih razvojnih karakteristika. U tom periodu, akcenat je bio samo na njihovoj prostornoj evidenciji, bez uzimanja u obzir pitanja dugoročne raspoloživosti, ekonomske konkurentnosti, eksternih efekata i sveopšte održivosti.

Sa razvojem privrednih aktivnosti dolazi do značajnog porasta posmatranja i ekonomskog isticanja uloge koju prirodni resursi imaju u privrednom razvoju mnogih nacionalnih ekonomija, što je dovelo i do značajnog rasta tražnje za njima. Sve je to uticalo da se promene i dotadašnja shvatanja posmatrane resursne kategorije. U prilog prethodno navedenom, definisanje prirodnih resursa je doživelo značajnu promenu u ekonomskoj teoriji poslednjih nekoliko decenija, kada je dobilo sve više premise ekonomskih i ekoloških tumačenja. Jedna od najcitiranijih definicija prirodnih resursa je ona koja pod njima podrazumeva prirodne objekte i pojave, koji se iskorišćavaju u sadašnjosti, prošlosti i

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: svetakg@kg.ac.rs

budućnosti za direktnu i indirektnu potrošnju; koji imaju sposobnost da stvaraju materijalna bogatstva, reprodukuju radne resurse, održavaju uslove za čovekovo življenje i povećanje kvaliteta života (resursi udobnosti, estetski resursi), kao tela i sile prirode, društvena korisnost koja se pozitivno ili negativno menja u rezultatu rada čoveka (Skinner 1989, 251). Ovakvo shvatanje prirodnih resursa nameće jasnu potrebu promene uloge i značaja koji oni imaju u privrednom razvoju. Posebno se akcenat stavlja na njihovom indirektnom korišćenju, koje postaje sve intenzivnije u savremenim ekonomskim tokovima, što značajno može da poveća konkurentnost nacionalnih ekonomija, koje raspolažu, pre svega, ograničenim prirodnim resursima, koje u situaciji nepostojanja tržišno prihvatljivih supstituta, ostvaruju značajne stope privrednog razvoja. Broj finalnih proizvoda se rapidno povećava, kako se razvija, pre svega, tehničko-tehnološki progres. Sve to dodatno povećava konkurentnost nacionalnih ekonomija, koje u kombinaciji raspoloživih prirodnih resursa i tehničko-tehnoloških rešenja, uz neizostavnu i ključnu podršku humanih resursa, stvaraju proizvode visoke vrednosti, a samim tim povećavaju svoje ekonomske performanse i ostvaruju ubrzani privredni razvoj.

Prethodno shvatanje prirodnih resursa pokazuje da su oni jedna dosta heterogena kategorija, koja zahteva dosta kompleksnije posmatranje od pukog isticanja da su oni samo faktor privrednog razvoja. To jasno nameće potrebu klasifikacije i grupisanja prirodnih resursa u relativno homogene celine, kako bi se njima na lakši i efikasniji upravljalo. U relevantnoj literaturi prirodnih resursa postoji veliki broj klasifikacija. Najveći broj autora (Hussen 2004; Harris 2006) klasifikuje prirodne resurse na obnovljive i neobnovljive. Osnovni kriterijum po kojem je izvršena klasifikacija je mogućnost obnavljanja (regeneracije), pri čemu obnovljivi prirodni resursi mogu nakon određenog vremenskog perioda da se obnove i da budu ponovo raspoloživi za potrošnju, dok neobnovljivi prirodni resursi, kada se jednom potroše, ne mogu da budu predmet potrošnje u nekom narednom vremenskom periodu (Milenković & Bošković 2011, 13-14). Ovakvo posmatranje prirodnih resursa je, sa stanovišta privrednog razvoja, dosta pojednostavljeno, nepotpuno i nedovoljno, jer ne daje pravu sliku o raspoloživosti prirodnih resursa posmatranog područja i mogućnosti ostvarivanja održive konkurentnosti. Mnogo veću upotrebnu vrednost ima klasifikacija prirodnih resursa na konvencionalne i alternativne. Ova klasifikacija je izvršena prema stepenu korišćenja i doprinosa prirodnih resursa privrednom razvoju u posmatranom periodu, ali i pretpostavkama za budući privredni razvoj. Konvencionalni su oni na osnovu kojih se privreda razvija i oni predstavljaju ključne faktore ekonomskog razvoja, a samim tim i konkurentnosti nacionalne ekonomije, dok su alternativni oni koji nisu predmet eksploatacije u sadašnjosti, ali čiji potencijal postoji, i koji u narednom periodu treba da postanu konvencionalni, a samim tim i osnova buduće konkurentnosti nacionalne ekonomije. Ovakva klasifikacija prirodnih resursa je ekonomski prihvatljivija, jer ona zapravo daje odgovor na pitanje koji su resursi nosioci konkurentnosti nacionalne ekonomije i privrednog razvoja, a koji bi to trebalo da postanu u budućem periodu.

Analiza prirodnih resursa na području Srbije treba da pokaže kakav resursni potencijal postoji, na koji način je najbolje valorizovati tako utvrđen resursni potencijal, kao i na koji način prirodni resursi mogu da dovedu do poboljšanja konkurentnosti nacionalne ekonomije u budućem periodu.

Definisanje konkurentnosti nacionalnih ekonomija

Konkurentnost je višedimenzionalna kategorija koja se može posmatrati na nivou celokupne nacionalne ekonomije, određene privredne grane, ali i samog preduzeća. Kao rezultat prethodno navedenog, postoji veliki broj i često međusobno suprotstavljenih shvatanja konkurentnosti, kao i uloge koju prirodni resursi imaju u procesu ostvarivanja konkurentnosti.

Pošto je predmet naše analize konkurentnost prirodnih resursa Srbije, u narednom izlaganju akcenat ćemo staviti na definisanje konkurentnosti na nivou nacionalne ekonomije.

OECD definiše međunarodnu konkurentnost kao meru prednosti ili nedostataka zemlje sa aspekta plasmana svojih proizvoda na međunarodnom tržištu (OECD, 2011), dok je Svetski ekonomski forum definiše kao sposobnost zemlje da ostvari održive visoke stope rasta BDP-a per capita (WEF 2008). Iz prethodnog se zaključuje da je nacionalna ekonomija konkurentna ukoliko je ostvarila rast bruto domaćeg proizvoda, odnosno rast životnog standarda stanovnika koji je određen produktivnošću same ekonomije, odnosno količinom proizvedenih dobara po jedinici uloženog. S druge strane, Garelli (2009) definiše konkurentnost zemlje kao područje ekonomske teorije, koja analizira činjenice i politike koje oblikuju sposobnost zemlje da stvori i održi sredinu koja stvara veću vrednost za preduzeća i prosperitet za njene stanovnike. Ovakvo shvatanje ističe indirektnu ulogu koju zemlja ima u stvaranju konkurentnosti, tj. oblikovanje okruženja, gde će tržišno vođeno poslovanje privatnih subjekata stvoriti odgovarajuće konkurentske prednosti, što je osnova savremenih teorija konkurentnosti. Konkurentnost zemlje zavisi od vrednosti proizvedenih dobara i usluga, od cena koje se mogu postići na međunarodnom tržištu plasmanom tih proizvoda, ali i od efikasnosti kojom se ti proizvodi mogu stvoriti. U prilog navedenom, Porter definiše konkurentnost kao sposobnost nacionalne ekonomije u korišćenju prirodnih resursa, fizičkog i ljudskog kapitala (Porter, 1990). Upravo je ovo shvatanje ključno u isticanju osnovnih faktora konkurentnosti, jer ih integriše sve zajedno u jednu homogenu celinu, koja treba da dovede do najboljih rezultata. Nemoguće je postati i dugoročno opstati konkurentan na nacionalnom i/ili globalnom nivou, a samim tim i povećati životni standard svojih građana, ukoliko ne postoji jasno definisana strategija korišćenja prirodnih resursa, kao i makroekonomska politika koja mora da je prati i da bude usklađena sa ciljevima koji su dati u strategiji. Rosić i Veselinović (2008) smatraju da konkurentnost nacionalne ekonomije nije izolovan fenomen već interdisciplinarna pojava koja proizilazi iz internog i eksternog okruženja i povezuje poslovnu strategiju, makroekonomsku politiku, pravnu i regulatornu reformu, obrazovanje, motivisanost menadžmenta i radnika i mnoštvo ostalih ekonomskih, poslovnih i društvenih faktora na stvaranju jedinstvenog strategijskog plana i politike konkurentnosti u cilju stvaranja veće dodate vrednosti. Dugoročna sposobnost privrede da bude međunarodno konkurentna utvrđuje se kroz brojne unutrašnje i spoljašnje faktore, kao što su: ljudski i prirodni resursi, infrastruktura, menadžment, kapital, intervencije vlade i tehnološka sposobnost kompanija. Efikasna raspodela ovih resursa dovodi do različitih nivoa produktivnosti, obima i strukture međunarodne trgovine proizvodima i uslugama, i sposobnošću da se generišu, prilagode rasprostrane inovacije.

Analizirajući različita metodološka rešenja određivanja ključnih faktora konkurentnosti nacionalnih ekonomija, Porter je razvio Novi Globalni Indeks Konkurentnosti (NGCI) (Porter 2008). Suština ovog indeksa je da istakne da nisu sve zemlje identične u startnim pozicijama u međunarodnoj utakmici, pa samim tim imaju i različite polazne osnove u ostvarivanju međunarodne konkurentnosti. Prema ovom parametru, nivo konkurentnosti zemlje je određen dejstvom 3 faktora (Savić 2010, 11):

1. Nasleđem;
2. Makroekonomskom konkurentnošću, i
3. Mikoekonomskom konkurentnošću.

Iz prethodnog se jasno zaključuje da polaznu osnovu direktno određuje faktor označen pojmom „nasleđe“, koji obuhvata:

- a) Raspoložive prirodne resurse;
- b) Geografsku lokaciju na kojoj se zemlja nalazi, i

c) Veličinu domaćeg tržišta i broj stanovnika.

Položaj prirodnih resursa, kao primarnog, baznog faktora konkurentnosti nacionalnih ekonomija, što se jasno vidi iz prethodne strukture indeksa, značajno modifikuje teorije o konkurentnosti s kraja prošlog veka, koje su akcenat stavljale isključivo na znanju, informacijama i tehnologijama. Kao što je i oslanjanje isključivo na prirodne resurse i jeftinu cenu radne snage, što je bio osnovni faktor konkurentnosti do početka 80-tih godina prošlog veka, dugoročno neodrživ faktor konkurentnosti, isto tako i insistiranje isključivo na gore pomenutim tzv. internim faktorima konkurentnosti, ne može da obezbedi dugoročnu, održivu konkurentnost nacionalnih ekonomija. Dakle, dugoročna, održiva konkurentnost nacionalne ekonomije, koja mora da bude, ne samo ekonomski, već i ekološki, sociološki, institucionalno, demografski, tehnološki i politički usklađena i superiornija u odnosu na okruženje u kojem egzistira, počiva na jedinstvu gore navedena 3 faktora: nasleđem, makroekonomskom i mikroekonomskom konkurentnošću.

Uloga prirodnih resursa u izgradnji konkurentnosti nacionalnih ekonomija

Prilikom istraživanja uloge i značaja koji prirodni resursi imaju u procesu privrednog razvoja i unapređenja konkurentnosti nacionalnih ekonomija najpre je potrebno izvršiti klasifikaciju svih resursa koji utiču na ekonomski razvoj i koji mogu da budu faktori konkurentnosti. Jednu od najcitiranijih klasifikacija resursa uključenih u privredni razvoj dao je Samuelson. Prema njegovim istraživanjima, svi resursi koji utiču na ekonomski rast i razvoj mogu da se klasifikuju u 4 grupe (Samuelson 1994, 697):

1. ljudski resursi (ponuda radne snage, motivacija, obrazovanje, disciplina i sl.);
2. kapitalni resursi, tj. proizvodni fondovi i infrastruktura (mašine, fabrike, putevi i sl.);
3. prirodni resursi (zemljište, rudna i energetska bogatstva, klima i sl.), i
4. tehnološki resursi (nauka, informacioni resursi, inženjering, upravljanje, preduzetništvo i sl.).

Ne osporavajući ulogu ostalih resursa koji doprinose privrednom razvoju, naročito humanih, koji su, po našem mišljenju, najvažniji i koji mogu najviše da povećaju efikasnost korišćenja svih ostalih resursnih kategorija, a samim tim i da ostvare najveću konkurentnost nacionalnih ekonomija, citirani autor, ali i brojni autori, koji su proučavali doprinos prirodnih resursa privrednom razvoju (Medows 1972; Daly 1994), zalažu se za vrednovanje prirodnog resursnog potencijala i njegovog posmatranja kao inputa procesa stvaranja vrednosti.

Prirodni resursi obezbeđuju pet osnovnih funkcija razvoja nacionalne ekonomije, a samim tim i osnovnih faktora konkurentnosti (Nacionalna strategija održivog korišćenja prirodnih resursa i dobara, 3):

- 1) funkciju izvora (proizvodnja obnovljivih i neobnovljivih resursa, biomase, itd.);
- 2) funkciju primaoca (apsorpcija otpadnih tokova, kao što su otpad i zagađujuće materije);
- 3) funkciju kruženja (globalni ciklusi kruženja materije, obnavljanje biomase);
- 4) informacionu funkciju (genski fondovi, model ili prototip tehničkih sistema);
- 5) rekreativnu i druge funkcije (zadovoljenje obrazovnih, duhovnih, estetskih, kulturnih, turističkih, zdravstvenih potreba ljudi).

Raznovrsnije resursno bogatstvo omogućava jednoj zemlji izgradnju diversifikovane proizvodne strukture, koja postaje manje osetljiva na globalna privredna kolebanja. Obilje resursa jednoj nacionalnoj ekonomiji daje šansu da razvija određene izvozne sektore i tako dolazi do neophodnih deviznih resursa (Marsenić 1982, 93). Prethodno stanovište jasno

pokazuje direktnu povezanost između raspoloživosti prirodnih resursa i privrednog razvoja. Da li će i na koji način ta povezanost biti ostvarena prevashodno zavisi od načina na koji se prirodni resursi koriste, tj. koliko se finalnih proizvoda dobija njihovom transformacijom. Postoji jasna korelacija između stepena ekonomske razvijenosti i obima i strukture korišćenih prirodnih resursa. Po pravilu, što je jedna ekonomija razvijenija to je i obim korišćenih prirodnih resursa veći (Milenković & Bošković 2014, 112). Razvijenije ekonomije koriste prirodne resurse u transformisanom obliku, dok nerazvijene zemlje koriste prirodne resurse uglavnom u svom izvornom obliku.

Privredni rast i razvoj podrazumeva, kako osvajanje i najpotpunije iskorišćavanje povoljnih prirodnih uslova tako i limitiranje nepovoljnih posledica prouzrokovanih zavisnošću procesa reprodukcije resursa. Ekstenzivan ekonomski rast, koji pretpostavlja aktiviranje i privođenje eksploataciji sve većih količina resursa, objektivno dovodi do njihovog iscrpljivanja i povećanog odlaganja otpadaka proizvodnje i potrošnje u okruženje (Rikalović 1999, 32). Zbog toga je neophodno promeniti dosadašnji tretman prirodnih resursa, kao inputa proizvodnih procesa, a samim tim i faktora privrednog razvoja kojem nije dodeljivana ekonomska vrednost, ka faktoru koji može značajno da poveća konkurentnost nacionalne ekonomije.

Mnoge nacionalne ekonomije svoju konkurentnost na međunarodnom tržištu grade na direktnom korišćenju prirodnih resursa, pre svega njihovim izvozom u primarnom, ne prerađenom obliku. Takva situacija je prisutna u onim zemljama koje raspolažu značajnim resursnim potencijalom strateški važnih resursa čija tražnja na međunarodnom tržištu, pre svega, nije cenovno, ali ni i dohodovno elastična. Takođe, za te resurse ne postoji ni odgovarajući supstitut, koji bi ih na ekonomski, ekološki i drugi prihvatljiv način zamenio. Ovakva situacija je prisutna u malom broju zemalja (najznačajniji primer su zemlje Bliskog Istoka i Rusija), koje zahvaljujući izvozu nafte i prirodnog gasa, kao strateški važnih i tržišno nezamenjivih energetskih resursa, ostvaruju značajne devizne prilive, a samim tim i privredni razvoj. Gore navedeno rešenje, prema našem mišljenju, nije ekonomski prihvatljivo i dugoročno održivo, jer podrazumeva smanjenje resursnog potencijala, s jedne strane, a ekonomski efekti nisu optimalno ostvareni, s druge strane. Kada bi se u kalkulaciju nacionalnog računa uključila i vrednost potrošenih prirodnih resursa, efekat bi bio negativan. Srbija ne raspolaže ovim i sličnim oblicima prirodnih resursa, tako da ne postoji mogućnost da gradi svoju „prividnu konkurentnost“ na osnovu ovakvog korišćenja svojih prirodnih resursa. Mnogo veća ekonomska vrednost se ostvaruje u situaciji kada se prirodni resursi koriste kao inputi procesa proizvodnje. U tom slučaju, zemlja koja raspolaže rezervama prirodnih resursa, koristeći ih u kombinaciji sa ostalim resursima privrednog razvoja (pre svega, ljudskim i tehnološkim resursima), ostvaruje značajnu konkurentsku prednost na međunarodnom tržištu. Tipičan primer je Švedska, koja je eksploatacijom svojih šumskih resursa, uz maksimalno učešće prethodno navedenih drugih resursnih kategorija, postala konkurentna na međunarodnom tržištu industrije nameštaja i ostalih proizvoda (preko 10.000 različitih proizvoda) od drveta, kao prirodnog resursa.

Uticaj prirodnih resursa postaje ključan u projektovanju budućeg privrednog razvoja, pa samim tim i poznavanje resursnog potencijala Srbije umnogome može da utiče na izbor prioritetnih privrednih grana i delatnosti.

Konkurentni prirodni resursi Srbije i njihov doprinos privrednom razvoju

Analizirajući potencijal prirodnih resursa Srbije moguće je izdvojiti one prirodne resurse koji mogu biti nosioci ili ključni dopunski faktori privrednog razvoja u narednom periodu.

Tabela 1. Pregled prirodnih resursa Srbije kao faktora konkurentnosti

Vrsta resursa	Konkurentan resurs	Privredne grana u kojima resurs može biti konkurentnost
Zemljište	Černoziem	Poljoprivreda (žitarike i industrijsko bilje), energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Smonica	Poljoprivreda (stočno i krmno bilje, voćarstvo i vinogradarstvo), energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Gajnjača	Poljoprivreda (voćarstvo i vinogradarstvo), energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Podzol	Šumarstvo, turizam, energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Ritska crnica	Poljoprivreda (povrtarstvo i kukuruz), energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
Šumski resursi	Očuvane četinarske	Industrija (drvena, hemijska), poljoprivreda (organska proizvodnja), energetika (biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Očuvane hrastove	Industrija (drvena, hemijska), turizam, poljoprivreda (organska proizvodnja), energetika (šumska biomasa kao alternativni energetski resurs)
	Reliktne i endemične šume (Pančićeva omorika, monika i mulika)	Turizam
Vodni resursi	Podzemne vode	Vodosnabdevanje (čista pijaća voda), turizam (banjski), industrija (prehrambena)
	Reke	Energetika, poljoprivreda, saobraćaj, turizam, industrija, vodosnabdevanje (voda za piće)
	Jezeru	Energetika, vodosnabdevanje (voda za piće), poljoprivreda, turizam, industrija
	Bare (Carska i Obedska bara)	Turizam
Metalni i nemetalni resursi	Nemetali	Industrija (građevinarstvo), saobraćaj, poljoprivreda
	Crni metali (hrom)	Industrija
	Obojeni metali (antimon, molibden, olovo, cink)	Industrija

Izvor: Autori

Prethodna tabela jasno nam pokazuje da potencijal prirodnih resursa omogućava ograničeni privredni razvoj, koji u prethodnom periodu nije adekvatno iskorišćen. Izuzimajući poljoprivredu i turizam, koji, zahvaljujući bogatstvu i raznovrsnošću prirodnim resursima, imaju sasvim solidnu resursnu osnovu, i delimično energetiku, prevashodno segment zasnovan na obnovljivim energetskim resursima (biomasa), ostale privredne grane su značajno limitirane resursnim potencijalom ili kako bi to Porter istakao „nasleđem“. Međutim, iako postoji resursni potencijal, poljoprivreda i turizam Srbije nisu konkurentne u odnosu na zemlje okruženja. To je rezultat nedovoljnog dejstva ostalih faktora konkurentnosti (markoekonomskih i mikroekonomskih), koji nisu uskladili ekonomski sistem na taj način da usmeri investicije u razvoj ovih privrednih grana. Takođe, poljoprivreda Srbije nije konkurentna jer resursna osnova, koja postoji, nije iskorišćena za razvoj finalnih proizvoda prehrambene industrije, koja najbolje valorizuje poljoprivredne proizvode. Umesto toga, Srbija izvozi primarne poljoprivredne proizvode (svežu i zaleđenu malinu, kukuruz i slično) i na taj način podstiče razvoj prerađivačkih kapaciteta drugih zemalja i utiče na povećanje njihove konkurentnosti. Prirodni turistički resursi, od kojih je veliki broj jedinstven u Evropi,

uz dodatak bogatog i raznovrsnog kulturno-istorijskog nasleđa, mogu da budu ključni u budućem privrednom razvoju Srbije. Imajući u vidu da turizam multiplikativno deluje na razvoj svih privrednih grana područja, uz njegov sve značajniji ekološki aspekt, u narednom periodu on može da postane vodeća održiva konkurentna prednost Srbije.

Od ostalih privrednih grana koju treba intenzivnije razvijati i koja može da obezbedi dugoročnu, održivu konkurentnost Srbije je energetika, posebno onaj segment energetike koji se zasniva na obnovljivim energetske resursima. U tom sektoru, Srbija je dosta dobro iskoristila jedino potencijal svojih velikih vodotokova, dok značajan deo (preko 80%) ostalih oblika (biomasa, mali vodotokovi, geotermalna energija i energija sunca i vetra) obnovljivih energetske resursa je na dosta niskom stepenu eksploatacije, a samim tim i konkurentnosti u odnosu na zemlje okruženja. Takođe, potencijal šumskih resursa omogućava razvoj drvne industrije, naročito u proizvodnji finalnih proizvoda visokog stepena prerade (npr. industrije nameštaja, posebno montažnih kuća), gde Srbija može da ostvari konkurentne rezultate na evropskom tržištu.

Potencijal metalnih i nemetalnih prirodnih resursa u Srbiji, naročito onih koji su najtraženijih na globalnom tržištu (gvožđa, bakra, aluminijuma, itd.) nije na takvom nivou da bi mogao da obezbedi konkurentnu prednost. Na sadašnjem stepenu razvoja tehnike i tehnologije nije ekonomski opravdano investirati u razvoj privrednih grana zasnovanih na ovim resursima. Jedino je ekonomski isplativo eksploatirati nemetale, kojima Srbija raspolaže. Zbog relativno niske cene proizvoda od nemetala, industrija zasnovana na njima ne može da bude vodeća privredna grana u dužem periodu.

Institucionalna podrška u vidu podsticanja održivog ekonomskog razvoja koja će biti neophodna u Srbiji u narednom periodu povećaće ulogu koju prirodni resursi imaju u povećanju nacionalne konkurentnosti. Ona će biti usmerena na povećanje efikasnosti korišćenja resursa (samim tim i smanjenje intenziteta njihovog korišćenja) i smanjenje negativnog uticaja na životnu sredinu. Ukratko, ona je usredsređena na pronalaženje opcija praktične politike za odvajanje trenda ekonomskog razvoja i još šire, razvoja uopšte, od trenda korišćenja resursa i uticaja na životnu sredinu. U prilog tome je usvojena Nacionalna strategija održivog korišćenja prirodnih resursa, koja uspostavlja vezu između korišćenja resursa i negativnog uticaja korišćenja resursa na životnu sredinu i utvrđuje gde je potrebno preduzeti određene akcije u cilju prevazilaženja problema (Nacionalna strategija održivog korišćenja prirodnih resursa 2012). Cilj Strategije je unapređenje održivog ekonomskog razvoja efikasnim korišćenjem prirodnih resursa uz istovremeno smanjenje negativnih uticaja po životnu sredinu. Kada je to izvodljivo, strategija se bavi i pronalaženjem načina za korišćenje pojedinačnih prirodnih resursa, od obezbeđivanja do višestrukog korišćenja za proizvodnju i druge namene i povratka u životnu sredinu. U prilog tome, reciklaža, tj. ponovno korišćenje već upotrebljenih resursa postaje izazov u narednom periodu, koji će još više pojačati ulogu prirodnih resursa u ostvarivanju konkurentnosti privrede Srbije.

Zaključak

Prirodni resursi predstavljaju, pored ljudskih, najvažnije faktore privrednog razvoja. Mnoge savremene ekonomije svoju konkurentnu poziciju na svetskom tržištu postižu zahvaljujući postojanju prirodnih resursa. Poslednjih nekoliko decenija prirodni resursi, usled sve izraženije fizičke ograničenosti, sa jedne strane, i sve izraženije tražnje, sa druge strane, postaju predmet brojnih ekonomskih analiza. Iz svega navedenog, jedan od ključnih uslova ostvarivanja ubrzanog privrednog razvoja je efikasnije korišćenje prirodnih resursa i odabir kompatibilnih privrednih grana. Pre svega navedenog, neophodno je izvršiti pravilnu ocenu prirodnog resursnog potencijala.

Teorije konkurentnosti nisu do kraja prošlog veka poklanjale pažnju previše prirodnim resursima, već su akcenat stavljale na mikro i makro uslove za ostvarivanje konkurentnosti. Izostavljanje prirodnih resursa dovelo je do nerealnih ekonomskih performansi pojedinih zemalja, što je početkom XXI veka dovelo do njihovog ubrzanog kraha. Neosporavajući ulogu koji prethodno navedeni faktori konkurentnosti imaju, u radu smo, analizirajući najnovije tendencije u shvatanju pojma konkurentnosti došli do zaključka da je uloga prirodnih resursa, pre svega zbog njihove raspoložive limitiranosti, s jedne strane, i povećanje tražnje, s druge strane, rastuća i u pojedinim slučajevima presudna u poboljšanju ekonomskih performansi i saglasno tome unapređenju konkurentnosti nacionalnih ekonomija.

Na području Srbije postoji relativno solidan prirodni resursni potencijal, pa samim tim on može da bude dobra osnova privrednog razvoja u narednom periodu. U prethodnim periodima ekonomskog razvoja nije se poklanjalo dovoljno pažnje onim resursnim kategorijama koje mogu da stvaraju konkurentsku prednost, pa su samim tim i ekonomski efekti izostali.

U radu smo identifikovali nekoliko oblika prirodnih resursa za koje smatramo da mogu da predstavljaju osnovu razvoja pojedinih privrednih grana. Najznačajniji prirodni resurs je zemljište, koje je na području Srbije zadovoljavajućeg kvaliteta i koje može da predstavlja bazni resurs razvoja poljoprivredne proizvodnje i kompatibilnih prerađivačkih industrijskih grana. Posebno akcenat stavljamo na razvoj prehrambene industrije, jer ona na najbolji mogući način povećava konkurentnost Srbije na bazi postojanja posmatranog prirodnog resursa. Pored poljoprivrednog, smatramo da dobar resursni potencijal ima i šumsko zemljište, koje, uz institucionalnu podršku, može da obezbedi solidnu resursnu osnovu razvoja šumarstva, proizvodnji zdrave hrane, ali i da bude indirektno valorizovana njegova neupotrebna vrednost u turizmu. Ostali identifikovani prirodni resursi zahtevaju intenzivniju upotrebu ostala dva faktora konkurentnosti, tako da smatramo da ne mogu da budu dominantni u ostvarivanju konkurentnosti privrede Srbije.

U skladu sa prethodno navedenim, u radu smo došli do generalnog zaključka da prirodni resursni potencijal Srbije pruža solidne mogućnosti za unapređenje konkurentnosti privrede u narednom periodu. Njegova uloga biće sve izraženija ukoliko isključivo dominantnu ekonomsku dimenziju efikasnosti nacionalnih ekonomija upotpunjuju ekološka, socijalna, kulturna i slično, odnosno, kako koncept održivog privrednog razvoja postaje institucionalno obavezujući za sve nacionalne ekonomije, pa samim tim i za Srbiju.

Reference

1. Daly, H. (1994). Operationalizing Sustainable Development by Investing in Natural Capital. U Daly, H., *Investing Natural Capital: The Ecological Economics Approach to Sustainability*. Washington: Island Press
2. Garelli, S. (2009). The Fundamentals and history of competitiveness. *IMD World Competitiveness Yearbook 2009*
3. Harris, J. (2006). *Environmental and Natural Resource Economics*, New York: Houghton Mifflin Company
4. Hussen, A. (2004). *Principles of Environmental Economics*, London: Routledge
5. Marsenić, D. (1982). *Ekonomska struktura i privredni razvoj Jugoslavije*, Beograd: Savremena administracija
6. Meadows, D.H. et all. (1972). *The Limits to Growth*, New York: Earth Island
7. Milenković, S. & Bošković, N. (2011). *Resursi u ekonomskoj sadašnjosti i budućnosti*. Kragujevac: Ekonomski fakultet
8. Nacionalna strategija održivog korišćenja prirodnih resursa i dobara, Službeni glasnik Republike Srbije, broj 33/2012

9. OECD (2011), Glossary of statistical terms, <http://stats.oecd.org/glossary/download.asp> (23.10.2015.)
10. Porter, M. E. (1990.), *The Competitive Advantage of Nations*, London: Macmillian
11. Porter, M. et al (2008) Moving to a New Global Competitiveness Index. In Porter, M. and Schwab, C. (eds). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneve: World Economic Forum: 43-63.
12. Rikalović, G. (1999). *Ekonomika prirodnih resursa*, Indija: Đorđe Natošević
13. Rosić I. i Veselinović P. (2008). *Nacionalna ekonomija*. Kragujevac: Ekonomski Fakultet
14. Samuelson, P. & Nordhaus, W. (1994). *Ekonomija*. Zagreb: Mate
15. Savić, N. (2010), Novi indeks konkurentnosti i rang Srbije, u Savić, N. i Pitić, G. (ur.), *Kuda ide konkurentnost Srbije*, Beograd: Fakultet za ekonomiju, finansije I administraciju, str. 9-35.
16. Skinner, B. (1989). *Earth Resources*. Yale: Yale University
17. Statistički godišnjak Srbije (2012). Beograd: Republički Zavod za statistiku
18. WEF (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*.
<http://www.weforum.org/documents/GCR0809/index.html> (16.11.2015.)

PRODUKTIVNOST POLJOPRIVREDNOG SEKTORA KAO ELEMENT UNAPREĐENJA KONKURENTOSTI PRIVREDE SRBIJE

Saša Obradović*

Lela Ristić

Apstrakt: U ovom radu vršena je analiza različitih varijabli u vezi sa produktivnošću poljoprivrednog sektora. Ispitivane su njihove relacije, meren je uticaj i određivan smer istog. Sve posmatrane varijable su testirane preko testova jediničnog korena. Dodatna ispitivanja su vršena u smislu određenja strukturnih preseka, pri čemu su posebno izdvojene varijable prvog reda, da bi formatirali odgovarajući model. Iste varijable su testirane preko dva paralelna testa kointegracije, kako bi ispitali njihovu potencijalnu povezanost u dugom roku. Na kraju je sproveden test kauzalnosti po posebnoj proceduri u slučaju varijabli različitog reda integracije i ispitana je funkcija impulsnog odziva. Po osnovu dobijenih rezultata na datom ispitanom uzorku utvrđena je dugoročna povezanost i direktan uticaj produktivnosti poljoprivrednog sektora na realni BDP per capita.

Ključne reči: produktivnost, poljoprivredni sektor, jedinični koren, test kauzalnosti i kointegracija.

Uvod

Polazna osnova analize produktivnosti poljoprivrednog sektora jeste proizvodna funkcija koja u suštini obezbeđuje kvantitativnu vezu između inputa i outputa. Jednostavna proizvodna funkcija opisuje na koji način se upotrebom tri inputa (rada, kapitala i stanja tehnologije) produkuje ukupni output u poljoprivredi.

$$Y=F(K,L,A)$$

+ + +

Prikazana u obliku funkcije, ona obuhvata sledeće veličine:

- Y – poljoprivredni output;
- K – kapital-suma svih pogona, zasada, poljoprivrednih mašina itd;
- L – rad, tj, radna snaga prikazana kroz broj zaposlenih radnika ili časove rada;
- A – nivo tehnologije tj. tehnički progres.

Funkcija F pokazuje koliki output se može proizvesti za datu količinu rada, kapitala i stanja tehnologije. Naravno da ovako shvaćena proizvodna funkcija predstavlja drastičnu simplifikaciju stvarnosti. U okviru kapitala, poljoprivredne mašine imaju vrlo različite uloge u proizvodnom procesu, kao što nije ista ni uloga inženjera agronomije i radnika bez osnovne škole. U okviru drugog inputa, ove se razlike ignorišu.

Od čega zavisi sama proizvodna funkcija, odnosno, od čega zavisi koliki će output biti proizveden uz dati kvantitet rada i kapitala? To naravno u osnovi zavisi od stanja tehnologije, odnosno, zemlja u kojoj poljoprivredni sektor ima napredniju tehnologiju proizvođaće veći output od zemlje čiji poljoprivredni sektor poseduje i primenjuje zastarela tehnološka znanja, bez obzira što i u jednom i u drugom slučaju može postojati isti kvantitet oba proizvodna inputa. Samo stanje tehnologije (tehnički progres) može biti shvaćeno ne samo u tehničkom

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: sobradovic@kg.ac.rs

(užem) smislu proizvodnje različitih agrarnih proizvoda, već i u širem zahvatu, kroz organizaciono-upravljačka znanja, sofisticiranost tržišta, pravni sistem podrške poljoprivrednoj delatnosti itd. Za analizu proizvodne funkcije relevantno je i šire i uže shvatanje stanja tehnologije.

Proizvodna funkcija poljoprivrednog sektora može biti postavljena preko outputa po zaposlenom i kapitala po zaposlenom radniku.

$$Y/L = F(K/L, 1);$$

gde je:

Y/L – output po zaposlenom (mera produktivnosti);

K/L – kapital po zaposlenom.

Ako bismo duplirali sumu kapitala i broj radnika u poljoprivrednom sektoru, po pretpostavci zakonitosti konstantnih prinosa na obim proizvodnje, output će takođe biti dupliran.

$$2Y = F(2K, 2L)$$

Dejstvo proporcionalnog povećanja/smanjenja outputa pri proporcionalnim varijacijama inputa odnosi se na konstantne prinose na obim poljoprivredne proizvodnje. Međutim, pored proporcionalne varijacije inputa, moguć je i drugi tip varijacije kada se fiksira količina jednog, a povećava kvantitet drugog inputa. Takav tip varijacije odgovara pretpostavkama zakona opadajućih prinosa. Za razliku od slučaja gde su proporcionalno rasla oba inputa, pa je po istoj proporciji mogao da raste i output, ovde se povećava količina samo jednog inputa, pa usled toga output može da raste samo manje nego proporcionalno. U analizi zakona opadajućih prinosa mora se imati u vidu jednostavna empirijska činjenica, po kojoj će fiksiranjem svih ostalih inputa, sukcesivno dodavanje jednog inputa rezultirati, pre ili kasnije, u sve manjem i manjem sukcesivnom prirastu outputa. Pretpostavke dejstva zakona opadajućih prinosa ne ističu se eksplicitno, ali se podrazumeva da je stanje tehnologije promenljiva kategorija. Iako je tehnički progres veoma brz i univerzalan po svom karakteru, ipak, u deskripciji stvarnih zbivanja, ne ometa dejstvo, ispoljavanje i efekte ovog zakona.

U daljoj analizi korišćene su varijable koje indirektno reprezentuju ove osnovne postavke kroz proksi varijable.

Metodologija i empirijski rezultati

U ovom radu upotrebljeni su godišnji podaci za period od 1995. do 2014. godine i upotrebljen je viševarijantni model kako bi se istražila produktivnost poljoprivrednog sektora. Podaci su preuzeti iz online baze indikatora Svetske banke, za Srbiju. Prvo se testirala stacionarnost varijabli od interesa. Posmatrane su sledeće varijable:

- indeks proizvodnje hrane – (fud),
- BDP per capita, u realnom izrazu – (bdp),
- zemljište pod zasadima žitarica – (lan),
- indeks biljne proizvodnje – (cro),
- poljoprivredna proizvodnja – dodata vrednost – (pro),
- ruralna populacija (% ukupne populacije) – (rur),
- emisija ugljen dioksida industrijske delatnosti - (emi), i
- % dela muškog stanovništva iznad 65 godina života –(sur).

Tabela 1: Rezultati testova jediničnog korena

	Ng-P (MZt)		ERS P-O		KPSS	
	konstanta	Trend i konstanta	konstanta	Trend i konstanta	konstanta	Trend i konstanta
Bazni podaci						
rur	-0.957	-7.541	413.904	27.671	0.589	0.161
sur	-10.113	-2.003	81.541	16.302	0.569	0.123
emi	-1.644	-1.564	8.994	22.029	0.162	0.159
lan	-0.735	-1.658	598.394	14.681	0.527	0.178
Podaci prve diference						
D(rur)	-0.741	-1.593	13.880	16.568	0.462	0.118
D(sur)	-1.261	-1.335	9.413	22.737	0.233	0.151
D(emi)	-1.695	-1.677	10.686	13.271	0.292	0.163
D(lan)	-1.906	-2.977	2.059	1.219	0.372	0.218

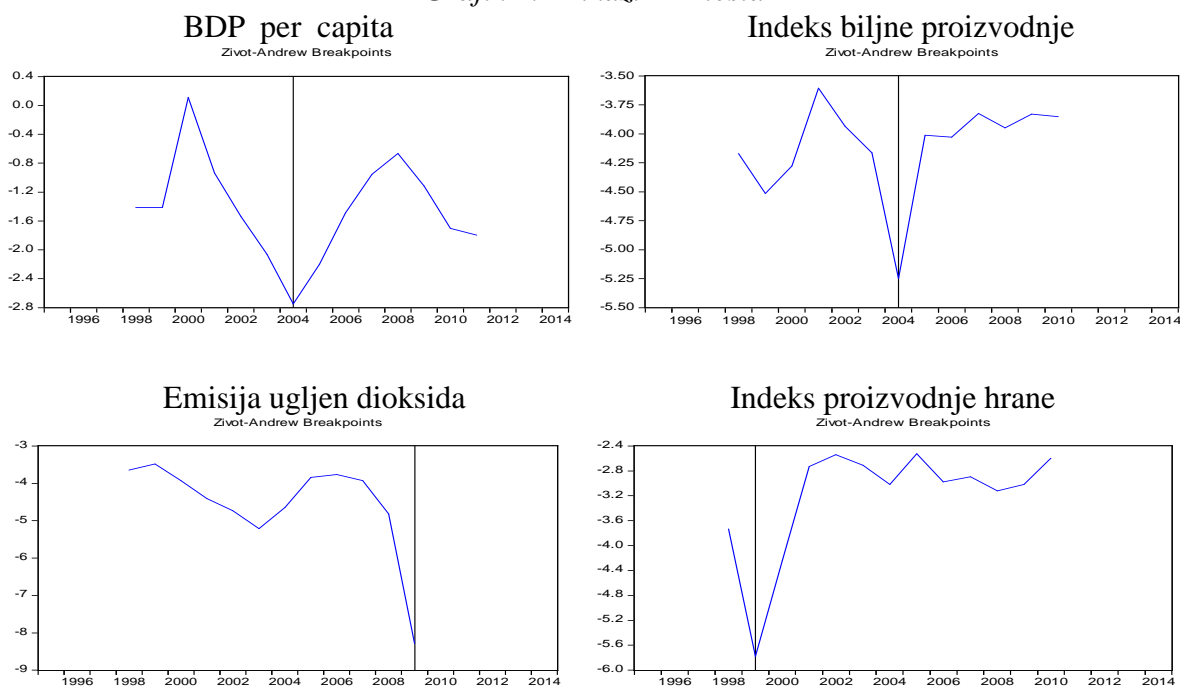
Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Tabela 2: Rezultati testova jediničnog korena

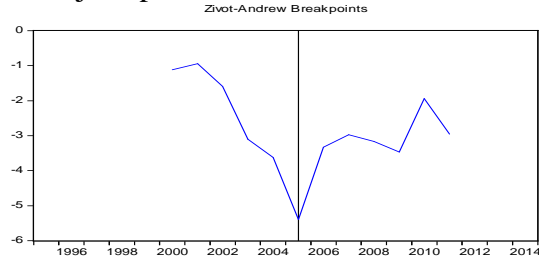
	ADF		DF-GLS		P-P	
	konstanta	Trend i konstanta	konstanta	Trend i konstanta	konstanta	Trend i konstanta
Bazni podaci						
bdp	-0.692	-1.352	-0.708	-1.516	-0.697	-1.471
cro	-3.588	-3.968	-3.702	-4.231	-3.632	-3.698
fud	-2.589	-2.733	-2.953	-2.982	-2.941	-2.796
pro	-1.061	-1.738	-0.748	-1.953	-1.026	-1.741
Podaci prve diference						
D(bdp)	-3.697	-3.598	-3.753	-3.858	-3.697	-3.598
D(cro)	-6.666	-6.354	-6.143	-6.589	-8.162	-7.636
D(fud)	-6.293	-6.141	-1.676	-6.390	-6.293	-6.122
D(pro)	-4.895	-4.910	-4.821	-5.167	-4.988	-4.928

Izvor: kalkulacije autora, 2015.

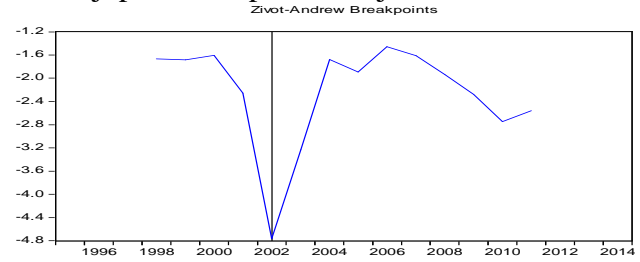
Grafik 1: Prikazi Z-A testa



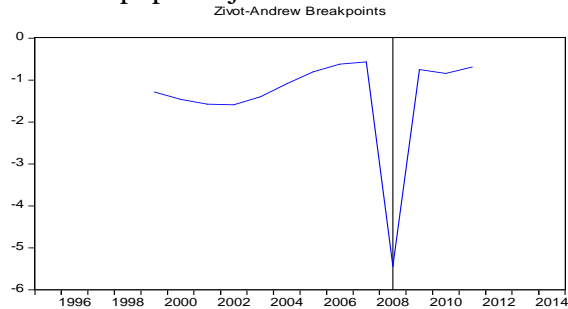
Zemljište pod zasadima žitarica



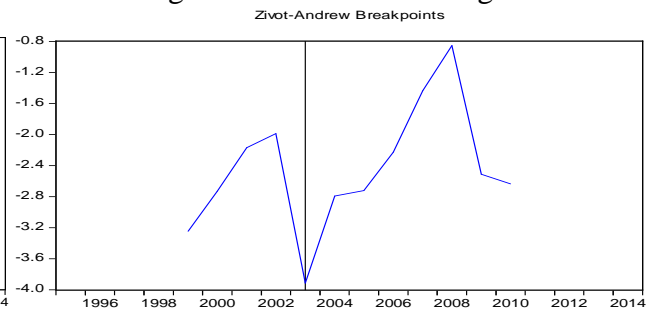
Poljoprivredna proizvodnja – dodata vrednost



Ruralna populacija



Udeo muškog stanovništva iznad 65 godina života



Izvor: kalkulacije autora, 2015.

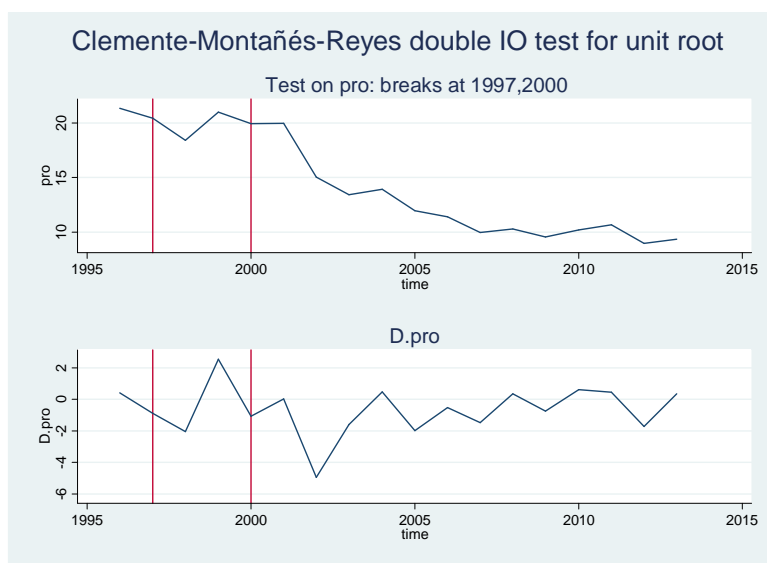
Za ispitivanje stacionarnosti vremenskih serija razmatranih varijabli koristimo (ADF) (Dickey and Fuller, 1979), (P-P) (Phillips and Perron, 1988), (KPSS) (Kwiatkowski et al., 1992), (Ng-P) (Ng, S. and Perron, P., 2001) (ERS P-O) i (DF-GLS) (Elliot, G., Rothenberg, T.J. and Stock, J.H., 1996) testove jediničnog korena. Nakon testiranja izvedenih preko tradicionalnih testova, testiranje je izvedeno i preko testa sa jednim strukturalnim prekidom (Z-A test) na baznim podacima (Zivot, E. and Andrews, D., 1992). Potom je testirano prisustvo dva strukturalna prekida (Clemente et al. test) na varijablama od interesa (Clemente et al., 1998). Prisustvo kointegracije testirano je prvo Gregory-Hansen testom (Gregory and Hansen, 1996). Kod ovog testa su kritične vrednosti izvedene modifikovanjem procedure pri nepoznatim prekidima. Johansenov metod je, takođe, upotrebljen za kointegracionu analizu (Johansen, 1991).

Tabela 3: Clemente et al. test

Varijable	Inovativne vangranične vrednosti			Dodajne vangranične vrednosti		
	t-statistika	TB1	TB2	t-statistika	TB1	TB2
gdp	-3.993	1998	2002	-4.567	1999	2008
pro	-53.647	1997	2000	-6.278	1999	2004
fud	-2.342	1997	2002	-4.210	1996	2003
emi	-9.336	2002	2007	-5.697	2002	2006
lan	-8.213	1997	2003	-3.816	2000	2004
rur	-5.034	2007	2012	-3.412	2000	2005
sur	-2.801	1996	2001	-2.974	2002	2007
cro	-5.900	1998	2002	-4.619	2003	2009

Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Grafik 2: Test produktivnosti preko inovativnih vangraničnih vrednosti



Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Tabela 4: Gregory-Hansen Test

Zavisna varijabla	gdp	pro	fud
ADF-test	-5.53	-4.77 ***	-4.48
TB	2005	2002	2008

*** prikazuje značaj pri nivou od 10%. ADF statistika prikazuje Gregory-Hansen test kointegracije sa endogenim prekidom u preseku. Kritične vrednosti ADF testa (za dva regresora) za 1, 5 i 10 % su -5.44, -4.92 i -4.69. T-statistika je iskorišćena da determiniše optimalnu dužinu pomaka. TB je godina strukturalne promene.

Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Iz Tabele 4 možemo zaključiti da je kointegracija prisutna između serija u dugom roku, tokom perioda posmatranja u slučaju Srbije. Ovaj pristup kointegraciji informiše nas o pojavi jedne strukturne promene unutar perioda istraživanja. Rezultati pokazuju da su strukturne promene koncentrisane u okviru prve decenije 21. veka, što nam sugerise robustnost prethodno dobijenih rezultata. Isti su potvrđeni preko Johansenove multivarijantne analize.

Tabela 5: Johansenova multivarijantna analiza

Hipoteza	Trace statistika	5% Kritične vrednosti	Hipoteza	Max-Eigen statistika	5% Kritične vrednosti
$R = 0$	57.008	29.797	$R = 0$	27.729	21.131
$R \leq 0$	29.278	15.494	$R = 1$	21.200	14.264
$R \leq 2$	8.0782	3.841	$R = 2$	8.078	3.841

Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Ako se pretpostavi porast dodatne vrednosti poljoprivredne proizvodnje iz jednog nivoa u novi nivo, šta će se desiti sa udelom ruralne populacije, indeksima biljne proizvodnje i pokazateljima tehničkog progressa? Odgovor na ovo pitanje zavisi od toga kako rast dodatne vrednosti utiče na pomeranje odgovarajućih numeričkih vrednosti. Efekti na poljoprivrednu ponudu su sledeći: porast dodatne vrednosti smanjuje potrebnu količinu neophodnu za proizvodnju jedinice outputa. Ovo, s druge strane, redukuje troškove na mikro nivou, što se

odražava na redukciju cena pri datom nivou outputa, što pomera poljoprivredni output na više ili niže numeričke vrednosti odgovarajućih indeksa. Tako, na primer, u pragmatičnom pristupu, kvalitet zemljišta primarno uzrokuje produktivnost poljoprivrede usmeren u skladu sa inicijalnom važnošću ekonomske strukture koja dominira u zemlji, jer poljoprivredna aktivnost ima ključnu ulogu u uspostavljanju okvira industrijalizacije (Obradović, 2005). Kada imamo dati nivo cena, porast dodatne vrednosti poljoprivredne proizvodnje može da povećava ili smanjuje tražnju robe, iz razloga što se takav porast ne pojavljuje odjednom, pa samim tim i uticaj nije potpuno jednostran, što ima odraza na pomeranje odgovarajućih vrednosti posmatranih indikatora, a što zavisi od toga šta uzrokuje rast produktivnosti. Kada je rast dodatne vrednosti poljoprivredne proizvodnje proistekao iz široke implementacije ključnih tehnoloških dostignuća (u radu su korišćene proksi varijable za ovaj uticaj), veoma je lako utvrditi kako te promene mogu biti povezane sa porastom vrednosti koeficijenata, pod ostalim jednakim uslovima.

Tabela 6: VECM analiza kauzalnosti

Zavisna varijabla	Tip kauzalnosti						
	Kratak rok			Dugi rok	Kratak i dugi rok		
	F - statistika			ECM _{t-1}	F-statistika		
	Δpro	Δgdp	Δfud	t-statistika	Δpro ECM _{t-1}	Δgdp ECM _{t-1}	Δfud ECM _{t-1}
Δpro	-	0.318	1.116	-2.773	-	2.652	3.603

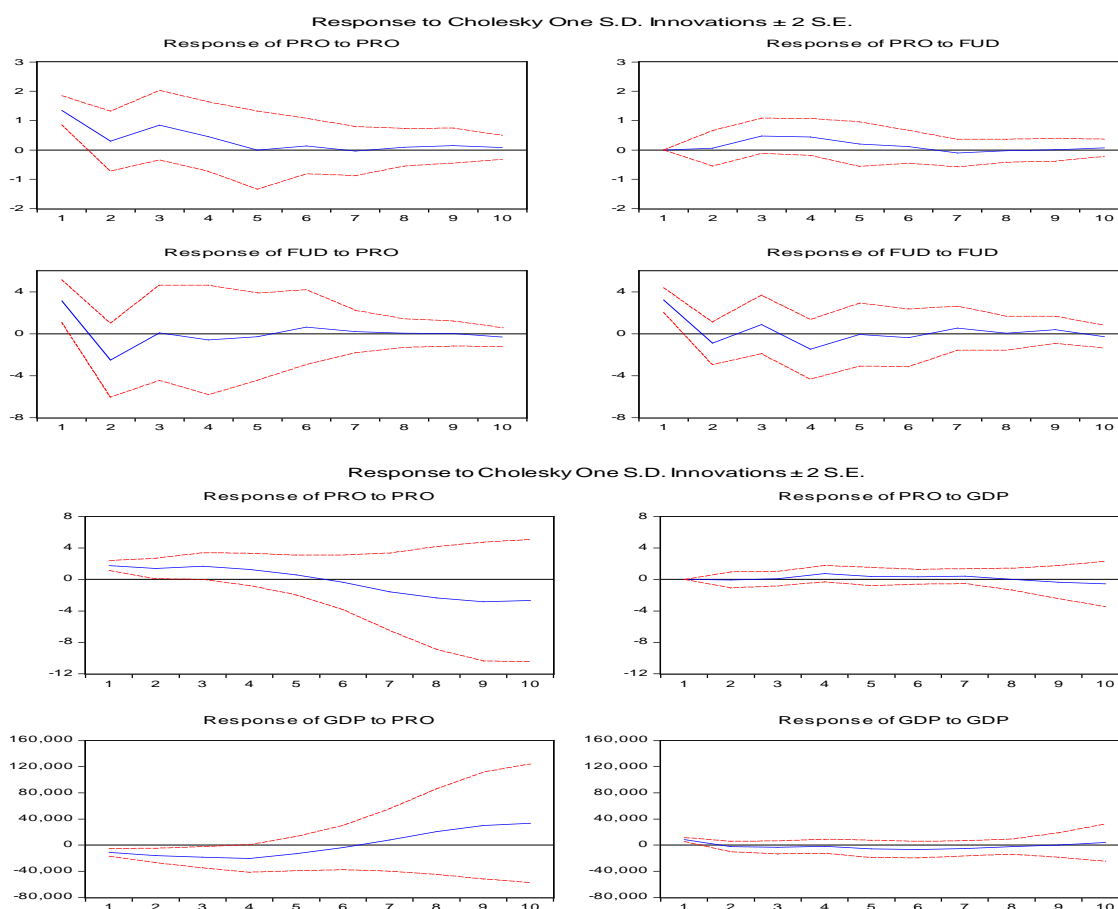
Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Tabela 7: Test kauzalnosti po Toda-Yamamoto modelu

Nulta hipoteza:	Chi-sq	Stepeni slobode	Verovatnoća
fud ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	12.435	3	0.006
pro ne uzrokuje fud u smislu Grendžera	2.526	3	0.470
gdp ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	4.353	3	0.225
pro ne uzrokuje gdp u smislu Grendžera	11.595	3	0.008
lan ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	34.320	3	0.000
pro ne uzrokuje lan u smislu Grendžera	6.987	3	0.072
cro ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	10.515	2	0.005
pro ne uzrokuje cro u smislu Grendžera	4.048	2	0.132
emi ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	0.000	1	0.986
pro ne uzrokuje emi u smislu Grendžera	2.689	1	0.101
sur ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	5.526	3	0.137
pro ne uzrokuje sur u smislu Grendžera	4.917	3	0.178
rur ne uzrokuje pro u smislu Grendžera	13.572	3	0.003
pro ne uzrokuje rur u smislu Grendžera	0.322	3	0.955

Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Grafik 3: Funkcija impulsnog odziva (varijable prvog reda integracije)



Izvor: kalkulacije autora, 2015.

Za ispitivanje kauzalnosti između posmatranih varijabli koristimo proceduru Toda-Yamamoto testa, pri čemu je ista testirana u bivarijantnom kontekstu (Toda and Yamamoto, 1995). U određenju kauzalnosti prethodno je sprovedena standardna dijagnostika u odgovarajućem modelu. Rezultati testiranja prikazani su u Tabeli 7.

Očekivanja u pogledu višeg rasta u budućnosti navode potrošače i proizvođače poljoprivrednih proizvoda na veći optimizam u pogledu budućih kretanja i s tim u vezi, na porast produktivne osnove, pri porastu tekućeg nivoa dohotka. Veći proizvođački višak, proistekao iz primene nove tehnologije vodi, takođe, ka povećanju investicija, pri čemu tražnja verovatno raste, pri datom cenovnom nivou. Rezultat ovih kretanja jeste pitanje koje se može postaviti: šta ako rast produktivnosti proističe iz efikasnije upotrebe, a ne iz uvođenja novih tehnoloških prednosti? To može biti slučaj proizašao iz porasta međunarodne trgovine, koja u krajnjoj liniji rezultira u porastu inostrane konkurencije. S obzirom da većina zemalja sveta teži ka primeni koncepta otvorene privrede, međunarodna konkurencija primorava mnoge da redukuju troškove u poljoprivrednom sektoru, kroz reorganizaciju proizvodnje i smanjenje broja radnih mesta, pa samim tim i udela ruralne populacije u ukupnom stanovništvu. Kada je takva reorganizacija izvor rasta dodatne vrednosti, onda ne postoje pretpostavke da će iste promene imati odraza na agregatnu tražnju. Reorganizacija poljoprivredne proizvodnje često ne zahteva nove investicije u zemljište pod zasadima žitarica, pri čemu često porast neizvesnosti u pogledu sigurnosti prinosa nije kao u ostalim delatnostima da nameće potrebu povećane štednje, što sa svoje strane redukuje potrošnju. Uz pretpostavku da povećanje agregatne tražnje uzrokuje pomeranje, onda se prethodno

navedeni efekti u agregatnoj ponudi reflektuju kroz povećanje ravnotežnog outputa, odnosno, povećanje realnog BDP u krajnjoj liniji.

Šta će se desiti u kretanju indeksa proizvodnje hrane, biljne proizvodnje i veličini zemljišta pod zasadima žitarica, zavisi od promena dodatne vrednosti poljoprivredne proizvodnje i outputa u posmatranoj ekonomiji. U analizi srednjeg roka, rast produktivnosti može, ali i ne mora da vodi porastu odgovarajućih koeficijenata, kao što stvaranje novih radnih mesta nije jedini ključ koji sam po sebi služi za podizanje dohotka. Relativno je lako kreirati nove poslove, naročito u poljoprivredi, kroz koje bi svi bili zaposleni, ali bi zemlja i dalje bila siromašna. Na primer, svi bismo mogli da provedemo jedan dan u kopanju, a drugi dan u zatrpavanju rupa, ali takva vrsta posla ne proizvodi željene robe i usluge.

Zaključak

Empirijski je utvrđeno da postoji jaka kauzalnost u kretanju pojedinih varijabli. Razmatrajući porast outputa i produktivnosti, može se uočiti da su kretanja u outputu i produktivnosti prisutna sa većim oscilacijama. Visoka produktivnost po radniku, ključ je za visoke zarade po radniku u poljoprivredi, odnosno, bez rasta proizvodnje roba i usluga koje vrednuju potrošači, nema ni rasta realnog dohotka u zemlji. U tom smislu, produktivna ekonomska organizacija potpomaže ukupnu društvenu aktivnost i kanališe resurse ka proizvodnji onih roba i usluga koji se najviše vrednuju na tržištu poljoprivrednih proizvoda. Nasuprot ovoj, u onoj ekonomskoj organizaciji države i društva koja podstiče rasipničko ponašanje, u kojoj se ne nagrađuje stvaranje bogatstva, usporava se ekonomski razvoj. Organizacija ekonomskog sistema u državi umnogome utiče na stepen ekonomske aktivnosti, jer bolja ekonomska organizacija pospešuje i rast outputa. Na drugoj strani, uvećani kapital poboljšava produktivnost. U radu je kao proksi varijabla korišćena veličina zasada pod žitaricama, koja kao nijedna druga u posmatranom testu kauzalnosti nema veću potvrdu za jednosmerni uticaj na produktivnost poljoprivrednog sektora. Radnici mogu proizvesti više ako rade sa boljom opremom (na primer, drvoseča će poseći više drva motornom, nego ručnom testerom). Pritom, investiranje u alate i mašine, koji doprinose većoj proizvodnji u budućnosti, nije besplatno. Resursi koji su iskorišćeni za proizvodnju mašina, alata ili fabrike, mogli bi da budu iskorišćeni za neku drugu proizvodnju, tako da je izbor između više alternativnih rešenja u stvari i suština ekonomskog rezonovanja.

Zaključci koji proizilaze iz ovog empirijskog istraživanja, u pogledu efekata promena produktivnosti u odnosu na posmatrane varijable, baziraju se na podacima koji sprovedenom ekonometrijskom procedurom ne daju jednoznačne odgovore, pri čemu je prisutna ambivalentnost rezultata egzogenih promena produktivnosti. Po pravilu, one nacije koje više štede i ulažu u sadašnjem trenutku, biće u stanju da proizvode više u budućnosti. Ukoliko bi rast produktivnosti bio visok, prateći rast outputa bio bi dovoljan da bi se izbegli povratni efekti na smanjenje po pojedinim koeficijentima, ali uzročno-posledična relacija, u stvarnosti, ide u smeru od rasta produktivnosti ka rastu ukupnog outputa, što znači da veći rast produktivnosti direktno utiče i, po empirijskim rezultatima testa kauzalnosti, vodi ka većem rastu ukupnog outputa privrede Srbije.

Reference

1. Clemente, J., Montanés, A. and Reyes, M. (1998). Testing for a Unit Root in Variables with a Double Change in the Mean. *Economic Letters*, vol. 59, pp. 175-182.
2. Dickey, D.A. and Fuller, W.A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, p. 427-431.
3. Elliot, G., Rothenberg, T.J. and Stock, J.H. (1996). Efficient Tests for an Autoregressive Unit Root. *Econometrica*, 64, p. 813-836.
4. Gregory, A. W. and Hansen, B. E. (1996). Tests for cointegration in models with regime and trend shifts. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 58, No. 3, pp. 555–559.
5. Johansen, B. (1991). Estimation and hypothesis testing of cointegration vectors in Gaussian vector autoregressive models. *Econometrica*, 59, pp.1551-1580.
6. Kwiatkowski, D., Phillips, P., Schmidt, P. and Schin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root: How sure are we that economic time series have a unit root? *Journal of Econometrics*, 54, pp. 159-178.
7. Ng, S. and Perron, P. (2001). Lag length selection and the construction of unit root tests with good size and power. *Econometrica*, 69, pp. 1519-1554.
8. Obradović, S. (2005). Poljoprivreda kao oslonac ekonomskog razvoja - globalne tendencije. *Multifunkcionalna poljoprivrede i ruralni razvoj* (str. 91-99). Beograd: Institut za ekonomiku poljoprivrede.
9. Phillips, P.C.B. and Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regressions. *Biometrika*, 75, pp. 335-346.
10. Toda, H.Y. and Yamamoto, T. (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes. *Journal of Econometrics*, vol. 66, pp. 225-250.
11. Zivot, E. and Andrews, D. (1992). Further evidence of great crash, the oil price shock and unit root hypothesis. *Journal of Business and Economic Statistics*, 10, pp. 251-270.
12. World Bank (2015). online database, World Development Indicators, www.worldbank.org

STRUKTURNE PROMENE I KONKURENTNOST PRERAĐIVAČKE INDUSTRIJE REPUBLIKE SRBIJE

Dr Vladimir Mičić*

***Apstrakt:** Strukturne promene između delova i na različitim nivoima prerađivačke industrije važan su izvor rasta produktivnosti i međunarodne industrijske konkurentnosti. Struktura prerađivačke industrije, koja proizvodi najveći deo razmenljivih dobara, kao i sposobnost da se ta strukturu menja ka produktivnijim i konkurentnijim aktivnostima, utiče na intenzitet industrijalizacije i brzinu privrednog razvoja jedne zemlje. Predmet istraživanja u radu su strukturne promene i konkurentnost prerađivačke industrije, koje treba da su u funkciji efikasnog industrijskog razvoja Republike Srbije. Cilj istraživanja jeste da ukaže na značaj efikasnog sprovođenja strukturnih reformi kako bi se povećala konkurentnost prerađivačke industrije i privrede u celini. Za povećanje konkurentnosti prerađivačke industrije Republike Srbije važne su postojanije i brže strukturne promene prema propulzivnijim delovima, koji imaju veći nivo produktivnosti i stvaraju više dodatne vrednosti, hipoteza je od koje se polazi u radu. Neefikasno funkcionisanje, pad dodatne vrednosti i zaposlenosti potvrđuje neefikasnost, nizak intenzitet, nekonzistentnost i sporost strukturnih promena prerađivačke industrije u prethodnom periodu, što za posledicu ima i nisku industrijsku konkurentnost mereno CIP indeksom.*

***Cljučne reči:** struktura prerađivačke industrije, strukturne promene, konkurentnost*

Uvod

Strukturne promene su promene relativnog učešća, značaja i lokacija pojedinih celina i delova u privredi, i pokretač su ekonomskog razvoja (Syrquin, 2007). One su važan izvor privrednog rasta i rasta produktivnosti faktora proizvodnje, a time i konkurentnosti (Maddison, 1987). Povezane su sa sposobnošću privrede da stalno generiše nove dinamične aktivnosti koje imaju veću produktivnost i prinose (Ocampo & Vos, 2008).

Industrijalizacija ima ključne efekte na strukturne promene između privrednih delatnosti, utičući na promene odnosa bruto domaćeg proizvoda (BDP), bruto dodatne vrednosti (BDV) i zaposlenosti, ali i akumulacije, investicija, faktora proizvodnje, lokacije i aglomeracije, raspodele dohotka, kao i same strukture industrije. One utiču na stvaranje novih aktivnosti, posebno u prerađivačkoj industriji, a njihova raznolikost je faktor održivog industrijskog rasta. Na nižem nivou industrijalizacije i BDP *per capita* (BDPpc) glavne proizvodne aktivnosti, nosioci zaposlenosti i stvaranja BDV-a su radno i nisko tehnološki intenzivne aktivnosti. Kako se razvija prerađivačka industrija i raste BDPpc, kontinuirane strukturne promene dovode do rasta učešća proizvodnih aktivnosti koje su intenzivnije tehnologijom i koje stvaraju veću dodatnu vrednost, ali zapošljavaju i manje radne snage.

Neefikasno funkcionisanje prerađivačke industrije zahteva strukturne promene, koje treba da dovedu do tranzicije od aktivnosti sa nižim ka onima sa višim nivoom BDV-a, produktivnosti i konkurentnosti. Time se obezbeđuje rast proizvodnje i nova radna mesta. Promene od nisko produktivnih ka aktivnostima sa visokom produktivnošću i tehnološkom inovativnošću ključ su nastanka i širenja novih industrija, kao i realokacije faktora proizvodnje od tradicionalnih ka modernim aktivnostima. Bez ovih promena malo je verovatno da će zemlje u razvoju postići dugoročni privredni rast (Rodrik, 2008). Pri tome,

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: micicv@kg.ac.rs.

fleksibilna struktura prerađivačke industrije je važan element rasta produktivnosti, pošto utiče na efikasnu realokaciju faktora i korišćenje tehnoloških inovacija (Fagerberg, 2000). Time se utiče da nivo produktivnosti rada u prerađivačkoj industriji, koja je veća nego u drugim sektorima, utiče na rast njihove produktivnosti (Szirmai, et. al. 2013).

Glavni pokretači strukturnih promena prerađivačke industrije su investicije, inovacije, tehnologije, znanje i veštine, efikasna upotreba resursa i aglomeracije (UNIDO, 2013a). Važna je i sposobnost države da industrijskom politikom oblikuje i utiče na strukturu prerađivačke industrije (Lin & Chang, 2009), odnosno da u skladu sa raspoloživim faktorima na kojima počiva razvoj, strukturne promene prerađivačke industrije sprovodi aktivnom industrijskom politikom (Naude, et. al. 2013). Takođe, povećanje industrijske konkurentnosti zahteva sprovođenje industrijske politike, kroz koje se komparativne prednosti eksploatišu, a nove konkurentne prednosti stvaraju (Upadhyaya & Yeganeh, 2015).

Sigurno je da su strukturne promene prerađivačke industrije neophodne da bi zemalje u razvoju obezbedile viši nivo intenziteta industrijalizacije. Ne sprovođenje i zaostajanje strukturnih promena znači zadržavanje tradicionalne industrije (Lin, 2012). Privredni napredak zemalja u razvoju, u smislu povećanja BDV-a i izvoza prerađivačke industrije, u značajnoj meri se može pripisati promenama u konkurentnosti prerađivačke industrije (Upadhyaya & Yeganeh, 2015). Kontinuirane strukturne promene prerađivačke industrije smatraju se važnim pokretačem strukturnih transformacija privreda i rasta konkurentnosti tranzicionih zemalja u razvoju (Havlik, 2005; Timmer, et. al. 2010; Havlik, 2013).

Svetski ekonomski forum (*World Economic Forum - WEF*) definiše konkurentnost jako široko, kao niz institucija, politika i faktora koji određuju nivo produktivnosti privre jedne zemlje. Nivo produktivnosti opredeljuje održivi nivo prosperiteta koji može ostvariti neka privreda. Što je neka privreda konkurentnija biće sposobnija da proizvede viši nivo dohotka građanima (WEF, 2008). Mernje i ocena konkurentnosti uglavnom se svodi na poređenje nivoa i rasta produktivnosti, odnosno nivoa i rasta BDPpc i/ili postignutih rezultata u izvozu.

Konkurentnost prerađivačke industrije definiše se kao sposobnost zemalja da povećaju svoje prisustvo na međunarodnom i domaćem tržištu, dok istovremeno razvija aktivnosti sa većim nivoom dodate vrednosti i tehnološkim sadržajem. Zemlje mogu da uče na međunarodnom tržištu kako da postanu industrijski konkurentnije ukoliko razviju svoje tehnološke mogućnosti, proširuju svoj proizvodni kapacitet i ulažu u infrastrukturu (Upadhyaya & Yeganeh, 2015). Iz ovoga se može zaključiti da će prerađivačka industrija biti međunarodno konkurentna ukoliko se stalno transformiše njena struktura i sprovode strukturne promene.

Prerađivačka industrija bila je glavni pokretač i nosioc privrednog razvoja Republike Srbije (R. Srbije) u dužem period posle Dugog svetskog rata. U tranzicionom periodu od 1989. godine, posebno posle intenziviranja tranzicije 2000. godine, nije došlo do ozbiljnijih strukturnih reformi prerađivačke industrije, što se odražava na konkurentnost, intenzitet industrijalizacije i nivo privrednog razvoja. Imajući ovo u vidu, predmet istraživanja u radu su strukturne promene i konkurentnost prerađivačke industrije, koje treba da su u funkciji efikasnog industrijskog razvoja R. Srbije. Cilj istraživanja jeste da ukaže na značaj efikasnog sprovođenja strukturnih reformi kako bi se povećala konkurentnost prerađivačke industrije i privrede u celini. U radu se polazi od hipoteze: za povećanje konkurentnosti prerađivačke industrije R. Srbije važne su postojanije i brže strukturne promene prema propulzivnijim delovima, koji imaju veći nivo produktivnosti i stvaraju više dodate vrednosti.

Pokazatelji strukturnih promena prerađivačke industrije

Detaljna kvantitativna analiza strukture prerađivačke industrije jako je kompleksna, pri čemu se može analizirati struktura ukupne proizvodnje, zaposlenosti, dodate vrednosti, osnovnih sredstava, investicija, izvoza ili prodaje. Promene strukture prerađivačke industrije mogu se analizirati i u odnosu na kretanje neke druge ekonomske pojave (izvoz, investicije, veličinu preduzeća, infrastrukturu, obrazovanje kadrova, istraživanje i razvoj i sl.), gde se za empirijska istraživanja koristi ekonometrijska i regresiona analiza. Najčešće se u strukturnim analizama koriste racija i statistički pokazatelji strukturnih promena, kao što su učešće i promena učešća BDV-a prerađivačke industrije u BDP-u i u ukupnoj zaposlenosti privrede, kao i promene BDV-a i zaposlenosti između delova nižih statističkih kasifikacionih nivoa, kao što su oblasti, grane i grupe ovoga sektora.

Veličina strukturnih promena između prerađivačke industrije i drugih sektora privrede ili oblasti, grana i grupa prerađivačke industrije može se analizirati standardnom devijacijom i disperzijom stopa njihovog rasta. Što je disperzija veća, to je i standardna devijacija stopa rasta veća, i strukturne promene su veće, i suprotno. Standardna devijacija stopa rasta, bilo da se posmatra nivo sektora, oblasti, grane ili grupe prerađivačke industrije, rastuća je funkcija strukturnih promena (Crkvenac, 1993).

Analizu intenziteta strukturnih promena prerađivačke industrije može se izvesti putem elastičnosti stopa rasta, koja se definiše kao odnos stope rasta posmatranog dela (npr. oblasti) prerađivačke industrije i stope rasta sektora prerađivačke industrije, pri čemu se pokazatelj strukturnih promena dobija kao aritmetička sredina zbira relativnih stopa rasta u apsolutnom izrazu. Koeficijent veći od jedan znači da oblasti povećavaju svoje učešće (Roman, 1969).

Za istraživanje brzine strukturnih promena može se koristiti indikator strukturnih promena ili strukturnih odstupanja. Niža vrednost strukturnih odstupanja ukazuje na sporije strukturne promene i nepromenjenu strukturu jedne prerađivačke industrije u vremenu, i suprotno. Njime se mere zbirne promene učešća elementa prerađivačke industrije u BDV-u i zaposlenosti, a računa se po formuli (Havlik, 2013):

$$S^* = \sqrt{\sum_k (sh_k^{t_2} - sh_k^{t_1})^2 * (sh_k^{t_1}/100)}$$

Pri čemu je: S^* indikator strukturnih promena, k posmatrana element prerađivačke industrije; sh_k je procentualno učešće BDV-a element k u BDP-u ili procentualno učešće elementa k u ukupnoj zaposlenosti; t je indeks vremena gde i označava različite godine.

Pokazatelji konkurentnosti prerađivačke industrije

Postoji veći broj deskriptivnih statističkih pokazatelja konkurentnosti razmenljivih dobara, posebno njihove izvozne konkurentnosti (ITC, 2014). Poslednjih godina razvijeni su kompozitni pokazatelji za merenje konkurentnosti sektora prerađivačke industrije, kao što su: (1) globalni indeks konkurentnosti (*GCI - Global Competitiveness Indeks*) Svetskog ekonomskog foruma; (2) globalni indeks konkurentnosti prerađivačke industrije (*GMCI - Global Manufacturing Competitiveness Indeks*) Dilojti i Tuša (*Deloitte Touche Tohmatsu Limited*) i Saveta za konkurentnost SAD (*The U.S. Council on Competitiveness*), i (3) indeks konkurentskih industrijskih performansi ili CIP indeks (*Competitive Industrial Performance Index*) Organizacije Ujedinjenih nacija za industrijski razvoj (*UNIDO - United Nations Industrial Development Organization*). Različite metodologije merenja konkurentnosti daju

različite dijagnoze konkurentnosti i rang između zemalja. Tako da postoje i razlike između ranga prema GCI, CIP indeksu i GMCI.

Pokazatelj kojim se najobjektivnije meri međunarodna konkurentnost prerađivačke industrije jeste kompozitni CIP indeks, koji će biti analiziran i primenjen u ovom radu. On meri sposobnost jedne prerađivačke industrije da proizvodi i izvozi konkurentne proizvode (UNIDO, 2013b). CIP indeks je više indikator performansi ili rezultata, a manje indikator potencijala ili procesa (Upadhyaya & Yeganeh, 2015).

CIP indeks odlikuje dosta jasna metodologija. Za razliku od CIP indeksa, GCI je pokazatelj potencijala i on se fokusira na ključne pokretače i faktore konkurentnosti. Tačnije, CIP indeks direktno meri rezultate industrije, dok GCI indirektno meri određene potencijale na osnovu ulaznih veličina, pretpostavljajući da postoji pozitivna korelacija između njih i ekonomskih rezultata. Ovo znači da CIP indeks obuhvata analizu strukturne konkurentnosti i fokusira se na strukturalne ekonomske varijable. Takođe, GMCI je subjektivan indeks koji na osnovu percepcije menadžera meri međunarodnu konkurentnost prerađivačke industrije.

CIP indeks poseban naglasak dodeljuje prerađivačkoj industriji, tako da su zemlje, koje imaju visoko učešće poljoprivrede, proizvodnje zasnovane na prirodnim resursima ili razvijeno rudarstvo, mnogo bolje rangirane prema GCI nego prema CIP indeksu. Za razliku od toga, industrijalizovane i brzorastuće ekonomije u razvoju relativno bolje su rangirane prema CIP indeksu nego prema GCI (UNIDO, 2013a). Takođe, istraživanja su pokazala da postoji jaka korelacija između indeksa humanog razvoja (*HDI - Human Development Index*) i CIP indeksa (Upadhyaya & Yeganeh, 2014), odnosno da zemlje koje su industrijalizovnije imaju bolje mogućnosti i resurse za poboljšanje ukupnog kvaliteta života stanovništva.

S obzirom da je fokus CIP indeks na industrijskoj konkurentnosti i strukturnim ekonomskim pokazateljima, on daje rang prerađivačkih industrija koji ima tendenciju da ostane relativno stabilan u kratkom periodu. Razlog za to je što su procesi tehnoloških promena i učenja kumulativni i zahtevaju vreme (Upadhyaya & Yeganeh, 2015). U tom smislu, CIP indeks u svom sadašnjem obliku omogućava da se analizira ne samo apsolutni nivo ključnih indikatora konkurentnosti, već i brzinu njihovih promena.

CIP indeks je od uvođenja 2003. godine doživeo nekoliko modifikacija koje su podrazumevale uključivanje dodatnih indikatora i dimenzija industrijskih performansi i konkurentnosti (UNIDO, 2013a). CIP indeks se sastoji od osam indikatora grupisanih zajedno tri dimenzije industrijske konkurentnosti (Tabela 1).

Tabela 1. Struktura CIP indeksa

Dimenzije	Indikatori	Težina
Kapacitet proizvodnje i izvoz prerađivačke industrije	– BDV prerađivačke industrije per capita (MVApc)	1/6
	– Izvoz prerađivačke industrije per capita (MXpc)	1/6
Nivo tehnološkog razvoja prerađivačke industrije (intenzitet industrijalizacije + kvalitet izvoza)	– Učešće BDV srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda prerađivačke industrije u ukupnom BDV prerađivačke industrije (MHVAsh)	1/12
	– Učešće BDV prerađivačke industrije u BDP (MVAsh)	1/12
	– Učešće izvoza srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda u ukupnom izvozu prerađivačke industrije (MHXsh)	1/12
	– Učešće prerađivačke industrije izvoza u ukupnom izvozu (MXsh)	1/12
Uticaj prerađivačke industrije na svetsku proizvodnju i trgovinu	– Učešće u svetskom BDV (ImWMVA)	1/6
	– Učešće u svetskoj trgovini (ImWMT)	1/6

Izvor: UNIDO, 2013a

Prva dimenzija obuhvata kapacitet proizvodnje i izvoz prerađivačke industrije. Čine je dva indikatora: (1) BDV-a prerađivačke industrije per capita (MVApc) i (2) izvoz prerađivačke industrije per capita (MXpc).

Druga dimenzija obuhvata nivo tehnološkog razvoja prerađivačke industrije. Pomoćni kompozitni podindikator oве dimenzije su: (1) intenzitet industrijalizacije (MHVAsh + MVAsh/2) koji se odnosi na kvalitativne, i (2) kvalitet izvoza (MHXsh+MXsh/2) koji se odnosi na kvantitativne promene u strukturi industrije. Intenzitet industrijalizacije pokazuje doprinos prerađivačkog sektora ukupnoj novostvorenoj vrednosti, kao i njegovu tehnološku strukturu i kompleksnost. Izračunava se kao linearna agregacija proseka učešća BDV-a srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda prerađivačke industrije u ukupnom BDV-u prerađivačke industrije (MHVAsh) i učešća BDV-a prerađivačke industrije u BDP-u (MVAsh). Kvalitet izvoza se dobija kao linearna agregacija proseka učešća izvoza srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda u ukupnom izvozu prerađivačke industrije (MHXsh) i učešća prerađivačke industrije izvoza u ukupnom izvozu (MXsh).

Treća dimenzija konkurentnosti podrazumeva uticaj prerađivačke industrije jedne zemlje na svetsku prerađivačku industriju, kako u smislu njenog učešća u bruto dodatnoj vrednosti (ImWMVA), tako i njenog učešća u trgovini (ImWMT).

CIP indeks rangira i analiza konkurentne performanse i rezultate prerađivačkih industrija. Rangiranje se zasniva na kvantitativnim pokazateljima tako da je subjektivnost isključena. CIP indeks pruža mogućnost da se uporede konkurentne performanse prerađivačke industrije jedne zemlje sa relevantnim zemljama iz istog regiona, ali i sa zemljama u istoj fazi ekonomskog ili industrijskog razvoja. Poređenje može da se sprovodi na više nivoa industrijske strukture. Istovremeno, CIP indeks omogućava praćenje obrazaca i brzinu promena industrijske strukture, strukture izvoza i tehnološkog razvoja. Osim toga, on može da se fokusira na više ili manje određene aspekte, kao što su troškovi kapitala i rada, infrastruktura, tehnologija, inovacije, znanje ili životna sredina.

Strukturne promene prerađivačke industrije Republike Srbije

Intenziviranje procesa tranzicije posle 2000. godine dovelo je do promene relativnog značaja pojedinih sektora u privredi R. Srbije. U 2012. godini u odnosu na 2000. godinu zabeleženo je visoko smanjenje učešća prerađivačkog sektora u proizvodnji i zaposlenosti u odnosu na druge sektore (Tabela 2).

Tabela 2. Sektorska promena učešća BDV-a u BDP-u i zaposlenosti, 2000–2012, u %

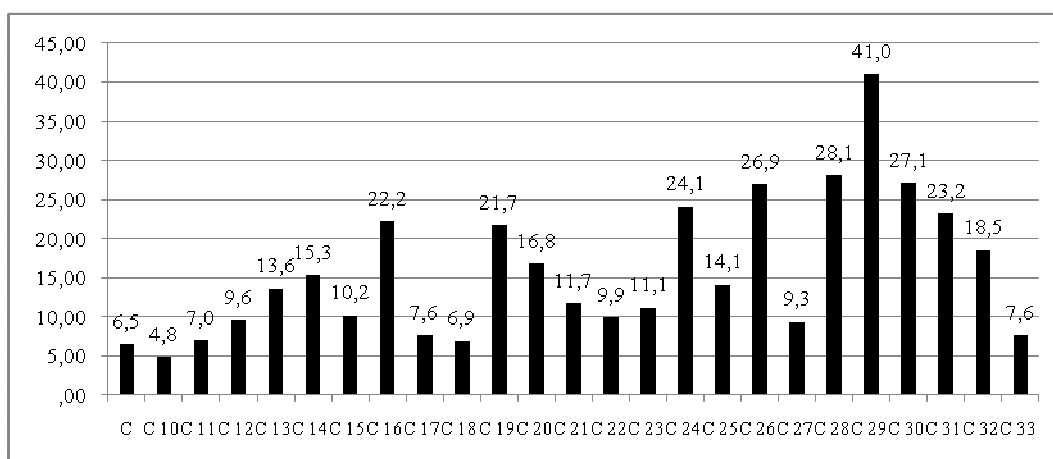
Proizvodni princip, NACE Revizija 2, nivo 64 delatnosti	GVA, u %			Zaposlenost, u %		
	2000	2012	Promena +/-	2000	2012	Promena +/-
A - Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	18,2	8,3	-9,9	4,5	2,4	-2,0
B - Rudarstvo	1,2	1,7	+0,5	2,1	1,7	-0,4
C - Prerađivačka industrija	21,7	14,4	-7,3	34,5	21,5	-13,0
D – Snabde. elek. ener. gasom, parom i klimatizacija	0,6	3,3	+2,7	1,9	2,1	+0,2
E – Snabde. vodom; upravljanje otpadnim vodama	0,8	1,2	+0,4	1,8	2,6	+0,8
F - Građevinarstvo	3,5	4,1	0,6	5,7	5,0	-0,7
G - Trgovina na veliko i trgovina na malo	7,6	9,5	1,9	11,3	13,5	2,2
H - Saobraćaj i skladištenje	3,7	4,7	+1,0	6,7	6,4	-0,3
K - Finansijske delatnosti i delatnost osiguranja	1,8	3,2	1,4	2,3	2,8	+0,5
L - Poslovanje nekretninama	13,2	10	-3,2	0,0	0,2	0,2
I+J+ M-U – Ostale usluge	20,7	25,8	+5,1	28,5	41,0	+12,5

Izvor: Proračun autora na osnovu podataka iz baza RZS

Istovremeno, intenzivniji pad učešća industrije u ukupnoj zaposlenosti od pada učešća BDV-a u BDP-u posledica je nagle deindustrijalizacije koja je nastala kao rezultat neadekvatnih institucionalnih i strukturnih reformi, ali i neadekvatne strategije ekonomskog razvoja.

Strukturne promene na nivou oblasti prerađivačke industrije pokazuju da većim strukturnim promenama između oblasti odgovara i veća dispresija stopa rasta oblasti, odnosno standardna devijacija stopa rasta oblasti po godinama. Inače, oblasti čije stope rasta beleže veću standardnu devijaciju imaju rastuće učešće u strukturi i pokreću promene (Grafikon 1).

Grafikon 1. Standardna devijacija stopa rasta oblasti prerađivačke industrije, 2000-2014.



Izvor: Proračuni autora na osnovu podataka RZS

Standardna devijacija stopa rasta na nivou oblasti prerađivačke industrije R. Srbije pokazuje da su strukturne promene nepostojane i da kasne. Posmatrano po oblastima, najmanje strukturne promene ostvarene su u proizvodnji hrane (C 10) i pića (C 11), dok su najveće zabeležene u oblastima proizvodnje motornih vozila (C 29), saobraćajnih sredstava (C 30), mašina i nepomenute opreme (C 28) i računara, elektronskih i optičkih proizvoda (C 26). Analiza stope rasta potvrđuje praktična iskustva industrijskog razvoja, da dinamične stope rasta oblasti prerađivačkog sektora prethode i utiču na stvaranje propulzivne proizvodne strukture, kao i na intezitet i pravce razvoja te strukture. Za to je neophodno efikasno sprovođenje industrijske politike.

Analiza intenziteta strukturnih promena na nivou oblasti prerađivačke industrije R. Srbije pokazuje da su one najintenzivnije u oblastima u kojima je bila uspešna privatizacija i veće investicije, kao što je proizvodnje motornih vozila i prerade nafte. To potvrđuje elastičnost stopa rasta ovih oblasti, kao i njihova prosečna stopa rasta u periodu 2000-2014. (Tabela 3).

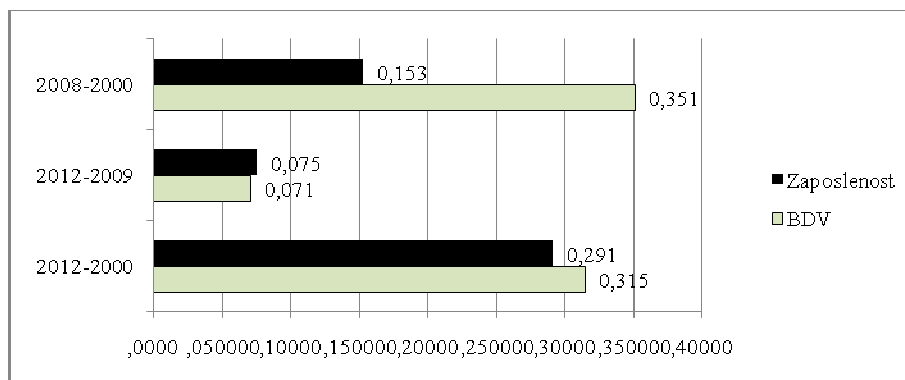
Tabela 3. Oblasti sa najintenzivnijim strukturnim promenama, 2000-2014.

Oblasti prerađivačke industrije	Elastičnost stopa rasta	Prosečna stopa rasta
C 29 Proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica	14,6	18,7
C 19 Proizvodnja koks i derivata nafte	6,7	8,5
C 21 Proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i preparata	4,9	6,3
C 24 Proizvodnja osnovnih metala	3,9	4,9
C 20 Proizvodnja hemikalija i hemijskih proizvoda	3,7	4,8

Izvor: Proračuni autora na osnovu podataka RZS

Rezultati brzine i obrazaca strukturnih promena, koji čine zbirne promene učešća 24 oblasti u strukturi BDV-a i zaposlenosti prerađivačke industrije R. Srbije za period 2000-2012, kao i za različite periode pre i posle izbivanja globalne ekonomske krize, pokazuju da se oni razlikuju po periodima (Grafikon 2). Veća brzina strukturnih promena u periodu od 2000. do 2008. godine rezultat je privatizacije. Od 2009. godine došlo je do značajnog usporavanja strukturnih promena.

Grafikon 2. Indikator strukturnih odstupanja - S*



Izvor: Proračuni autora na osnovu podataka RZS

Brzina i obrasci strukturnih promena BDV i zaposlenosti prerađivačke industrije Srbije, pre i posle krize, uzrokovani su nepostojanjem adekvatne strategije njenog razvoja i odgovarajuće industrijske politike. Globalna ekonomska kriza imala je za posledicu usporavanje i stagnaciju institucionalnih, privrednih i strukturnih reformi. Sporo se rešavaju problemi restrukturiranja neprivatizovanih i preduzeća u stečaju, kao i reprivatizacija preduzeća čija je privatizacija poništena. Na ovo se nadovezuju i nedovoljne investicije u većini proizvodnih oblasti, kao i manji priliv stranog kapitala od 2010. godine, što su važni pokretači strukturnih reformi prerađivačkog sektora.

Nivo konkurentnost prerađivačke industrije Republike Srbije

Mereno CIP indeksom konkurentnost prerađivačke industrije R. Srbije je na niskom nivou. Ona se sa vrednošću CIP indeksa od 0,0307 u 2014. godini nalazila na 74 poziciji od 142 rangirane industrije u svetu. To je relativno pogoršanje u odnosu na 2005. godinu kada je zauzimala 79 poziciju od 134 rangirane prerađivačke industrije (UNIDO, Baza podataka). Da je niska konkurentnost potvrđuje činjenica da se od 41 rangirane evropske prerađivačke industrije, srpska prerađivačka industrija nalazila na 35 mestu u 2012. godini. U Evropi od R. Srbije nižu konkurentnost prerađivačke industrije imaju Bosna i Hercegovina, Makedonija, Albanija i Moldavija (Tabela 5).

Tabela 5. Rang i vrednost CIP indeksa u 2012.

Zemlja	Rang u svetu	Rang u Evropi	CIP indeks
Nemačka	1	1	0,5539
Češka	18	11	0,2215
Slovačka	25	16	0,1707
Mađarska	27	17	0,1578
Slovenija	33	21	0,1164
Rumunija	34	22	0,1124
Hrvatska	57	30	0,0552

Zemlja	Rang u svetu	Rang u Evropi	CIP indeks
Bugarska	59	31	0,0547
Srbija	74	35	0,0307
Makedonija	81	36	0,0245
BiH	83	37	0,0236
Albanija	99	40	0,0122
Moldavija	113	41	0,0088

Izvor: Upadhyaya & Yeganeh, 2015

U petogodišnjem periodu došlo je do malih promena (povećanja/smanjenja) indikatora CIP indeksa (Tabela 6). MVApc je porasla 2,1%, a MXpc 15,2%. Intenzitet industrijalizacije je smanjen, pošto je došlo do pada učešća MHVAsh za 3,8% i MVAsh za 0,7%. U strukturi izvoza povećano je učešće MHXsh za 7,6%, ali je učešće MXsh smanjeno za 5,6%. Uticaj na svetsku proizvodnju i izvoz prerađivačke industrije R. Srbije je jako mali, a u ovom periodu došlo je do skromnog rasta učešća ImWMVA za 0,001% i ImWMT za 0,023%.

Tabela 5. Promena CIP indeksa, 2005-2010.

MVApc – % promena	+2,1
MXpc – % promena	+15,2
MHVAsh – (+/-) promena	-3,8
MVAsh – (+/-) promena	-0,7
MHXsh – (+/-) promena	+7,6
MXsh – (+/-) promena	-5,6
ImWMVA – (+/-) promena	+0,001
ImWMT – (+/-) promena	+0,023

Izvor: UNIDO. Baza podataka

Komparativna analiza pokazuje da su kapacitet proizvodnje i izvoz prerađivačke industrije R. Srbije veoma niski u odnosu na posmatrane zemlje (Tabela 6). BDV-a prerađivačke industrije R. Srbije per capita od 319 dolara je među najnižima u Evropi. Slična situacija je i kod izvoza prerađivačke industrije per capita koji iznosi svega 917 dolara, a nižu vrednost izvoza po glavi stanovnika imaju samo Albanija i Moldavija.

Tabela 6. Indikatori CIP indeksa u 2012.

Zemlja	MVApc u dolarima	MXpc u dolarima	MHVAsh %	MVAsh %	MHXsh %	MXsh %	ImWMVA %	ImWMT %
Nemačka	7.303	15.123	60,1	19,5	72,5	87,6	6,783	10,018
Češka	3.879	13.728	47,9	27,4	67,6	92,7	0,464	1,172
Slovačka	3.445	13.545	44,6	29,8	66,5	92,9	0,214	0,600
Mađarska	2.343	8.964	56,2	21,4	73,7	86,6	0,264	0,721
Slovenija	3.726	12.005	49,0	19,9	61,6	90,4	0,086	0,198
Rumunija	1.578	2.407	36,5	29,0	53,9	88,9	0,382	0,416
Hrvatska	1.393	2.467	15,6	13,5	45,3	87,5	0,069	0,087
Bugarska	731	2.611	26,1	15,9	34,6	72,3	0,061	0,156
Srbija	319	917	17,4	11,3	40,9	79,6	0,036	0,073
Makedonija	398	1.746	15,9	11,2	43,0	90,2	0,009	0,029
BiH	321	1.100	29,2	9,3	22,7	79,8	0,014	0,033
Albanija	228	408	10,6	6,7	14,7	66,9	0,008	0,011
Moldavija	100	282	9,6	8,3	27,0	71,5	0,004	0,008

Izvor: Upadhyaya & Yeganeh, 2015

U pogledu intenziteta industrijalizacije, a posebno u pogledu kvalitata izvoza, prerađivački sektor industrije R. Srbije je daleko od članica EU iz Centralne Evrope. Ovi pomoćni kompozitni podindikator su na nivou ili nešto iznad nivoa posmatranih zemalja iz okruženja. Takođe, zemlje poput Češke, Slovačke i Mađarske, imaju višestruko veći uticaj i učešće prerađivačkog sektora na stvaranje BDV-a i trgovinu u svetu. Rast proizvodnje i izvoza automobilske industrije uticao je na poboljšanje strukture i obima izvoza prerađivačke industrije R. Srbije, kao i njen uticaj i učešće u trgovini na svetskom tržištu. Veći rast CIP indeksa i međunarodne konkurentnosti prerađivačke industrije zahteva vreme, investicije i ozbiljniji pristup i strukturnim promenama u njoj.

Zaključak

Iskustva pokazuju da je rešenje ubrzanog privrednog razvoja, intenzivnije industrijalizacije i rasta industrijske konkurentnosti u strukturnim promenama prerađivačke industrije. Permanentno stvaranje novih dinamičkih i propulzivnijih aktivnosti suština je procesa promena strukture prerađivačke industrije. Nestvaranje novih aktivnosti može da ukoči proces industrijskog i privrednog razvoja. Strukturne reforme i transformacije prerađivačke industrije nisu automatske, zahtevaju podršku industrijske politike, kao i vreme i investicije.

Neefikasne strukturne promene u prerađivačkoj industriji R. Srbije uticale su na pad njenog učešća u BDV-a i zaposlenosti privrede. Nisu sprovedene dovoljno brze i intenzivne promene, odnosno mali je broj aktivnosti koje imaju dinamičnije stope rasta i visok intenzitet promena. Nažalost, nije postojala podrška industrijske politike tako da stope rasta pojedinih aktivnosti nisu mogle biti više, pa čak ni stope rasta nekih tradicionalnih aktivnosti, kao što je proizvodnja hrane i pića. Takođe, promene kasne, nisu dovoljno postojane i ne odvijaju se u pravcu istih delova, da bi uticale na izmenu proizvodne strukture.

Neefikasne strukturne promene za posledicu imaju nizak rang konkurentnosti prerađivačke industrije R. Srbije, koji je među najnižima u Evropi. CIP indeks pokazuje nisku industrijsku konkurentnost prerađivačke industrije ili sposobnost da se proizvodu i izvoze konkurentni proizvodi. Nivo razvoja prerađivačke industrije R. Srbije, odnosno stepen i intenzitet industrijalizacije se jako sporo unapređuju i jako su niski, što je posledica niskog kapaciteta proizvodnje, izvoza, a posebno niskog nivoa tehnološkog razvoja. CIP indeks potvrđuje da su nepostojani obrazci i brzina promena strukture prerađivačke industrije, kao i struktura njenog izvoza i tehnološkog razvoja, što je posledica nepostojanja adekvatne industrijske politike.

Imajući u vidu prethodno, jasno se potvrđuje hipoteza da su za povećanje industrijske konkurentnosti R. Srbije važne postojanje i brže strukturne promene prema propulzivnijim delovima prerađivačke industrije, koji imaju veći nivo produktivnosti i stvaraju više dodatne vrednosti. Za stvaranje propulzivnije proizvodne strukture prerađivačke industrije u narednom periodu neophodno je definisati sprovoditi aktivnu industrijsku politiku koja će uticati na pokretanje ključnih faktora strukturnih promena.

Reference

1. Crkvenac, M. (1993). *Ekonomika industrije i gospodarski razvoj Hrvatske*, Zagreb, Informator.
2. Fagerberg, J. (2000). Technological Progress, Structural Change and Productivity Growth: A Comparative Study, *Structural Change and Economic Dynamics*, 11(4), 393-418.
3. Havlik, P. (2005). Central and East European industry in an enlarged European Union: Restructuring, specialisation and catching-up. *Économie internationale*, (2), 107-132.
4. Havlik, P. (2013). Structural Change and Economic Growth in the New EU Member States, *Growth-Innovation-Competitiveness: Fostering Cohesion in Central and Eastern Europe*, The Vienna Institute for International Economic Studies
5. ITC. (2014). *Trade competitiveness map - Benchmarking national and sectoral trade performance*, ITCs Market Analysis and Research – TPI Technical Notes, Geneva.
6. Lin, J.Y. & Chang, H. J. (2009). Should Industrial Policy in Developing Countries Conform to Comparative Advantage or Defy it? *Development Policy Review*, 27(5), 483-502.
7. Lin, Y. J. (2012). *New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development and Policy*. Washington: World Bank, p. 5.
8. Maddison, A. (1987). Growth and slowdown in advanced capitalist economies: techniques of quantitative assessment. *Journal of Economic literature*, 649-698.
9. Ocampo, J. A., & Vos, R. (Eds.). (2008). *Uneven economic development*. United Nations Publications.
10. Rodrik, D. (2008). *Normalizing industrial policy*. Commission on growth and development working paper No. 3. Washington: World Bank. Preuzeto 10.10. 2009. sa <http://documents.worldbank.org/curated/en/2008/01/13163290/normalizing-industrial-policy>
11. Republički zavod za statistiku. (2015). Statistička baza podataka.
12. Roman, Z. (1969). A note on measuring structural changes. *Review of Income and Wealth*, 15(3), 265-268.
13. Syrquin, M. (2007). Structural Change and Development. In Dutta, A. and Ros, C. (ed.), *International Handbook of Development Economics*, Vol. 1, UK: Edward Elgar Publishing.
14. Szirmai, A. Naude, W. & Alcorta, L. (2013). Introduction and Overview: The Past, Present and Future of Industrialization. In Szirmai, A. Naude, W. and Alcorta, L. (ed.) *Pathways to Industrialization in the Twenty-First Century-New Challenges and Emerging Paradigms*, Oxford: Oxford University Press.
15. Timmer, M. P., Inklaar, R., O'Mahony, M., & Van Ark, B. (2010). *Economic growth in Europe: a comparative industry perspective*. Cambridge University Press.
16. UNIDO. (2013a). *Industrial Development Report 2013, Sustaining Employment Growth: The Role of Manufacturing and Structural Change*, Vienna.
17. UNIDO. (2013b). *The Industrial Competitiveness of Nations - Looking back, forging ahead*, Vienna.
18. UNIDO. Baza podataka. Preuzeto 29. 10. 2015. sa <http://www.unido.org/en/resources/statistics/statistical-databases.html>
19. Upadhyaya, S. & Yeganeh, S. M. (2014). How Industrial Development Matters to the Well-being of the Population, *Working Paper 04/2014*.
20. Upadhyaya, S. & Yeganeh, S. M. (2015). *Competitive Industrial Performance Report 2014. Research, statistics and industrial policy branch, Working paper series, 12/2014*.
21. WEF. (2008). *The Global Competitiveness Report 2007-2008*, Geneva.

KOMPARATIVNA ANALIZA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE I ZEMALJA OKRUŽENJA U PERIODU OD 2009. DO 2014. GODINE

Danijela Despotović*

Apstrakt: U radu se na osnovu podataka iz godišnjih izveštaja o Globalnom indeksu konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma daje uporedna analiza dostignutog nivoa konkurentnosti Srbije i deset zemalja iz njenog okruženja za period 2009-2014. godine. Analizirani podaci potvrđuju da je konkurentnost Republike Srbije merena metologijom Globalnog indeksa konkurentnosti ispod proseka konkurentnosti deset zemalja iz njenog šireg okruženja. Posebno veliki zaostatak za ovom grupom zemalja, Srbija ima kod većine faktora iz grupacije Faktori povećanja efikasnosti. Sa druge strane postignut je značajan napredak vrednosti stuba Infrastruktura kao bazičnog faktora konkurentnosti, i stubova Visoko obrazovanje i Tehnološka spremnost iz grupacije Faktori povećanja efikasnosti. Posmatrajući te stubove, Srbija je dostigla prosek grupe. Nažalost, evidentan je i pad efektuiranja ovih pozitivnih trendova kroz značajno slabljenje vrednosti stuba Efikasnost tržišta rada. Ovo dodatno zabrinjava imajući u vidu da je za zemlje u fazi razvoja u kojoj je i Srbija (srednje razvijene zemlje) upravo taj faktor jedan od najbitnijih za međunarodnu konkurentnosti. Takođe zabrinjava činjenica da je vrednost bazičnog stuba Makroekonomsko okruženje, koji se podrazumeva u ovoj fazi razvoja, u posmatranom periodu zabeležila dodatni pad. Zaključak je da se Republika Srbija presporo oporavlja, a da, grupno gledano, selektovane zemlje stagniraju po pitanju unapređenja konkurentnosti.

Ključne reči: konkurentnost, Republika Srbija, globalni indeks konkurentnosti, komponente konkurentnosti

Uvodne napomene

Od nastanka klasične ekonomske misli oličene u učenjima Smita i Rikarda do današnjih dana kategorija konkurentnosti je predmet kontinuiranog interesovanja ekonomske nauke. Može se konstatovati da su gotovo svi teorijski pravci, nastali u prethodnih dva i po veka, imali vlastite poglede na faktore konkurentnosti preduzeća i zemalja. Međutim, i pored te činjenice, može se reći da još uvek ne postoji opšteprihvaćena teorija konkurentnosti (Bienkoski, 2006).

Prema polju istraživanja moguće je razlikovati konkurentnost na nivou firme, sektora (grane), regiona kao dela nacionalne teritorije, zemlje, na nivou ekonomskih integracija više zemalja (Despotović, 2014; Nedić, Despotović, 2014). Teškoće u teoretskom promišljanju koncepta konkurentnosti su povezane sa činjenicama da se ona temelji na relativnim pozicijama, da ima različita značenja na različitim nivoima agregacije, kao i da značajnu ulogu u određivanju fenomena konkurentnosti ima dinamika posmatranog ekonomskog sistema. (Cvetanovic, et al., 2012; Despotovic, Cvetanović & Nedić, 2014).

Koncept konkurentnosti zemlje prvi je odredio Majkl Porter u svom istraživanju 1990. godine (Porter, 1990). Najkraće, reč je o sposobnosti zemlje da generiše inovacije u ključnim industrijskim granama u cilju postizanja ili održavanja prednosti u odnosu na druge zemlje u jednom broju nosećih oblasti industrije.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: ddespotovic@kg.ac.rs

Konkurentnost zemlje govori o njenoj sposobnosti da ostvari brži privredni rast od ostalih zemalja i da poveća blagostanje, tako da se njena struktura privrede menja i što efikasnije prilagođava kretanju međunarodne razmene (Bienkowski, 2006). Dakle, konkurentnost zemlje se temelji na relativnim pozicijama. Govori o stepenu do koga ona može, pod slobodnim i fer uslovima tržišta, proizvoditi dobra koja zadovoljavaju zahteve međunarodnog tržišta, istovremeno povećavajući realni dohodak svojih građana. Ključni pokretač unapređenja konkurentnosti zemlje je rast produktivnosti. Unapređenje konkurentnosti je povezano sa sve višim životnim standardom, mogućnostima zapošljavanja, kao i sposobnostima zemlje da odgovori svojim međunarodnim obavezama. To nije samo mera sposobnosti zemlje da proda u inostranstvu, već i da održi trgovinsku ravnotežu. (Despotovic, et al., 2015).

Uprkos činjenici da je unapređenje konkurentnosti zemlje često predstavljeno kao centralni cilj ekonomske politike, činjenica je da ne postoji opšte prihvaćena definicija ovog makroekonomskog fenomena. Jedan broj autora zastupa stav da je koncept konkurentnosti zemlje, po svom karakteru apsolutno pogrešan (Krugman, 1994).

Bez namere da se sporimo sa napred istaknutim gledištem, smatramo da koncept konkurentnosti zemlje predstavlja legitimnu i u konceptualnom smislu prihvatljivu makroekonomsku kategoriju. Ali, pogrešno je kategoriju konkurentnosti identifikovati kategorijom produktivnosti. Jer, konkurentnost govori o stepenu u kom se dobra proizvedena u posmatranoj zemlji mogu takmičiti na tržištu, što dominantno zavisi od relativnih cena domaćih i stranih proizvoda. Konkurentnost se mora razlikovati od produktivnosti, koja se meri količinom proizvodnje po ulaznoj veličini (Samuelson i Nordhaus, 2009: 635). Dakle, konkurentnost ima za cilj realizaciju veće produktivnosti koja deluje u pravcu rasta životnog standarda građana.

U praksi egzistira veći broj alata za kvantifikaciju konkurentnosti zemalja. Najpoznatija kvantifikacija konkurentnosti zemalja je metodologija izračunavanja tzv. Globalnog indeksa konkurentnosti, kreirana od strane Svetskog ekonomskog foruma (WEF) (Geiger, 2015).

Predmet rada je uporedna analiza konkurentnosti Republike Srbije i deset zemalja iz njenog šireg okruženja u periodu 2010 -2014. godine. Cilj je da se na osnovu sagledavanja trendova u kretanju konkurentnosti naše zemlje i država iz njenog okruženja, dodje do ocene o tome, da li se relativna pozicija Republike Srbije popravlja u odnosu na zemlje iz njenog okruženja ili to nije slučaj (Vasiljević 2009; Ristić & Tanasković, 2011; Cvetanović, Nedić & Despotović, 2013). Smatramo da je karakter odgovora na ovako postavljeno pitanje od izuzetne važnosti, budući da je ključni pokretač unapređenja konkurentnosti zemlje rast produktivnosti, a da je unapređenje konkurentnosti povezano sa sve višim životnim standardom, širim mogućnostima zapošljavanja, kao i sposobnostima nacionalne ekonomije da odgovori svojim međunarodnim obavezama.

Metodologija merenja konkurentnosti zemalja Svetskog ekonomskog foruma

Svetski ekonomski forum definiše konkurentnost kao skup institucija, propisa i drugih činilaca koji određuju nivo produktivnosti zemalja. Pokazatelj nivoa konkurentnosti naziva se Globalni indeks konkurentnosti (*Global competitiveness index- GCI*) i bavi se merenjem proseka više mikroekonomskih i makroekonomskih komponenti, koje se pojedinačno vrednuju na skali od 1 do 7. Svi mereni pokazatelji su grupisani u dvanaest stubova i odražavaju različite aspekte složene ekonomske stvarnosti (Slika 1.).

Slika 1: WEF-ov GIK frejmvork



Izvor: Autorov dizajn prema WEF 2014.

Rad je prostorno ograničen na područje Evrope koje čine Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Grčka, Mađarska, Makedonija, Crna Gora, Rumunija, Srbija i Slovenija (Slika 2).

Slika 2: Srbija i deset zemalja iz njenog okruženja



Sagledavane zemlje se nalaze u različitim fazama privrednog razvoja. Teorijski gledano, prema metodologiji Svetskog ekonomskog foruma, sve zemlje prolaze kroz tri osnovne i dve prelazne faze razvoja privrede. (u zavisnosti od realizovanog nivoa BDP *per capita*, denominovanog u američkim dolarima). U prvoj fazi (factor-driven stage) za rast produktivnosti važni su osnovni faktori konkurentnosti. Za zemlje na srednjem nivou razvijenosti, ključni pokretači konkurentnosti su stubovi iz grupacije „Faktori povećanja efikasnosti“. Konačno, za zemlje višeg nivoa razvijenosti, koje se nalaze u trećoj fazi (innovation-driven stage), rast produktivnosti i konkurentnosti uslovljen je faktorima visoke poslovne sofisticiranosti i inovacijama.

Tabela 1 prikazuje u kojoj se fazi razvoja nalaze Srbija i posmatrane zemlje iz njenog okruženja.

Tabela 1 Faze razvoja

	Faza 1: Osnovni faktori konkurentnosti:	Prelazna faza (1⇒ 2)	Faza 2: Faktori povećanja efikasnosti	Prelazna faza (2⇒3)	Faza 3: Faktori inovativnosti i sofisticiranosti
Albanija			✓		
BIH*			✓		
Bugarska			✓		
Hrvatska				✓	
Grčka					✓
Madjarska				✓	
Makedonija			✓		
Crna Gora			✓		
Rumunija			✓		
Srbija			✓		
Slovenija					✓

Izvor: WEF GCI Report 2014-2015

Rangovi Srbije i zemalja okruženja prema Globalnom indeksu konkurentnosti (2009-2014)

Konkurentna pozicija Srbije u odnosu na zemlje iz njenog okruženja, najbolje se sagledava komparativnim pregledom njenog ranga u globalnim okvirima kao i prikazom apsolutnih vrednosti Globalnog indeksa konkurentnosti (GCI).

U Tabeli 2 dati su podaci o rangu Srbije i zemalja iz njenog okruženja za period od 2009. do 2014. godine. Posebno su naznačeni najbolji i najgori rezultati koji su postignuti po godinama i zemljama.

Prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma za 2014. godinu Srbija je rangirana na 94. poziciji na listi koja obuhvata 144 zemlje sa zabeleženom vrednošću Globalnog indeksa konkurentnosti (GIK) od 3,9. U odnosu na polaznu 2009. godinu vrednost GIK za Srbiju je gotovo zanemarljivo porasla za 0,13, što skoro da nije dovelo do pomeranja ranga Srbije (od 93 na 94). Pri tome, ako se ima u vidu da je lista zemalja proširena u odnosu na polaznu posmatranu godinu (sa 133 na 144 zemlje), naznatan rast vrednosti GIK može se smatrati stagnacijom na dostignutom nivou konkurentnosti, a nikako napretkom.

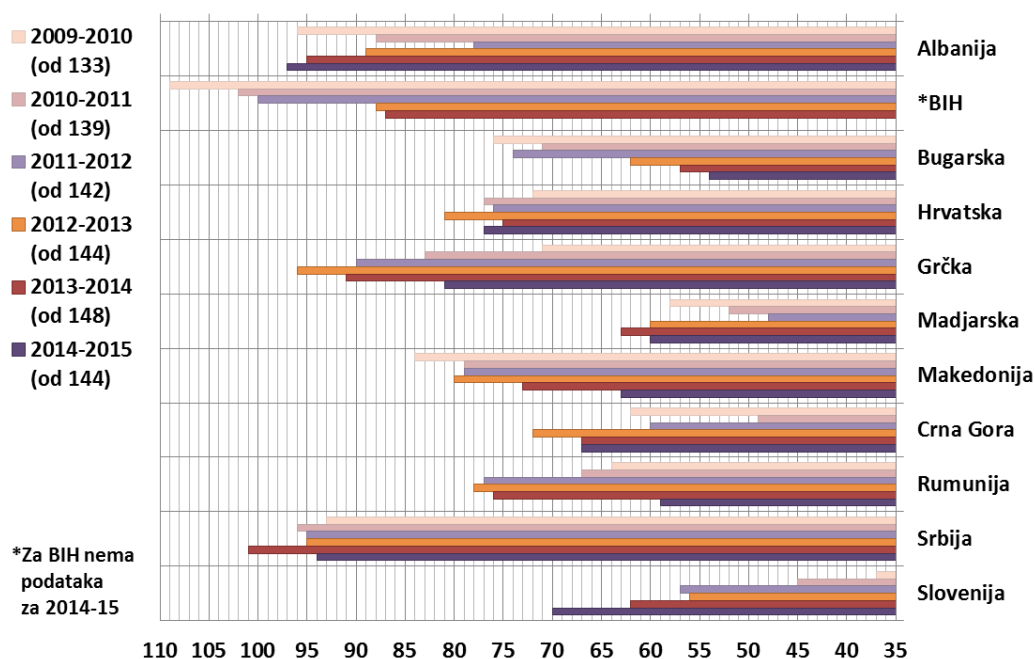
Tabela 2: Rang zemalja prema Globalnom indeksu konkurentnosti (2009-2014)

	2009 ¹⁾	2010 ²⁾	2011 ³⁾	2012 ⁴⁾	2013 ⁵⁾	2014 ⁶⁾
Albanija	96	88	78	89	95	97
BIH*	109	102	100	88	87	-
Bugarska	76	71	74	62	57✓	54✓
Hrvatska	72	77	76	81	75	77
Grčka	71	83	90	96	91	81
Madjarska	58	52	48	60	63	60
Makedonija	84	79	79	80	73	63
Crna Gora	62	49	60	72	67	67
Rumunija	64	67	77	78	76	59
Srbija	93	96	95	95	101	94
Slovenija	37✓	45✓	57✓	56✓	62	70

1) izveštaj obuhvata 133 zemlju; 2) izveštaj obuhvata 139 zemlje; 3) izveštaj obuhvata 142 zemlje; 4) izveštaj obuhvata 144 zemlje; 5) izveštaj obuhvata 148 zemlje; 6) izveštaj obuhvata 144 zemlje
Izvor: Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Kretanje rangova za Srbiju i selektovane zemlje iz njenog okruženja u periodu 2009-2014. ilustruju Slike 3 i 4 koje su dobijene na osnovu podataka iz Tabele 2.

Slika 3: Rangovi GCI za zemlje regiona u periodu 2009-2015

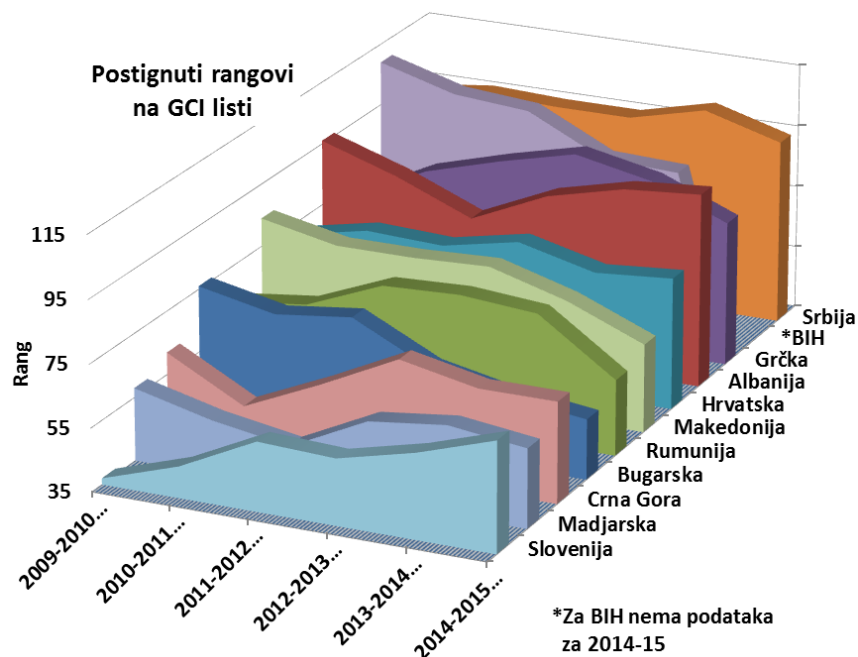


Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Na osnovu Slike 3, može se zaključiti sledeće: Srbija ne pokazuje velike oscilacije na globalnoj rang listi. Osim negativnog iskakanja ranga GIK u 2013. (101 mesto), 2014. godine Srbija se vratila na stagnantni proseka kada je konkurentnost u pitanju. Slovenija pokazuje veliki i kontinuirani pad pozicije konkurentnosti na globalnoj listi (2009. godine, 37 od 133 zemalja; 2014. godine 70 od 144 zemalja); i pored apsolutno najbolje početne liderske pala je na središnju poziciju u okviru posmatrane grupe; Bugarska pokazuje najdosledniji napredak i u 2014-15 dostigla je lidersku poziciju u u posmatranj grupi (sa 76. mesta 2009 na 54. poziciju 2014).

Slika 4 jasnije prikazuje vremensko kretanje rangova medju posmatranim zemljama.

Slika 4: Rangovi GCI za zemlje regiona u periodu 2009-2015



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Kao što se može primetiti Srbija se tokom celog posmatranog perioda nalazila na začelju grupe, zajedno sa BIH i Albanijom, s tim što Srbija pokazuje alarmantan trend stagnacije u istom periodu (sa negativnim izuzetkom 2013-14 kada je sa 101 mestom bila ubedljivo najlošije pozicionirana ekonomija u grupi).

Globalni indeks konkurentnosti Republike Srbije i zemalja okruženja (2009-2014)

Prethodna analiza pozicija relativizovana je globalnom vrednošću ranga pa i promenom broja zemalja koje tretiraju Izveštaji GCI. Imajući to u vidu, važno je ukazati na promene apsolutnih vrednosti GIK za Srbiju i selektovane zemlje iz njenog okruženja tokom posmatranog vremenskog perioda.

Tabela 3: Globalni indeks konkurentnosti (2009-2014)

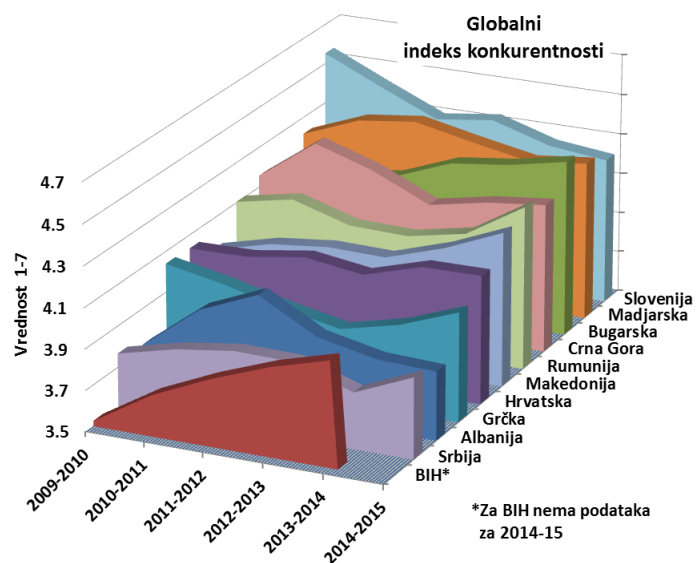
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Albanija	3.72	3.94	4.06	3.91	3.85	3.84
BIH*	3.53	3.7	3.83	3.93	4.02	
Bugarska	4.02	4.13	4.16	4.27	4.31 ✓	4.37 ✓
Hrvatska	4.03	4.04	4.08	4.04	4.13	4.13
Grčka	4.04	3.99	3.92	3.86	3.93	4.04
Madjarska	4.22	4.33	4.36	4.3	4.25	4.28
Makedonija	3.95	4.02	4.05	4.04	4.14	4.26
Crna Gora	4.16	4.36	4.27	4.14	4.2	4.23
Rumunija	4.11	4.16	4.08	4.07	4.13	4.3
Srbija	3.77	3.84	3.88	3.87	3.77	3.9
Slovenija	4.55 ✓	4.42 ✓	4.3 ✓	4.34 ✓	4.25	4.22

Izvor: Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

U Tabeli 3 dati su podaci o vrednosti GIK Srbije i zemalja iz njenog okruženja za period od 2009. do 2014. godine. Treba napomenuti da se teorijska vrednost GIK kreće u intervalu od 1 do 7. U posmatranom periodu, Srbija je najveću vrednost GIK od 3,90 ostvarila u 2014. godini.

Kretanje vrednosti GIK. ilustruju Slike 5 i 6. Srbija u poslednjoj posmatranoj godini pokazuje oporavak od pada iz 2013. god. Primećuje se kontinuitet pada konkurentnosti slovenačke ekonomije nasuprot kontinuitetu rasta konkurentnosti Bugarske, Rumunije i Makedonije ali i privrede BIH, dok Hrvatska pokazuje dosta blaži ali rastući trend.

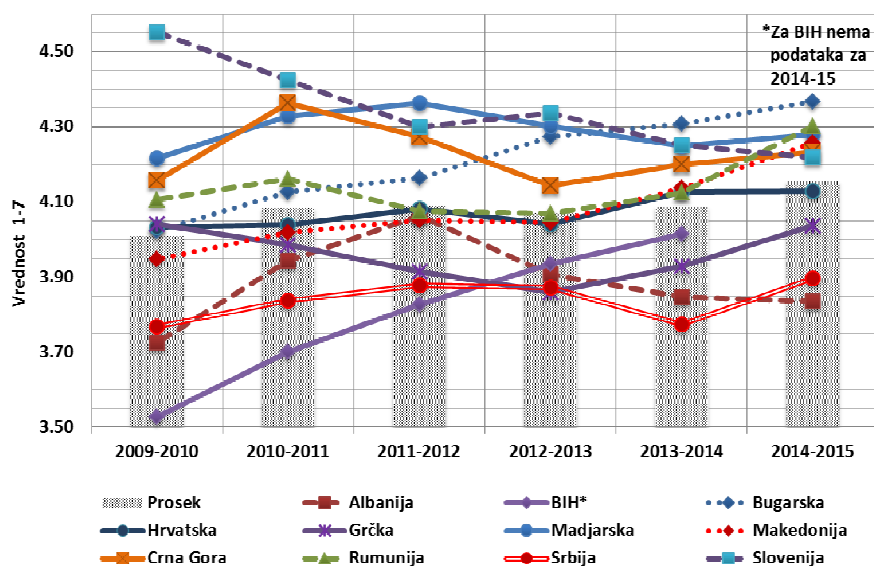
Slika 5: Kretanje **GIK** za posmatrane zemlje (2009 – 2014)



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Na Slici 6 data je preciznija grafička komparacija postignutih vrednosti GCI za posmatrane zemlje na kojoj je dodatno prikazan i prosek grupe.

Slika 6: Kretanje **GCI** za posmatrane zemlje (2009 – 2014)



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Kretanje vrednosti GIK za Srbiju označeno je duplom linijom. Evidentno je da je Srbija tokom celog perioda na začelju, sa minimalnim i ubedljivo najlošijim rezultatom u 2013 godini, ali ohrabruje napredak u 2014. Nasuprot tome, BIH beleži snažan i konstantan rast. To je rezultiralo promenom njenog ranga od 109. mesta 2009. godine, (kada je bila na začelju grupe) na 87. poziciju 2013. godine, što je ovu zemlju po prvi put od primene GIK rangiranja pozicioniralo ispred Srbije. U 2013. godini, pomenuti jaz je još više produbljen naglim padom konkurentnosti Srbije i daljim konstantnim rastom konkurentnosti BIH.

Na osnovu Slike 6, može se zaključiti da je tokom posmatranog perioda došlo do procesa izraženog konvergiranja konkurentnosti posmatranih privreda sve do 2012. godne. U periodu od 2009 do 2012, zemlje iz okruženja Srbije koje su imale relativno visoke vrednosti konkurentnosti (Slovenija, Crna Gora, Rumunija i Grčka) beležile su pad vrednosti, dok su zemlje sa niskim vrednostima beležile rast (BiH, Makedonija, Bugarska i delimično Albanija). Nakon toga, taj proces prelazi u blagu divergenciju. Međutim čini se da Srbija ni u jednom od ovih kretanja ne pokazuje znatnije oscilacije (negativni izuzetak je 2013). Može se konstatovati da je ova tendencija karakteristika i za prosečnu vrednost GCI za celu posmatranu grupu (koja ima veoma blagi rast tokom celokupnog posmatranog perioda).

Komponente konkurentnosti Republike Srbije i zemalja okruženja (2009 -2014)

Naredna tabela i prateća Slika 7 prikazuju strukturu GCI, po nosećim stubovima konkurentnosti za posmatrane zemlje u 2014. godini. Posebno su naznačeni najbolji i najgori rezultati koje su postigle pojedine zemlje.

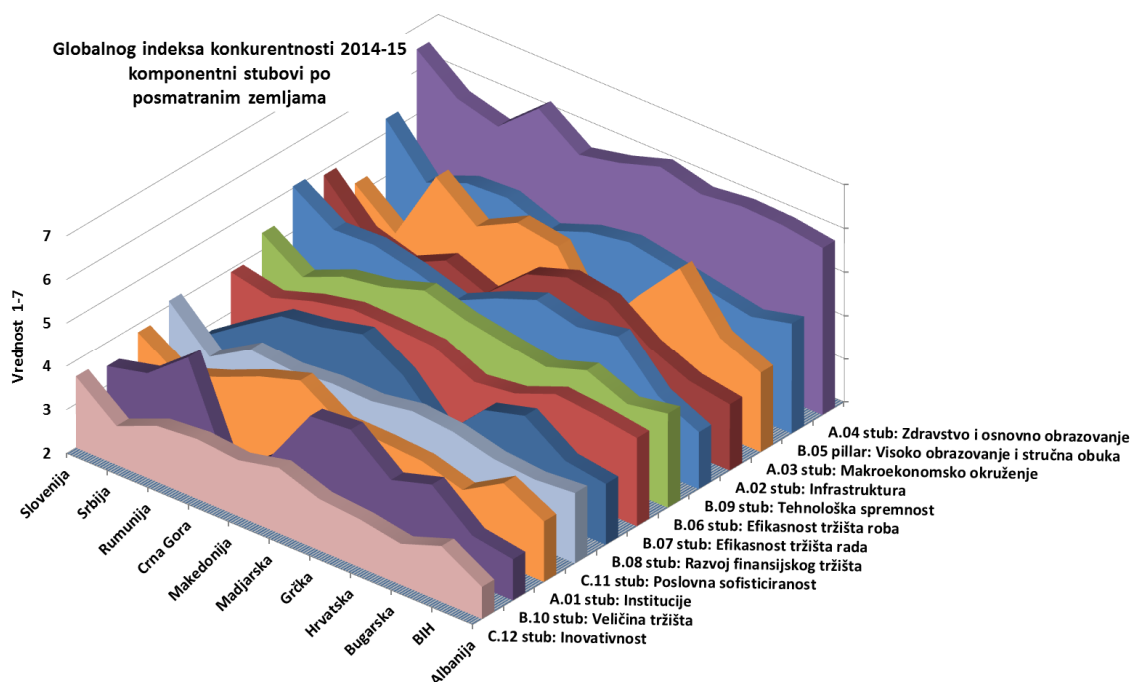
Tabela 4: Vrednosti GCI po stubovima konkurentnosti za posmatrane zemlje u 2014. godini

	ALB	BIH	BGR	HRV	GRC	HUN	MKD	MNE	ROU	SRB	SVN
Osnovni zahtevi											
Institucije	3.38	3.87	3.32	3.59	3.64	3.67	✓4.26	3.96	3.56	3.21	3.81
Infrastruktura	3.52	3.67	4.06	4.72	4.88	4.56	3.73	4.10	3.65	3.93	✓4.88
Makroekonomsko okruženje	3.82	4.23	5.45	4.44	3.31	4.78	4.93	4.46	✓5.20	3.51	4.27
Zdravstvo i osnovno obrazovanje	5.85	5.99	6.03	5.91	6.15	5.84	5.64	6.31	5.51	5.76	✓6.50
Faktori povećanja efikasnosti											
Visoko obrazovanje i stručna obuka	4.53	4.30	4.49	4.67	4.84	4.68	4.32	4.68	4.63	4.25	✓5.33
Efikasnost tržišta roba	4.15	3.98	4.37	4.05	4.20	4.36	4.64	4.34	4.18	3.78	✓4.40
Efikasnost tržišta rada	4.02	4.15	✓4.24	3.86	3.74	4.17	4.21	✓4.24	4.04	3.73	✓3.93
Razvoj finansijskog tržišta	3.39	3.53	4.17	3.91	2.97	3.93	✓4.49	4.26	4.12	3.50	2.85
Tehnološka spremnost	3.30	3.74	4.73	4.56	4.79	4.43	3.99	4.28	4.49	4.45	✓5.05
Veličina tržišta	2.94	3.09	3.87	3.58	4.34	4.26	2.91	2.16	✓4.44	3.68	3.45
Faktori inovativnosti i sofisticiranosti											
Poslovna sofisticiranost	3.61	3.53	3.61	3.83	3.91	3.75	3.78	3.69	3.77	3.21	✓4.11
Inovativnost	2.73	3.28	2.94	3.10	3.18	3.50	3.28	3.37	3.28	2.89	✓3.64

Podaci su dosta slikoviti. Od ukupno 12 stubova konkurentnosti, Srbija ima najlošije rezultate kod 5; dok je kod dva stuba konkurentnosti pretposlednja. Važno je sagledati i kako to izgleda po grupama. U okviru grupe *Osnovni zahtevi* Srbija ima najlošiji rezultat kod prvog stuba *Institucije* od svih posmatranih zemalja, pretposlednja je kod stuba *Makroekonomsko okruženje* sa vrednošću 3,51, odmah posle Grčke koja ima najgori rezultat 3,31. U okviru grupe *Faktori povećanja efikasnosti*, Srbija ima najlošije rezultate kod tri od ukupno šest stubova, takođe u odnosu na sve posmatrane zemlje. U pitanju su sledeći stubovi: *Visoko obrazovanje i stručna obuka*, *Efikasnost tržišta roba* i *Efikasnost tržišta rada*. Treba imati u vidu da su za zemlje u fazi razvoja u kojoj je i Srbija (srednje razvijene zemlje) upravo ti faktori najbitniji za međunarodnu konkurentnost. U okviru grupe *Faktori inovativnosti i sofisticiranosti*, Srbija je poslednja kod stuba *Poslovna sofisticiranost* i pretposlednja po stubu *Inovativnost*, odmah posle Albanije.

Slika 7 jasnije pokazuje razlike među dostignutim vrednostima stubova konkurentnosti, za posmatrane zemlje, prema poslednje dostupnim podacima.

Slika 7: Vrednosti GIK po stubovima konkurentnosti za posmatrane zemlje u 2014. godini



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima *Global Competitiveness Report 2015-2016*. (n.d.)

Možemo izvući nekoliko bitnih zaključaka. S jedne strane, celokupan posmatrani region pokazuje veoma visoku vrednost bazičnog stuba *Zdravstveno i osnovno obrazovanje*, što je po autoru pozitivni eho ali i pozitivna tradicionalna društvena potka socijalističke prošlosti posmatranog regiona. S druge strane, stub *Inovativnost* pokazuje najniži dostignuti nivo, što se moglo i očekivati imajući u vidu fazu ekonomskog razvoja regiona.

Tabela 5 i prateća Slika 8 prikazuju strukturu GIK, po nosećim stubovima konkurentnosti za Srbiju u periodu 2009 -2014.

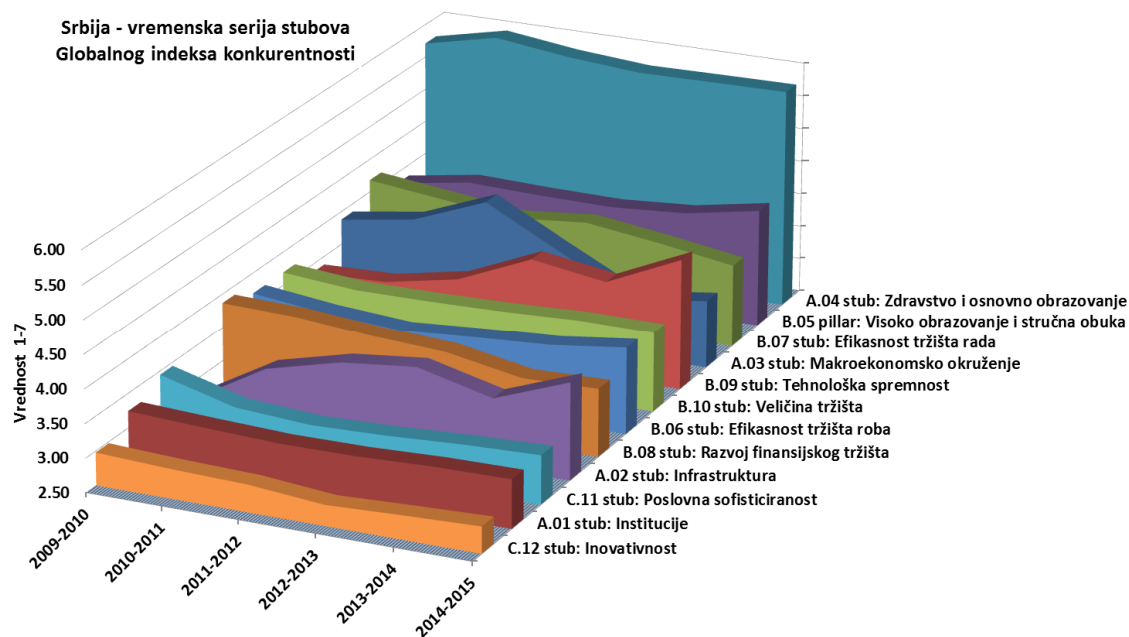
Tabela 5 Vremenska serija vrednosti pojedinih stubova GIK za Srbiju

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Osnovni zahtevi						
Institucije	3.24	3.19	3.15	3.16	3.2	3.21
Infrastruktura	2.75	3.39	3.67	3.78	3.51	3.93
Makroekonomsko okruženje	3.88	4.05	4.48	3.91	3.36	3.51
Zdravstvo i osnovno obrazovanje	5.71✓	5.95✓	5.82✓	5.73✓	5.75✓	5.76✓
Faktori povećanja efikasnosti						
Visoko obrazovanje i stručna obuka	3.83	4.01	3.98	3.97	4.05	4.25
Efikasnost tržišta roba	3.7	3.57	3.49	3.57	3.64	3.78
Efikasnost tržišta rada	4.18	4.06	3.94	4.04	3.9	3.73
Razvoj finansijskog tržišta	3.87	3.84	3.74	3.68	3.48	3.5
Tehnološka spremnost	3.38	3.41	3.63	4.1	3.94	4.45
Veličina tržišta	3.69	3.6	3.61	3.64	3.68	3.68
Faktori inovativnosti i sofisticiranosti						
Poslovna sofisticiranost	3.45	3.15	3.08	3.11	3.18	3.21
Inovativnost	2.98	2.93	2.9	2.81	2.85	2.89

Izvor: Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

Slika 8 daje fokusirani prikaz nosećih stubova konkurentnosti za Srbiju tokom posmatranog perioda.

Slika 8: Kretanje vrednosti GCI po nosećim stubovima konkurentnosti za Srbiju (2009-2014)



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.)

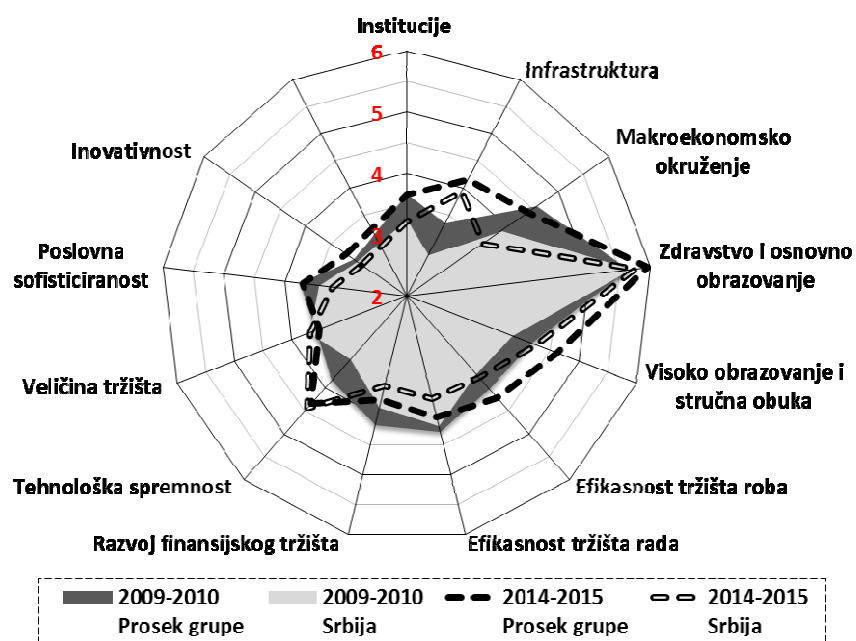
Pretpostavka o nasleđenoj visokoj vrednosti stuba *Zdravstvo i osnovno osiguranje* se dodatno potvrđuje. Njegove visoko dostignute vrednosti tokom posmatranog perioda, pokazuju trend blagog pada. Ohrabruje skromni rast vrednosti stuba *Visoko obrazovanja* kao i značajno snažniji rast vrednosti stuba *Tehnološka spremnost* (nastavak ubrzanog širenja i penetracije IKT usluga u privredne tokove) i stuba *Infrastruktura* (kao rezultat ubrzane dinamike modernizacije drumskih i železničkih koridora). Stub *Makroekonomsko okruženje*, beleži značajan pad od 2011. godine (usled produbljanja budžetskog deficita, ali i ukupne zaduženosti države u odnosu na veličinu BDP). Vrednost ovog stuba se značajno promenila, sa 4,48 (2011 godine) pala je na 3,36 (2013. godine). Na kraju posmatranog perioda, zapaža se blagi oporavak ovog stuba. Od ostalih promena, mogu se istaći blagi ali kontinuirani napredak stuba koji se odnosi na *Efikasnost tržišta rada* (tome su doprineli fleksibilnije zakonske regulative za utvrđivanje nadnica i troškova otpremnina, kao i povećanje produktivnosti rada u kombinaciji sa depresijacijom dinara).

Ostali stubovi pokazuju stagnantnu tendenciju, s tim da najalarmantnije deluje konstantna ispod prosečna vrednost prvog stuba, koji meri razvijenost institucionalnog ambijenta zemlje, kao jednog od bazičnih determinanti konkurentnosti. Kao što je i očekivano najslabije rezultate Srbija konstantno postiže kod stuba *Inovativnost*, dok kod stuba *Poslovna sofisticiranost* pokazuje za nijansu bolje rezultate.

Poređenje dostignute konkurentnosti Republike Srbije i zemalja okruženja u 2014. u odnosu na 2009. godinu

Radi dubljeg uvida u dinamiku konkurentnosti, na radijalnom dijagramu date su prosečne vrednosti stubova konkurentnosti za celu grupu posmatranih zemalja i posebno za Srbiju, što može ukazati na potencijalnu promenu konkurentnosti kao i njene kompozicije u 2014. godini u odnosu na polaznu 2009 godinu (Slika 9).

Slika 9: Uporedni dijagram vrednosti GIK po stubovima konkurentnosti za Srbiju u 2014. u odnosu na 2009. godinu.



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima *Global Competitiveness Report 2015-2016*. (n.d.)

Gledajući konkurentnost Srbije, 2009 godine, vidimo da se Srbija nalazila ispod proseka, skoro po svim stubovima. Posebno veliki zaostatak za prosekom grupe, pokazivala je kod stubova *Infrastruktura*, *Tehnološka spremnost* i *Makroekonomsko okruženje*.

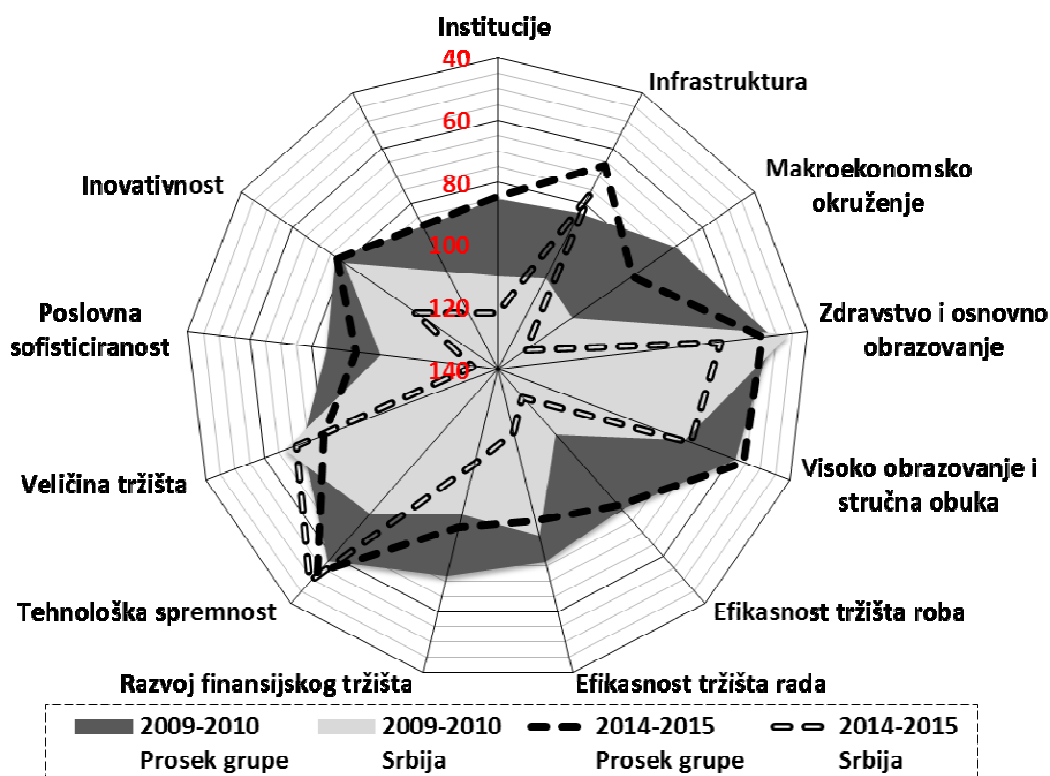
Tokom posmatranog perioda, vizuelno se može zaključiti da je postignut značajan napredak stuba *Infrastruktura* kao bazičnog faktora konkurentnosti, i stubova *Visoko obrazovanje* i *Tehnološka spremnost* kao determinante efikasnosti. Posmatrajući te stubove, Srbija je dostigla prosek grupe.

Nažalost, evidentan je i pad efektuiranja ovih pozitivnih trendova kroz značajno slabljenje stuba *Efikasnost tržišta rada*. Ovo dodatno zabrinjava imajući u vidu da su za zemlje u fazi razvoja u kojoj je Srbija upravo taj faktor jedan od najbitnijih za međunarodnu konkurentnost (Faktori povećanja efikasnosti). Takođe zabrinjava činjenica da je vrednost bazičnog stuba *Makroekonomsko okruženje* koji se podrazumeva u ovoj fazi razvoja, u posmatranom periodu zabeležio dodatni pad.

Veoma blagi rast stuba *Poslovna sofisticiranost* za Srbiju i neznatni rast proseka grupe za stub *Inovativnost* upućuju na evidentan zaostatak ovog regiona za ostalim zemljama Evropskog kontinenta koje svoju konkurentnost u mnogome baziraju na inovativnosti.

Radi dubljeg sagledavanja pozicije Srbije i posmatranih zemalja u globalnim okvirima, na Slici 10 data je promena rangova po pojedinim stubovima konkurentnosti u 2014. u odnosu na 2009. godinu.

Slika 10: Uporedni dijagram rangova GIK po stubovima konkurentnosti za Srbiju i posmatrane zemlje u 2014. u odnosu na 2009. godinu.



Izvor: Dijagram konstruisan prema podacima *Global Competitiveness Report 2015-2016*. (n.d.)

Komentar rezultata istraživanja

Srbija u globalnoj komparaciji pokazuje veoma izražen disbalans kako vrednosti stubova konkurentnosti tako i njihovih promena u posmatranom periodu. Evidentan je snažan pozitivan skok po pitanju stuba *Infrastruktura* (čiji je globalni rang u 2014 prevazišao prosek grupe) i po *Tehnološkoj spremnosti*. Nažalost svi ostali stubovi (osim stuba *Veličina tržišta* koji je imanentan jednoj nacionalnoj privredi) su u velikom ili bar značajnom padu kako na globalnom nivou tako i u odnosu na prosek grupe. Naročito zabrinjava, sada jasno vidljiva, dubina gore pomenutog jaza po pitanju stubova *Makroekonomsko okruženje*, *Efikasnost tržišta robe i rada*, pa i stuba *Razvoj finasijskog tržišta*. Pad vrednosti je jako uočljiv i po tradicionalno slabim stubovima *Poslovna sofisticiranost* i *Inovativnost*.

Grupni prosek ranga posmatranih zemalja pokazuje znatno uravnoteženiju dinamiku promena ali nažalost i evidentnu globalnu stagnaciju. Osim kod *Infrastrukture* nema stuba sa značajnijim napretkom u posmatranom periodu, ali je zato evidentno globalno nazadovanje grupe u oblasti *Makroekonomskog okruženja* (zabrinjavajući trend s obzirom da je to bazični faktor konkurentnosti) i kod stubova *Efikasnost tržišta rada* i *Razvoj finasijskog tržišta*. Kod faktora efikasnosti beleži se ipak blagi rast *Tehnološke spremnosti*. Nažalost i kod faktora treće faze razvoja *Sofisticiranost* i *Inovativnost* grupa je stagnirala (*Inovativnost*) ili značajno pogoršala globalnu poziciju (*Sofisticiranost*)

Opšti zaključak iz globalne perspektive je da se Srbija presporo oporavlja, grupno gledano region skoro da stagnira, a da veliki deo sveta brzo napreduje i produbljuje jaz konkurentnosti koji nas od njega deli.

Zaključak

Privreda Srbije, nije dovoljno konkurentna. Analizirani podaci potvrđuju da je konkurentnost Republike Srbije, merena metologijom Globalnog indeksa konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma, u periodu 2009 -2014. godine, ispod proseka konkurentnosti deset zemalja iz njenog šireg okruženja. Posebno veliki zaostatak za ovom grupom zemalja Srbija ima kod faktora povećanja efikasnosti.

Trenutno, kao najproblematičniji stubovi iz grupe *Osnovni zahtevi* identifikovani su prvi stub *Institucije* gde Republika Srbija ima najlošiji rezultat od svih posmatranih zemalja i stub *Makroekonomsko okruženje*. Dodatno zabrinjava činjenica da iz grupe *Faktori povećanja efikasnosti* imamo najlošije rezultate od svih posmatanih zemalja kod tri stuba od ukupno šest: *Visoko obrazovanje i stručna obuka*, *Efikasnost tržišta roba* i *Efikasnost tržišta rada*. Iz grupe *Faktori inovativnosti i sofisticiranosti* poslednji smo kod stuba *Poslovna sofisticiranost* i drugi od pozadi po stubu *Inovativnost*, odmah posle Albanije. Skromna poboljšanja pojedinih stubova nisu dovoljna kako bi se privreda učinila zaista konkurentnom.

Da bi se povećala konkurentnost domaće privrede, tj. stvorili uslovi za snažniji rast produktivnosti realnog sektora, neophodne su reforme usmerene na stvaranje povoljnijeg i predvidljivijeg ambijenta za poslovanje kao i strateški pristup nacionalnoj inovacionoj politici.

Reference

1. Bienkoski, W. (2006). "How much are studies of competitiveness worth? Some critical theoretical reflections on the issue', *The Second Economic Forum On "New Europe"*, April, 2006.
2. Cvetanović, S., Despotović, D., & Nedić, V. (2012). Comparative analysis of business sophistication of Serbia and its neighboring countries. *Industrija*, 40(4), 89-106.
3. Cvetanović, S., Nedić, V., & Despotović, D. (2013). Niska inovativnost kao uzrok nekonkurentnosti srpske privrede. *Ekonomika*, 59(2), 1-9.
4. Despotovic, D., Cvetanović, S., & Nedić, V. (2014). Innovativeness and competitiveness of the Western Balkan countries and selected EU member states. *Industrija*, 42(1).
5. Despotovic, D., Cvetanovic, S., Nedic, V., & Despotovic, M. (2015). Economic, social and environmental dimension of sustainable competitiveness of European countries. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-23.
6. Despotović D (2014). Konkurentnost privrede grada Kragujevca, U: *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca* / redaktori Ljiljana Maksimović, Nenad Stanišić, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
7. Geiger, T. (2015). Competitiveness Dataset. *World Economic Forum*. Retrieved July 26, 2015. (http://www3.weforum.org/docs/GCR2014-15/GCI_Dataset_2006-07-2014-15.xlsx)
8. Global Competitiveness Report 2015-2016. (n.d.). Retrieved February 01, 2016, from <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>
9. Krugman, P. (1994). 'Competitiveness: A Dangerous Obsession', *Foreign Affairs*, vol. 73, no. 2, pp. 28-44.
10. Nedić V. Despotović D (2014). Komparativna analiza konkurentnosti regiona Republike Srbije u periodu 2005-2013. godine, *Četvrti simpozijum: Regionalne disproporcije u razvoju Srbije, migracije i demografska reprodukcija*, Centar za naučna istraživanja SANU, Niš,
11. Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.
12. Ristić, B., & Tanasković, S. (2011). Konkurentnost Srbije: Merenje konkurentnosti i rangiranje zemalja prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma. *Kvartalni monitor* 25, 26, 68.
13. Samjuelson, P., Nordhaus, W. (2009). „*Ekonomija*“, Mate, Zagreb.
14. Vasiljević D. (2009). Ekonomski rast i međunarodna konkurentnost Srbije. *Kvartalni Monitor* br. 18, 83-93.
15. WEF (2014) *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. World Economic Forum, Geneva.

KOMPARATIVNA ANALIZA KONKURENTNOSTI IZVOZA REPUBLIKE SRBIJE I DRUGIH TRANZICIONIH ZEMALJA

Nenad Stanišić*

Gordana Milovanović

Apstrakt: *Povećanje konkurentnosti privrede je jedan od osnovnih preduslova daljeg ekonomskog razvoja Srbije i poboljšanja njene pozicije u evropskoj i svetskoj privredi, a posebno je bitno u kontekstu pristupanja Srbije Evropskoj uniji. Cilj ovog rada je da se primenom metoda konstantnog tržišnog učešća sagleda promena konkurentnosti srpskog izvoza u toku tranzicionog perioda, ako i da se postignuti rezultati uporede sa ostvarenjima drugih evropskih tranzicionih ekonomija. Rezultati ukazuju na inferiornu poziciju zemalja regiona Zapadnog Balkana u pogledu makrokonkurentnosti u poređenju sa bivšim tranzicionim ekonomijama Centralne Evrope i Baltičke regije, ali uz ohrabrujuću tendenciju porasta konkurentnosti. Takođe, izvozni rezultati srpske privrede se mogu oceniti kao zadovoljavajući, ukoliko se porede sa izvoznim performansama ostalih zemalja regiona.*

Cljučne reči: *konkurentnost, izvoz, tranzicija, evropska ekonomska integracija*

Uvod

Ekonomija Srbije se, kao i ostale zemlje regiona, nalazi pred brojnim izazovima. U proteklih sedam godina, stope rasta su bile veoma niske, a ponekad i negativne. Stope nezaposlenosti i siromaštva su konstantno visoke. Dostupnost stranih kredita i kapitala iz privatnih izvora je sve manja nakon krize. U međuvremenu, banke su više preokupirane posledicama krize, posebno visokim nivoom nenaplativih kredita (NPLs), nego kreditiranjem realne ekonomije. Istovremeno, vlasti se susreću sa ozbiljnim limitima u pokušaju da se uhvate u koštac sa ovim problemom. Prostor za kenzijsku fiskalnu politiku javne potrošnje je ograničen, a monetarna politika je prirodno limitirana u malim otvorenim ekonomijama sa visokim stepenom evroizacije. U brojnim makroekonomskim analizama se ekonomija Srbije, i regiona Zapadnog Balkana u celini, karakteriše kao nekonkurentna. Upravo se ovaj atribut (nekonkurentna) koristi uvek kada je na najkraći mogući način potrebno opisati ekonomije regiona, iako sam pojam (ne)konkurentnosti može imati različito značenje za različite autore.

Koncept konkurentnosti je sa nivoa firmi i kompanija “nakalemljen” na nivo nacionalnih privreda u drugoj polovini XX veka. Od tada, pa do danas, bilo je brojnih pokušaja da se definiše koncept konkurentnosti, a takođe i da se konkurentnost “izmeri”, te da se upotrebi za poređenje zemalja. Ipak, dobitnik Nobelove nagrade, Pol Krugman, zaključuje u jednom od svojih uticajnih radova „...da je koncept konkurentnosti privrede u celini – opasna iluzija”, koja kreatora ekonomske politike može dovesti u zabludu sa značajnim posledicama po nacionalnu, ali i svetsku privredu (Krugman, 1994).

Iako često eksploatisan u ekonomskim analizama, i uprkos brojnim pokušajima njegovog definisanja, pojam konkurentnosti ni dan danas nema jedinstvenu, opšteprihvaćenu definiciju, niti se takva definicija može pojaviti. Iako cilj ovog rada nije detaljan osvrt na evoluciju koncepta makrokonkurentnosti, koja sama po sebi može biti i jeste predmet ekonomskih istraživanja, sasvim je jasna neophodnost da se u najkraćim crtama upoznamo sa samim terminom i onim što se pod njim, u skoro svim slučajevima, podrazumeva. S tim ciljem, osvrnućemo se na priznate definicije nekoliko uticajnih ekonomista u oblasti

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: nstanisic@kg.ac.rs

istraživanja konkurentnosti nacionalnih privreda i nekoliko međunarodnih institucija koje se bave merenjem konkurentnosti.

Ekonomisti B. Scoot i G. Lodge definišu konkurentnost jedne zemlje kao „njenu sposobnost da najracionalnije zaposli nacionalne resurse u skladu sa međunarodnom specijalizacijom i trgovinom, tako da to u krajnjoj instanci dovodi do rasta realnog dohotka i životnog standarda, ali zasnovanog na realnim kategorijama, a ne na zaduživanju u inostranstvu“ (Scott & Klodge, 1985).

Jednu od opšteprihvaćenih definicija makrokonkurentnosti je dao OECD. Ova organizacija definiše konkurentnost kao *sposobnost zemlje da u slobodnim i ravnopravnim tržišnim uslovima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohotka stanovništva*.

Ekonomista Jan Fagerberg definiše konkurentnost zemlje kao „sposobnost realizacije glavnih ciljeva ekonomske politike, posebno rasta dohotka i zaposlenosti, ali bez nastanka deficita platnog bilansa“ (Fagerberg, 1988).

Gorepomenuti Pol Krugman (uprkos svom stavu koji smo naveli) definiše konkurentnost kao „sposobnost da se spoljnotrgovinski bilans održi u ravnoteži uz ostvarivanje odgovarajuće stope rasta životnog standarda“ (Kovačević, 2010).

Svetski ekonomski forum, kao kreator jednog od najznačajnijih i najuticajnijih ekonomskih izveštaja u savremenom svetu, *Globalnog izveštaja o konkurentnosti*, prihvatio je dve definicije konkurentnosti. Prva, koji su dali Džefri Saks i Andrea Warner glasi: „konkurentnost je sposobnost da se ostvaruje dinamičan ekonomski rast u dugom periodu“, dok druga, definicija Majkla Portera, glasi: „konkurentnost je sposobnost zemlje da ostvaruje visoku tekuću produktivnost“.

Svetski ekonomski forum poslednjih godina taj pojam definiše na sledeći način: „Konkurentnost je set institucija, politika i faktora koji determinišu nivo produktivnosti jedne zemlje”.¹

Iz navedenih definicija se da primetiti nekoliko bitnih stvari:

1. koncept konkurentnosti je neraskidivo vezan za spoljnotrgovinske performanse privrede,
2. konkurentnost se uvek dovodi u vezu sa povećanjem životnog standarda nacije,
3. savremene definicije Svetskog ekonomskog foruma se u velikoj meri zasnivaju na tekućoj produktivnosti, izbacujući neopravdano važne parametre kao što su deficit platnog bilansa i visinu spoljne zaduženosti ekonomije.

Različita shvatanja pojma makroekonomske konkurentnosti odražavaju se i na različite načine kojima se konkurentnost pokušava izmeriti i kvantitativno iskazati. Prema definiciji OECD-ove statistike, „konkurentnost je mera prednosti ili zaostajanja koje zemlja ima u prodaji svojih proizvoda na međunarodnom tržištu”.² Tradicionalni načini merenja konkurentnosti podrazumevaju sagledavanje kretanja BDP, BDP per capita, stope (ne)zaposlenosti, spoljnotrgovinskog deficita i spoljnog duga. Nasuprot ovim, Svetski ekonomski forum konkurentnost meri kompozitnim indeksima koji obuhvataju veliki broj parametara i ocena dobijenih od strane ispitanika.

Predmet razmatranja u ovom radu je konkurentnost izvoza Srbije. Za potrebe njenog sagledavanja, oslanjaćemo se na tradicionalan način evaluacije konkurentnosti izvoza, koji

¹ <http://www.weforum.org>

² <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>

podrazumeva analizu konstantnog tržišnog učešća. Prema ovom konceptu, izvoz date zemlje postaje konkurentniji ukoliko se povećava učešće date zemlje u ukupnom svetskom izvozu. Drugačije izraženo, izvoz postaje konkurentniji ukoliko je stopa rasta izvoza date zemlje veća od stope rasta ukupnog svetskog izvoza/uvoza. Analiza konstantnog tržišnog učešća će u ovom radu biti dopunjena analizom kretanja spoljnotrgovinskog bilansa, čime ćemo koncept konkurentnosti izvoza staviti u širi kontekst sagledavanja konkurentnosti celokupne srpske ekonomije.

Ipak, pre svega toga, sagledaćemo konkurentnost srpske ekonomije sa aspekta izveštaja međunarodnih ekonomskih institucija. Pri tome, sagledaćemo i konkurentnost ostalih ekonomija regiona, sa kojima srpska ekonomija deli mnogo karakteristika i izazova daljeg razvoja.

Konkurentnost Srbije i zemalja okruženja

Koliko je Srbija konkurentna? Odgovor na ovo pitanje najlakše se može pronaći u Globalnom izveštaju konkurentnosti (GCR) Svetskog ekonomskog foruma.

Tabela 1 pokazuje GCR rejting za svaku zemlju regiona, zajedno sa četiri repera za upoređivanje:

1. Evropskom unijom (EU),
2. EU-15 (15 zemalja članica pre proširenja iz 2004),
3. EU-11 (11 zemalja Centralne Evrope, zemlje Baltičke regije i zemlje Jugoistočne Evrope koje su se pridružile 2004. i kasnije), i
4. Prosekom regiona Zapadnog Balkana (bey Hrvatske), WB (Srbija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Crna Gora i Albanija).

Na tabeli se jasno može uočiti veliki jaz u konkurentnosti između Zapadnog Balkana i Evropske unije. U proseku, region zauzima 86. mesto (od 60. pozicije Makedonije do 111. pozicije BiH), u poređenju sa 50. mestom EU-11 u proseku, i 36. mestom za celu Evropsku uniju. Jaz je naročito izražen u odnosu na EU-15, koja u proseku zauzima 23. poziciju.

Tabela 1: Indeks globalne konkurentnosti 2015-16

		ALB	BIH	MKD	MNE	SRB	WB	EU-11	EU	EU-15
Osnovni zahtevi	1. stub: Institucije	84	127	52	70	120	91	72	47	30
	2. stub: Infrastruktura	88	103	78	73	75	83	52	33	18
	3. stub: Makroekonomsko okruženje	118	98	47	79	125	93	47	59	66
	4. stub: Zdravstvo i osnovno obrazovanje	52	48	76	33	62	54	45	30	20
Povećanje efikasnosti	5. stub: Visoko obrazovanje	47	97	46	54	71	63	40	30	20
	6. stub: Efikasnost tržišta roba	63	129	33	70	127	84	53	39	29
	7. stub: Efikasnost tržišta rada	97	131	84	74	118	101	68	54	45
	8. stub: Razvijenost finansijskih tržišta	118	113	52	44	120	89	56	53	48
	9. stub: Tehnološka spremnost	89	79	63	55	51	67	37	26	16
	10. stub: Veličina tržišta	104	97	108	131	75	103	66	54	37
Inovacije i faktori sofisticiranosti	11. stub: Sofisticiranost poslovanja	95	125	72	102	132	105	63	39	19
	12. stub: Inovacije	118	115	58	69	113	95	58	37	20
Indeks globalne konkurentnosti (GCI)		93	111	60	70	94	86	50	36	23

Izvor: Global Competitiveness Report 2015-2016

Indeks globalne konkurentnosti (GCI) se sastoji od tri velike kategorije koje su podeljene u 12 stubova. Rejting svih pet zemalja Zapadnog Balkana, po ovim kategorijama, takođe se može videti u Tabeli 1. Pozicije značajno variraju, kako unutar tako i između zemalja. Zemlje regiona su relativno dobro ocenjene u kategoriji zdravstva i osnovnog obrazovanja, kao i u visokom obrazovanju, elektro i telefonskoj infrastrukturi i informacionoj tehnologiji. Međutim, najproblematičnija mesta su: efikasno korišćenje talenata, odnosno mogućnosti da se oni zadrže, što potvrđuje problem odliva mozgova; i oslanjanje na porodične i prijateljske veze, radije nego na profesionalno upravljanje. Drugo područje koje značajno pogoršava rejting, jeste poslovna sofisticiranost. Uprkos visokoj heterogenosti, zemlje u proseku nemaju dobro razvijene poslovne klastere, i odlikuju ih plitki lanci vrednosti. Saobraćajna infrastruktura se loše rangira uglavnom zbog ograničenih kapaciteta u avio saobraćaju, ali i zbog lošeg kvaliteta infrastrukture generalno, uključujući puteve, železnice i luke.

Sa vedrije strane, Tabela 2 pokazuje da je došlo do postepenog povećanja konkurentnosti u odnosu na predkrizne godine. Nasuprot tome, rejting zemalja Evropske unije je u proseku ostao skoro isti kao i ranije. Najveći rast konkurentnosti ostvarila je Makedonija, čiji se rejting povećao za 0,6 poena (na GCR skali od 1 do 7), i sada je odmah iza proseka EU-11 zemalja. Značajni pomaci vidljivi su i u Albaniji i Crnoj Gori, a manje u Srbiji i BiH. Generalno govoreći, zemlje Zapadnog Balkana smanjuju zaostajanje prema Evropskoj uniji u pogledu konkurentnosti.

Tabela 2: Promene u indeksu globalne konkurentnosti

	2007-08		2015-16		Razlika u skor
	Skor	Rejting	Skor	Rejting	
Albanija	3.5	109	3.9	93	0.44
BiH	3.6	106	3.7	111	0.15
Makedonija	3.7	94	4.3	60	0.55
Crna Gora	3.9	82	4.2	70	0.3
Srbija	3.8	91	3.9	94	0.1
WB	3.7	96	4	86	0.31
EU-11	4.4	48	4.4	50	0.05
EU	4.7	34	4.8	36	0.03
EU-15	5.1	21	5.1	23	0.01

Izvor: *Global Competitiveness Report 2007-2008, 2015-2016*

GCR rejting može da predstavlja koristan indikator kada se želi sagledati osnovna slika konkurentnosti određene zemlje. Međutim, potrebno je sprovesti dopunska istraživanja kako bi se stekao kompletniji uvid, naročito kada je reč o ekonomskoj politici i ukupnom kvalitetu poslovnog okruženja. Da bismo detaljnije rasvetlili ova dva područja, oslonićemo se na još tri istraživanja i izveštaja: dva is Svetske banke (*Governance indicators* i *Doing business*) i zajedničko istraživanje Svetske banke i EBRD - *Poslovno okruženje i performanse preduzeća* (BEEPS).

Kao i kod GCR rejtinga, postoji određeni jaz u *World Bank's Governance Indicator* između Zapadnog Balkana i Evropske unije. Ali i taj jaz se tokom vremena polako smanjuje. Najveće poboljšanje u poslednjih 15 godina ostvareno je u političkoj stabilnosti, što je dokaz rastuće politički zrelosti regiona. Međutim, zbog loše početne pozicije, ovim tempom bilo bi

potrebno nekoliko decenija pre nego što zemlje Zapadnog Balkana sustignu EU u pogledu upravljanja. Ipak, očekuje se da će se ovaj trend ubrzati u procesu pridruživanja Evropskoj uniji.

Godišnji izveštaj Svetske banke *Doing Business* pruža dodatni uvid u probleme sa kojima se susreću preduzeća u regionu. Najnoviji rezultati se kreću u rasponu od 12. mesta Makedonije, do 97. mesta na kojem se nalazi Albanija (od ukupno 189 zemalja). Široki raspon rejtinga po ovom parametru naglašava razlike među zemljama u regionu. Uobičajeni problemi u regionu su: pribavljanje građevinskih dozvola, priključivanje na električnu mrežu, plaćanje poreza (uprkos nedavnim poboljšanjima u određenim slučajevima). S druge strane, sve zemlje su učinile značajan napredak u lakoći pokretanja poslovanja, registraciji imovine i spoljnoj trgovini.

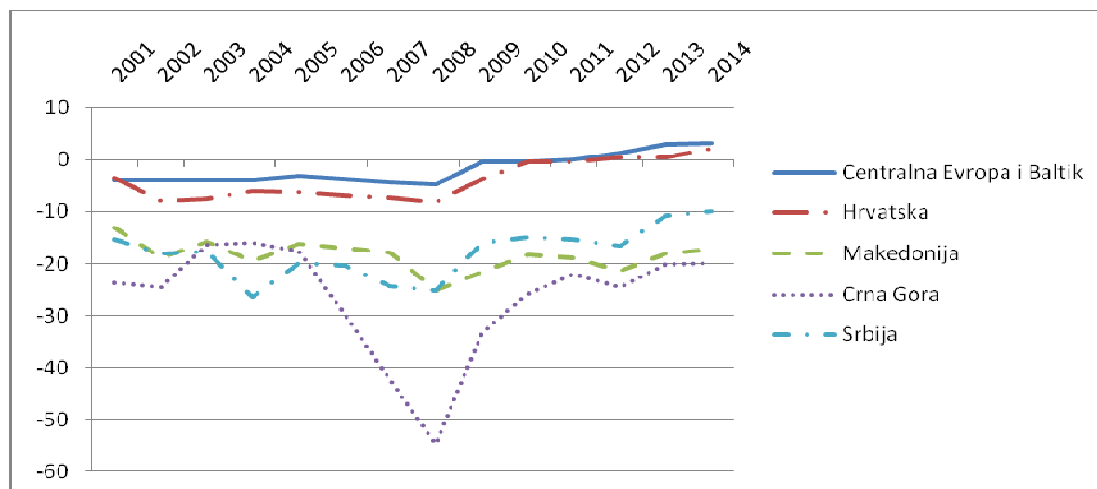
Da bismo stekli dalji uvid u probleme preduzeća, na kraju ćemo se osvrnuti na izveštaj Svetske banke i EBRD o poslovnom okruženju i performansama preduzeća (BEEPS). BEEPS je istraživanje koje se radi na svake tri godine, počev od 1999, i osvrće se na različite aspekte poslovnog okruženja kako kroz kvantitativna tako i kroz kvalitativna pitanja koja se postavljaju menadžmentu kompanija. Kao najveći nedostaci poslovnog okruženja u Srbiji se (prema izveštaju BEEPS iz 2013) ističu: politička nestabilnost, poreska administracija i procedure, pristup finansiranju, neloyalna konkurencija neformalnog sektora i korupcija. Sa sličnim problemima se suočavaju i ekonomije ostalih zemalja regiona.

Konkurentnost srpskog izvoza na svetskom tržištu – analiza konstantnog tržišnog učešća

Polazna tačka u svakoj analizi konkurentnosti je analiza stanja spoljnotrgovinskog bilansa. Bez uravnoteženog spoljnotrgovinskog računa (ili njegovog suficita) nema reči o konkurentnosti privrede. Na Grafikonu 1 predstavljen je bilans trgovinskog računa Srbije, Makedonije, Hrvatske, Crne Gore i proseka regiona Centralne Evrope i Baltika. Iako su sve navedene ekonomije tranzicione (ili su do skoro bile tranzicione) jasno se uočava razlika između Centralne Evrope, baltičkih zemalja i Hrvatske, s jedne, i Srbije, Makedonije i Crne Gore, s druge strane. Očigledno se stanje trgovinskog bilansa može dovesti u korelaciju sa uspehom tranzicionih reformi. Uravnotežen bilans robe i usluga u zemljama koje su tokom ovog veka postale članice Evropske unije stoji nasuprot visokim deficitima zemalja Zapadnog Balkana koje se još uvek nalaze u procesu tranzicije. Uprkos visokim trgovinskim deficitima tokom celokupnog posmatranog perioda (od 2001. do 2014. godine), Srbija u poslednjih nekoliko posmatranih godina beleži pozitivan trend opadanja deficita, što je posledica, pre svega, značajnijeg porasta izvoza.

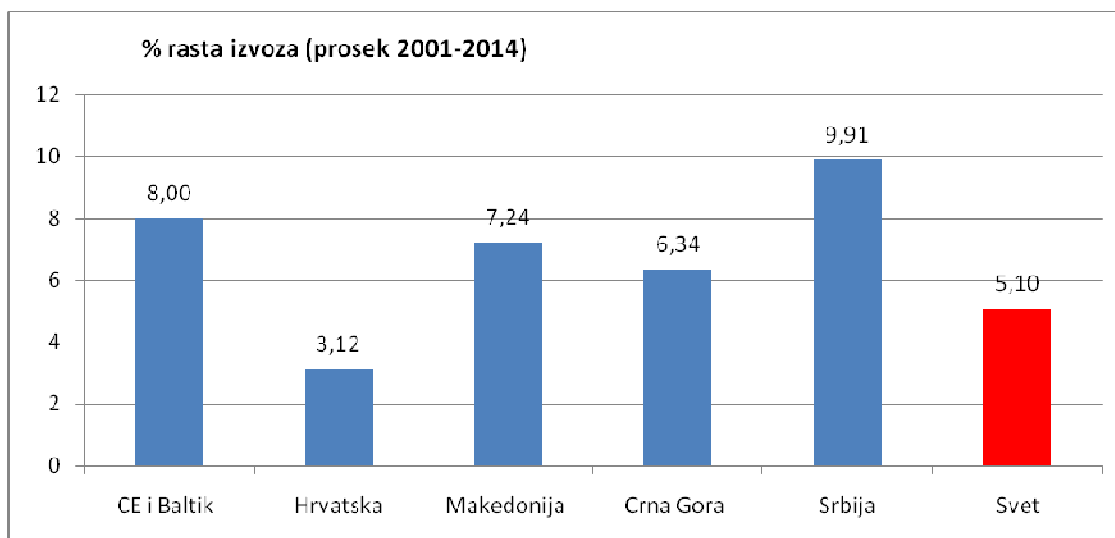
Na Grafikonu 2 predstavljene su prosečne stope rasta izvoza za posmatrane zemlje u periodu od 2001. do 2014. godine. U analizi konkurentnosti izvoza zasnovanoj na metodi konstantnog tržišnog učešća, stopa rasta izvoza veća od stope rasta svetskog izvoza (tj. uvoza) ukazuje na povećanje konkurentnosti na svetskom tržištu. U navedenom periodu svetska trgovina je rasla prosečnom godišnjom stopom od 5,1%. Sve posmatrane zemlje, osim Hrvatske, su u istom periodu ostvarile više stope rasta izvoza. Najvišu stopu rasta je ostvarila privreda Srbije (9,9%), a slede region Centralne Evrope i Baltika sa 8%, Makedonija sa 7,2% i Crna Gora sa 6,3%. Rast izvoza Hrvatske je iznosio 3,1%.

Grafikon 1: Bilans robe i usluga (%BDP)



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

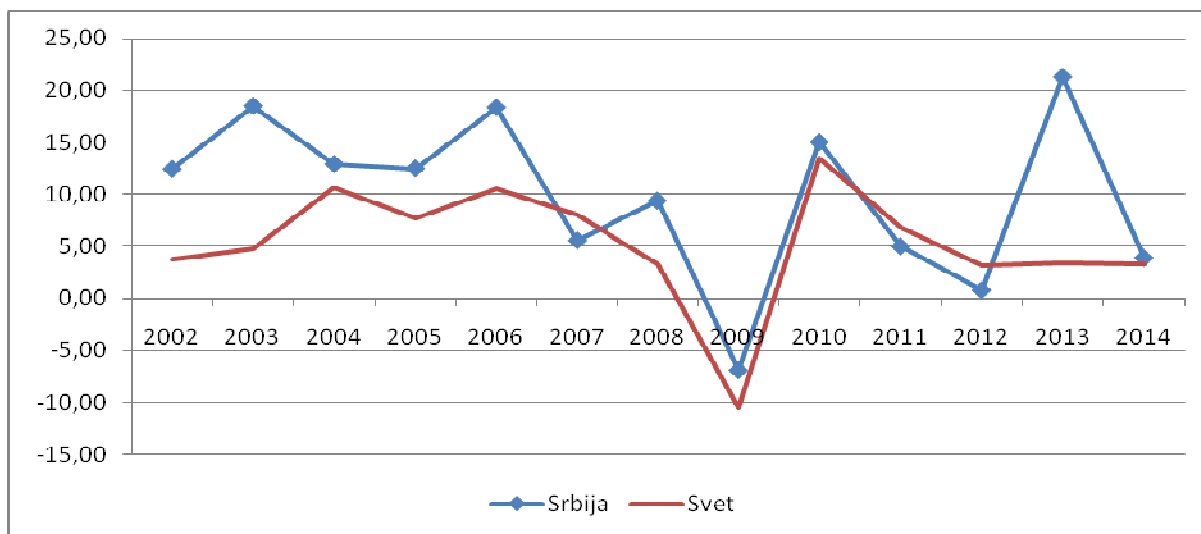
Grafikon 2: Prosečne stope rasta izvoza



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

U posmatranom periodu (2001-2014) stopa rasta srpskog izvoza je bila skoro konstantno veža od stope rasta svetskog izvoza (Grafikon 3). Zanimljivo je da je i pad izvoza nakon izbijanja svetske ekonomske krize 2008. godine bio veći na globalnom nivou nego u Srbiji. To nije bio slučaj ni sa jednom od ostalih posmatranih zemalja.

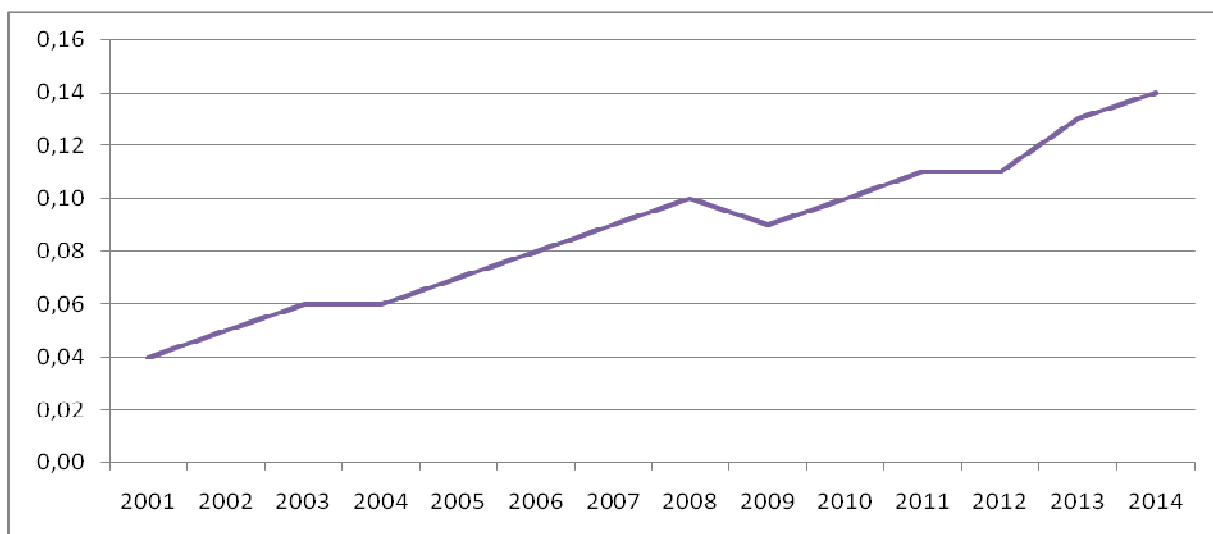
Grafikon 3: Stope rasta svetskog i srpskog izvoza



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Kao posledica bržeg rasta srpskog od svetskog izvoza, Srbija je u periodu od 2001. do 2014. godine povećala svoj udeo sa 0,04% na 0,14% (Grafikon 4).

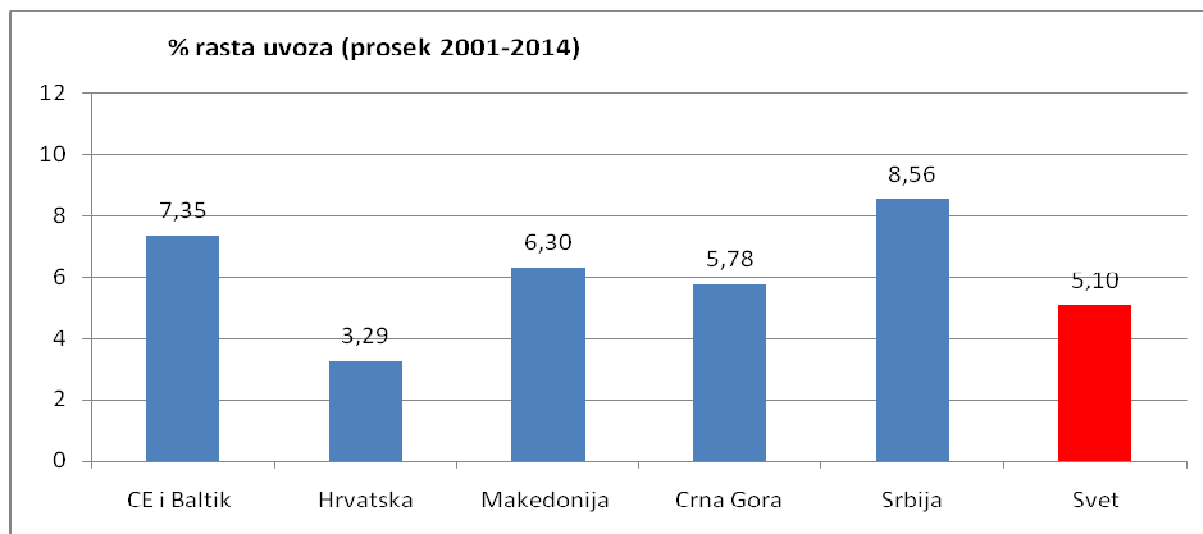
Grafikon 4: Udeo Srbije u ukupnom svetskom izvozu



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Uprkos ostvarenim iznadprosečnim (na globalnom nivou) stopama rasta izvoza u Srbiji i porastu učešća u svetskom izvozu, preuranjeno bi bilo zaključiti da su one rezultat porasta konkurentnosti srpskog izvoza. Ukoliko je nadprosečni rast izvoza praćen istovetnim (ili čak bržim) rastom uvoza, onda se svakako ne može govoriti o porastu konkurentnosti. U tom slučaju, natprosečne stope rasta izvoza ukazuju pre na povećanje spoljnotrgovinske otvorenosti zemlje nego na rast konkurentnosti. Imajući u vidu da smo analizom obuhvatili zemlje koje se nalaze u procesu tranzicije i procesu evropskih ekonomskih integracija, razumno je pretpostaviti da visoke stope rasta izvoza je kod njih pre govore o porastu spoljnotrgovinske otvorenosti nego konkurentnosti izvoza. To potvrđuje i grafikon 5, na kome su prikazane prosečne stope rasta uvoza u istom periodu.

Grafikon 5: Prosečne stope rasta uvoza

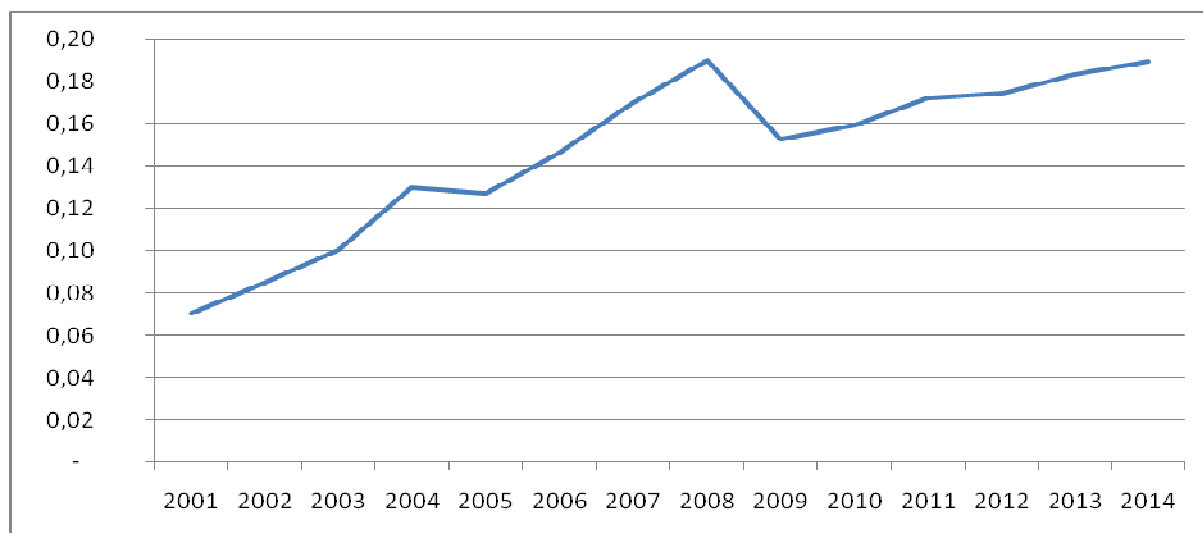


Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Slično kao i kod izvoza, stope rasta uvoza su bile veće od svetske stope rasta trgovine u svim posmatranim zemljama, sem u Hrvatskoj. I ovog puta, najvišu stopu rasta ima Srbija (8,6%), a slede je region Centralne Evrope i Baltika sa 7,3%, Makedonija sa 6,3%, Crna Gora sa 5,8%, dok je na začelju Hrvatska sa 3,3%.

Kao rezultat bržeg rasta uvoza Srbije nego svetske trgovine, došlo je do porasta učešća Srbije u svetskom uvozu u toku perioda od 2001. do 2014. godine, sa 0,07% na 0,19% (Grafikon 6).

Grafikon 6: Udeo Srbije u ukupnom svetskom uvozu



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Imajući u vidu činjenicu da su visoke stope rasta izvoza Srbije (i ostalih zemalja regiona) u posmatranom periodu praćene istovremenim brzim porastom uvoza, te da pre svedoče o porastu spoljnotrgovinske otvorenosti nego o porastu konkurentnosti, metod konstantnog tržišnog učešća je potrebno modifikovati kako bi se stekla prava slika o promeni

konkurentnosti izvoza. To ćemo učiniti poređenjem ostvarenih stopa rasta izvoza i uvoza (Tabela 3). Brži rast izvoza od uvoza govori o povećanju konkurentnosti na svetskom tržištu.

Tabela 3: Razlika između prosečnih stopa rasta izvoza i uvoza

Zemlja / region	Stopa rasta izvoza – stopa rasta uvoza (prosek 2001-2014), u %
CE i Baltik	0.65
Hrvatska	-0.17
Makedonija	0.93
Crna Gora	0.56
Srbija	1.34

Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

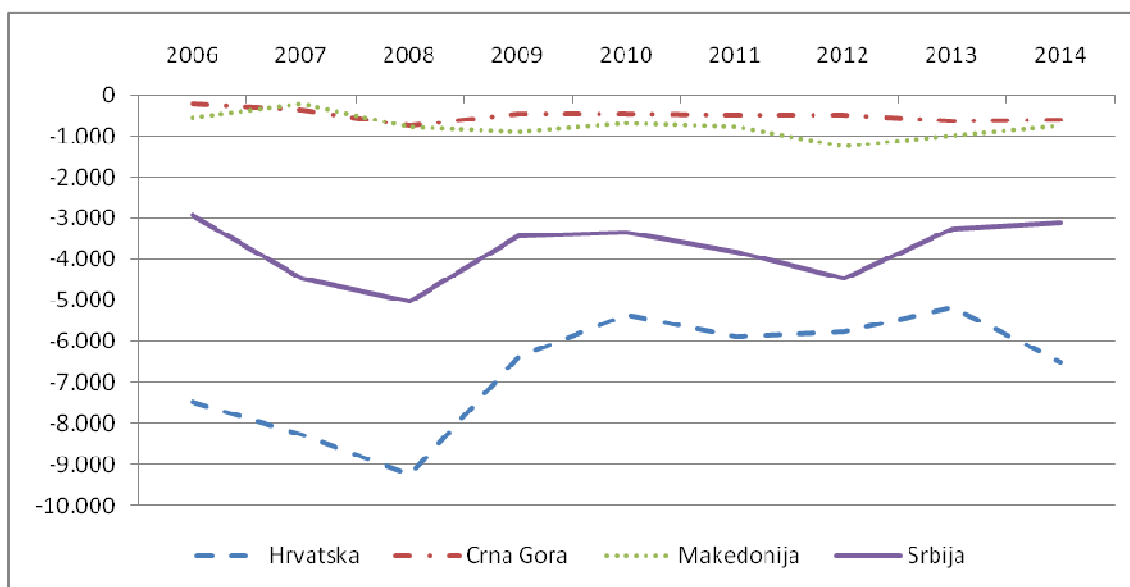
Na osnovu podataka iz Tabele 3, zaključujemo da su sve posmatrane zemlje ostvarile porast konkurentnosti na svetskom tržištu u periodu od 2001. do 2014. godine, osim Hrvatske. Najveću pozitivnu razliku u stopama rasta izvoza i uvoza ima Srbija (1,3%), a slede je Makedonija (0,9%), zemlje regiona Centralne Evrope i Baltika (0,6%) i Crna Gora (0,6%). Pad konkurentnosti je ostvarila Hrvatska, kod koje je u navedenom periodu prosečna stopa rasta uvoza bila veća od prosečne stope rasta izvoza za 0,2%.

Konkurentnost srpskog izvoza na tržištu Evropske unije – analiza konstantnog tržišnog učešća

Imajući u vidu da se Srbija nalazi na putu priključivanja Evropskoj uniji, što je i njeno strateško političko i ekonomsko opredeljenje, analizu konkurentnosti srpskog izvoza na svetskom tržištu ćemo dopuniti analizom konkurentnosti na tržištu Evropske unije. I ovog puta, koristićemo jednostavnu, ali slikovitu metodu konstantnog tržišnog učešća.

Sve posmatrane zemlje regiona (Hrvatska, Crna Gora, Srbija i Makedonija) ostvaruju deficit u trgovinskoj razmeni sa Evropskom unijom (Grafikon 7).

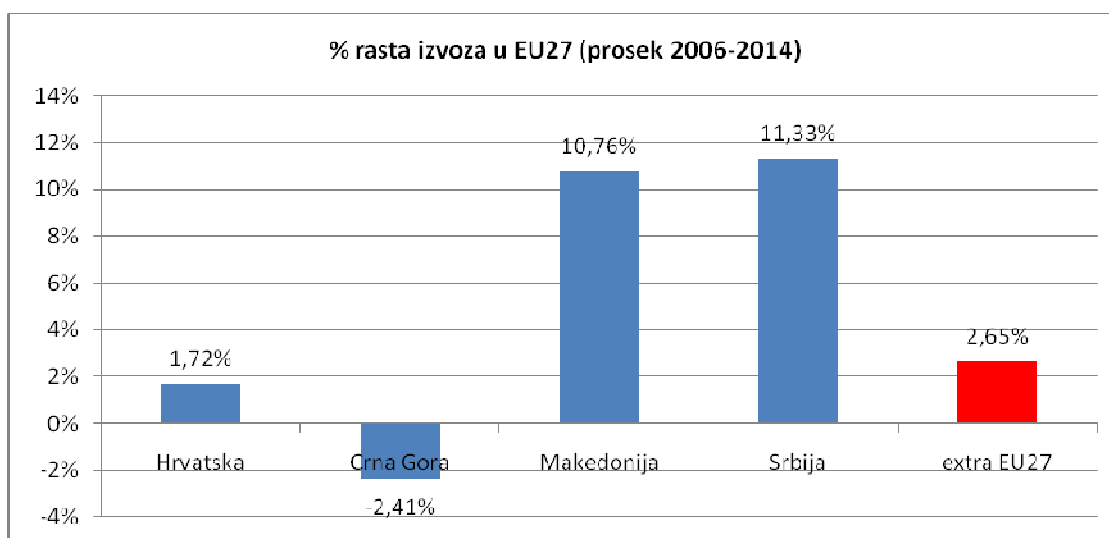
Grafikon 7: Trgovinski bilans sa Evropskom unijom (u milionima EUR)



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Na Grafikonu 8 predstavljene su prosečne stope rasta izvoza na tržište EU u periodu od 2006. do 2014. godine, za zemlje regiona (Hrvatsku, Crnu Goru, Srbiju i Makedoniju) i prosek za sve zemlje van EU27 (ekstra-EU27). Najveću stopu rasta izvoza na tržište EU je ostvarila Srbija (11,3%), a slede Makedonija (10,8%) i Hrvatska (1,7%). Crna Gora je u posmatranom periodu imala pad izvoza na tržište EU27 od 2,4% u proseku. Prosek za sve zemlje van EU27 je rast izvoza od 2,6% (što ujedno predstavlja i stopu rasta uvoza EU27). Iznadprosečne stope rasta izvoza su, dakle, ostvarile samo Srbija i Makedonija.

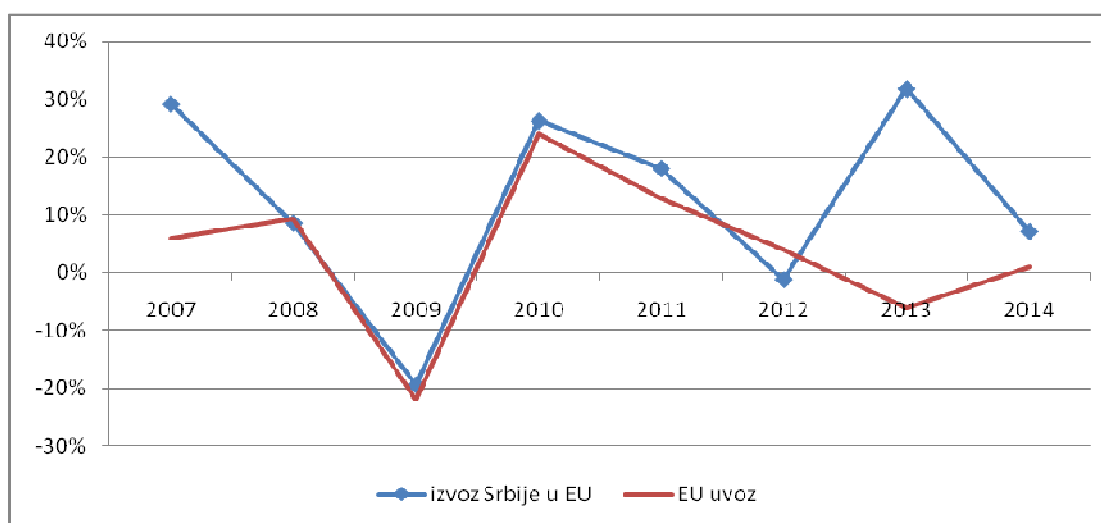
Grafikon 8: Prosečne stope rasta izvoza na tržište EU27



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Od 2007. do 2014. godine srpski na tržište EU27 je rastao po stopi većoj od rasta uvoza EU27 (Grafikon 9), osim u 2012. godini. Po tom osnovu, došlo je do rasta učešća Srbije u ukupnom uvozu EU27, sa 0,2% u 2007. na 0,4% u 2014. godini. Rast učešća je u istom periodu ostvarila i Makedonija, ali ne i Hrvatska i Crna Gora.

Grafikon 9: Stope rasta srpskog izvoza u EU i EU uvoza

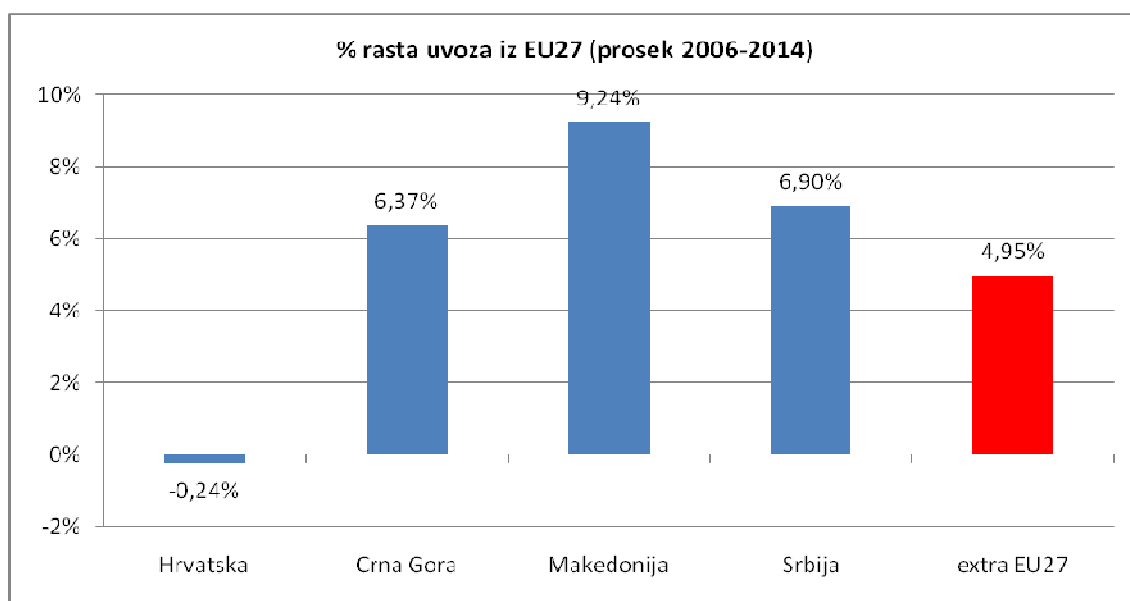


Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Kao posledica značajne trgovinske liberalizacije na putu ka članstvu u Evropskoj uniji, sve posmatrane zemlje su ostvarile porast ukupne trgovinske razmene sa EU. Grafikon 10

prikazuje stope rasta uvoza iz EU u posmatranim zemljama. Najveću prosečnu godišnju stopu rasta uvoza iz EU imala je Makedonija (9,2%), a zatim slede Srbija (6,9%) i Crna Gora (6,4%). Hrvatska je imala pad uvoza u EU po stopi od 0,2% godišnje u proseku, dok je izvoz EU27 u istom periodu rastao po prosečnoj godišnjoj stopi od 5%. Učešće Srbije u ukupnom EU27 izvozu je u posmatranom periodu poraslo sa 0,5% na 0,6%. Makedonija i Crna Gora su zadržale učešće u EU izvozu na istom nivou, dok je učešće Hrvatske kao krajnje destinacije izvoza EU27 smanjeno sa 1,1% u 2007. godini na 0,7% u 2014. godini.

Grafikon 10: Stope rasta uvoza iz EU



Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Shodno primenjenoj metodologiji zasnovanoj na analizi konstantnog tržišnog učešća, konkurentnost na tržištu Evropske unije ćemo aproksimirati razlikom u prosečnim ostvarenim stopama izvoza i uvoza u trgovini sa EU (Tabela 4).

Tabela 4: Razlika između prosečnih stopa rasta izvoza u EU i uvoza iz EU

zemlja	Stopa rasta izvoza – stopa rasta uvoza (prosek 2001-2014), u %
Hrvatska	1.96
Crna Gora	-8.78
Makedonija	1.52
Srbija	4.43

Izvor: World Development Indicators, World Bank, 2015

Na osnovu podataka iz Tabele 4, možemo zaključiti da su Srbija, Makedonija i Hrvatska poboljšale konkurentnost na tržištu EU u periodu od 2006. do 2014. godine, dok je Crna Gora zabeležila pad konkurentnosti u trgovini sa EU27. Najveća pozitivna razlika između ostvarenih stopa rasta izvoza u EU i uvoza iz EU je u slučaju Srbije (4,4%).

Zaključak

Ekonomije Srbije i ostalih zemalja regiona Zapadnog Balkana se suočavaju sa brojnih izazovima daljeg ekonomskog razvoja. Uprkos relativno visokim stopama ekonomskog rasta u prekriznom periodu, mnoge zacrtane tranzicione reforme nisu sprovedene ili nisu dale zadovoljavajuće rezultate, ostavljajući ceo region u stanju „nedovršene tranzicije“. Izbijanjem svetske ekonomske krize i krize javnog duga u zemljama evrozone, prekinut je niz godina solidnog ekonomskog rasta. Prosečna stopa privrednog rasta u periodu nakon izbijanja krize do 2015. godine je približna nuli. Uz relativno visok javni i spoljni dug, deficit tekućeg bilansa, fiskalni deficit, visoke stope nezaposlenosti i zarade koje su među najnižim u Evropi, jasno je da je budući ekonomski razvoj moguć samo uz značajne strukturne promene i povećan izvoz. Ukoliko bismo morali da samo jednom rečju opišemo ekonomije zemalja regiona, opisali bismo ih kao *nekonkurentne*. Upravo taj pojam, iako još uvek bez jednoznačne i opšteprihvaćene definicije u akademskim krugovima, objašnjava uzrok svih navedenih karakteristika regionalnih ekonomija, a podrazumeva, pre svega, nemogućnost da se adekvatnom upotrebom sopstvenih resursa osigura povećanje blagostanja nacije, bez ostvarivanja dugoročnih i visokih deficita tekućeg bilansa i bez visoke spoljne zaduženosti zemlje.

Cilj ovog rada je bio sagledavanje makrokonkurentnosti srpske privrede i konkurentnosti njenog izvoza, uz poređenje sa ostalim tranzicionim zemljama regiona i zemljama Centralne Evrope, Baltičke regije i Jugoistočne Evrope, koje su tranziciju okončale i postale članice EU 2004. godine i kasnije. Analiza konkurentnosti privrede, zasnovana na Izveštaju o globalnoj konkurentnosti, ukazuje na značajno nižu konkurentnost zemalja Zapadnog Balkana u odnosu na nove članice EU, ali i na postojanje ohrabrujućeg trenda porasta opšte konkurentnosti privreda regiona.

Analiza konkurentnosti izvoza Srbije i zemalja regiona je izvršena upotrebom „metoda konstantnog tržišnog učešća“, jednim od prvih razvijenih metoda merenja konkurentnosti izvoza, koji je prvi put primenjen sredinom XX veka. Iako jednostavan i sa brojnim ograničenjima primene, metod pruža uvid u promene konkurentnosti izvoza kroz sagledavanje promene tržišnog učešća posmatrane zemlje na svetskom, ili nekom drugom regionalnom tržištu. Sprovedena analiza ukazuje da se konkurentnost srpskog izvoza povećala na svetskom i EU tržištu u poslednjih 15 godina, uz rezultate koji su bolji u poređenju sa ostalim posmatranim zemljama regiona.

Reference

1. Fagerberg, J.(1988). *Industrial Competitiveness*, The Economic Journal, Vol. 98
2. *Global Competitiveness Report*, World Economic Forum, 2007-2008, 2015-2016
3. Kovačević, M. (2010). *Uzroci niskog nivoa i mere za povećanje konkurentnosti privrede Srbije*, U: Kako povećati konkurentnost privrede i izvoza Srbije, Naučno društvo ekonomiska Srbije i Ekonomski fakultet u Beogradu, pp. 3-42
4. Krugman, P. (1994). *Competitiveness a dangerous obsessin*, Foreign Affairs, Vol.73, No 21.
5. Scott, B.R. & G. Klodge (1985). *US Competitiveness in the Worold Economy*, Harward Business School Press, Boston
6. *World Development Indicators*, World Bank, 2015

Internet izvori:

1. World Economic Forum: <http://www.weforum.org>
2. OECD Statistics: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>

KONKURENTNOST RADNE SNAGE U REPUBLICI SRBIJI

Dr Gordana Marjanović*

Vladimir Mihajlović

***Apstrakt:** Dinamičan rast i razvoj privreda u velikoj meri zavisi od efikasnosti korišćenja raspoloživih resursa, od kojih je radna snaga jedan od najvažnijih. Veća efikasnost znači i višu produktivnost, koja je u osnovi konkurentnosti kao sumarnog pokazatelja uspešnosti privrede. Konkurentnost radne snage, otuda, predstavlja bitnu kategoriju u okviru analize faktora koji determinišu kapacitet zemlje da napreduje i popravlja svoje privredne performanse. Upravo je takva analiza predmet ovog rada, pri čemu se nastoji da se da prikaz stanja u domenu konkurentnosti radne snage u Republici Srbiji, da se identifikuju osnovni faktori koji su tome doprineli i predlože moguća rešenja kako bi se situacija, koja nije na zavidnom nivou, popravila. Jedan od aspekata analize oslanja se i na komparaciju Srbije sa drugim zemljama, po različitim osnovima vezanim za tržište rada i radnu snagu. Osnovni zaključak rada je da je konkurentnost radne snage u Srbiji na niskom nivou, što je posledica njene niske produktivnosti uslovljene različitim faktorima, od kojih je nepovoljna obrazovna struktura svakako jedan od najbitnijih.*

***Cljučne reči:** konkurentnost radne snage, tržište rada, produktivnost rada, obrazovna struktura*

Uvod

Uspešan razvoj privreda u savremenim uslovima sve više se zasniva na unapređenju konkurentnosti, odnosno konkurentske pozicije u odnosu na ostale zemlje. Najčešće navođena definicija konkurentnosti je ona data od strane Svetskog Ekonomskog Forumu, prema kojoj je konkurentnost „skup institucija, politika i faktora koji određuju nivo produktivnosti jedne zemlje“ (World Economic Forum). Dakle, konkurentnost je u tesnoj vezi sa produktivnošću, a često se i poistovećuju, jer od nivoa produktivnosti jedne privrede zavisi i njena konkurentnost, koja sa svoje strane podstiče dalje unapređenje produktivnosti.

Budući da produktivnost podrazumeva stepen efikasnosti kojim se koriste raspoloživi resursi u jednoj privredi, jasno je da se upotrebi svakog od resursa mora pokloniti dovoljna pažnja. U tom smislu, osim prirodnih resursa i unapređenja tehnoloških postupaka pri njihovoj upotrebi, izuzetno je značajan i način na koji se koriste ljudski resursi (rad), odnosno radna snaga u jednoj zemlji. Prilikom analize rada kao resursa, treba imati u vidu da se efikasnost njegove upotrebe manifestuje kroz ponudu rada, fleksibilnost tržišta rada i stepen kvalifikovanosti radne snage (Sharle, 2003, p. 4). Sve navedeno ima ključan uticaj na konkurentnost radne snage. Osim navedenih faktora, značajan činilac konkurentnosti radne snage predstavlja stepen podudarnosti ponude i tražnje za radom u pogledu znanja, sposobnosti i stručnosti, kao i troškovi rada (Bejaković, 2004, str. 1).

U društvu utemeljenom na znanju, ključnu odrednicu čini ljudski kapital, odnosno njegova znanja, stručnost i sposobnosti. Dakle, jedna od najznačajnijih determinanti konkurentnosti radne snage jeste obrazovni sistem jedne zemlje, odnosno stepen obrazovanja i stručnosti radne snage. Višim nivoom obrazovanja treba poboljšati konkurentnost i zapošljivost radne snage.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: gmarjanovic@kg.ac.rs

Koncept konkurentnosti i značaj konkurentnosti radne snage

Iako se u savremenoj literaturi dosta piše o konkurentnosti i faktorima koji je određuju, teško je pronaći neku univerzalnu definiciju konkurentnosti. Carl Dahlman ističe četiri osnovna uslova koja jedna zemlja mora da ispuni da bi bila konkurentna u svetskoj privredi baziranoj na znanju (Dahlman, 2007, p. 32):

- zakonodavno i ekonomsko okruženje koje omogućava slobodno kretanje znanja i podsticanje preduzetništva;
- obrazovano i stručno stanovništvo;
- dinamična informaciona infrastruktura;
- mreža istraživačkih centara, univerziteta, organizacija, itd.

U savremenim uslovima poslovanja, uspešan privredni razvoj zasniva se na povećanju konkurentnosti. Povećanje konkurentnosti podrazumeva ostvarivanje ciljeva makroekonomske politike, ciljeva mikroekonomske politike, a posebno ciljeva politike zapošljavanja, koja podrazumeva:

1. privlačenje što većeg broja aktivnih lica na tržište rada i njihov opstanak na istom promovisanjem ideje celoživotnog učenja i usavršavanja,
2. modernizaciju tržišta rada povećanjem fleksibilnosti radnih odnosa i garancije zapošljavanja,
3. usklađivanje ponude i tražnje radne snage i povećanje ulaganja u ljudski kapital.

Produktivnost radne snage direktno utiče na konkurentnost, a s druge strane, veća konkurentnost podstiče dalje unapređenje produktivnosti. Produktivnost radne snage zavisi od obima investicija u fizički kapital, ali posebno zavisi od nivoa tehnologije i kvaliteta ljudskog kapitala. Produktivnost rada u osnovi najviše je određena nivoom tehnološkog razvoja, ali su brojni i drugi faktori koji utiču na nivo produktivnosti. To su pre svega fleksibilnost tržišta rada i kvalitet regulatornog okruženja. Postojanje fleksibilnih oblika zapošljavanja, kao što su rad od kuće, fleksibilno radno vreme, rad na određeno vreme itd., stvaraju dinamično i kreativno radno okruženje koje pozitivno utiče na produktivnost rada. Korist za poslodavce je izražena kroz povećanje produktivnosti rada, što pozitivno utiče na smanjenje troškova rada, a zaposleni radnici postižu bolji balans između zaposlenja i drugih obaveza. Jedan od ograničavajućih faktora, koji izrazito negativno deluju na nivo produktivnosti rada jesu troškovi rada. Visoki troškovi rada, koji su posledica velike opterećenosti porezima i doprinosima, negativno utiču na produktivnost rada i umanjuju konkurentnost radne snage.

Razvijene industrijske zemlje imaju pozitivnu korelaciju i povezanost između obrazovanja i privrednog rasta. Kvalitetno obrazovanje treba da poboljša zapošljivost i konkurentnost radne snage, a ciljevi su pronalaženje zaposlenja, ublažavanje dugotrajne nezaposlenosti, smanjenje strukturne nezaposlenosti, itd. Prema novim modelima endogenog rasta, poboljšanje kvaliteta ljudskog kapitala izaziva pozitivne spoljašnje efekte, jer zemlje sa kvalitetnijim ljudskim kapitalom i boljom konkurentnošću radne snage, brže i bolje se razvijaju.

U ostvarivanju konkurentnosti radne snage, država se ne može ograničiti samo na formalno obrazovanje. Neophodno je učiniti dostupnim informacije o mogućnostima, koristima i potrebi za obrazovanjem. Boljom obrazovnom strukturom stanovništva i zaposlenih povećava se privlačnost jedne zemlje za strane investitore, što doprinosi razvoju savremenih tehnoloških i organizacionih rešenja, a što povratno utiče na povećanje zahteva za višim nivoom obrazovanja i podstiče konkurentnost privrede.

Brže promene nauke i tehnologije u uslovima globalizacije, temelje se na znanju. Zapošljivost i konkurentnost radne snage dobijaju na značaju u nekoliko poslednjih decenija. Zbog toga poslodavci postavljaju sve veće zahteve pred svoje zaposlene u smislu brzog prilagođavanja promenama i potrebama tržišta i sve više ulažu u dodatno obrazovanje radnika. Međutim, formalno obrazovanje, diplome i akademske titule ne garantuju uspeh pojedincima i društvu u celini. Radna snaga, posebno u zemljama u tranziciji, često ima određeni nivo formalnog obrazovanja koje može biti nedovoljno ili neodgovarajuće, tako da se ponuda i tražnja za radom ne podudaraju. Posledica takvog nesklada je strukturna nezaposlenost. Na drugoj strani, od zaposlenih se pored stručnog znanja, zahtevaju komunikacione, organizacione sposobnosti, informatička znanja i spremnost za dalje učenje i usavršavanje. Obrazovna struktura stanovništva i zaposlenih je bitna odrednica konkurentnosti i privrednog razvoja i zato treba stvoriti sposobnu radnu snagu spremnu da preuzme rizik, kvalitetno obrađuje informacije, rešava probleme i da je osposobljena za timski rad.

Stanje na tržištu rada i pozicija Srbije prema konkurentnosti radne snage

Da bi se stekla slika o konkurentnosti radne snage u Srbiji, treba poći od bazičnih parametara, odnosno osnovnih indikatora tržišta rada u Srbiji. Njihove vrednosti u poslednjih deset godina su date u Tabeli 1. U Republici Srbiji je stopa nezaposlenosti relativno visoka, a tokom poslednjih deset godina kretala se u rasponu od 14,4 do čak 24,6%. Stopa aktivnosti, tj. udeo radne snage (zbir broja zaposlenih i nezaposlenih) u ukupnoj radno sposobnoj populaciji, takođe nije na zadovoljavajućem nivou, budući da je, u proseku, faktički dve petine stanovništva neaktivno.

Tabela 1: Stope aktivnosti, zaposlenosti, nezaposlenosti i neaktivnosti stanovništva radnog uzrasta (15-64) u Republici Srbiji

Godina	Stopa aktivnosti	Stopa neaktivnosti	Stopa zaposlenosti	Stopa nezaposlenosti
2004.	66,4	33,6	53,4	19,5
2005.	65,2	34,8	51,0	21,8
2006.	63,6	36,4	49,8	21,6
2007.	63,4	36,6	51,5	18,8
2008.	62,7	37,3	53,7	14,4
2009.	60,6	39,4	50,4	16,9
2010.	59,0	41,0	47,2	20,0
2011.	59,4	40,6	45,4	23,6
2012.	60,1	39,9	45,3	24,6
2013.	61,6	38,4	47,5	23,0
2014.	61,8	38,2	49,6	19,7

Izvor: Anketa o radnoj snazi

Ako se posmatra pozicija Srbije u odnosu na odabrane zemlje prema stanju na tržištu rada (Tabela 2), uočava se da je u Srbiji u 2009. godini, kao i pet godina kasnije, stopa aktivnosti najniža. U odnosu na prosek zemalja Evropske Unije (EU-28), stopa aktivnosti je niža za deset procentnih poena, a ova razlika je još izraženija u odnosu na razvijene zapadnoevropske zemlje. Po stopama zaposlenosti Srbija takođe zaostaje za ostalim zemljama, izuzev za Makedonijom. Sa druge strane, stopa nezaposlenosti je u posmatrane dve godine u Srbiji jedino bila niža u odnosu na nezaposlenost u Makedoniji, dok je relativno visoka u odnosu na druge zemlje i evropski prosek.

Tabela 2: Stope zaposlenosti, nezaposlenosti i aktivnosti u Srbiji i odabranim zemljama u 2009. i 2014. godini

Zemlja	Stopa aktivnosti		Stopa zaposlenosti		Stopa nezaposlenosti	
	2009.	2014.	2009.	2014.	2009.	2014.
Srbija	60.6	61.8	50.4	49.6	16.9	19.7
Bugarska	66.9	67.7	64.4	63.9	6.8	11.4
Češka	70.1	73.5	65.4	69.0	6.7	6.1
Hrvatska	65.6	66.1	59.4	54.6	9.2	17.3
Mađarska	61.2	67.0	55.0	61.8	10.0	7.7
Poljska	64.7	67.9	59.3	61.7	8.1	9.0
Rumunija	63.1	65.7	58.6	61.0	6.5	6.8
Slovenija	71.8	70.9	67.5	63.9	5.9	9.7
Makedonija	64.0	65.3	43.3	46.9	32.1	28.1
EU-28	70.8	72.3	64.5	64.9	9.0	10.2
Euro zona 19 zemalja	71.3	72.4	64.4	63.9	9.6	11.6
Nemačka	76.3	77.7	70.3	73.8	7.6	5.0
Velika Britanija	75.7	76.7	69.9	71.9	7.6	6.1
Švajcarska	82.5	83.8	79.0	79.8	4.1	4.2

Izvor: EuroStat Database

Ovakvo stanje na tržištu rada ne ide u prilog konkurentnosti radne snage. Relativno niska stopa aktivnosti je samo jedan od parametara koji posredno ukazuju na nizak nivo konkurentnosti. Visoke stope nezaposlenosti takođe ne daju dobru sliku o situaciji na tržištu rada, naročito ako se u obzir uzme i stopa dugoročno nezaposlenih. Udeo pojedinaca koji su duže od jedne godine nezaposleni je posebno važan, imajući u vidu uticaj dugotrajne nezaposlenosti na znanja i veštine radnika, a time i na produktivnost i konkurentnost radne snage. Ako je visoka nezaposlenost trajnog karaktera, kao što je to slučaj u Srbiji, postoji realna opasnost da sve više osoba bez zaposlenja postanu dugoročno nezaposleni.

Osim osnovnih indikatora tržišta rada, koji pružaju prilično široku sliku o konkurentnosti radne snage u Srbiji i posredno je objašnjavaju, mnogo bolji pokazatelj je produktivnost radne snage. Ona zavisi od obima investicija u fizički kapital (što utiče na tehničku opremljenost radne snage), od nivoa tehnologije i od kvaliteta ljudskog kapitala. Produktivnost radne snage se najčešće meri vrednošću dobara i usluga proizvedenih tokom jednog časa rada, pa se tako i obuhvata u statističkim izveštajima. Za potrebe ovog rada, i zbog mogućnosti da se Srbija uporedi sa drugim zemljama, produktivnost će biti izražena ne po času rada već po radniku (zaposlenom), odnosno kao izraz doprinosa pojedinačnog (prosečnog) zaposlenog stvaranju bruto domaćeg proizvoda. U pitanju je aproksimacija nivoa produktivnosti rada, koja omogućava međunarodnu komparaciju.

*Tabela 3: Produktivnost rada u Srbiji i odabranim zemljama (u EUR)**

Zemlja	2009.	2014.
Srbija	12.392	13.672
Bugarska	11.623	14.613
Češka	30.546	31.682
Hrvatska	26.402	27.948
Mađarska	25.206	25.612
Poljska	23.153	26.351
Rumunija	14.398	18.203
Slovenija	37.963	41.775
Makedonija	10.862	12.451

Zemlja	2009.	2014.
EU-28	57.015	65.422
Euro zona 19 zemalja	67.404	72.544
Nemačka	65.073	74.737
Velika Britanija	58.886	76.337
Švajcarska	93.907	121.113

*dodata vrednost po zaposlenom

Izvor: kalkulacija autora na bazi podataka EuroStat-a

Produktivnost rada u Tabeli 3 izražena je odnosom između vrednosti tekućeg bruto domaćeg proizvoda u evrima i ukupnog broja zaposlenih. Na osnovu dobijenih rezultata može se videti da je produktivnost rada u Srbiji među najnižim od posmatranih zemalja. Nižu produktivnost od Srbije na osnovu podataka iz 2009. godine imaju Bugarska i Makedonija, dok je u 2014. jedino Makedonija imala nižu produktivnost. Uočava se i da je prosečna produktivnost 28 zemalja Evropske unije gotovo pet puta veća nego produktivnost rada u Srbiji, dok je taj odnos još nepovoljniji ako se poredi Srbija sa razvijenim zapadnoevropskim zemljama. Takođe, može se primetiti da je produktivnost u svim zemljama povećana u 2014. u odnosu na 2009. godinu, u različitom procentu (u Srbiji za 10,3%, što je blago ispod prosečnog povećanja za posmatrane zemlje, dok je povećanje u slučaju npr. Velike Britanije čak 29,6%).

Imajući u vidu odnos između produktivnosti radne snage i konkurentnosti, neophodno je posebno analizirati i same determinante produktivnosti rada. Bitan aspekt produktivnosti rada svakako je i njen kvalitet, izražen stepenom obrazovanosti. Obrazovanija radna snaga posedovaće veći kapacitet prihvatanja novih tehnologija, sistema organizacije rada i slično, što pozitivno utiče i na konkurentnost. U tom smislu, u Tabeli 4 predstavljena je struktura radne snage prema stepenu obrazovanja (niže, srednje i visoko) u Srbiji i pojedinim zemljama, u 2014. godini, kao poslednjoj za koju su podaci dostupni, kao i za 2009. godinu. Razlog za to je nastojanje da se prati izmena obrazovne strukture tokom vremena, u ovom slučaju u petogodišnjem periodu. Svakako da bi posmatranje dinamike obrazovne strukture u dužem vremenskom periodu moglo da ukaže na opsežnije tendencije, ali to prevazilazi domen ovog rada.

Na osnovu podataka iz Tabele 4 jasno je da je u Srbiji u 2009. godini učešće osoba sa nižim nivoom obrazovanja u radnoj snazi, u odnosu na ostale posmatrane zemlje, bilo najviše. Situacija je nešto drugačija u 2014. godini, jer je procenat ovih pojedinaca u radnoj snazi smanjen, pa je stanje povoljnije nego u Rumuniji, Mađarskoj i zemljama Eurozone.

Tabela 4: Obrazovna struktura radne snage u Republici Srbiji i odabranim zemljama u 2009. i 2014. godini (u %)

Zemlja	Niže		Srednje		Visoko	
	2009.	2014.	2009.	2014.	2009.	2014.
Srbija	28.8	18.9	55.9	58.0	14.4	22.7
Bugarska	14.2	11.0	59.5	57.4	26.3	31.6
Češka	5.3	4.1	77.9	73.1	16.8	22.8
Hrvatska	15.7	10.2	64.3	63.2	20.0	26.6
Mađarska	11.5	11.2	64.6	62.3	23.9	26.5
Poljska	7.7	5.7	66.8	61.9	25.5	32.4
Rumunija	21.6	22.7	62.2	51.1	16.2	19.2
Slovenija	12.7	10.4	61.8	57.4	25.5	32.2
Makedonija	25.4	22.8	54.3	54.8	20.3	22.4
EU-28	22.3	18.2	49.3	48.8	28.1	32.6

Zemlja	Niže		Srednje		Visoko	
	2009.	2014.	2009.	2014.	2009.	2014.
Euro zona 19 zemalja	25.8	21.0	45.9	46.8	28.1	31.9
Nemačka	14.4	12.2	58.4	60.1	27.2	27.6
Velika Britanija	19.3	15.7	44.6	41.8	35.1	41.5
Švajcarska	16.0	14.1	50.6	47.9	33.4	38.0

Izvor: kalkulacija autora na osnovu podataka RZS i EuroStat-a

Kada je u pitanju zastupljenost srednjeg nivoa obrazovanja, uočava se da je u Srbiji došlo do povećanja ove kategorije u 2014. u odnosu na 2009. godinu, uglavnom na račun smanjenja učešća osoba sa nižim nivoom obrazovanja. Kao što se može videti, Srbija zauzima srednju poziciju među posmatranim zemljama po zastupljenosti osoba sa srednjim obrazovanjem u radnoj snazi. Međutim, za poboljšanje nivoa konkurentnosti radne snage potrebno je povećati učešće visokoobrazovanih kadrova u radnoj snazi, budući da viši nivo obrazovanja omogućava lakše prilagođavanje izmenjenim uslovima poslovanja. Na osnovu izloženih podataka može se videti da je u 2014. godini zastupljenost visokoobrazovanih u radnoj snazi u Srbiji među najmanjim od posmatranih zemalja. Situacija je nepovoljnija jedino u Rumuniji i Makedoniji. Dakle, jasno je da je neophodno povećanje stepena obrazovanosti radne snage, kako bi se stvorili uslovi za jačanje njene konkurentnosti.

Kao parametar zainteresovanosti države za poboljšanje obrazovnog sistema i obrazovne strukture stanovništva (i radne snage) može poslužiti i udeo izdataka koji su namenjeni obrazovanju u bruto domaćem proizvodu (Tabela 5).

Tabela 5: Izdvajanja države za obrazovanje u Srbiji

Godina	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Kao % BDP-a	4.51	4.71	4.75	4.59	4.49	4.43
Kao % ukupne javne potrošnje	10.39	10.84	10.94	10.51	10.6	9.6

Izvor: UNESCO Institute for Statistics

Deo BDP-a koji se u Srbiji izdvaja za obrazovanje ne odstupa previše u odnosu na ostale zemlje. Na primer, u razvijenim zapadnoevropskim zemljama izdvaja se 4-7%, ali se u pojedinim, uglavnom zemljama u razvoju, izdvaja i preko 10% BDP-a. U nekim razvijenim zemljama se takođe značajan procenat BDP-a izdvaja za obrazovanje (npr. u Danskoj se kreće i do 9%). Međutim, treba imati u vidu da u slučaju razvijenih zemalja izdvajanja za obrazovanje u apsolutnim iznosima su višestruko veća nego u Srbiji, jer je i njihov BDP značajno viši od srpskog.

Još jedan od načina da se konkurentnost srpske radne snage uporedi za istom u ostalim zemljama jeste poređenje rezultata o konkurentnosti u relevantnim međunarodnim izveštajima. Kada je merenje stepena konkurentnosti u pitanju, kao i međunarodna poređenja, svakako je najreprezentativnija studija Svetskog ekonomskog foruma – Globalni indeks konkurentnosti (Global Competitiveness Index). Mada postoje pojedine zamerke metodologiji koja je primenjena, ipak je izvesno da se rezultatima ove studije rukovodi veliki broj preduzeća i investitora. Konkurentnost se meri na osnovu 12 stubova konkurentnosti: Institucije, Infrastruktura, Makroekonomski ambijent, Zdravlje i primarno obrazovanje, Visoko obrazovanje i obuka, Efikasnost tržišta dobara, Efikasnost tržišta rada, Razvijenost finansijskog tržišta, Tehnološka spremnost, Veličina tržišta, Sofisticiranost poslovanja i Inovativnost. Za potrebe ovog rada, detaljnije će biti izloženi rezultati konkurentnosti iz

poslednjeg izveštaja Svetskog ekonomskog foruma za Srbiju i odabrane zemlje, a koji se odnose na stubove „Visoko obrazovanje i obuka“, i „Efikasnost tržišta rada“.

Uloga visokog obrazovanja i obuke za unapređenje konkurentnosti ogleda se u činjenici da je u pitanju neophodan uslov da jedna zemlja poboljša poziciju na lestvici razvijenosti, preko intenziviranja proizvodnje složenijih proizvoda, na račun jednostavnijih. Globalizacija nameće zemljama kao neophodnost da uvećaju zastupljenost visokoobrazovanih kadrova koji su sposobni da izvršavaju kompleksne zadatke i za kratko vreme se prilagode promenama okruženja i razvoju tehnologije. Vrednost ovog parametra zavisi od stope upisa na sekundarno i tercijarno obrazovanje (u srednje škole i na fakultete u slučaju Srbije), kao i od kvaliteta stečenog obrazovanja, koji je procenjen na bazi ankete u kojoj učestvuju menadžeri velikih preduzeća. Takođe, istaknut je i značaj obuke zaposlenih, budući da se njome može postići stalno unapređenje radnih veština.

Efikasnost i fleksibilnost tržišta rada takođe su bitni faktori konkurentnosti radne snage. Veći stepen efikasnosti i fleksibilnosti tržišta rada obezbeđuje alokaciju radne snage u delatnosti u kojima će biti najproduktivnija. U tom smislu, na efikasnijem tržištu rada će prelazak radnika iz jedne u drugu delatnost biti brži i uz niže troškove. Takođe, na takvom tržištu će postojati izraženi podsticaji za zaposlene, kroz podsticanje meritokratije (nagrađivanje prema zaslugi u radu) i jednakosti između polova. Zajedno posmatrano, navedeni faktori mogu pozitivno uticati na radni učinak kao i atraktivnost jedne zemlje i konkurentnost njene radne snage.

U Tabeli 6 su prikazani rezultati Globalnog indeksa konkurentnosti za pomenuta dva stuba iz 2015. godine, za Srbiju i odabrane zemlje. Primećuje se da postoje razlike između vrednosti koeficijenta za razvijene zemlje i bivše tranzicione zemlje, dok je Srbija na poslednjem mestu od posmatranih zemalja, po oba parametra. Ako se posmatra pozicija Srbije u odnosu na ukupan broj zemalja u Izveštaju (140 zemalja), uočava se da je bolja situacija prema stanju u visokom obrazovanju i obuci, dok je Srbija na 118. mestu od svih rangiranih zemalja po parametru efikasnosti tržišta rada.

Tabela 6: Pozicija Srbije i odabranih zemalja prema dva stuba konkurentnosti u 2015. godini

Zemlja	Visoko obrazovanje i obuka		Efikasnost tržišta rada	
	Rang	Vrednost	Rang	Vrednost
Švajcarska	4	6.00	1	5.80
Nemačka	17	5.57	28	4.64
Velika Britanija	18	5.56	5	5.31
Španija	30	5.08	92	4.04
Italija	45	4.81	126	3.46
Slovenija	22	5.41	95	4.00
Češka	29	5.10	47	4.44
Poljska	31	5.05	81	4.11
Makedonija	46	4.79	84	4.07
Hrvatska	51	4.62	105	3.83
Mađarska	57	4.56	77	4.15
Rumunija	59	4.55	78	4.13
Bugarska	64	4.48	68	4.23
Srbija	71	4.27	118	3.72

Izvor: The Global Competitiveness Report, 2015-16, World Economic Forum, Geneva

Da bi se stekla potpunija slika o konkurentnosti radne snage u Srbiji sa aspekta posmatranih stubova konkurentnosti, može se posmatrati i njena pozicija prema

podindeksima u okviru ova dva stuba. U Tabeli 7 su dati ovi podindeksi na osnovu kojih je izračunata vrednost koeficijenata i rang Srbije.

Tabela 7: Pozicija Srbije prema vrednostima podindeksa konkurentnosti radne snage

Visoko obrazovanje i obuka			Efikasnost tržišta rada		
Podindeks	Vrednost	Rang	Podindeks	Vrednost	Rang
Stopa upisa - sekundarno obrazovanje	94.4*	58	Saradnja na relaciji radnik-poslodavac	3.4	136
Stopa upisa - tercijarno obrazovanje	56.4*	45	Fleksibilnost u određivanju nadnica	5.3	50
Kvalitet obrazovnog sistema	3.1	110	Lakoća zapošljavanja i otpuštanja	3.3	111
Kvalitet matematičkog obrazovanja	4.4	48	Nepotrebni troškovi	7.7*	17
Kvalitet obrazovanja u oblasti menadžmenta	3.4	116	Poreski podsticaji radu	2.8	129
Pristup internetu	3.9	89	Odnos plata i produktivnosti	3.4	117
Dostupnost specijalizovanih usluga obuke	3.6	107	Poverenje u profesionalni menadžment	3.2	131
Zastupljenost stalne obuke nastavnog kadra	3.0	135	Kapacitet zemlje da zadrži talente	1.7	140
-	-	-	Kapacitet zemlje da privuče talente	1.6	139
-	-	-	Zastupljenost žena u radnoj snazi	0.77*	81

Izvor: The Global Competitiveness Report, 2015-16, World Economic Forum, Geneva
 Napomena: vrednosti označene zvezdicom nisu uporedive, ali su rangovi validni.

Sa aspekta prvog stuba – Visoko obrazovanje i obuka – može se primetiti da je rang Srbije najviši prema stopi upisa na fakultete i visoke škole (tercijarno obrazovanje), kao i na sekundarno obrazovanje (srednje škole), prema kvalitetu matematičkog obrazovanja i dostupnosti interneta u obrazovnim ustanovama. Najlošije se kotira prema zastupljenosti obuke nastavnih kadrova i kvalitetu obrazovanja u oblasti menadžmenta, ali i prema kvalitetu samog obrazovnog sistema. Sa druge strane, prema podindeksima drugog posmatranog stuba konkurentnosti (Efikasnost tržišta rada), Srbija ima najbolju poziciju prema fleksibilnosti u određivanju nadnica, zastupljenosti žena u radnoj snazi i lakoći otpuštanja, a najlošiju prema kapacitetu zemlje da zadrži talente (poslednje mesto od 140 zemalja) kao i da privuče talente. Sve u svemu, treba imati u vidu da je generalno pozicija Srbije sa aspekta dva analizirana stuba konkurentnosti u odnosu na ostale zemlje jako nepovoljna, jer se u većini slučajeva nalazi iza 100. mesta od ukupno 140 zemalja.

Treba istaći da se u Izveštaju nalazi i lista najproblematičnijih faktora za poslovanje u svim zemljama. Na toj listi su navedene karakteristike poslovanja u različitim zemljama, onako kako ih vide menadžeri velikih preduzeća, sa pripadajućim koeficijentima koji odražavaju relativni značaj svakog faktora. Kada je u pitanju Srbija, od ukupno navedenih 16 faktora, na petom mestu nalazi se “Slaba radna etika radne snage”. Ovo upućuje na zaključak da su strani investitori svesni da radne navike nisu dovoljno izražene, kao i posvećenost poslu. Faktori koji prednjače u odnosu na pomenuti vezani su za pristupe finansiranju, neefikasnu birokratiju, političku nestabilnost i korupciju.

Na osnovu prethodne analize i vrednosti izloženih parametara, može se konstatovati da je konkurentnost radne snage u Srbiji na niskom nivou. Polazeći od niske produktivnosti rada, preko nezadovoljavajuće obrazovne strukture radne snage, pa sve do konkurentnosti

srpske radne snage onako kako je vide međunarodne organizacije, stiče se predstava o najvažnijim uzrocima ovakve situacije, kao i merama koje se mogu primeniti kako bi se ona popravila.

Mere za unapređenje konkurentnosti radne snage u Srbiji

Dva osnovna cilja Strategije razvoja Republike Srbije do 2020. godine, koju su usaglašeni sa strategijom Evropa 2020, su povećanje broja zaposlenih i unapređenje kvaliteta ljudskog kapitala. S obzirom da Srbija ima jedan od najnižih nivoa zaposlenosti u Evropi, cilj je približno dostići evropski nivo što zahteva povećanje efikasnosti tržišta rada i promenu strukture radne snage (Predlog programa mera razvoja ljudskih potencijala, modernizacije sistema formalnog i neformalnog obrazovanja i stvaranje preduslova za zapošljavanje u Republici Srbiji u periodu 2014-2020. godine, str. 30).

Za povećanje efikasnosti tržišta rada neophodna je odgovarajuća zakonska regulativa kako bi se dostigli standardi EU i povećala konkurentnost. Adekvatan zakonski okvir stvara mogućnosti za nova radna mesta, za privlačenje novih investicija i za efikasnije tržište rada.

Rigidna politika zapošljavanja u Srbiji deluje kao ograničavajući faktor rasta produktivnosti rada. Ova politika favorizuje stalnost zaposlenja, što poslodavcima onemogućava svođenje broja zaposlenih na nivo koji obezbeđuje optimalnu produktivnost radnika. To upućuje na činjenicu da su radnici u Srbiji isuviše zaštićeni. Kada se liberalizuju uslovi zapošljavanja i otpuštanja radnika, poslodavcima su date mogućnosti da otvaraju nova radna mesta, ali i da ih redukuju ukoliko to zahtevaju uslovi poslovanja. Liberalizovana politika zapošljavanja podstiče radnike da budu produktivniji, što dovodi do privrednog rasta, a što dalje znači otvaranje novih radnih mesta. Zaposleni u Srbiji su prezaštićeni i smatraju da je jedina poželjna karijera ona koja podrazumeva ugovor o radu, pre svega u državnom preduzeću ili državnoj upravi.

Unapređenje kvaliteta ljudskog kapitala podrazumeva dugoročne mere koje znače rekonstrukciju obrazovnog sistema i kratkoročne mere koje doprinose brzom povezivanju ljudskog kapitala sa trenutnim zahtevima privrede i efikasniju upotrebu postojećih resursa.

Ljudski kapital u Srbiji u pogledu znanja i veština ne odgovara potrebama i tražnji za radnom snagom. Nedostatak kvalifikacija, kompetencija, znanja i veština, deluju kao ograničavajući faktori na zapošljavanje. Zbog toga su neophodne reforme na svim nivoima obrazovanja, odnosno u sistemu srednjeg stručnog obrazovanja, a posebno u sistemu visokog obrazovanja u kome su neophodne promene studijskih programa u smislu njihovog prilagođavanja potrebama i zahtevima tržišta.

Jedna od reformskih mera usmerenih na tržište rada jeste uspostavljanje Nacionalnog okvira kvalifikacija, čiji je cilj uređenje sistema kvalifikacija stečenih obrazovanjem i obučavanjem, podrška konceptu celoživotnog učenja i bolja pokretljivost radne snage. Nacionalni okvir kvalifikacija obezbediće veću konkurentnost radne snage koja ima neophodne kompetencije prilagođene potrebama tržišta rada, što treba da olakša i ubrza proces zapošljavanja. Nacionalni okvir kvalifikacija otvara mogućnosti za unapređenje kvalifikacija i kompetencija za profitabilna visokokvalifikovana radna mesta (Program ekonomskih reformi 2016-2018. – radna verzija, str. 38).

Unapređenje mera aktivne politike zapošljavanja takođe predstavlja reformsku meru usmerenu ka tržištu rada, čiji je cilj poboljšanje položaja pojedinih kategorija nezaposlenih lica. Razvojem sistema ranog profilisanja nezaposlenih i uključivanjem mladih i dugoročno nezaposlenih u mere aktivne politike zapošljavanja, doprinosi se podizanju zapošljivosti.

Ukoliko su ove mere usmerene ka sticanju novih znanja, veština i radnog iskustva, doprinose unapređenju položaja navedenih kategorija i povećanju njihove konkurentnosti.

Zaključak

Konkurentnost, kao agregatni pokazatelj, objedinjuje više karakteristika radne snage poput produktivnosti, obrazovanja i znanja i veština. Sve ove karakteristike zajedno determinišu nivo konkurentnosti. Analiza sprovedena u ovom radu pokazala je da je konkurentnost radne snage u Srbiji na niskom nivou, pri čemu uzroke takvog stanja treba tražiti u slaboj produktivnosti, nepovoljnoj obrazovnoj strukturi, lošoj radnoj etici i slično.

Pored navedenog, i radno zakonodavstvo ne ide u prilog podsticanju konkurentnosti radne snage. Najočiglednija posledica takvog zakonodavstva je preterana rigidnost politike zapošljavanja. Njome je ograničen manevarski prostor poslodavaca da otpuštaju i zapošljavaju radnike, što koči proces podizanja konkurentnosti radne snage. Niska fleksibilnost i efikasnost tržišta rada uzrokuju visoke troškove prelaska radnika sa jednog radnog mesta na drugo, kao i troškove otpuštanja i novog zapošljavanja.

U tom smislu, od suštinskog značaja je primena mera koje će unaprediti konkurentnost radne snage. Poboljšanje sistema obrazovanja i usaglašavanje ponude rada odgovarajućih kvalifikacija sa potrebama privrede svakako bi dovelo do bolje situacije na tržištu rada. Realni potencijal za to leži u usvajanju i doslednoj primeni Nacionalnog okvira kvalifikacija. Razvijanje koncepta kontinuiranog usavršavanja i celoživotnog učenja može da olakša zapošljavanje i poveća fleksibilnost tržišta rada. Tome bi doprinela i promena radnog zakonodavstva u pravcu podsticanja veće mobilnosti radnika. Sve navedeno bi poboljšalo funkcionisanje tržišta rada i privuklo investicije kojima bi se stvorila prilika za otvaranje novih radnih mesta i stvorio prostor za unapređenje konkurentnosti radne snage u Republici Srbiji.

Reference

1. Anketa o radnoj snazi, 2005-2015, Republički zavod za statistiku Republike Srbije
2. Bejaković, P., (2004), Konkurentnost radne snage u Hrvatskoj: stanje i problemi, u: Bejaković, N., Lowther, J., (ur.), *Konkurentnost hrvatske radne snage*, Institut za javne financije, Zagreb.
3. Dahlman, C., (2007), Technology, globalization, and international competitiveness: Challenges for developing countries, in: *Industrial Development for the 21st Century: Sustainable Development Perspectives*, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, New York.
4. Predlog programa mera razvoja ljudskih potencijala, modernizacije sistema formalnog i neformalnog obrazovanja i stvaranje preduslova za zapošljavanje u Republici Srbiji u periodu 2014-2020. godine, dostupno na adresi: <http://matchdo.rs/docs/Akcioni-plan.pdf>
5. Program ekonomskih reformi 2016-2018. – radna verzija, Ministarstvo finansija Republike Srbije, dostupno na adresi: http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/predlozi/2015/Program%20Ekonomskih%20reformi%202016-2018_%20godina%20Poglavlja%204_%20i%205.pdf
6. Sharle, A., (2003), *Competitiveness and the Labour Market*, Ministry of Finance, Hungary, Working Paper No. 4.
7. *The Global Competitiveness Report, 2015-16*, World Economic Forum, Geneva

Internet izvori:

1. EuroStat Database: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
2. Republički zavod za statistiku Republike Srbije: <http://webrzs.stat.gov.rs/>
3. UNESCO Institute for Statistics: <http://www.uis.unesco.org/>

ULOGA FAKTORA EFIKASNOSTI U KREIRANJU KONKURENTNOSTI SRPSKE PRIVREDE

Vladan Ivanović*

***Apstrakt:** Konkurentnost nacionalne ekonomije se u poslednje dve decenije nalazi u fokusu javnih politika, čime proizilazi i njen značaj u domenu pozitivne ekonomske analize. Iako postoje brojne kritike koncepta konkurentnosti, od same definicije, do metodoloških osporavanja, on, ipak, može poslužiti kao indikator efikasnosti javnih politika, kao i adaptivne efikasnosti nacionalne ekonomije i njene sposobnosti da kreira okruženje u kome su, u značajnoj meri, prisutni aglomeracioni efekti. Konkurentnost privrede Srbije, kako opšta, tako i ona koja se tiče faktora efikasnosti, je tokom protekle decenije, nakon inicijalnih poboljšanja, beležila relativno stagnantne vrednosti i blaže oscilacije. Dekompozicijom pojedinih faktora može se primetiti trend rasta u idneksima visokog obrazovanja i obuke, kao i kod sposobnosti usvajanja i korišćenja postojećih tehnoloških rešenja. Međutim, trend napretka je u odnosu na uporedne ekonomije, pa i one koje se nalaze na nižem nivou razvoja, bio sporiji. To je uticalo na niže vrednosti ovih subindeksa u odnosu na većinu pomenutih ekonomija. Nasuprot tome, efikasnost robnog tržišta i veličine tržišta su ostali tokom vremena na relativno istom nivou. Negativni trendovi su prisutni u domenu efikasnosti finansijskog tržišta i tržišta radne snage, što je dominantno odredilo i relativno slabe rezultate u domenu unapređenja kompozitnog pokazatelja efikasnosti.*

***Cljučne reči:** konkurentnost Srbije, WEF indeks konkurentnosti, faktori efikasnosti*

Uvod

Koncept konkurentnosti nacionalne ekonomije ima jako dugu tradiciju, koja je kao i kod većine drugih fenomena razmatrana u kontekstima koji nisu usko vezani za poređenje nacionalnih ekonomija, već, uglavnom, da se istakne superiornost rezultata koje su postizali pojedini ekonomski sistemi. Savremena analiza konkurentnosti nacionalne ekonomije, nasuprot tome, usmerena je na identifikaciju prednosti određenog ekonomskog sistema u odnosu na druge, a posledično na mogućnosti unapređenja poslovnog, administrativnog i političkog ambijenta u onim privredama koje zaostaju u razvoju. Međutim, osim ocene relativnih pozicija konkurentnosti i kvaliteta ključnih faktora i karakteristika najšire shvaćenog okruženja u kojem se u nacionalnoj ekonomiji odvijaju poslovne transakcije, pozicija konkurentnosti može biti i veoma koristan instrumentarij analize institucionalnih promena koje se, pogotovo u onim manje uspešnim sistemima mogu predvideti.

Sve veća praktična upotreba koncepta konkurentnosti u oceni uspeha/neuspeha nacionalnih privreda da se izbore sa ekonomskim izazovima u domenu praktičnih javnih politika korespondira sa pionirskim poduhvatima USA i EU početkom 90-ih godina prošlog veka, koje su formirale savete za unapređenje konkurentnosti (Kitson et al., 2004). Međutim, uporedo sa tim konkurentnost se kao koncept ponekada, pogotovo od strane kreatora javnih politika, koristi kao terminološki „korisniji“ substitut ili eufemizam, kako bi se delimično neutralisao politički trošak u izbornom ciklusu, ali i obezbedila šira socijalna podrška određenim promenama u ekonomskom i političkom sistemu. Na primer, kada je Žak Delor u junu 1993. godine govorio o problemima visoke nezaposlenosti u EU, nedostatak konkurentnosti je identifikovan kao uzrok ovih problema, iako je ekonomistima bilo relativno

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vivanovic@kg.ac.rs

jasno da je prevelika regulacija na tržištu rada destimulisala zapošljavanje od strane poslodavaca i da su izdašni programi socijalnog osiguranja za nezaposlene uticali na slabu motivisanost velikog broja njih da tragaju za poslovima koji su slabije plaćeni. Delor je istakao da se problem sa nezaposlenošću nalazi u nedostatku konkurentnosti sa Japanom i USA, a da se rešenje problema nalazi u investicijama u tehnologiju i infrastrukturu (Krugman, 1994). Dakle, konkurentnost ponekada, kao u navedenom slučaju, ne samo da može biti maglovit koncept na bazi kojeg se donose odluke, već i koncept na osnovu kojeg se donose pogrešne odluke.

Imajući u vidu atraktivnost, važnost i rasprostranjenost upotrebe koncepta konkurentnosti kako u akademskim debatama, tako i u praktičnim javnim politikama, u prvom delu rada pažnja je posvećena pojmu, osnovnim faktorima koji determinišu konkurentnost, kao i kontroverzama koje se vezuju za upotrebu ovog koncepta. U drugom delu rada analiza će biti usmerena na objašnjenje koncepta i na bazi njega konstruisanog indeksa konkurentnosti razvijenog od strane Svetskog ekonomskog foruma (WEF), a što je osnova trećeg dela rada koji je usmeren na analizu konkurentnosti i njenog razvoja u protekloj deceniji u Republici Srbiji.

Konkurentnost: definicija, faktori i kontroverze

Nasuprot konceptu komparativne prednosti razvijenom od strane Rikarda, koncept konkurentnosti nacionalne privrede ukazuje na čitav niz aspekata i implicira daleko veće mogućnosti unapređenja relativne pozicije određene privrede, makar što se tiče velikog broja dimenzija koje su njime obuhvaćene. Naime, njime se prevazilaze ograničenja o kojima je reč kada govorimo o konceptu komparativne prednosti, jer je on u biti statički, bazira se na postojećem ili nasleđenom resursnom bogatstvu i podrazumeva opadajuće prinose i jednaku dostupnost tehnologije svim zemljama (Kitson, 2004), dok koncept konkurentnosti prevodi posmatranje uspeha privrede u dinamički kontekst, prema kojem su rezultati nacionalne privrede u velikoj meri interno determinisani u najvećem broju dimenzija obuhvaćenih njime.

Jedna od obuhvatnijih definicija „teritorijalne konkurentnosti“ se odnosi na sposobnost ekonomije da privuče i zadrži firme sa stabilnim ili rastućim tržišnim udelima u ekonomskoj aktivnosti, istovremeno održavajući ili povećavajući životni standard onih koji u tome učestvuju (Storper, 1997). Alternativno, konkurentnost na nacionalnom nivou se može shvatiti kao sposobnost da se generišu resursi koji su potrebni da bi se zadovoljile nacionalne potrebe (Buckley, 1988). Međutim, ovde se kao problem pojavljuje precizno određenje „nacionalnih potreba“, kako u sadržinskom smislu, tako i u smislu njihove homogenosti među različitim privredama, ali i u različitom vremenu u istim privredama. Nauprot „neodređenosti“ i problema koncepta nacionalne konkurentnosti, na mikroekonomskom nivou njegova sadržina je sasvim jasna – ona predstavlja pokazatelj sposobnosti firme da se ponude dobra i usluge na tržištu i u formi i u vremenu kada su traženi od kupaca, po cenama koje su najmanje iste ili povoljnije od onih kod drugih potencijalnih prodavaca, istovremeno zarađujući najmanje oportunitetne troškove kroz povraćaj na upotrebljene resurse (Frohberg & Hartmann, 1997).

Konkurentnost nacionalne ekonomije se uobičajeno posmatra kroz jedan od četiri pristupa. Prema prvom, ona predstavlja sposobnost države da proda na domaćem ili međunarodnom tržištu, u zavisnosti od cenovne¹ i necenovne² komponente konkurentnosti. U

¹ Cenovna konkurentnost se primarno odnosi na politiku deviznog kursa. Naime, ukoliko privreda nije efikasna, određena ekonomija bi trebalo da devalvira svoju nacionalnu valutu, kako bi se njena cenovna

drugom pristupu akcenat je na sposobnosti da se zaradi, odnosno na produktivnosti. Ova interpretacija konkurentnosti se odnosi na tvrdnju da rezultati ekonomije ukazuju na nivo njene kompetitivnosti, odnosno pretpostavlja se da će viši nivo kompetitivnosti voditi i većem nivou GDP-a i dohotka, kao i višem životnom standardu. Primarni izvor ovih dobitaka je rast produktivnosti.³ Ovo je u skladu sa tvrdnjom Krugmana da „produktivnost nije sve, ali da je u dugom roko skoro sve“ (Krugman, 1990). Prema trećem pristupu konkurentnost predstavlja sposobnost prilagođavanja, a u suštini se odnosi na inovativnost i fleksibilnost nacionalne ekonomije. On je donekle širi od prethodnih, jer obuhvata adaptivnu efikasnost u društvenoj, ali i u poslovnoj ravni.⁴ Četvrtom paradigmatom se naglašava značaj sposobnosti države da generiše ili privuče ekonomske aktivnosti. Najčešće se u tom kontekstu navodi sposobnost u vezi privlačenja stranih direktnih investicija (Berger, 2008).

Međutim, koncept konkurentnosti je, kako god on bio posmatran, često izložen kritikama. S jedne strane, ističe se da se kroz naglašavajnje uloge javnih politika u kompetitivnosti, naglašava se i intervencionizam, a što može voditi trgovinskim ratovima i opravdanju za protekcionizam. Osim toga, s obzirom na „maglovitost“ koncepta, reč je o hegemonističkoj konstrukciji ili diskursu koji ne obezbeđuje argumente za određeni ekonomski koncept ili model, već koji poseduje kapacitet da mobiliše akcije koje su usmerene ka specifičnim interesima (Bristow, 2005).

Krugman (1994) ističe problematičnost poređenja konkurentnosti na makro i mikro nivou. Kako ukazuje, na mikro nivou donja granica je nestanak korporacije, dok zemlje nikada „ne prestaju da postoje“. Osim toga, naglašavanje značaja spoljnotrgovinskog suficita kao mere uspeha i konkurentnosti nacionalne ekonomije je, takođe, praćeno problemima. To naročito dolazi do izražaja u periodu krize javnog duga, kada su neke zemlje primorane da prave suficite, kako bi isplatile poverioce, kao što je to slučaj sa Meksikom 1980-ih, iako je on tada bio daleko od visoko konkurentne ekonomija. Generalno, problematično je u spoljnoj trgovini tražiti indikatore konkurentnosti, jer ona, ponekada, poput situacije u USA 1950-ih, doprinosi u malom obimu nacionalnom dohotku. Osim toga, sporan je i njen doprinos rastu životnog standarda, kako to stoji u jednoj od definicija. Sledeći argument se zasniva na tvrdnji da svet nije tako međuzavisan, kao što se to obično pretpostavlja, pri čemu, zemlje se ne takmiče na način na koji to čine korporacije. Zemlje koje prodaju proizvode koji konkurišu jedni drugima, su u isto vreme i međusobno najvažnija izvozna tržišta. Drugim rečima, ukoliko određenoj ekonomiji ide dobro, to ne mora biti na trošak druge ekonomije, dok je to često slučaj kada se posmatraju korporacije. Spoljna trgovina nije „igra sa nultom

konkurentnost na međunarodnom, ali i nacionalnom tržištu popravila. To je povezano, takođe, i sa nižim cenama inputa na unutrašnjem tržištu. Međutim, postoji opravdana kritika ovakvog tretmana konkurentnosti, poput previđanja značaja strukture spoljne trgovine, dakle, i uvoza i izvoza.

² Necenovna konkurentnost potpada pod tradicionalni ili klasični pogled na konkurentnost. U biti se odnosi na tri dimenzije: a) promenu u kompoziciji izvoza ka industrijama koje kreiraju veću dodatnu vrednost ili proizvodima visoke tehnologije; b) konstantan ili rastući udeo na svetskom tržištu, i c) suficit tekućeg računa.

³ Kritika ocene konkurentnosti na bazi visine GDP-a *per capita* odnosi se u biti na one aspekte koji su bitni za funkcionisanje ekonomije, ali koji nisu obuhvaćeni ovom merom, poput nejednakosti u raspodeli, upitnosti da li je životni standard u potpunosti korespondentan nivou GDP-a, ili postojanja boljih pokazatelja ekonomskog uspeha nacija, poput faktora opšte produktivnosti (TFP).

⁴ Na socijalnom nivou se meri sposobnost prilagođavanja političkih procedura, kao i ekonomskog sistema u celini, dok se na poslovnom nivou to odnosi na sposobnost prilagođavanja uz pomoć inovacija i tehnoloških promena. Kritika ovog pogleda se odnosi na činjenicu da je on zasnovan na paradigmatu o samoreglišućem i otvorenom tržištu. Međutim, to je nespojivo sa postojanjem neperfektnih tržišta. Osim toga, zanemaruju se često pitanja koja se tiču toga kako inovacije nastaju, i kako dolazi do njihove difuzije, pri čemu, posebno iz perspektive evolutivne ekonomije, zavisnost puta i slučajnost mogu imati relativno veliku težinu.

sumom“. Uprkos kritici, Krugman navodi i razloge zašto je koncept nacionalne konkurentnosti jako prisutan. Prvo, reč je o „atraktivnom“ konceptu, koji kao takav „prodaje karte“. Nadalje, konkurentnost nacionalne privrede ima malo sa tim kako stvari stoje u drugim ekonomijama, već je više interno determinisana. Produktivnost se, kao cilj i pokazatelj konkurentnosti, nalazi pod uticajem kompleksnog seta faktora, a malo je verovatno da je vlada u stanju da učini nešto (mnogo) u pravcu njenog unapređenja. Treći argument je da su mnogi politički lideri kao pogodnu koristili upravo metaforu baziranu na konkurentnosti, ali u političke svrhe. Retorika bazirana na međunarodnoj konkurentnosti se koristi ili da se suočite sa teškim izborima ili da ih izbegnete. Pritom, tri posebno loša efekta se mogu izdvojiti u oslanjanju na retoriku kompetitivnosti. Jedan se odnosi na veliko i neproduktivno trošenje javnih resursa od strane vlade, kako bi se povećala produktivnost. Drugo na podsticanje trgovinskih ratova i protekcionizma. Kao poslednja i najvažnija realna opasnost se sastoji u činjenici da to može voditi lošim javnim politikama u čitavom nizu domena, poput zdravstvene ili nekih aspekata socijalne politike (Krugman, 1994). Iako su sve dimenzije Krugmanove kritike, takođe, kritikovane, čini se da je naročito utemeljena ona koju je izneo Cohen (1994), koji, između ostalog, ističe da Krugman ukazuje da je pogrešno koristiti konkurentnost, već da je neophodno posmatrati produktivnost, a da, pritom, ne daje odgovor šta je to produktivnost, odnosno koji su to faktori koji je određuju.

Čini se da se posebno opravdana kritika može izreći u odnosu na metodološki aspekt, a što može imati, posledično, potencijalno ozbiljan uticaj na pouzdanost i konzistentnost zaključaka do kojih se u raznim ekonometrijskim modelima dolazi. Problemi se tiču izbora varijabli, načina agregiranja, standardizacije podataka, razlika u veremenu publikacije, kao i pogrešnog izveštavanja usled političkih razloga (Berger & Bristow, 2009), ali i korišćenja podataka iz pregleda i anketiranja, s obzirom da snažno varira broj anketiranih ili su problematične metode imputacije odgovora, tamo gde oni izostanu (Orszag, 2015). Kao potvrdu ove vrste problema mogu se navesti rezultati istraživanja koje su sproveli Ochel i Röhn (2006), gde je jasno uočljivo na bazi jednostavnih regresija kojima se istražuje odnos ekonomskog rasta i pojedinih indeksa konkurentnosti, da se mogu očekivati sasvim drugačiji rezultati.⁵ Pritom, „sirovi“ podaci za sve indekse potiču iz istih izvora.

S duge strane, Dunn (1994) ističe da iako postoje problemi sa konceptima za merenje konkurentnosti, sam koncept nije problematičan i predstavlja dobru osnovu za sagledavanje mogućnosti za unapređenje funkcionisanja nacionalnih ekonomija. Osim toga, slično kao što ukoliko ne bi bilo konkurencije tržišta ne bi bila konkurentna i shodno tome izostale bi pokretačke snage koje određuju i podstiču unapređenja i inovacije u ponudi dobara i usluga (Berger, 2008), i nacionalne ekonomije koje ne bi uzimale u obzir njihovu relativnu poziciju u odnosu na druge, teško da bi, makar značajan broj njih, bile u stanju da generišu dovoljno snažne interne podsticaje za kontinuirano poboljšanje ekonomskog sistema. Osim toga, kada firme odlučuju gde da investiraju poreske politike kao element konkurentnosti, bilo da je reč o subvencijama ili poreskoj regulaciji, imaće značajnog uticaja na odluke gde će one usmeriti sredstva (Berger, 2008). Naravno, treba imati u vidu da u određenim situacijama može biti reč i o „lažnoj“ vezi između konkretnih elemenata konkurentnosti i ekonomskog uspeha. Kako ističe Krugman uvek je otvoreno pitanje faktora koji dominantno utiču na konkurentnost koja vodi dobrim rezultatima u određenim nacionalnim ekonomijama. Na primer, u slučaju Irske jako je puno studija koje naglašavaju njen uspeh, ali nije nedvosmisleno izdvojen ni jedan faktor pojedinačno. Ili je njen uspeh samo slučajnost

⁵ Na primer, signifikantnost determinisanosti ekonomskog rasta WEF indeksom je mala; IMD indeks pokazuje čak negativnu vezu; Fraser indeks pokazuje značajnu pozitivnu determinisanost ekonomskog rasta indeksom konkurentnosti, dok Heritage indeks nema nikakvog ili blago negativnog uticaja na ekonomski rast.

imajući u vidu da je reč o ekonomiji gde je maternji jezik engleski, a plate niže nego u VB (Krugmann, 2003).

Bez obzira na sporenja i opravdane primedbe, cilj koncepta konkurentnosti i poređenja različitih ekonomija je, jednostavno, dobiti saznanje o tome kako bi se aktivnim javnim politikama uticalo na to da se oblikuje institucionalne okruženje i osigura funkcionisanje tržišta koje bi vodilo kako višim performansama, tako i višem životnom standardu onih koji su uključeni u aktivnosti koje su konkurentne. Osim toga, u strogo ekonomskom smislu, one privrede koje su kompetitivne su u stanju da kreiraju poslovno i institucionalno okruženje koje karakterišu rastući prinosi, odnosno postoji snažan efekat pozitivnih eksternalija. Značaj koncepta konkurentnosti proizilazi i iz toga što je njime obuhvaćen izrazito širok spektar faktora koji utiču na ekonomsku aktivnost, pa se njime prevazilazi problem međuzavisnosti velikog broja faktora koji determinišu ekonomske rezultate, a koji, često, prati veliki broj studija.

WEF model konkurentnosti vođen efikasnošću – konstitutivni elementi

Koncept konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma (WEF) predstavlja sveobuhvatan pristup analizi ovog fenomena, jer se odnosi na širok spektar determinanti, kao i na ulogu javne politike (Lall, 2001). To je uočljivo na osnovu Tabele 1, kojom su obuhvaćeni svi faktori koji se koriste u okviru merenja kompetitivnosti nacionalnih ekonomija. U tabeli 1 su predstavljene tri posebne grupe faktora koji, u zavisnosti od faze razvoja u kojima se određena nacionalna ekonomija nalazi, određuju njenu konkurentnost.⁶

U ekonomijama koje se nalaze na nižim stupnjevima razvoja (manje od 2000US\$) ekonomske performanse i kompetitivnost se dominantno oslanjaju na faktore koji spadaju u prvi stub, odnosno u bazične preduslove, jer je njihov razvoj primarno determinisan jeftinom radnom snagom i bogatstvom resursa. Zemlje na srednjem nivou razvoja, odnosno do 17000\$ nalaze se dominantno pod uticajem faktora efikasnosti, dok za razvijene tržišne ekonomije ključnu važnost imaju inovacije i poslovna sofisticiranost. Međutim, pomenute faktore u okviru ove tri grupe bi bilo pogrešno izolovano posmatrati, jer postoje snažni povratni i pojačavajući uticaji, pri čemu negativan razvoj u jednom domenu može imati snažne uticaje na one u drugom. U tom smislu, teško da se može zamisliti da napredak u institucionalnom domenu i infrastrukturi neće imati i snažan uticaj na, recimo, efikasnost na robnom tržištu.

U zavisnosti od faze razvoja u ukupnom indeksu konkurentnosti različito se vrednuju, odnosno imaju različitu relativni značaj, i pojedine grupe faktora. Na primer, Srbija se nalazi u grupi zemalja (3000-8999US\$) čiji je napredak determinisan tzv. faktorima efikasnosti. Za ove ekonomije bazični preduslovi učestvuju u ukupnom indeksu konkurentnosti (GC) sa 40%, faktori u okviru drugog stuba sa 50, a poslednji stub sa 10%.⁷ U ovoj fazi zemlje su primorane da svoj razvoj baziraju na efikasnijim proizvodnim procesima i većem kvalitetu proizvoda, jer zbog pojačane konkurencije nisu u mogućnosti da povećavaju cene proizvoda. Razvoj primarno zavisi od kvaliteta visokog obrazovanja i obuka koje su dostupne

⁶ Pritom, za razlikovanje faza razvoja koriste se dva kriterijuma. Prvi se odnosi na nivo GDP *per capita* pri tržišnom deviznom kursu, a koristi se kao supstitut za plate za koje ne postoje međunarodno uporedivi pokazatelji. Međutim, kako postoje zemlje koje nacionalni dohodak baziraju na bogatstvu određenih resursa (poput nafte), te bi se isključivo mereno po GDP-u našle u grupi zemalja koje su razvijenije, koristi se kao dopunski kriterijum i kao korektivna mera udeo mineralnih dobara i usluga u ukupnom izvozu. U tom smislu, sve zemlje kod kojih je ovaj pokazatelj iznad 70% spadaju u grupu zemalja čiji je razvoj primarno determinisan bazičnim preduslovima.

⁷ Ovo je bitno drugačije u odnosu na to kako se obračunava GC kod onih zemalja na nižem nivou razvoja, gde je relativna težina pomenitih grupa faktora 60%-35%-5%.

zaposlenima, postojanjem efikasnog robnog tržišta i fleksibilnog tržišta radne snage, razvoja finansijskih tržišta, sposobnosti da se maksimalno koriste potencijali postojećih, tj. raspoloživih tehnologija, kao i veličinom domaćeg i inostranog tržišta.

Tabela 1: WEF INDEKS GLOBALNE KONKURENTNOSTI		
BAZIČNI PREDUSLOVI	FAKTORI EFIKASNOSTI	FAKTORI INOVACIJA I SOFISTICIRANOSTI
<i>(Podindeksi)</i>	<i>(Podindeksi)</i>	<i>(Podindeksi)</i>
→ INSTITUCIJE	→ VISOKO OBRAZOVANJE I OBUKA (<i>HET</i>)	→ POSLOVNA SOFISTICIRANOST
→ INFRASTRUKTURA	→ EFIKASNOST ROBNOG TRŽIŠTA (<i>PM</i>)	→ INOVACIJE
→ MAKROEKONOMSKO OKRUŽENJE	→ EFIKASNOST TRŽIŠTA RADA (<i>LM</i>)	
→ ZDRAVLJE I OSNOVNO OBRAZOVANJE	→ RAZVOJ FINANSIJSKOG TRŽIŠTA (<i>FMS</i>)	
	→ TEHNOLOŠKA SPOSOBNOST (<i>TR</i>)	
	→ VELIČINA TRŽIŠTA (<i>MS</i>)	
↓	↓	↓
<i>ključni za ekonomije koje se oslanjaju na resurse</i>	<i>ključni za ekonomije koje se oslanjaju na efikasnost</i>	<i>ključni za ekonomije koje se oslanjaju na inovacije</i>

Izvor: WEF Report 2014-2015, str. 9.

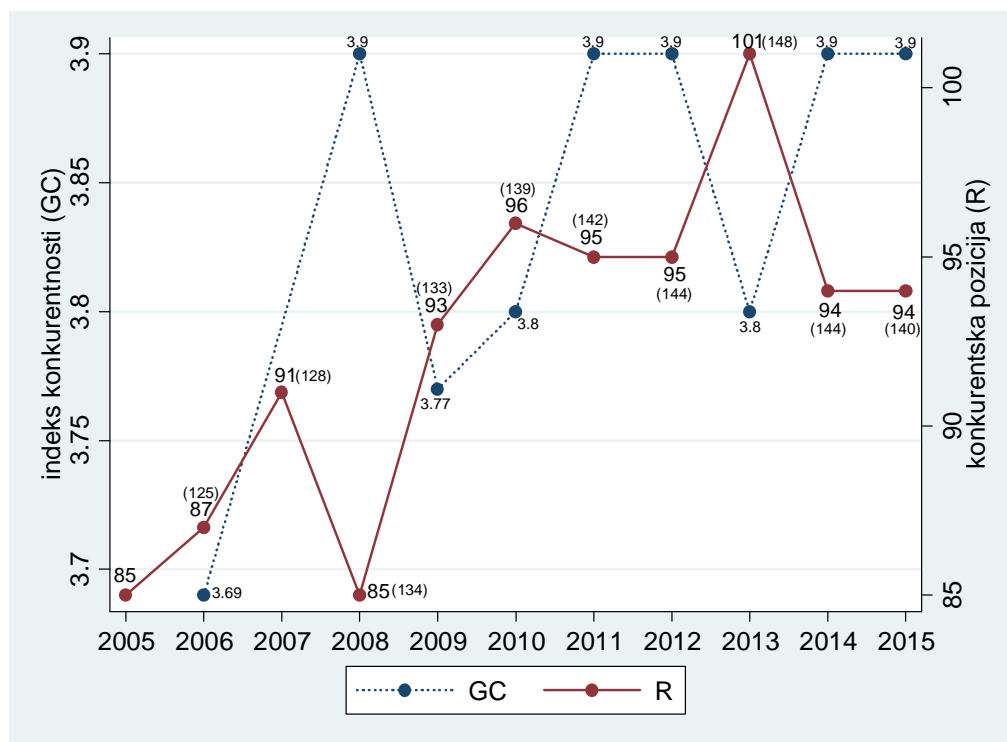
Konkurentnost privrede Srbije

Konkurentnost privrede Srbije je, figurativno izraženo, tamo gde ona, i po abecednom redu, pripada, između privreda Senegala i Sejšalskih ostrva. S jedne strane, priredni razvoj u Srbiji se nalazi pred velikim izazovima, a privredna aktivnost se odvija u nestabilnom institucionalnom i ekonomskom okruženju, što je paralela sa pomenutom afričkom ekonomijom. S druge strane, bez obzira na probleme, postoji i izvestan aspekt egzotičnosti, a tu se nalazi sličnost sa Sejšelima, u smislu da u određenim pokazateljima, iako zaostaje za tržišnim privredama, ta razlika je daleko manja nego što bi se na osnovu ukupne privredne situacije moglo očekivati. Čak je u nekim segmentima zabeležen i kontinuirani napredak. Kretanje GC indeksa u periodu 2006.-2015. godina u Republici Srbiji je predstavljeno Grafikom 1, a vrednosti ovog indeksa po godinama se mogu pratiti na levoj y osi. Pritom, maksimalna vrednost indeksa konkurentnosti iznosi 7 jedinica. Osim toga, na desnoj y osi su predstavljene pozicije koje je je Srbija zauzimala na svetkoj rang listi, a u zagradama je broj zemalja koji je bio obuhvaćen konkretnim godišnjim izveštajima, čime se, zapravo i stiče uvid u realnu konkurentsku poziciju Srbije u odnosu na druge zemlje.

Prva činjenica koja se može primetiti jeste da je relativna vrednost indeksa konkurentnosti u proteklih 11 godina relativno stabilna. Naime, osim inicijalnog skoka 2006. godine i povećanja nakon 2009. godine, vrednosti indeksa su relativno stabilne, sa blagim padom 2013. godine, koji je uzrokovan onim komponentama indeksa koje se odnose na administrativno, političko i šire institucionalno okruženje, a do čijeg pada je došlo usled političkog ciklusa i nestabilnosti i neizvesnosti koja je sa njim bila povezana. U tom smislu, postoji puno prostora za napredak. Međutim, imajući u vidu predstavljeni trend, ali i iskustva drugih zemalja koje se nalaze na sličnom nivou razvoja, malo je verovatno da će do nekog značajnijeg unapređenja konkurentnosti u kratkom roku zaista i doći.

Međutim, ako uzmemo u obzir relativne vrednosti ovog indeksa, odnosno poziciju Srbije u odnosu na druge zemlje, možemo dobiti nešto precizniju sliku realne konkurentne pozicije domaće privrede. Zaključci su, naime, malo i kontradiktorni o odnosu na one do kojih se dolazi isključivo posmatranjem vrednosti CG indeksa. Naime, najbolju poziciju je Srbija ostvarila 2014. godine, kada je bila konkurentnija od 50 država, mada su vrednosti CG i 2008. i 2012. Bile više od 49 država. Takođe, osetan je uticaj krize, s obzirom da je zabeležen pad od 9 mesta u 2009. godini, da bi nakon toga oporavak bio krajnje postepen, 3,4 i 2 mesta u sukcesivnim godinama. Osim toga, Srbija je 2015. godine nazadovala 4 mesta. To, pre svega, može biti objašnjeno smanjenjem obuhvata posmatranja za četiri zemlje, dok su vrednosti GC ostale iste, što je ujedno i istorijski maksimum (3.9). Međutim, ovakav trend ukazuje na to da postoji stagnacija u odnosu na druge zemlje koje brže napredju, čime dolazi i do dalje divergencije u razvoju, ukoliko prihvatimo tezu da kvalitet komponenti indeksa GC određuje ekonomski uspeh nacija. Osim toga, imajući u vidu relativno slabu pokretljivost pozicija, najmanje nekoliko godina bi bilo potrebno da bi se vratilo na novo relativne konkurentnosti iz 2008. godine, pod pretpostavkom da su promene sveobuhvatnije i brže u odnosu na ostale ekonomije u svetu.

Grafik 1: Konkurentnost Srbije u periodu 2006.-2015. godina – vrednost GC i pozicija

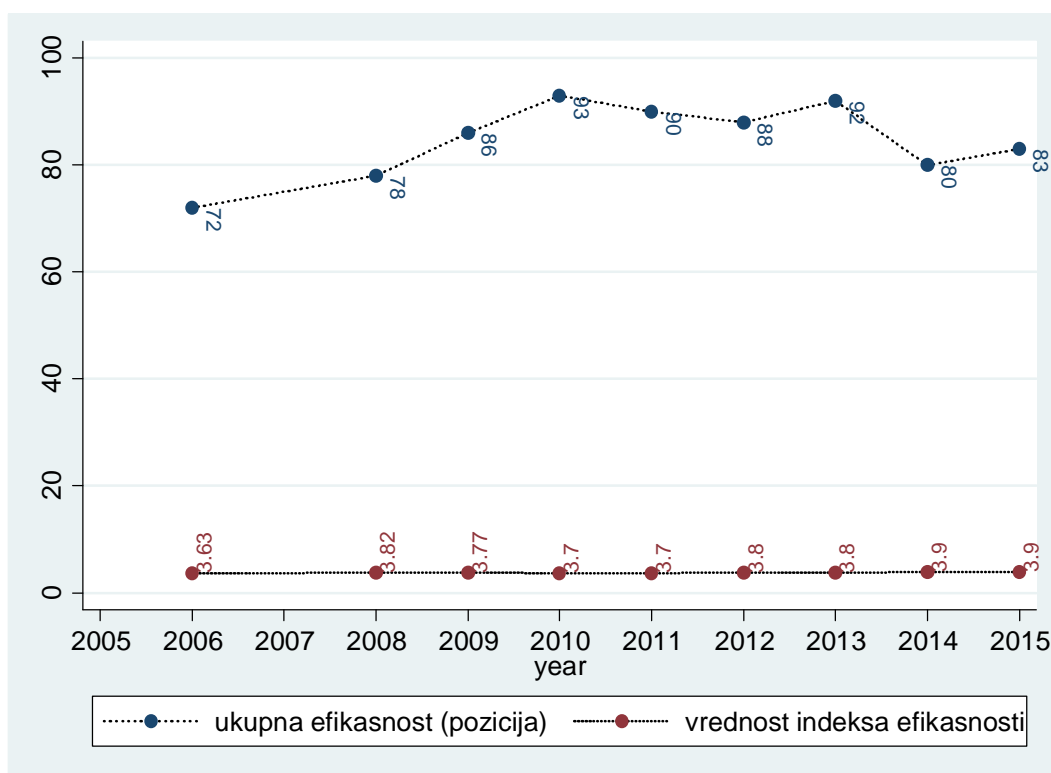


Izvor: kalkulacija autora, na bazi podataka iz izveštaja WEF

Daleko značajnije, sa aspekta trenutnih i srednjoročnih uticaja na konkurentnost srpske privrede pozicija i vrednosti indeksa koje se odnose na drugi stub u modelu, odnosno na faktore efikasnosti. Agregatna vrednost indeksa efikasnosti (EF) je predstavljena Grafikom 2, na kome se nalaze i pozicije koje u rangiranju zauzima Srbija u odnosu na druge zemlje.

Kada je reč o vrednostima indeksa EF uočljivo je da u relativnom pogledu Srbija zaostaje za ostalim zemljama koje se nalaze na uporedivom nivou razvoja, iako je u apsolutnom smislu došlo do izvesnog poboljšanja. Naime, iako je sa vrednošću EF od 3.63 u 2006. godini popravila svoju efikasnost u ovom domenu na 3.9 u 2015. godini, njena relativna pozicija je slabila u poslednjih nekoliko godina. Jedina pozitivna stvar je što je, nakon svetkse ekonomske krize, prisutan kontinuiran trend unapređenja u ovom domenu, što je od ključne važnosti za napredak ekonomije na stupnju razvoja na kome se nalazi Srbija.

Grafik 2: Faktori efikasnosti i konkurentnost privrede Srbije (2006-2012)



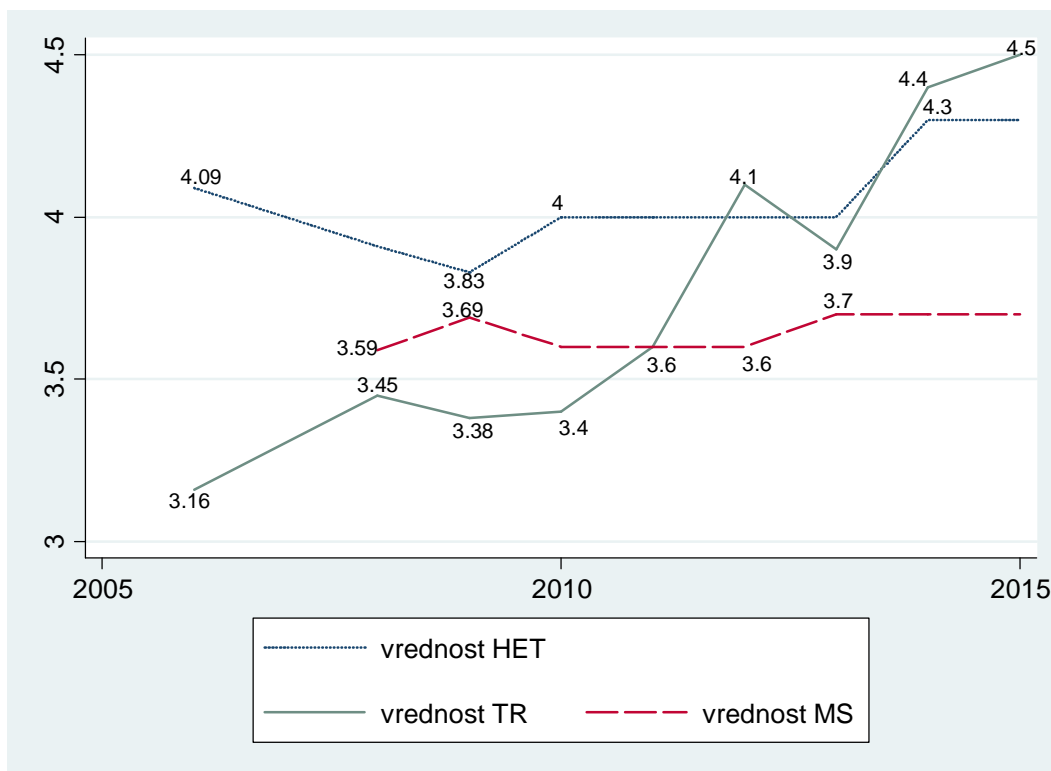
Izvor: kalkulacija autora, na bazi podataka iz izveštaja WEF

Za kompletniju sliku o kretanju konkurentnosti u ovom domenu neophodno je analizirati subindekse koje čine indeks EF, a kod njih su uočljiva su četiri trenda. U domenu TR i HET su prisutna konstantna poboljšanja, MS beleži relativno sporo povećanje vrednosti, PM se karakteriše relativno velikom rezistentnošću na promene, dok vrednost LM i PMS beleže stabilan pad i u ovom domenima su prisutni i najveći problemi, a što je predstavljeno na Graficima 3 i 4.

Najzačajaniji i najdinamičniji napredak je ostvaren u domenu sposobnosti usvajanja i efikasnog korišćenja novih tehnologija. Indeks TR se kretao od svega 3.16 u 2006. godini, da bi njegova vrednost bila povećana za 42,41% na 4.5 u 2015. Ove vrednosti, između ostalog, govore i relativno pristojnom kapacitetu o usvajanju tehnologija na nivou preduzeća, dostupnosti savremenih tehnologija, kao i transferu tehnologije kroz SDI. U odnosu na druge zemlje rezultati su različiti, od toga da je Srbija značajno bolja od nekih zemalja u okruženju,

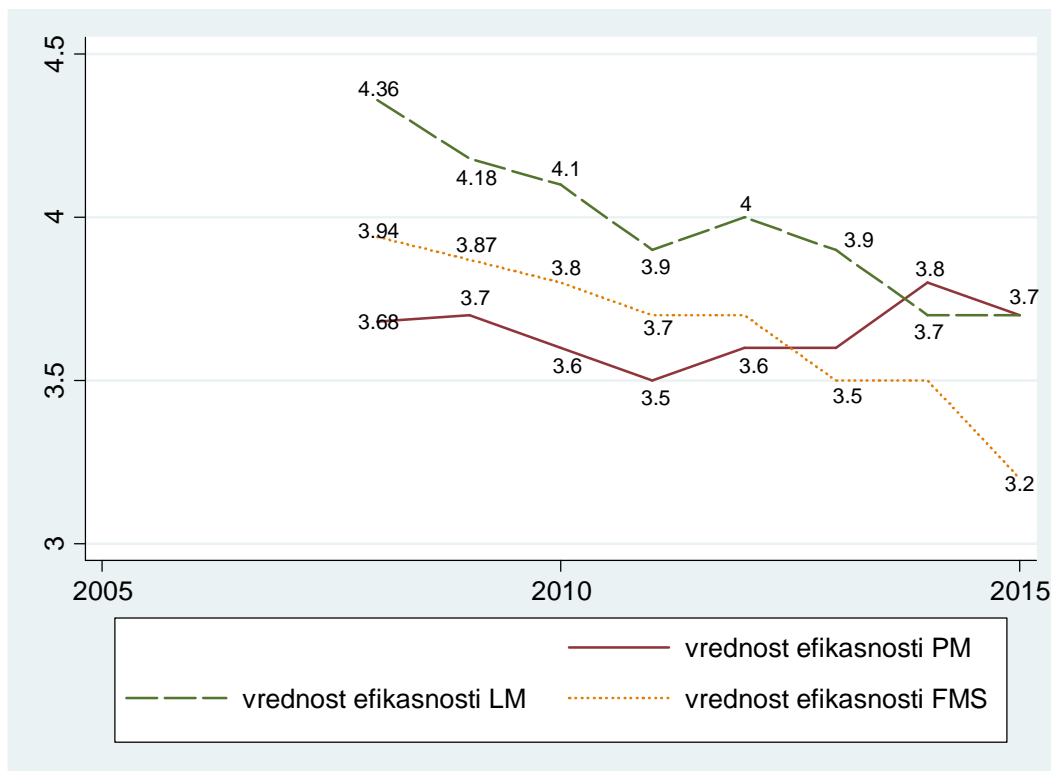
poput Albanije (3.4) ili ili BiH (3.6), dok prema drugima zaostaje, poput Bugarske (4.87) ili Hrvatske (4.65). Najveći problem je, bez obzira na kontinuirani trend rast, to što većina zemalja daleko brže poboljšava svoje karakteristike. Kretanje HET indeksa, takođe, beleži rast, doduše nešto umereniji, sa maksimumima u 2014. i 2015. godini od 4.3. Iako je prisutan pozitivan trend, tu zaostajemo i u odnosu na manje razvijene zemlje, što relativizuje napredak u velikoj meri. Na primer, Albanija (4.74) ili Makedonija (4.79) imaju značajno više vrednosti od Srbije. I na ovom indeksu se potvrđuje da je za unapređenje konkurentnosti od krucijalnog značaja brzina i obim u kojem se određeni segment unapređuje, a ne samo konstantno prisutan trend napretka. Treća komponenta predstavljena Grafikom 3 se odnosi na veličnu tržišta (MS), a relativno mala pomeranja su u skladu sa prirodom ovog pokazatelja, jer je značajnije širenje domaćeg i veću dostupnost inostranog tržišta samo u dugom roku moguće povećati. U ovom segmentu leži i komparativna prednost u odnosu na druge manje ekonomije, poput pomentih Albanije (2.97) ili Makedonije (2.94), ali i razvijenijih, poput Hrvatske (3.69) ili Slovenije (3.39).

Grafik 3: HET, TR i MS indeksi konkurentnost privrede Srbije (2006-2012)



Izvor: kalkulacija autora, na bazi podataka iz izveštaja WEF

U domenu PM, odnosno vrednosti indeksa koje meri efikasnost robnog tržišta Srbija je zabeležila najveće oscilacije, odnosno najveću nestabilnost. Nakon kontinuiranog pada od 2009. godine, trend je promenjen 2011. godine, da bi se ostvarila najviša vrednost 2014. godine (3.8), pa usledio novi pad na 3.7. Vrednosti PM govore o tome da je privreda Srbije pokazala veliku nestabilnost i relativno nizak nivo sposobnosti kada je u pitanju struktura proizvodnje u zavisnosti od domaćih specifičnih uslova na strani ponude i na strani tražnje, kao i sposobnosti da se obezbedi jednostavna i efikasna razmena ovih dobara na tržištu. Sve to je praćeno i slabom konkurencijom u ključnim tržišnim segmentima, tržišnom dominacijom, ali i slabom efikasnošću antimonopolskih politika. Zaostajanje je očigledno pogotovo ukoliko se uzmu u obzir neke od pomenutih zemalja, poput Makedonije (4.65), Albanije (4.34), Bugarske (4.35) ili Hrvatske (4.05).

Grafik 3: LM, PM i FMS indeksi konkurentnost privrede Srbije (2006-2012)

Izvor: kalkulacija autora, na bazi podataka iz izveštaja WEF

Segmenti u kojima je Srbija zabeležila najslabije vrednosti i u kojima je, što je još važnije, prisutan kontinuiran trend pada konkurentnosti odnose se na razvijenost finansijskog tržišta (FMS) i efikasnost tržišta rada (LM). Sve prethodno pomenute ekonomije, osim BiH, imaju veću vrednost od Srbije (Albanija 3.97, Bugarska 4.23, Hrvatska 4.05). Što se tiče vrednosti LM tu je primetan osetan pad, jer je aktuelna vrednost ovog indeksa na 82% u odnosu na vrednost iz 2008. godine, kada je ona bila na svom istorijskom maksimumu. Očigledno, da ni novi zakon o radu, koji je liberalizovao neke aspekte tržišta rada, nije doveo do poboljšanja ovog, inače ne samo ekonomski, već i socijalno i politički, bitnog segmenta. S druge strane, efikasnost finansijskog tržišta beleži najoštiji pad, osim toga što je ono tradicionalno opterećeno ogromnim deficitarnostima u funkcionisanju. Aktuelna vrednost je svega 3.2. Ovde još više zaostajemo u odnosu na druge zemlje, bez izuzetka, iz okruženja. Činjenica je da finansijsko tržište u Srbiji niti je naročito razvijeno, a, što je još problematičnije, nema ni potrebnu stabilnost. Dugoročno, to predstavlja značajnu prepreku dinamiziranju ekonomskog rasta, jer nedostaje jedan od bitnih mehanizama koji treba da omogući efikasnu alokaciju štednje.

Zaključak

Snaga koncepta konkurentnosti se sastoji, pre svega, u tome što predstavlja sve prisutniji orijentir u kreiranju i sprovođenju javnih politika. Uprkos tome pristne su i brojne kritike. One se odnose kako na probleme u vezi sa poređenjem konkurentskih pozicija na nacionalnom nivou, tako i na čitav drugi niz nedostataka – od onih koji metodološke prirode do upitnosti adekvatnosti pojedinih mera koje se koriste za ocenu konkurentne pozicije. Međutim, bez obzira na deficitarnosti, brojni elementi indeksa konkurentnosti mogu biti vrlo indikativna mera aktuelnih kretanja u domenu transformacije i adaptivne sposobnosti

određene privrede, ali i mera, pre svega, dugoročnog ekonomskog potencijala nacionalne ekonomije.

Konkurentsku poziciju Srbije karakteriše relativna stagnatnost tokom vremena, nakon inicijalnih unapređenja 2006. i 2007. godine. Prilikom analize faktori koji dominantno determinišu, a u skladu sa nivoom razvoja na kojem se nalazi privreda Srbije, ekonomske performanse identifikovano je nekoliko trendova. S jedne strane, u globalu posmatran indeks faktora efikasnosti pokazuje priličnu stagnantnost, dok se relativna pozicija, nakon maksimuma iz 2006. godine, kontinuirano pogoršava, što je prekinuto značajnijim skokom od 12 pozicija 2014. godine. Međutim, to je prilično udaljena pozicija od one iz 2006. godine, kada se privreda Srbije nalazila na 72 mestu. Pojedinačno posmatrani faktori pokazuju divergentne tendencije. Vrednosti indeksa visokog obrazovanja i veličine tržišta, a pre svega sposobnosti apsorpcije postojeće tehnologije, kontinuirano beleže trend rasta. Međutim, imajući u vidu brzinu promena u uporednim ekonomijama, promene su slabijeg intenziteta. S druge strane, efikasnost robnog tržišta je relativno niska i beleži najveću varijabilnost. Vrednosti efikasnosti finansiskog tržišta i efikasnosti tržišta radne snage su smanjene u odnosu na raniji period, čime se, najvećim delom, i može objasniti relativno nepromenljiva pozicija konkurentnosti privrede Srbije.

Reference

1. Berger, T. (2008). Concepts of national competitiveness. *Journal of International Business and Economy*, 9(1), 91-11.
2. Berger, T. & G. Bristow (2009). Competitiveness and Benchmarking of Nations – A Critical Reflection. *International Advances in Economic Research*, 15(4), 378-392.
3. Bristow, G. (2005). Everyone's a 'winner': problematising the discourse of regional competitiveness. *Journal of Economic Geography*, 5(3), 285-304.
4. Buckley, J. P., Pass, L. C. & K. Prescott (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing and Management*, 4(2), 175-200.
5. Cohen, S. S. (1994). Speaking Freely. *Foreign Affairs*, 73(49), 194-197.
6. Dunn, H. M. (1994). Do nations compete economically?. *Intereconomics*, 29(6), 303-308.
7. Frogberg, K. & M. Hartmann (1997). *Comparing Measures of Competitiveness*. Discussion paper No. 2, Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe: Halle, Germany. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-22616>
8. Lall, S. (2001). Competitiveness indices and developing countries: an economic evaluation of the global competitiveness report. *World development*, 29(9), 1501-1525.
9. Kitson, M., Martin, R. & P. Tyler (2004). Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept?. *Regional Studies*, 38(9), 991-999.
10. Krugman, P. (2003), "SECOND WINDS FOR INDUSTRIAL REGIONS?".
11. Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73, 28-44.
12. Krugman, P. (1990). *The Age of Diminished Expectations*. MIT Press: Cambridge, USA.
13. Ochel, W. & O. Röhn (2006). Ranking of countries—the WEF, IMD, Fraser and Heritage indices. *CESinfo Dice Report Journal for institutional comparisons.—Munich: Center for Economic studies and the Institute for economic research*, 4(2), 48-60.
14. Orszag, R. P. (2015). This isn't "Big Data". It's Just Bad Data. <http://www.bloombergvew.com/articles/2015-11-30/this-isn-t-big-data-it-s-just-bad-data->, pristupljeno 02/12/2015, u 11:55h.
15. Storper, M. (1997). *The Regional World: Teritorial Development in a Global Economy*. Guildford Press: New York, USA.
16. Internet izvori:
<http://www.imd.org/wcc/wcy-world-competitiveness-yearbook-online/>
[http://www.weforum.org/reports?filter\[type\]=Competitiveness&page=2](http://www.weforum.org/reports?filter[type]=Competitiveness&page=2)

RESTRUKTURIRANJE I KONKURENTNOST BANKARSKOG SEKTORA U REPUBLICI SRBIJI

Milka Grbić*

***Apstrakt** U finansijskom sistemu Republike Srbije komercijalne banke tradicionalno zauzimaju vodeću ulogu u pružanju svih vidova finansijskih usluga. U prilog tome govori podatak da je njihov udeo u ukupnoj bilansnoj sumi finansijskog sektora preko 90%, što jasno ukazuje na nerazvijenost ostalih kanala za privlačenje i intermedijaciju štednje. Prvu deceniju XXI veka obeležile su reforme bankarskog sektora koje su, u odnosu na druge zemlje u tranziciji, započete sa zakašnjenjem od jedne decenije. Promene na srpskom bankarskom tržištu označile su na određen način njegovu novu fazu razvoja. Restrukturiranje i privatizacija postojećih, kao i ulazak stranih banaka usloveli su ekspanziju komercijalnog bankarstva. Imajući u vidu navedeno, cilj rada je da sagleda tok procesa restrukturinja banaka i ukaže na stanje u pogledu tržišne strukture bankarskog sektora.*

***Cljučne reči:** bankarski sektor, tranzicija, koncentracija, Srbija*

Uvod

Banke su tradicionalno najzastupljeniji finansijski posrednici u finansijskom sistemu Republike Srbije¹. Učešće aktive banaka od 92,2% u ukupnoj aktivni finansijskih institucija govori o dominaciji komercijalnih banaka. Prvu deceniju XXI veka obeležile su reforme bankarskog sektora koje su, u odnosu na druge zemlje u tranziciji, započete sa zakašnjenjem od jedne decenije. Restrukturiranje i privatizacija postojećih, kao i ulazak stranih banaka usloveli su ekspanziju komercijalnog bankarstva. Promene koje su se u srpskom finansijskom sistemu dogodile tokom prve decenije XXI veka označile su na određen način njegovu novu fazu razvoja. Ovo se pre svega odnosi na privatizaciju i porast konkurentnosti u bankarskom sektoru. Imajući u vidu navedeno, cilj rada je da sagleda tok procesa restrukturinja banaka i ukaže na stanje u pogledu tržišne strukture bankarskog sektora.

Rad je, pored uvoda i zaključka, koncipiran u tri dela. U prvom delu pažnja će biti posvećena istorijskom razvoju bankarstva u Srbiji, u drugom delu biće sagledane razvojne tendencije bankarskog sektora u procesu tranzicije i u poslednjem, trećem, delu, pažnja će biti usmerena na indikatore strukture bankarskog sektora.

Razvoj bankarskog sektora do 2000. godine

Razvoj i uređenje srpskog bankarstva počinje šezdesetih godina XIX veka. Do tada, nepostojanje organizovanog kreditiranja predstavljalo je pogodnu osnovu za ekspanziju zelenaštva. U cilju suzbijanja zelenaških aktivnosti, 1862. godine osnovana je kreditna institucija pod nazivom *Uprava fondova*. Inicijator osnivanja bila je vlada, a osnivački kapital ove institucije činili su raspoloživi državni fondovi (crkveni, školski, šumski i drugi).² Poslovanje Uprave fondova bilo je uređeno *Zakonom o davanju novca pod interes* koji je propisivao uslove za odobravanje kredita. Namera državne vlasti bila je da pomogne svima

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mgrbic@kg.ac.rs

¹ U daljem tekstu Srbija.

² Preciznije, izvršena je centralizacija nevedenih fondova.

koji su želeli da pokrenu trgovinu, ili bilo koju drugu delatnost i onima koji su pretrpeli velike štete usled elementarnih nepogoda. Međutim, prilike su bile takve da sitni trgovci, zanatlije i poljoprivrednici često nisu ispunjavali neophodne uslove³ za dobijanje minimalnih iznosa kredita. Osim toga, sedište Uprave fondova je bilo u Beogradu i njene filijale nisu postojale u unutrašnjosti zemlje. To je imalo za posledicu da su kredite uglavnom koristili bogati beogradski trgovci, dok su širi slojevi stanovništva bili uskraćeni za korišćenje povoljnih kreditnih sredstava. Oni su se i dalje zaduživali kod zelenaša čiji je „kredit“ bio skuplji, ali se do njega lakše i dolazilo (Glomazić, 1933, prema Kršev, 2013, 192).

Osnivanje tzv. novčanih zavoda počinje 1869. godine kada je osnovana *Prva srpska banka*. „Ova banka nije uspela dugo da se održi jer je zbog neiskustva i nesavesnog poslovanja (odobravanja kredita bez ikakvih kriterijuma osnivačima), preuzimanja nesrazmerno velikih rizika u finansiranju projekata, zanemarena sigurnost kao osnovno bankarsko načelo. Usled nagomilanih gubitaka članovi uprave, najugledniji trgovci, pretrpeli su bankrotstvo, a najveća negativna posledica bila je nepoverenje u novčane ustanove na samom početku njihovog poslovanja.“ (Kovačević, 2011, 23)

S obzirom da su Uprava fondova i Prva srpska banka bile neefikasne u obavljanju predviđenih aktivnosti, vlada je 1871. godine osnovala *okružne štedionice*. Bio je to još jedan pokušaj kreditiranja poljoprivrednika pod povoljnijim uslovima. Međutim, štedionice nisu bile otvorene u svim okruzima⁴, a najviši iznosi kredita su odobravani bogatim pojedincima. Okružne štedionice su prestale sa radom 1898. godine, dok je Uprava fondova transformisana u hipotekarnu banku.

Donošenjem *Zakona o kovanju srpske srebrne monete* 1873. godine zvanično je uveden dinar kao osnovna novčana jedinica, umesto dotadašnjeg dukata. Osnivanje emisionog zavoda se, iz političkih i materijalnih uslova, odlagalo sve do 1884. godine kada je osnovana Narodna banka⁵. Njen osnovni cilj bio je da jeftinijim kapitalom i kreditiranjem pospeši trgovinu i proizvodnju u Kraljevini Srbiji. „Nakon početka rada Narodne banke osnovan je veći broj novčanih zavoda. Narodna banka i svi novčani zavodi koji su u međuvremenu nastali, bili su osnovani privatnim kapitalom. Zahvaljujući korektnoj kreditnoj politici ove institucije su naišle na pozitivan prijem kod javnog mnjenja, što je doprinelo uklanjanju nepoverenja stanovništva u bankarske institucije.“ (Kršev, 2013, 197)

Pozitivna kretanja u razvoju srpskog bankarstva prekinuta su izbijanjem Prvog svetskog rata. Okupacione vlasti su zabranile rad svim novčanim zavodima, a tokom rata je skoro potpuno uništena dokumentacija koja se odnosila na dužničko-poverilačke odnose.

Stvaranjem Kraljevine SHS nastale su nove društveno-političke prilike. Spojene su teritorije koje su u prošlosti bile pod patronatom dve različite imperije (Turske i Austrougarske). Usled ogromnih ljudskih i materijalnih gubitaka, neposredno nakon rata vladala je opšta oskudica kapitala. Strukturu bankarskog sektora činile su male porodične banke⁶ i nekoliko velikih banaka. Sa oporavkom privrede, broj banaka je postepeno rastao, uz rast učešća stranog kapitala u bankarskom sektoru.

S obzirom da je Kraljevina SHS bila poljoprivredna zemlja, prvi znaci stagnacije zapaženi u bankarstvu bili su posledica agrarne krize 1926. godine. Nastali su problemi u vezi s kreditiranjem poljoprivrednih proizvođača koji zbog svog teškog ekonomskog položaja

³ Kao što je propisana vrednost založene nepokretnosti.

⁴ Od ukupno sedamnaest okruga, štedionice su funkcionisale u svega sedam.

⁵ Narodna banka je osnovana po uzoru na Belgijsku narodnu banku koja je smatrana jednom od najbolje organizovanih u Evropi.

⁶ Po formi su to bile akcionarske banke, ali se ceo paket akcija često nalazio u posedu jedne porodice.

nisu mogli uredno da izmiruju obaveze po ranije odobrenim kreditima. Ubrzo nakon toga, usled Velike depresije (1929–1933), dolazi do naglog smanjenja štednje. „Kako je bankarstvo bilo usitnjeno, neorganizovano i nedovoljno regulisano, ni mere države nisu mogle da ga spasu od postepenog ali stalnog slabljenja.... Počev od 1939. godine, kad je već počeo Drugi svetski rat, donete su prve mere koje su vodile ka podržavljenju bankarstva.... Uspostavljanjem državne kontrole nad kreditnom politikom privatnih novčanih zavoda završio se razvoj poslovnog bankarstva pred Drugi svetski rat.“ (Kovačević, 2011, 31–51)

Nakon Drugog svetskog rata bankarski sistem je prošao kroz više razvojnih faza. Paralelno sa uvođenjem nove ideologije i novog pravnog poretka u periodu 1944–1946, pristupilo se izgradnji tzv. socijalističkog bankarstva. Sve predratne bankarske institucije, koje po funkcijama i organizaciji nisu odgovarale novom režimu, su likvidirane. Uspostavljena je nova mreža banaka koju su činile državne, zadružne i privatne banke. Državni sektor banaka obuhvatao je savezne, republičke (privredne) i lokalne banke. Postojalo je sedam saveznih, šest republičkih i 59 lokalnih banaka od čega su 22 bile u Srbiji (UBS, 2014).

Iako se smatralo da je bankarski sektor za tadašnje prilike bio dobro organizovan, Vlada FNR Jugoslavije je već u drugoj polovini 1946. godine donela odluku o spajanju državnih banaka⁷. Jedan od razloga takvog poteza bio je stvaranje uslova za uvođenje planske privrede. Dve godine posle spajanja banaka, avgusta 1948. godine, pristupilo se osnivanju komunalnih banaka i mesnih štedionica, kao i državnih banaka za kreditiranje zemljoradničkih zadruga, jer je bilo očigledno da nema mehanizma za kreditiranje lokalne privrede (Kovačević, 2011, 99).

U periodu 1952–1954. uveden je sistem *jedinstvene banke*. Komunalne banke su ukinute, dok su ostale državne banke pripojene Narodnoj banci. Prelaskom na sistem jedinstvene banke, Narodna banka je postala jedina banka u zemlji sa ukupno 463 poslovne jedinice. Tokom sledeće faze koja je trajala od 1954. do 1961. godine, budući da sistem jedinstvene banke nije mogao da funkcioniše, obavljena je decentralizacija i specijalizacija kreditne funkcije bankarskog sistema. Osnovane su lokalne i specijalizovane banke⁸ čiji se delokrug određivao prilikom njihovog osnivanja. Lokalne banke su obuhvatale komunalne banke, zadružne i gradske štedionice.

Merama privredne reforme 1965. godine izvršene su promene odgovarajućih zakona o bankama i promene u mreži i poslovanju banaka. Promene su išle u pravcu smanjenja broja banaka i koncentracije kapitala što je ostvareno spajanjem manjih banaka, ili pripajanjem manjih banaka ekonomski snažnijim bankama. Takođe, promene su učinjene u pogledu izvora sredstava i strukturi plasmana. Uvedene su dve osnovne vrste banaka: banke za kratkoročno kreditiranje ili komercijalne banke i banke za dugoročno kreditiranje ili investicione banke. Bila je data i mogućnost stvaranja mešovitih (komercijalno-investicionih) banaka.

Donošenjem *Zakona o osnovama kreditnog i bankarskog sistema* 1977. godine definisano je da država ne može da bude osnivač banaka i da upravlja njihovim poslovanjem. Državne banke su prestale sa radom. Postupak reosnivanja banaka sproveden je na osnovu tzv. *samoupravnog sporazuma* koji je podrazumevao udruživanje organizacija udruženog rada sa ciljem osnivanja banaka. Međutim, banke su prema pomenutom zakonu imale

⁷ Fuzijom državnih banaka nisu bile obuhvaćene lokalne banke.

⁸ To su bile: Jugoslovenska banka za spoljnu trgovinu, Jugoslovenska investiciona banka i Jugoslovenska poljoprivredna banka.

obavezu da usklađuju svoju poslovnu politiku sa planovima društveno-političkih zajednica, tako da su i dalje ostale pod kontrolom države.

Krajem osamdesetih godina, usled političkih napetosti između republika članica SFRJ i usporavanja stope ekonomskog rasta, uočena je potreba da se nepovoljni razvojni trendovi zaustave odgovarajućim reformama. Smatra se da su do tada najradikalnije promene bankarskog sektora započete 1989. godine. Predviđeno je da se banke mogu osnivati samo u formi akcionarskog društva ili društva sa ograničenom odgovornošću. Putem konsolidacije i sanacije, postojeće banke su pretvorene u akcionarska društva čiji su akcionari bili preduzeća – njihovi dužnici. Pored toga, omogućene su strane direktne investicije u bankarski sektor i osnivanje mešovitih banaka⁹.

Pod uticajem izrazito nepovoljnih činilaca, ekonomska i naročito vanekonomska kretanja tokom 1991. i 1992. godine poprimila su obeležje duboke političke i ekonomske krize (Dugalić i drugi, 2004, 215). Istovremeno, sa raspadom SFRJ zaustavljena je započeta reorganizacija bankarskog sektora. U periodu 1992–1993. hiperinflacija je dovela do monetarnog sloma. Primarna emisija novca je postala osnovni izvor centralistički usmeravanih bankarskih plasmana. Bankarstvo je imalo formalnu samostalnost, ali su osnivači banaka i najveći korisnici kredita bila preduzeća i drugi subjekti u društvenoj i državnoj svojini koji su, po pravilu, iza sebe imali autoritet partije na vlasti, a ne motivaciju vlasnika (Kovačević, 2011, 143). Novoosnovane privatne banke su nudile visoke kamate na deviznu štednju građana. To se ubrzo ispostavilo kao prevara, budući da je većina deponenata ostala bez svojih uloga.

Nakon sprovođenja programa monetarne rekonstrukcije početkom 1994. godine i vraćanja vrednosti domaćoj valuti, u sektoru komercijalnog bankarstva do 2000. godine nisu zabeležene značajnije promene, osim postepenog smanjenja broja banaka usled reorganizacije i oduzimanja dozvole za rad određenim bankama.

Razvojne tendencije bankarskog sektora u procesu tranzicije

Sticajem okolnosti početak novog milenijuma istovremeno je značio početak tranzicije srpske privrede. Između ostalog, neracionalno uređen ekonomski sistem podrazumevao je brojne slabosti unutar finansijskog sistema. Stoga je u sklopu ukupnih reformi, a posebno u sklopu reformi finansijskog sistema izuzetno važno mesto zauzela reforma bankarskog sektora (Ostojić, 2002).

Počev od decembra 2000. godine, u to vreme Narodna banka Jugoslavije¹⁰ sprovela je niz aktivnosti u cilju utvrđivanja finansijskog stanja banaka. Prema njenim nalazima i procenama na teško stanje u bankarskom sektoru ukazivale su sledeće osnovne odlike poslovnog bankarstva (Dugalić i drugi, 2004, 263):

- visok stepen nenaplativih potraživanja i nizak nivo realne kamatonosne aktive;
- nizak nivo realno formiranih rezervi za pokriće potencijalnih gubitaka;
- nedovoljan kapital i nedovoljne rezerve da bi se neutralizovali preuzeti rizici;
- nesolventnost najvećih banaka čiji je udeo u ukupnoj bilansnoj sumi iznosio više od 57%;
- stalna i visoka nelikvidnost banaka;
- neodgovarajući ili nikakav sistem interne kontrole i interne revizije;

⁹ Koje osnivaju strana i domaća lica.

¹⁰ Čiji je suverenitet bio sveden na teritoriju Srbije, jer je Crna Gora u 2000. godini dinar zamenila nemačkom markom (Kovačević, 2011, 151).

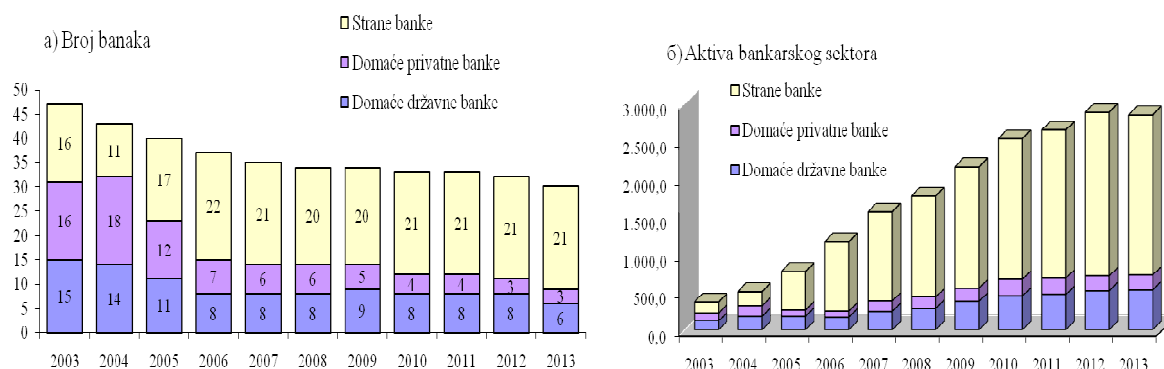
- neodgovarajući sistem upravljanja rizicima i
- nizak stepen profesionalnosti eksternih revizora.

Istovremeno se radilo na pripremi *Strategije restrukturiranja bankarskog sektora*. Cilj strategije bio je da se uspostavi bankarski sektor koji će biti sposoban da vrši svoju osnovnu funkciju – mobilisanje slobodnih sredstava i njihovo plasiranje u profitabilne projekte, koji će zadobiti puno poverenje javnosti i dati značajan doprinos ekonomskom oporavku zemlje (Erić Jović, 2012, 7).

Na kraju 2000. godine bankarski sektor Srbije obuhvatao je 86 banaka, od čega je bilo 85 domaćih i jedna strana banka¹¹ (NBJ, 2001). U narednom dvogodišnjem periodu (2001–2002) realizacijom *Strategije restrukturiranja bankarskog sektora* usledilo je spajanje i likvidacija nesolventnih banaka. Istovremeno, na tržište Srbije ušlo je pet evropskih banaka putem dobijanja *greenfield* licenci (NBJ, 2001). Zahvaljujući aktivnostima bilansnog i vlasničkog restrukturiranja banaka krajem 2002. godine broj banaka je smanjen na 50, pri čemu je skoro tri četvrtine aktive bankarskog sektora bilo u posedu domaćih banaka (slika 1b). Paralelno se radilo na unapređenju zakonske regulative u oblasti poslovanja banaka u smislu izmena i dopuna postojećih zakona i donošenja novih zakona. Između ostalog, unapređen je *Zakon o bankama i drugim finansijskim organizacijama*¹² koji je kasnije zamenjen *Zakonom o bankama*¹³, uvedeni su međunarodni računovodstveni standardi, uspostavljen je kreditni registar, unapređena je prudencijalna regulativa, donet je *Zakon o regulisanju javnog duga Savezne Republike Jugoslavije po osnovu devizne štednje građana*¹⁴.

U cilju privatizacije banaka, od 2003. godine ulazak stranih banaka je preusmeren sa izdavanja *greenfield* licenci na akviziciju domaćih banaka. Privatizacija državnih banaka i akvizicije domaćih banaka u pretežno privatnom vlasništvu bili su najintenzivniji tokom 2005. i 2006. godine (Vuković, 2009, 56). Isključivi kupci domaćih privatnih banaka bile su strane bankarske grupe. Na smanjenje broja banaka, pored preuzimanja od strane drugih banaka, uticalo je i oduzimanje dozvole za rad određenom broju državnih banaka. Kao posledica navedenih strukturnih promena broj banaka je sa 47 krajem 2003. godine smanjen na 30 krajem 2013. godine (slika 1a).

Slika 1 *Struktura banaka prema vlasništvu*



Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2003–2013).

¹¹ Bilo je i drugih banaka u vlasništvu stranih kompanija, najčešće sa Kipra, koje su zvanično tretirane kao domaće, jer su vlasnici tih kompanija bila fizička lica iz Srbije (Vuković, 2009, 48).

¹² *Službeni glasnik RS*, br. 72/2003.

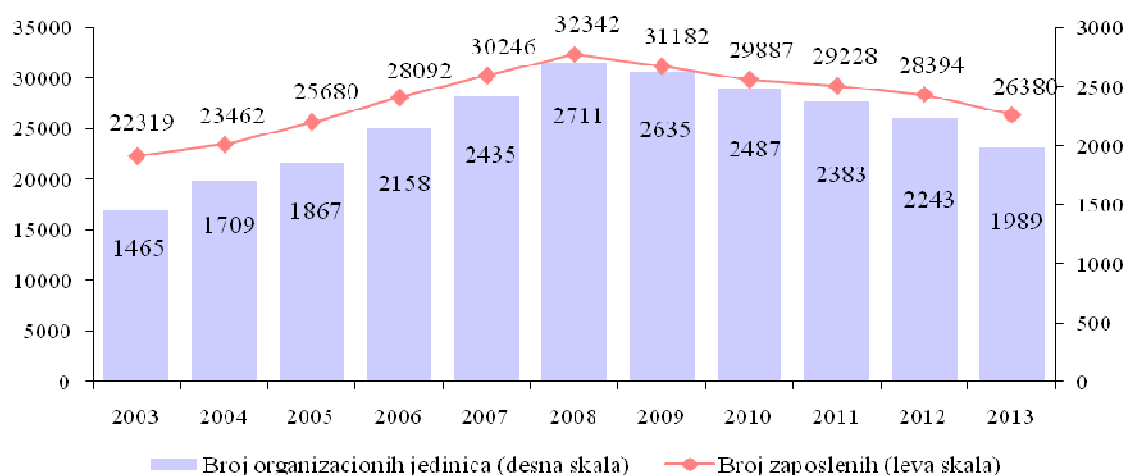
¹³ *Službeni glasnik RS*, br. 107/2004 i 91/2010.

¹⁴ *Službeni glasnik RS*, br. 36/2002.

Ulazak stranih banaka doprineo je većoj konkurenciji i modernizaciji banaka u pružanju novih usluga, zatim promenama u organizaciji rada i načinu upravljanja kapitalom. Uprkos smanjenju broja banaka, ukupna bilansna aktiva beležila je kontinuirani rast, izuzev u 2013. godini (slika 1b). Na dominaciju stranih banaka u bankarskom sektoru Srbije ukazuje vrednost njihove aktive, koja počev od 2006. godine čini oko tri četvrtine sektorske imovine (slika 1b). Među stranim bankama, prema udelu u ukupnoj aktivi sektora, dominiraju banke poreklom iz Italije, Austrije, Grčke i Francuske. Preostalom delom aktive upravljaju domaće (državne i privatne) banke.

Na slici 2 može se uočiti da je rast broja organizacionih jedinica bankarskog sektora¹⁵ bio izuzetno brz u periodu 2003–2008. Širenje fizičkih kapaciteta bankarskog sektora uslovalo je porast broja zaposlenih (slika 2). U istom periodu broj zaposlenih je porastao za preko 40%, sa prosečnom godišnjom stopom rasta od oko 8%. Intenzivniji rast broja organizacionih jedinica (prosečno 17% godišnje) od broja zaposlenih ukazuje na napredak bankarstva u organizacionom i tehnološkom pogledu. Obučenost bankarskog osoblja omogućila je ne samo brzo širenje organizacione mreže, već i rastući kvalitet svih usluga i lakši pristup bankama (Vuković, 2009, 122).

Slika 2 Kretanje broja organizacionih jedinica i broja zaposlenih



Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2003–2013).

Negativni *spillover*¹⁶ efekti globalne ekonomske krize 2009. godine doveli su do smanjenja poslovne aktivnosti banaka, usled čega je prekinut trend brzog rasta broja organizacionih jedinica i broja zaposlenih (slika 2). Opadajuća tendencija broja organizacionih jedinica i broja zaposlenih intenzivirana je oduzimanjem dozvole za rad nekoliko državnih banaka usled lošeg poslovanja, a u cilju zaštite interesa deponenata i stabilnosti finansijskog sistema. Zaključno sa krajem 2013. godine broj organizacionih jedinica je smanjen za preko 26%, dok je broj zaposlenih smanjen za više od 21% u odnosu na 2008. godinu.

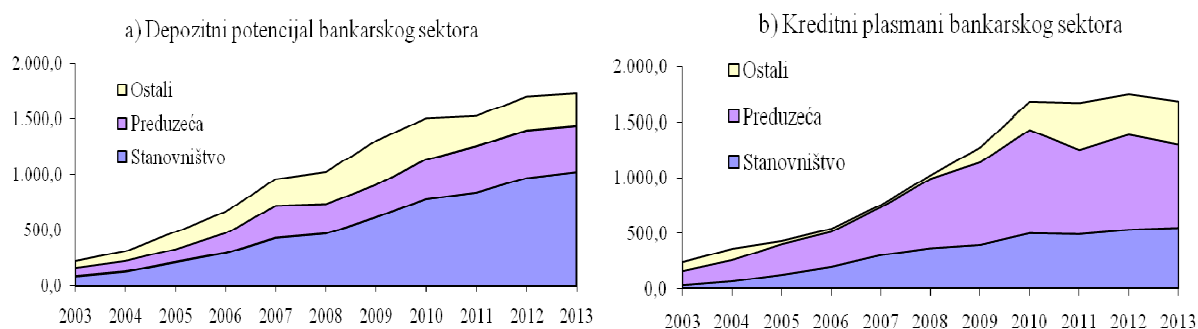
Povratak poverenja u banke na početku tranzicionog perioda bio je od presudne važnosti za rast depozitnog potencijala bankarskog sektora. Ukupni depoziti, do kraja 2007. godine, rasli su po prosečnoj godišnjoj stopi od oko 45% (slika 3a). Ovaj rast je bio pod uticajem povećanja devizne štednje stanovništva. Međutim, kontrakcija ukupnih depozita,

¹⁵ Koje obuhvataju centrale, filijale, ekspoziture, šaltere i druge poslovne jedinice.

¹⁶ *spillover* (eng.) - prelivanja

već krajem 2008. godine, bila je uglavnom posledica pritiska stanovništva na banke da isplate štedne uloge, usled neizvesnosti koja je uzrokovana globalnom krizom. Narodna banka Srbije je upotrebom deviznih rezervi u potpunosti odgovorila na zahteve građana. Masovno povlačenje štednih uloga je zaustavljeno i ubrzo je obnovljen depozitni potencijal banaka. Rast ukupnih depozita je nastavljen do kraja posmatranog perioda, ali po znatno nižoj prosečnoj stopi od 10,6% na godišnjem nivou.

Slika 3 Dinamika rasta i sektorska struktura depozita i kredita



Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2003–2013).

Bilanse banaka u predtranzicionom periodu karakterisali su nenaplativi krediti odobreni javnim i društvenim preduzećima, kao direktna posledica neuvažavanja principa bankarskog poslovanja. Paralelno sa bilansnom i vlasničkom transformacijom banaka i rastom realne privredne aktivnosti udeo nenaplativih potraživanja se postepeno smanjivao. Ukupni krediti bankarskog sektora rasli su ubrzano do kraja 2008. godine (slika 3b). U inicijalnoj fazi kreditne ekspanzije, sa aspekta strukture bankarskih plasmana najviše stope rasta su registrovane kod kredita sektoru stanovništva, jer su krediti stanovništvu, i apsolutno i relativno, bili mali u predtranzicionom periodu. Ovim je potvrđena jedna od karakteristika zemalja u tranziciji, a to je brz rast potrošačkih kredita kao posledica povećanja poverenja javnosti u bankarski sektor i rasta dohotka po glavi stanovnika. Udeo kredita privredi u istom periodu bio je u proseku dvostruko veći i iznosio je više od 60% ukupnih kredita (slika 3b). Kreditirani su uglavnom sektori nerazmenljivih dobara (trgovina, nekretnine, telekomunikacije), dok su krediti i investicije u proizvodnju razmenljivih dobara bili neznatni (Kovačević, 2012, 70).

Kreditna aktivnost banaka je od 2010. godine naglo usporena zbog velike zaduženosti i nelikvidnosti privrednih subjekata na srpskom tržištu.¹⁷ Kao što se može videti na slici 3b ciklično kretanje ukupnih kreditnih plasmana u periodu 2010–2013. nedvosmisleno ukazuje na stagnaciju kreditne aktivnosti banaka. Promene u strukturi kredita u istom periodu predstavljaju jedan od nepovoljnih indikatora stanja u privredi. Naime, u relativnom i apsolutnom iznosu krediti privrede su smanjeni, dok su krediti javnim preduzećima i sektoru države povećani. Krediti stanovništva nisu beležili pad udela u pomenutom periodu.

U periodu nakon krupnih tranzicionih reformi bankarski sektor, pored rasta bilansnih kategorija, beleži značajno poboljšanje likvidnosti. Pokazatelj likvidnosti banaka se u posmatranom periodu (2003–2013.) kretao u rasponu između 1,8 i 2,9 što potvrđuje visok nivo likvidnosti (tabela 1). Dosledno sprovođenje principa likvidnosti treba shvatiti kao osnovnu pretpostavku za opstanak banaka na finansijskom tržištu.

¹⁷ U sprečavanje produblivanja krize u bankarskom sektoru, uključila se i Vlada Republike Srbije početkom 2009. godine sa odgovarajućim setom mera antikrizne politike (detaljnije videti u Kovačević, 2012, 74)

Važno je napomenuti da je bankarski sektor i tokom kriznog perioda beležio pozitivan finansijski rezultat. S tim u vezi, prinos na aktivu (ROA) i prinos na kapital (ROE) tokom posmatranog perioda beleže uglavnom pozitivne vrednosti (tabela 1) Prvi put nakon 2004. godine u bankarskom sektoru je ostvaren gubitak na kraju 2013. godine. Profitabilnost bankarskog sektora bila je pod uticajem oduzimanja dozvole za rad dvema bankama u većinskom državnom vlasništvu, kao i visokih rashoda po osnovu otpisa plasmana i rezervisanja usled pogoršanja kvaliteta kreditnog portfolija (NBS, 2013, 51).

Tabela 1 Likvidnost i profitabilnost bankarskog sektora

Godina	Pokazatelj likvidnosti	Pokazatelji profitabilnosti	
		ROA	ROE
2003	2,45	-0,00	-1,26
2004	2,90	-0,99	-5,01
2005	2,06	0,94	5,78
2006	2,41	1,70	9,67
2007	2,15	1,70	8,54
2008	1,81	2,08	9,28
2009	1,86	1,02	4,62
2010	1,96	1,10	5,40
2011	2,20	0,05	0,24
2012	2,06	0,43	2,05
2013	2,41	-0,07	-0,36

Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2003–2013).

Prethodna analiza upućuje na zaključak da su privatizacija i konsolidacija bankarskog sektora imali za rezultat poboljšanje procesa upravljanja bankama i ukupnih performansi bankarskog sektora. Od kraja 2008. godine usledilo je usporavanje aktivnosti i pad pokazatelja poslovanja bankarskog sektora, kao posledica preliivanja globalne ekonomske krize, smanjenja agregatne tražnje, ali i rigoroznijih kreditnih politika. Međutim, i pored svih poteškoća sa kojima se suočio bankarski sektor Srbije, treba istaći da je u uslovima krize ostao likvidan i relativno profitabilan.

Konkurentnost bankarskog sektora

Tržišna struktura i konkurencija, međusobno uslovljene, izvanredno utiču na efikasnost i stabilnost bankarskog sektora i ekonomski razvoj svake zemlje (Vuković, 2009). Strukturu tržišta, pored broja i veličine tržišnih učesnika određuje njihova koncentracija na osnovu koje se može okarakterisati tipska struktura, od konkurentne do monopolističke.

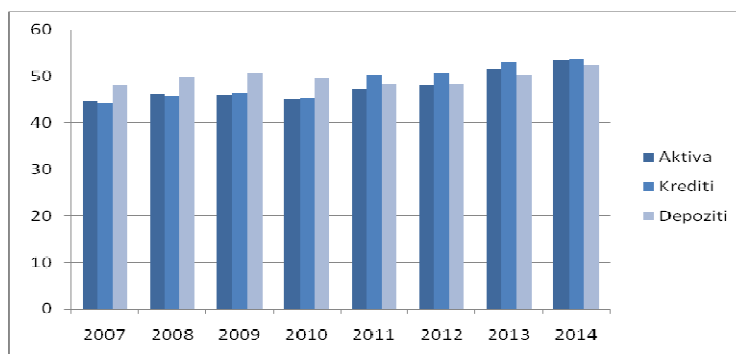
Među najvažnije pokazatelje strukture bankarskog sektora spadaju udelo aktive pet najvećih banaka u ukupnoj aktivi bankarskog sektora, odnosno racio koncentracije aktive pet najvećih banaka (C5) i Herfindal-Hiršmanov¹⁸ (*Herfindahl-Hirschman*) indeks (HHI)

¹⁸ Herfindal-Hiršmanov indeks se koristi kao reprezentativni pokazatelj koncentracije u bankarskom sektoru. Izračunava se kao zbir kvadrata učešća pojedinačnih banka u nekoj od bilansnih kategorija, kao što su: aktiva banaka, ukupni krediti i krediti pojedinih kategorija, ukupni depoziti, depoziti stanovništva, ukupni prihodi, prihodi od kamata i slično (Krstić & Šoškić, 2012, 367). Prema propisima *Fed*, vrednost pokazatelja

koncentracije aktive. Isti strukturni pokazatelji odnose se i na depozitno i kreditno tržište, kao najvažnije segmente bankarskog tržišta.

Tržišna koncentracija na bankarskom tržištu Srbije merena raciom koncentracije za pet najvećih banaka (C5) prikazana je na slici 4. Udeo aktive prvih pet banaka kretao se od 44,6 % do 53,5%, udeo kredita od 44,2% do 53,9 i udeo depozita od 48,1 do 52,5% u periodu 2007-2014. Na slici 4 se može primetiti da je u pomenutom periodu prisutan blago rastući trend koncentracije bilansnih kategorija za pet najvećih banaka. Sudeći prema vrednosti C5 pokazatelja na domaćem bankarskom tržištu prisutan visok nivo konkurencije.

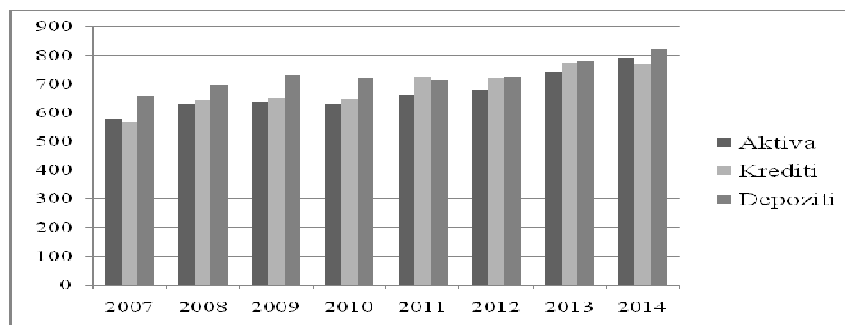
Slika 4 Racio koncentracije pet najvećih banaka (C5)



Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2007–2014).

Drugi pokazatelj tržišne koncentracije u bankarskom sektoru Srbije HHI za pojedine bilansne kategorije prikazan je na slici 5. Vrednost HHI za tri osnovna segmenta poslovanja – aktivu, kredite i depozite ima trend blagog rasta u periodu 2007-2014.

Slika 5 Herfindal-Hiršmanov indeks koncentracije



Izvor: Autor, na osnovu: NBS, godišnji izveštaji (2007–2014).

U pogledu tržišne strukture, bankarski sektor u Srbiji karakteriše nizak nivo koncentracije, s obzirom na vrednost Herfindal-Hiršmanovog indeksa koja je u 2014. godini iznosila 793 indeksnih poena. Koncentracija aktive banaka znatno je ispod granice konkurentnog tržišta od 1000 indeksnih poena. Preciznije, vrednost ovog indeksa izračunata na osnovu tržišnog učešća pojedinačnih banaka u aktivima, kreditima i depozitima ukazuje da na domaćem bankarskom tržištu ne postoji dominantan učesnik koji diktira uslove poslovanja.

do 1.000 ukazuje na nizak nivo koncentracije u sektoru, vrednost između 1.000 i 1.800 na umerenu koncentraciju, a vrednost iznad 1.800 na izraženu koncentraciju.

Tabela 2 Herfindal-Hiršmanov indeks ukupne aktive banaka za zemlje u tranziciji

Zemlja	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ZuT11EU											
Bugarska	n.p.	721	698	707	833	830	846	789	766	738	730
Estonija	3943	3887	4039	3593	3410	3120	3090	2929	2613	2493	2483
Letonija	1054	1021	1176	1271	1158	1210	1181	1005	929	1027	1037
Litvanija	2071	1854	1838	1913	1827	1710	1693	1545	1871	1749	1892
Mađarska	783	798	795	823	839	820	864	828	848	873	836
Poljska	754	692	650	599	640	560	574	559	563	568	586
Rumunija	1251	1111	1115	1165	1041	920	857	871	878	852	821
Slovačka	1191	1154	1076	1131	1082	1200	1273	1239	1268	1221	1215
Slovenija	1496	1425	1369	1300	1282	1270	1256	1160	1142	1115	1045
Hrvatska	1270	1363	1358	1296	1278	1310	1366	1362	1400	1427	1384
Češka	1187	1103	1155	1104	1100	1010	1032	1045	1014	999	999
<i>Pros. vred.</i>	1500	1375	1388	1355	1317	1269	1276	1212	1208	1187	1184
ZuT5											
Albanija	3016	2736	2110	1949	1585	1537	1480	1429	1560	1534	n.p.
BiH	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	1420	1691	1646	1526	1539	1524	1455
Makedonija	1820	1730	1710	1640	1670	1580	1600	1580	1520	n.p.	n.p.
R. Srbija	599	599	651	614	578	629	636	629	664	678	741
Crna Gora	1531	1641	2296	2042	1918	1910	1636	1467	1431	1351	n.p.
<i>Pros. vred.</i>	1742	1677	1692	1561	1434	1469	1400	1326	1343	1272	1098

Izvor: World Development Indicators database, World Bank, 2015

Analizirano po zemljama, bankarski sektor Srbije manje je koncentrisan u odnosu na bankarstvo naprednih zemalja u tranziciji članica EU (ZuT11EU), uključujući i zemlje Zapadnog Balkana potencijalne kandidate za ulazak u EU (ZuT5) (tabela 2). Analizirano po zemljama, bankarski sektor Srbije manje je koncentrisan u odnosu na bankarstvo naprednih zemalja u tranziciji članica EU, uključujući i zemlje Zapadnog Balkana. Prisutne su velike razlike, tako da je, na primer, aktiva banaka u Estoniji za oko 3,3 puta koncentrisanija u odnosu na Srbiju. Poređenje još jednom potvrđuje nizak nivo koncentracije i odsustvo dominacije vodećih banaka u bankarskom sektoru Srbije.

Zaključak

Reformom bankarskog sektora u Srbiji izvršena je izmena vlasničke strukture. Udeo aktive banaka u stranom vlasništvu je dostigao preko 70% ukupne sektorske imovine. Ulazak stranih banaka olakšao je domaćoj privredi pristup međunarodnim finansijskim tržištima. Strane banke su uvele nove tehnologije poslovanja, što je povećalo konkurenciju i kvalitet finansijskih usluga. Broj banaka je više nego prepololjen usled oduzimanja dozvola za rad i mera sanacije od strane Narodne banke Srbije, kao i pripajanja drugim bankama.

Depozitni potencijal banaka je ubrazano rastao sve do početka krize 2008. godine. Paralelno je tekao i proces rasta kreditne aktivnosti. Najdinamičniji je bio rast kredita odobrenih stanovništvu, posebno stambenih kredita. Negativni efekti globalne ekonomske krize na bankarski sektor u Srbiji, krajem prošle i početkom tekuće decenije, rezultirali su povećanjem kreditnog rizika. Kao dodatne posledice krize izdvajaju se pad profitabilnosti, smanjenje broja zaposlenih i sužavanje poslovne mreže banaka. Uprkos tome, likvidnost banaka se u pomenutom periodu kretala između 1,8 i 2,4 što potvrđuje visok nivo likvidnosti.

Konkurencija u bankarskom sektoru Srbije se može oceniti kao veoma visoka, imajući u vidu da je na kraju 2013. godine vrednost Herfindal–Hiršmanovog indeksa koncentracije

aktive bila 741 indeksnih poena. Znatno niži stepen konkurencije aktive banaka prisutan je u zemaljama u tranziciji koje su postale članice EU i ostalim zemaljama Zapadnog Balkana, gde se vrednost ovog indeksa kreće iznad 1000 indeksnih poena.

Reference

1. Dugalić, V., Mitrović, A., Gnjatović, D., Hofman, G., Kovačević, I. (2004). *Narodna banka 1884-2004*. Jugoslovenski pregled, Beograd.
2. Erić Jović, M. (2012). *Bankarski sektor Srbije 2001-2011. reforme, oporavak i novi izazovi*, U Banke i osiguranja u Srbiji 2001-2011. i poređenje sa zemljama regiona, Business Info Group, Beograd.
3. Kovačević, I. (2011). *Poslovno bankarstvo u Srbiji 1921-2011*. Udruženje banka Srbije i Jugoslovenski pregled, Beograd.
4. Kovačević, I. (2012). Promene u bankarstvu Srbije 2001-2012. *PREGLED – Republika Srbija*, br. 2. str. 63-88.
5. Kršev, B. (2013). Osnovne karakteristike bankarstva u Srbiji do prvog svetskog rata, http://civitas.fpps.edu.rs/05/article/pdf/Civitas05_article12.pdf
6. Krstić, G., Šoškić, D. (2012). *Ekonomska statistika*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
7. NBJ (2001). *Godišnji izveštaj Narodne banke Jugoslavije*, Beograd.
8. NBS (2002). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
9. NBS (2003). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
10. NBS (2004). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
11. NBS (2005). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
12. NBS (2006). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
13. NBS (2007). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
14. NBS (2008). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
15. NBS (2009). *Godišnji izveštaj*, Beograd.
16. NBS (2010). *Godišnji izveštaj o poslovanju i rezultatima rada*, Beograd.
17. NBS (2011). *Godišnji izveštaj o poslovanju i rezultatima rada*, Beograd.
18. NBS (2012). *Godišnji izveštaj o poslovanju i rezultatima rada*, Beograd.
19. NBS (2013). *Godišnji izveštaj o poslovanju i rezultatima rada*, Beograd.
20. Ostojić, S. (2002). Modeli restrukturiranja bankarskih sistema u privredama u tranziciji, *Privredna izgradnja*, br. 3-4, 201-224.
21. Vuković, B. (2009). *Strukturne promene i performanse bankarstva Srbije 2002-2008*. Institut ekonomskih nauka, Beograd.
22. www.ubs-asb.com , Udruženje banaka Srbije (UBS)
23. www.worldbank.org , World Bank Group

KONKURENTSKA POZICIJA TURISTIČKIH DESTINACIJA SRBIJE

Dr Svetislav Milenković*

Dr Nikola Bošković

Apstrakt: Turizam predstavlja jednu od najdinamičnijih i najheterogenijih pojava savremenog društva. Porast životnog standarda uslovio je i povećanje diskrecionog dohotka sve većeg broja ljudi na Planeti, što je, uz smanjenje trajanja radne nedelje, dovelo do mogućnosti realizovanja turističkih želja i motiva kod velikog broja ljudi. Na taj način turizam postaje deo svakodnevnog života. Turistička destinacija predstavlja glavni, vodeći deo, ne samo turističke ponude, već i celokupnog turističkog sistema, tj. ciljno odredište turističkih kretanja. Imajući u vidu na koji način je kreirana turistička destinacija, zavisi i kvalitet formirane turističke ponude određenog mesta, regiona ili zemlje, što može da dovede do značajnijih ekonomskih efekata razvoja posmatranog područja. Uključivanjem sve većeg broja zemalja u međunarodno turističko tržište, dolazi i do sve veće konkurencije među njima, koja je rezultirala u pojavi potpuno novih turističkih proizvoda, a samim tim i turističkih destinacija. Cilj rada je da sagleda konkurentsku poziciju turističkih destinacija Srbije u sadašnjem periodu, kao i da, na bazi svih raspoloživih prirodnih i antropogenih atraktivnosti, kao baznih resursa razvoja, ali i neophodnih elemenata podrške, da predlog razvoja novih destinacija u cilju poboljšanja konkurentnosti turizma Srbije. Povećanje konkurentne pozicije turističkih destinacija Srbije ima za cilj, imajući u vidu multiplikativni efekat koji turizam vrši na gotovo sve privredne grane, da dovede i do povećanja sveukupnog ekonomskog razvoja Srbije.

Ključne reči: turistička destinacija, razvoj, konkurentnost, analiza, Srbija

Uvod

Osnovni segment razvoja turizma na jednom prostoru predstavlja turistička destinacija, kao krajnje odredište svih turističkih kretanja. Pojam destinacije potiče od latinske reči *destinatio*, što u izvornom obliku znači određenje nekog prostora na zemlji u kojem može da se razvija neka privredna grana, a samim tim i turistička ponuda (Milenković 2009, 185). Teorije razvoja turizma, ali i empirijske analize od 60-ih godina prošlog veka veliku pažnju poklanjaju definisanju pojma turističke destinacije, što je rezultiralo u nepostojanju jedne opšteprihvaćene.

Ranija shvatanja su pod destinacijom podrazumevala turističko mesto shvaćeno u smislu postojanja dovoljno atrakcija i izgrađenih smeštajnih kapaciteta za prihvatanje turista. U definisanju turističke destinacije najčešće pravljena greška je u njenom poistovećivanju sa nekom teritorijalnom, administrativnom jedinicom. Tu grešku su pravile državne, institucionalne, najčešće lokalne jedinice, da bi na što jednostavniji način upravljale tako formiranom destinacijom. Zbog toga, tako definisane destinacije nisu mogle dugo da opstanu na turističkom tržištu. Jedna od često citiranih definicija turističke destinacije koja ide u prilog prethodno iznetoj tvrdnji je ona koju je dao autor Pike, po kojoj je destinacija geografski prostor, u kojem postoji grupa turističkih resursa, pre nego prostor definisan državnim granicama. Pod grupom turističkih resursa podrazumeva se akumulacija turističkih resursa i atrakcija, infrastrukture, opreme, pružaoca usluga, ostale podržavajuće sektore i državne organe, koji integrisano i koordinisano pružaju usluge turistima sa iskustvom, koje oni očekuju u destinaciji, koju izaberu da posete (Pike 2008, 24). Takav koncept turističke

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: svetakg@kg.ac.rs

destinacije danas nije moguće prihvatiti, jer u malom broju destinacija jedna atrakcija može biti dovoljna za privlačenje potrebnog broja turista.

Moderna teorijska shvatanja, pod turističkom destinacijom podrazumevaju širi, integrisani prostor, koji svoj turistički identitet gradi na koncepciji kumulativnih atrakcija, koje su zbog doživljaja koji izazivaju i s dodatnom turističkom infrastrukturom, prostor intenzivnog okupljanja turista (Kicošev & Stefanović 2005, 81). Turistička destinacija shvaćena na taj način, dominantno je uslovljena željama, sklonostima, interesima i ukusom pojedinaca, tj. turista. Iz prethodnog, jasno se zaključuje da je turista taj koji zapravo „gradi“ turističku destinaciju. Takođe, pošto su preferencije turista vremenom promenljive, to nam jasno pokazuje da je i turistička destinacija dinamička kategorija, da nema čvrste, konstantne, jednom utvrđene, nepromenljive granice, odnosno, turistička destinacija menja, ne samo svoj prostorni okvir, kako dolazi do promene turističke tražnje i ponude, već se u skladu sa tim i menja njena unutrašnja struktura.

Mathieson i Wall pod destinacijom podrazumevaju mesto koje ima karakteristike koje su poznate dovoljnom broju potencijalnih posetilaca da bi opravdale njegovo poimanje kao entiteta koji privlači k sebi putovanja nezavisno od atraktivnosti drugih lokacija. Od posebne važnosti su prirodna i stvorena obeležja, infrastrukturne karakteristike, struktura privrede i svojstva lokalnog stanovništva destinacije (Mathieson, Wall 1990, 12). Slično shvatanje pojma turističke destinacije susrećemo i kod Gunn-a, koji turističku destinaciju definiše kao geografsko područje koje sadrži kritičnu masu razvoja koji zadovoljava potrebe turista (Gunn 1994). Holloway u svojim analizama pojma turistička destinacija navodi da ona može biti mesto za odmor ili poslovni centar koji turisti posećuju i gde borave. To može biti jedna oblast ili čak zemlja u okviru koje oni putuju, ali i brod za kružno putovanje koji posećuje nekoliko luka (Holloway 1989, 124). Suština njegovih analiza je da je pod destinacijom najprihvatljivije podrazumevati jedno ili više mesta u koja turisti odlaze i borave i koja, ujedno predstavljaju osnovni cilj njihovih kretanja. Iz toga proističe da prostorni obuhvat nije primaran u definisanju turističke destinacije, već postojanje dovoljno kvalitetnih turističkih sadržaja, što postaje glavna konkurentna prednost savremenih turističkih destinacija.

Sveobuhvatnije definisanje turističke destinacije susrećemo kod Davidson-a i Maitland-a, koji su je definisali u obliku pojedinačne oblasti, mesta ili grada, odnosno jasno određenog ruralnog, obalskog ili planinskog područja, koje raspolaže brojnim karakteristikama (Davidson & Maitland 1997, 63):

- kompleksan i multidimenzionalan turistički proizvod koji se zasniva na mnoštvu resursa, proizvoda, usluga i različitom vlasništvu;
- druge ekonomske i društvene aktivnosti, koje mogu biti komplementarne ili u konfliktu sa različitim aspektima turizma;
- lokalna zajednica i njene organizacije;
- javni autoriteti i tela sa odgovornošću za planiranje i upravljanje, i
- aktivan privatni sektor.

Ovakav pristup definisanja turističkih destinacija je koristan i prihvatljiv, jer on ističe svu kompleksnost destinacije od značaja za sagledavanje problematike njene održivosti. One nisu, dakle, samo mesta turističke potrošnje, već takođe i mesta u kojima ljudi žive, rade i odmaraju se, u kojima oni mogu imati jak osećaj pripadnosti i vlasništva, jer je to mesto njihovog življenja, a lokalno stanovništvo svojim aktivnim učešćem u kreiranju i plasmanu turističkog proizvoda sve više postaje njegov nerazdvojni deo. To će naročito biti važno u izgradnji turističkih destinacija u Srbiji, jer u zavisnosti od toga koliko budu prihvaćene od strane lokalnog stanovništva, ali i od lokalne privrede (javne i privatne), možemo govoriti o njihovom dugoročnom opstanku i razvoju.

U skladu sa prethodno navedenim teorijskim shvatanjima, definisanje i razvoj turističkih destinacija Srbije mora da uvaži prethodno navedene karakteristike i da, pre svega, uz identifikovanje raspoloživih prirodnih i antropogenih resursa i atrakcija, kao i svih potrebnih dodatnih elemenata, da odgovor na pitanje koje oblike turizma razvijati u narednom periodu, odnosno, koji oblici turizma i koje turističke destinacije mogu da budu konkurentne na sve izazovnijem i rastućem turističkom tržištu.

Definisanje konkurentnosti turističkih destinacija

Pitanje konkurentnosti turističkih destinacija nameće se poslednje 2 decenije kao jedno od najdominantnijih i teorijski najviše analiziranih. To je dovelo do toga da ne postoji jedno opšteprihvaćeno stanovište o tome šta se podrazumeva pod konkurentnošću turističkih destinacija. Teškoće u definisanju, ali i praktičnoj primeni konkurentnosti u turizmu se ogledaju u činjenici da je primaran cilj razvoja turističke destinacije zadovoljstvo turista, lokalnog stanovništva i turističke industrije. Pronalaženje zajedničkog zadovoljstva gore navedenih učesnika na turističkom tržištu doprinosi dugoročnom razvoju turističke destinacije.

Ubrzani razvoj turističkih kretanja uslovio je i pojavu velikog broja turističkih destinacija, kako bi ta novoformirana i rastuća turistička tražnja bila zadovoljena. Za razliku od perioda masovnog turizma, kada je ponuda kreirana samo sa ciljem da zadovolji rastuću tražnju, u periodu postmodernog, alternativnog, savremenog turizma, fokus u turističkim destinacijama se pomera ka pronalaženju optimalnog odgovora na stalno promenljive i često nepredvidive zahteve postmodernih turista. Njihova osnovna karakteristika je da žele nešto novo od turističke destinacije, nešto neočekivano. Imajući u vidu da su postmoderni turisti sve više obrazovani i da imaju razvijeno turističko iskustvo, destinacije se nalaze pred jednim potpuno novim zahtevima, koje je potrebno ispuniti da bi opstale na turističkom tržištu.

Najveći broj autora se bavio definisanjem konkurentnosti turizma zemlje, imajući u vidu da je od 90-ih godina prošlog veka dominantno shvatanje konkurentnosti pomereno sa nivoa preduzeća, mikro nivoa, na makro nivo, tj. na nivo zemlje (Porter 1990). U prilog tome, Lodge konkurentnost jedne zemlje definiše kao „njenu sposobnost da najracionalnije zaposli nacionalne resurse u skladu sa međunarodnom specijalizacijom i trgovinom, tako da u krajnjoj instanci dovodi do rasta realnog dohotka i životnog standarda, ali zasnovanom na realnim kategorijama, ali ne na zaduživanju u inostranstvu (Kovačević 2002, 244). Ovakvo shvatanje konkurentnosti je sasvim primenljivo na turističke destinacije, jer upravo oslanjanje na sopstvene (prirodne i antropogene) resurse dovodi do dugoročnog razvoja turizma, ali i do, uključivanjem lokalnog stanovništva, kao nosioca turističke ponude, porasta vrednosti lokalne ekonomije. Scot, s druge strane, konkurentnost definiše kao „sposobnost zemlje da proizvede, distribuira i sevisira dobra u međunarodnim okvirima u konkurenciji sa dobrima i uslugama drugih zemalja, ali na način koji obezbeđuje rast životnog standarda (Kovačević 2002, 245). Ovakvo shvatanje još veći akcenat stavlja na doprinos koji razvoj turističkih destinacija i povećanje njene konkurentnosti imaju na porast nacionalne ekonomije. To jasno proističe iz multiplikativnog dejstva koje turizam vrši na sve privredne grane. Na taj način, povećanje konkurentnosti turističkih destinacija doprinosi rastu sveukupne konkurentnosti privrede zemlje. Vanhove, analizirajući konkurentnost, ističe troškovnu komponentu kao inicijalni segment u uspostavljanju konkurentnosti destinacija. Naime, on pod konkurentnošću u turizmu podrazumeva njenu sposobnost da smanji troškove i poveća koristi od turizma, da povećava privlačenje posetilaca pružajući im zadovoljstvo, pamtljiva iskustva, i da to uradi na profitabilan način, a da pri tome povećava dobrobiti za lokalno stanovništvo destinacije i sačuva prirodni kapital destinacije za buduće generacije (Vanhove 2005, 107-108). Stručnjaci

UNCTAD-a konkurentnost nacionalnih ekonomija definišu kao globalnu sposobnost nacionalne privrede da izvozi kao odraz uspeha njenih firmi u celini, njihovog dinamizma i sposobnosti da se takmiče, ali i da su njihova ponašanja i uspesi uslovljeni kompletnim spletom strukturnih parametara, koji karakterišu nacionalnu privredu u kojoj posluju (UNCTAD 1987, 39).

Ritchie i Crouch su jedni od prvih autora koji su se bavili prirodom i strukturom konkurentnosti turističkih destinacija. Oni su definisali konkurentnost turističke destinacije kao sposobnost destinacije, odnosno, subjekta koji upravljaju njome, da poveća turističku potrošnju, da privuče sve više posetilaca kojima će pružiti satisfakciju na odgovarajućem nivou, nezaboravna iskustva, a da pri tome to čini na profitabilan način, ne ugrožavajući život lokalnog stanovništva i štiteći prirodne vrednosti destinacije za buduće generacije (Ritchie i Crouch 2003, 2). Njihov ključan doprinos je u tome što ovako shvaćena konkurentnost može da se odnosi, kako na zemlju kao turističku destinaciju, tako i na druge prostorne celine, koje imaju dovoljno neophodnih atraktivnosti da bi bile turističke destinacije.

Konkurentnost turističkih destinacija na turističkom tržištu zasniva se na teoriji komparativnih prednosti, tj. na bogatstvu faktorima proizvodnje. Oni se uobičajeno grupišu u pet osnovnih celina (Porter 2008, 74-75):

1. ljudski resursi,
2. prirodni resursi,
3. znanje,
4. kapital i
5. infrastruktura.

U slučaju turizma, odnosno turističkih destinacija, potrebno je dodati istorijske i kulturne resurse, kao posebnu kategoriju, i proširiti kategoriju infrastrukture kako bi se uključila i suprastruktura (Ritchie, Crouch 2003, 20). Prethodno navedene komparativne prednosti mogu da budu samo delimično nosioci konkurentnih prednosti. Mnogo prihvatljivija struktura je ona koju je dao autor Wei, koji komparativne prednosti turističke destinacije klasifikuje u sledeće dve grupe (Wei 2008, 11):

1. egzogene komparativne prednosti, u koje spadaju tzv. izvorni, bazni resursi turističke destinacije: prirodni resursi; kulturno-istorijski resursi; kapital i investicije kao preduslov za rast i razvoj infrastrukture i turističke suprastrukture, i
2. endogene komparativne prednosti, u koje se ubrajaju: ljudski resursi, resursi znanja i tehnološke inovacije.

Ne osporavajući ulogu i značaj koju prethodno iznete komparativne prednosti imaju u ostvarivanju konkurentskih prednosti, mišljenja smo da je za ostvarivanje dugoročne, održive konkurentnosti neophodno kontinuirano unapređivati sve prethodno iznete faktore. Takođe, insistiranje na njihovom sinergijskom efektu jedino može da obezbedi dugoročni opstanak na sve brže rastućem turističkom tržištu. Za ostvarivanje održive konkurentnosti turističkih destinacija u potpunosti prihvatamo i stavove Mihalič, koja ističe da pitanja unapređenja i zaštite okruženja, naročito ugroženih resursa, mogu da budu značajan izvor konkurentnosti turističke destinacije (Mihalič 2000). Održiva konkurentnost, ne samo turizma, već i čitave privrede, zahteva uravnoteženje između ekonomskih, s jedne strane, i ekoloških, socijalnih, kulturnih i drugih efekata, s druge strane. Tu se turizam najbolje uklapa, jer je okruženje u većini destinacija istovremeno i jedan od ključnih faktora razvoja turizma, pa turizam ima za cilj da očuva okruženje i resurse u njemu.

Analizirajući konkurentnost u pojedinim regionima Srbije, Milenković u svojim istraživanjima ističe da u postmodernim uslovima turističke destinacije Srbije mogu da se

uključe na vreme u konkurentsku borbu prihvatajući nove oblike produktivnosti rada u turizmu, efikasnost u proizvodnji, prodaji i distribuciji turističkog proizvoda odgovarajućom edukacijom kadrova, stabilnim životnim standardom, valutom, političkim sistemom i ravnotežom u odnosima životne sredine (Milenković, Utvić 2012). Zbog toga, da bismo bolje shvatili konkurentsku poziciju turističkih destinacija Srbije u narednom delu akcenat će biti na utvrđivanju dosadašnjih efekata razvoja turizma u destinacijama Srbije i davanju određenih preporuka na koji način unaprediti položaj Srbije.

Položaj Srbije kao turističke destinacije

Konkurentnost turističkih destinacija je teško merljiva, jer podrazumeva mnoštvo kvantitativnih i kvalitativnih efekata koji nastaju razvojem turizma na jednom području. Klasični osnovni kvantitativni pokazatelji (broj turista, broj noćenja, ostvarena potrošnja, itd.) ne mogu biti jedini indikator konkurentskog položaja, jer je teško porediti uspešnost destinacije samo na bazi toga. Neke destinacije će zbog resursne atraktivnosti (npr. more, termomineralni izvori, planine) biti konkurentnije u odnosu na one koje raspolažu atraktivnostima koje nemaju takvu privlačnost kod većine turista (npr. specifične biljne i životinjske vrste, pećine, istorijski spomenici). Takođe, sam položaj destinacije u odnosu na vodeće destinacije umnogome menja njenu konkurentsku poziciju. Zbog toga, u ekonomskim analizama se dosta pojednostavljeno meri konkurentnost turističkih destinacija.

Posmatrano sa nivoa turističkih destinacija, kao osnovnih nosilaca turističke ponude i turističkih regiona, kao relativno homogenih celina većeg broja turističkih destinacija, za pravilnu ocenu efekata (ekonomskih i neekonomskih) potrebno je pratiti kretanje i domaćih i inostranih turista koji posećuju tu destinaciju. Takav stav zastupaju sve relevantne međunarodne turističke organizacije (Svetska Turistička Organizacija-UNWTO i Svetski Savet za turizam i putovanja-WTTC). Posebno su zanimljivi rezultati koje daje WTTC. On analizira multiplikovane efekte od turizma (direktne, indirektne i indukovane), koji na ispravniji način daju ocenu uticaja turizma na razvoj nacionalnih ekonomija. U narednoj tabeli dat je položaj Srbije u procesu ostvarivanja glavnih makroekonomskih efekata od razvoja turizma.

Табела 1. Економски ефекти туризма Србије 2014. године

Анализирани ефекат	Глобални ниво, у %	Ниво у Србији, у %	Ранг Србије
Учешће директних ефеката од туризма у БДП	5,2	1,6	168
Учешће укупних ефеката од туризма у БДП	14,1	5,8	141
Учешће директне запослености у туризму у укупној запослености	5,4	1,5	168
Учешће укупне запослености у туризму у укупној запослености	13,9	5,3	145
Учешће инвестиција у туристички сектор у укупним инвестицијама	8,1	2,7	150
Учешће прихода од иностраних turista у укупном извозу	16,6	6,5	102

Izvor: Autori prema WTTC (2015), Travel and tourism economic impact 2014, Serbia http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/serbia2014_2.pdf (14.10.2015.)

Iz prethodnog tabelarnog prikaza jasno se uočava da su efekti od turizma Srbije na dosta niskom nivou, što jasno pokazuje i odgovarajući rang za analizirane podatke. Svi prethodno

navedeni parametri svrstavaju Srbiju na oko 150. mesto, izuzimajući učešće prihoda od inostranih turista, gde Srbija zauzima 102. mesto. Ovakvi pokazatelji jasno ukazuju da je konkurentski položaj turizma u odnosu na druge privredne grane Srbije na dosta niskom nivou. Imajući u vidu ekspanziju koju turizma ostvaruje na globalnom nivou i shodno tome značajne ekonomske i druge efekte koje stvara po lokalne ekonomije, mišljenja smo da u narednom periodu treba povećati pre svega investiciona ulaganja u ovaj sektor.

Prethodno navedeni pokazatelji dostignutog nivoa razvoja turizma na globalnom nivou nameću jasan zaključak da je turizam od „privilegije bogatih“ prerastao u jedan masovan i opšte prihvaćen „obrazac življenja“. Tako prihvaćen obrazac življenja predstavlja i značajan izvor prihoda brojnih turističkih destinacija širom sveta, koje su uvidele, da uz pronalaženje načina za zadovoljenje potreba turista, mogu da istovremeno obezbede i svoj ekonomski i šire posmatrano društveni razvoj. Izgradnjom atraktivnih i tržišno prihvatljivih destinacija, Srbija bi mogla u potpunosti da se uklopi u prethodno iznete stavove i da na taj način unapredi sveukupan ekonomski razvoj.

Za ocenu konkurentnosti zemalja kao turističkih destinacija koristi se Indeks konkurentnosti u putovanju i turizmu (TTCI) koji je kreirao Svetski Ekonomski Forum. Ovaj indeks je fokusiran na merenje 75 faktora koji utiču na razvoj sektora putovanja i turizma u različitim državama sveta. Svaki faktor ima vrednosti od 1 do 7. Vrednost indeksa se izvodi iz 3 podindeksa, koji se sastoje iz 14 stubova, koji sadrže svih 75 faktora koji utiču na konkurentnost turističke privrede svake zemlje.

Tabela 2. Kretanje Indeksa konkurentnosti u putovanju i turizmu (TTCI) Srbije za period 2007-2015.godina

Podindeks	Vrednost i rang u posmatranoj godini					
	2007.		2011.		2015.	
	Vred.	Rang	Vred.	Rang	Vred.	Rang
I Regulatorni okvir	4,15	73	4,45	67	4,72	67
1. Regulatorna i politički okvir	4,33	59	4,39	68	3,38	133
2. Životna sredina	2,72	128	3,95	124	4,08	72
3. Sigurnost i bezbednost	4,55	76	4,85	66	5,46	59
4. Zdravlje i higijena	5,11	45	5,65	41	6,04	38
5. Fokus na turizmu	3,23	114	4,01	105	3,83	113
II Poslovno okruženje i infrastruktura	3,98	72	3,87	84	3,71	81
6. Avio infrastruktura	2,29	92	2,31	111	2,13	102
7. Osnovna transportna infrastruktura	2,38	86	2,82	115	2,95	98
8. Turistička infrastruktura	3,34	52	4,51	49	4,50	63
9. Informaciona infrastruktura	3,29	57	3,35	62	4,45	56
10. Cenovna konkurentnost	4,16	82	3,96	118	4,56	78
III Resursi razvoja turizma	4,55	88	2,98	94	2,59	122
11. Ljudski resursi	5,25	45	4,81	76	4,29	89
12. Shvatanje turizma	5,20	98	4,62	66	2,39	101
13. Prirodni resursi	3,90	112	2,23	123	1,90	135
14. Kulturni resursi	3,90	52	2,72	59	1,61	67
Ukupno TTCI Srbija	3,71	78	3,52	82	3,34	95

Izvor: Autori na osnovu Blanke, J., Chiesa, T. (2007). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*, <http://www.weforum.org/pdf/tourism/Part1.pdf> (11.12.2015.), Blanke, J., Chiesa, T. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf (11.12.2015.), Blanke, J., Chiesa, T. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economies/#economy=SRB> (11.12.2015.)

Prethodna tabela jasno pokazuje kakav je konkurentski položaj Srbije kao turističke destinacije. U posmatranom periodu primetan je konstantan pad konkurentnosti (sa 78. mesta 2007.godine na 95. mesto 2015.godine). Detaljnija analiza pokazuje da je ključni razlog pada konkurentnosti u neodgovarajućem korišćenju resursa razvoja turizma (prema poslednjim analiziranim podacima, prema ovom parametru Srbija je na 122. mestu, što je pad za 34 mesta u odnosu na 2007.godinu). Ukoliko pogledamo prethodno iznete teorijske stavove o konkurentnosti turističkih destinacija, jasno se zaključuje da Srbija nije dovoljno posvetila pažnje ovom faktoru konkurentnosti. Prema Porteru, faktor označen kao nasleđe je primaran u ostvarivanju konkurentnosti svih privrednih grana (Porter 2008), a to se upravo u kontekstu razvoja turističkih destinacija odnosi na prirodne i antropogene atraktivnosti. Mišljenja smo da je u to turizmu to još izraženije, tako da se može označiti da je nedovoljno poklanjanje pažnje resursima razvoja turizma dovelo do ovako niske konkurentnosti Srbije kao turističke destinacije.

Poredeći podatke iz prethodno iznetih tabela zaključujemo da je konkurentski položaj turizma Srbije u odnosu na turizam ostalih zemalja mnogo bolji od položaja koji turizam ima u strukturi privrede Srbije. To nameće zaključak da je potrebno u narednom periodu dati veći prioritet turizmu kao privrednoj grani, jer će to dovesti i do značajnijih ekonomskih efekata, što je, posmatrano sa stanovišta nacionalne ekonomije, i ključni cilj unapređenja konkurentnosti turističkih destinacija Srbije. U krajnjem efektu, to će dovesti, zbog opšteprihvaćenog multiplikativnog dejstva turizma na nacionalnu ekonomiju, i do povećanja ukupne konkurentnosti privrede Srbije.

Unapređenje konkurentnosti turističkih destinacija Srbije

Konkurentnost pojedinih turističkih destinacija je posebno važna kada se zemlja zalaže za veće tržišno učešće na regionalnom ili globalnom tržištu. Da bi se to ostvarilo, neophodna je identifikacija, inventarizacija i bonifikacija postojećih i budućih turističkih destinacija, sa ciljem njihovog boljeg pozicioniranja na turističkom tržištu. Stepenu u kome jedna zemlja može imati koristi od turističkog sektora u velikoj meri zavisi od konkurentne pozicije na međunarodnom turističkom tržištu, kako pojedinih destinacija, tako i čitave zemlje. Često dobra pozicija zemlje na međunarodnom tržištu može da utiče i na povećanje atraktivnosti a samim tim i konkurentnosti destinacija. Takođe, često je i dobar položaj turističkih destinacija izvor ukupne konkurentnosti zemlje. Osnovni cilj ovog rada je definisan na taj način da da odgovor na pitanje kako unaprediti položaj turističkih destinacija Srbije na međunarodnom tržištu, a samim tim obezbediti i poboljšanje položaja turizma cele države.

Da bi se poboljšala konkurentna pozicija turističkih destinacija Srbije neophodno je (Milenković, Utvić 2012, 52):

1. aktivno učešće lokalnog stanovništva u razvoju turizma Srbije, s' tim da lokalne samouprave posebno aktiviraju nezaposlenu radnu snagu u turizmu svojih destinacija;
2. u potpunosti da se iskoristi gestrateška pozicija Srbije, kako u lokacijskom smislu turističkih centara, tako i u optimalnom funkcionisanju turističkog sektora u "geoekonomiji" Srbije;
3. raspoloživost vodnim resursima Srbiji daje i komparativnu i konkurentnu prednost na tržištu banjsko-klimatološkog i zdravstveno-rekreativnog turizma. U ovom slučaju bitno je i to da, u partnerskim odnosima i članstvu u međunarodnim klasterima i asocijacijama ovih vrsta turizma, Srbija je uvek dobrodošla;

4. turističke destinacije Srbije raspolažu "neistrošenim" turističkim prostorom u vidu zaštićenih oblasti (osnova ekoturizma), velikih ruralnih prostora (seoski turizam) i kvalitetnih pejzažnih celina (foto-safari turizam); i
5. antropogena osnova turizma Srbije u svim njenim regionima i klasterima je dobro razmeštena tako da je svaki turistički region Srbije i svako njegovo odredište i destinacija konkurentski sposobna za dalju borbu na turističkom tržištu.

Za unapređenje pozicije Srbije kao turističke destinacije potrebno je izgraditi destinacije koje mogu da budu izvor njene konkurentnosti. Imajući u vidu prethodno iznete teorijske stavove, ali i sve raspoložive faktore konkurentnosti turističkih destinacija, mišljenja smo da u narednom periodu određene destinacije mogu biti nosioci turizma Srbije. Prihvatajući stavove da prostorni obuhvat turističke destinacije mora da odgovara postojanju svih neophodnih elemenata, u narednoj tabeli dat je pregled potencijalnih destinacija koje mogu da budu konkurentne na međunarodnom turističkom tržištu.

Tabela 3. Konkurentne turističke destinacije Srbije

Destinacija	Najkonkurentniji oblici turizma
Beograd	MICE, gradski, manifestacioni, kulturno-istorijski, turizam na Dunavu
Novi Sad	MICE, manifestacioni, kulturno-istorijski, turizam na Dunavu, obrazovni
Niš	MICE, tranzitni, kulturno-istorijski, rekreativni, gradski
Vrnjačka Banja	zdravstveni, wellnes, manifestacioni, rekreativni, izletnički
Zlatibor	rekreativni, izletnički, ekoturizam, avanturistički, sportski, gastro, ruralni
Zlatar	ekoturizam, avanturistički, turizam na vodama, rekreativni, sportski, lovni, ribolovni, manifestacioni, gastro
Kopaonik	sportski, rekreativni, verski, ekoturizam, gastro, avanturistički, pejzažni, obrazovni, naučno-istraživački, manifestacioni
Sokobanja	wellnes, zdravstveni, avanturistički, rekreativni
Gornje Podunavlje	turizam na Dunavu, etno, gastronomski, rekreativni, ekosafari, proizvodnja zdrave hrane za turizam
Donje Podunavlje	izletnički, rekreativni, obrazovni, lovni, pejzažni, overland, ekosafari i volonterski
Golija	ekoturizam, avanturistički, sportski, rekreativni, ruralni, lovni, gastro, manifestacioni, fitofarmakološki
Tara	lovni, ekoturizam, avanturistički, izletnički, sportski, rekreativni, verski, manifestacioni
Ovčarsko-kablarska klisura	ekoturizam, verski, manifestacioni, rekreativni, izletnički
Fruška Gora	rekreativni, izletnički, vinski, škole u prirodi, verski
Jezerca severa Srbije	salašarski, turizam na jezerima, gastronomski, vinski, edukacijski, posmatranje ptica
Homolje	ekoturizam, gastro, avanturistički, rekreativni, izletnički, fitofarmakološki, lovni, škole u prirodi
Stara planina	sportski, avanturistički, ekoturizam, rekreativni, pejzažni, zdravstveni, seoski, fitofarmakološki, obrazovni
Vlasina i Krajište	turizam na vodama, rekreativni, izletnički, ekoturizam, avanturistički, ruralni

Izvor: Autori

Da bi prethodno utvrđene turističke destinacije postale prepoznatljivije, a u nekim višim fazama razvoja i konkurentne na međunarodnom turističkom tržištu, neophodno je značajnije povećati odgovornost kod svih koji se bave turizmom u Srbiji. To podrazumeva i rešavanje brojnih potencijalnih problema, koji treba da postanu izazovi u prilagođavanju ponude turističkih destinacija zahtevima turista. Da bi se to ostvarilo, potrebno je eliminisati određene

nedostatke koji onemogućavaju dobru konkurentsku poziciju turističkih destinacija Srbije. Ti nedostaci mogu da se svedu na (Strategija razvoja turizma Republike Srbije):

- neodgovarajući marketing miks, koji onemogućava dobru promociju turizma Srbije u svim mogućim oblicima propagandne aktivnosti, a to dalje sužava kanale distribucije turističkog proizvoda, što u konačnom smislu smanjuje potencijalnu turističku tražnju;
- veliki nedostatak je nedovoljna saradnja i koordinacija između ministarstava i relevantnih interesnih grupa u turizmu. To dalje zaustavlja proces realne klasterizacije turizma Srbije, a još više uključivanje regionalnih turističkih klastera u klaster makroturističkih regija Evrope (na primer Mediteranski, Klaster Land, Alpsko-karpatiski i dr.);
- nedovoljno prihvatanje dobrih tuđih iskustava, odnosno zapostavljanje principa benchmarkinga, što u turizmu Srbije izaziva neadekvatnu preduzetničku inicijativu, kao i nepoštovanje međunarodnih sistema vrednosti;
- u svim turističkim destinacijama, ne postoji nijedan objekat visoko kvalitetne infrastrukture. To je i najveća kočnica pozicioniranja svih turističkih destinacija na globalnom međunarodnom tržištu; i
- veliki nedostatak obrazovanih, tj. kvalifikovanih turističkih kadrova za sve izvršne pozicije (od higijene do top-menadžera).

Zaključak

Turistička destinacija predstavlja osnovu razvoja turističke ponude jedne oblasti. U zavisnosti od toga na koji način je turistička destinacija izgrađena, na koji način su identifikovani, inventarizovani i vrednovani njeni osnovni atraktivni elementi, ali i na koji način je destinacija uklopljena u okruženje u kojem egzistira, zavisi i uspeh koji ta destinacija postiže na turističkom tržištu, meren kroz broj turističkih dolazaka, broj ostvarenih noćenja, ali i doprinos razvoju lokalne ekonomije, što u poslednje vreme postaje glavni doprinos formiranja turističke ponude jednog područja. Uključivanje lokalnog stanovništva postaje ključni faktor unapređenja konkurentnosti turističkih destinacija, jer u postmodernim oblicima turizma intenziviran je odnos turista-lokalno stanovništvo, i od spremnosti lokalnog stanovništva da prihvati turiste zavisi i uspeh čitavog turističkog sistema.

Sve dosadašnje koncepcije i strategije turističkog razvoja destinacija, na neki način proističu iz različitih stavova u teoriji i različitih primera u primeni dobre prakse. U narednom periodu destinacije u Srbiji treba da se razvijaju koristeći iskustva turistički razvijenijih zemalja iz bližeg ili daljeg okruženja, slične resursne osnove (Mađarska, Austrija, Slovačka, Češka). U savremenom, tj. postmodernom, alternativnom turizmu tražnja za turističkim proizvodima eksponencijalno raste, što dovodi do rapidnog rasta broj oblika turizma. Destinacije u Srbiji mogu malim modifikacijama sličnih, već razvijenih i prepoznatljivih destinacija da postanu tržišno prihvatljive. Za izgradnju međunarodno konkurentnih turističkih destinacija potrebno je da imaju autentičan identitet, ambijent, da svoje ponude obogate gastronomskim proizvodima područja, folklorom i etnostvaralaštvom, kao i karakterističnom turističkom baštinom predela Srbije gde se nalaze. Da li će to uspeti, pevašhodno zavisi od dinamike identifikovanja segmenata potrošača na strani turističke tražnje i mogućnosti da kreirana turistička ponuda zadovolji te segmente.

U skladu sa prethodno navedenim, u radu smo došli do zaključka da razvoj turizma na području Srbije ima dobar potencijal i da u narednom periodu Srbija treba da postane prepoznatljiva destinacija, najpre na evropskom turističkom tržištu, a u nekim višim fazama razvoja turizma i konkurentna na međunarodnom.

Reference

1. Blanke, J., Chiesa, T. (2007). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*, <http://www.weforum.org/pdf/tourism/Part1.pdf> (11.12.2015.)
2. Blanke, J., Chiesa, T. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf (11.12.2015.)
3. Blanke, J., Chiesa, T. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economies/#economy=SRB> (11.12.2015.)
4. Davidson, R. & Maitland, R. (1997). *Tourism Destinations*. London: Hodder & Stoughton Educational
5. Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: basics, concepts, cases*. Washington: Taylor and Frances
6. Holloway, C. (1989). *The Business of Tourism*. London: Pitman
7. Kicošev, S., Stefanović, V. (2005). Predmet razmene u turizmu, *Turizam*, 9: 81-82.
8. Kovačević, R. (2002). *Međunarodna trgovina*. Beograd: Ekonomski fakultet
9. Mathieson, A., Wall, G. (1990). *Tourism: economics, physical and social impacts*. Harlow: Longman
10. Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination - a factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21: 65-78.
11. Milenković, S. (2009). *Turizam i ekonomija*. Kragujevac: Ekonomski fakultet
12. Milenković, S., Utvić, S. (2012). Regionalne predispozicije konkurentskih prednosti turističkih odredišta Srbije, U: Arandelović, Z. (ur.) *Regionalni razvoj i demografski tokovi zemalja Jugoistočne Evrope*, Niš: Ekonomski fakultet, 39-61
13. Pike S. (2008). *Destination marketing, An integrated marketing communication approach*, London: Butterworth Heinemann
14. Porter, M. (1990.), *The Competitive Advantage of Nations*, London: Macmillian
15. Porter, M. et all (2008) Moving to a New Global Competitiveness Index. In Porter, M. and Schwab, C. (eds). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneve: World Economic Forum: 43-63.
16. Ritchie, J., Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford: Cabi Published
17. Strategija razvoja turizma Republike Srbije, http://www.srbija.gov.rs/vesti/dokumenti_sekcija.php?id=45678 (12.10.2015.)
18. UNCTAD (1987). *Trade and Development*, Geneva: Report
19. Vanhove, R. (2005). *The economics of tourism destinations*. Oxford: Elsevier
20. Wei C. H., *Competitiveness in the Tourism Sector - A Comprehensive Approach from Economic and Management Points*, Physica-Verlag HD, 2008
21. WTTC (2015), *Travel and tourism economic impact 2014, Serbia*, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/serbia2014_2.pdf (14.10.2015.)

ULAGANJE U OBRAZOVANJE KAO JEDAN OD FAKTORA KONKURETNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE

Dr Milena Jovanović-Kranjec*

Maja Luković**

Apstrakt: *Obrazovanje jednog društva snažan je pokretač društvenog razvoja. Pored toga što utiče na rast i razvoj jednog društva, ono je i značajan indikator konkurentnosti privrede društva. Procenat ulaganja za obrazovanje u BDP-u jedan je od najboljih pokazatelja razvoja obrazovanja u tom društvu. Upravo zato važno je znati kako se obrazovanje finansira, odnosno koliko se u obrazovanje ulaže u Republici Srbiji. Obrazovanje jednog društva, samo je jedan od važnih činioca, koji utiče na stvaranje savremenih društva utemeljenih na znanju i značajan indikator konkurentnosti privrede jednog društva. Predmet ovog rada je problem ulaganja u obrazovanje, posebno visoko obrazovanje kao jedan od faktora koji utiče na konkurentnost privrede Republike Srbije. Cilj je ustanoviti koliko se u procentima ulaže u visoko obrazovanje u našoj zemlji a na osnovu dostupne zvanične statistike, kao i uporediti kolika su ulaganjau visoko obrazovanje u pojedinim zemljama EU.*

Ključne reči: *obrazovanje, ulaganje u visoko obrazovanje, konkurentnost.*

Uvod

Obrazovni sistem jednog društva je ključna determinanta razvoja samog društva. Njegov razvoj je neodvojiv je od ekonomskog, političkog, kulturnog i demografskog razvoja društva u kom se obrazovni sistem razvija. Obrazovanje je postalo opštedruštvena potreba i ima ekonomski, politički i kulturni značaj. (Vilić, D. 2014:390) Obrazovanje, kao konkretni društveni proces, pretpostavlja takvo stanje obrazovanosti gde pojedinac poseduje relativnu celinu (sistem) opštih i stručnih znanja (istina), informacija, umeća, spretnosti itd, na relativno visokom nivou, u relacijama dotičnog društva i kulture, a što vodi stvaranju celovitog pogleda na svet (Flere, 1976, 17).

Kako obrazovanje predstavlja sistem veština, umeća i znanja, a znanje je rezultat naučno-tehnološkog razvoja, koji se ubrzano menja, to zahteva i neprestalno učenje i usavršavanje pojedinaca. A svako usavršavanje, kao deo procesa obrazovanja zahteva neki izvor finansiranja.

Gotovo u svakoj raspravi o ekonomskoj politici neizostavno se govori o analizi ulaganja u obrazovanje (ili kako govore ekonomisti u ljudski kapital) i njegovog uticaja na konkurentnost privrede jednog društva "Osnovni makroekonomski postulati u vezi sa privrednim rastom i razvojem konkurentnosti određene privrede temelje se na konstantnom unapređenju kvalifikovanosti radne snage kao osnovnog činioca proizvodnje. Ljudski kapital, posebno intelektualni kapital je jedan od osnovnih faktora konkurentnosti preduzeća i privrede." (Jovancai, Tošović-Stevanović, 2013:83)

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mkranjec@kg.ac.rs

** Ekonomski fakultet Uverziteta u Kragujevcu, e-mail: mmilutinovic@kg.ac.rs

Prema definiciji Svetskog ekonomskog foruma, “ konkurentnost predstavlja skup institucija, politika i faktora koji određuju nivo produktivnosti jedne zemlje”. (prema Vuković 2013:197)

Postoje dva osnovna koncepta konkurentnosti: mikrokonkurentnost koja se odnosi na konkurentnost preduzeća, kao njihovu relativnu prednost nad drugim preduzećima i makrokonkurentnost, koja podrazumeva konkurentnost jedne nacionalne privrede u celini.

Predmet ovog rada je problem ulaganja u obrazovanje kao jedan od faktora koji utiče na konkurentnost privrede Republike Srbije.

Obrazovanje kao pokazatelj nivoa konkurentnosti privrede Republike Srbije

Globalni indeks konkurentnost (Global competitiveness index- GCI), kao pokazatelj nivoa konkurentnosti privrede, a koji se meri prosekom većeg broja indikatora, kao jedan od dvanaest stubova navodi i obrazovanje kao važan indikator konkurentnosti jedne privrede.

Dvanaest stubova Globalnog indikatora konkurentnosti su: *prvi stub* - institucije, *drugi stub* - infrastruktura, *treći stub* - makroekonomsko okruženje, *četvrti stub* - zdravlje i osnovno obrazovanje, *peti stub* - visoko obrazovanje i obuka, *šesti stub* - efikasnost tržišta roba, *sedmi stub* - efikasnost tržišta rada, *osmi stub* - sofisticiranost finansijskog tržišta, *deveti stub* - tehnološka opremljenost, *deseti stub* - veličina tržišta, *jedanaesti stub* - sofisticiranost poslovanja i *dvanaesti stub* - inovacije.

Ovako definisani stubovi su organizovani u tri grupe. *Prva grupa* su tzv. Osnovni zahtevi koja uključuje stubove (1) Institucije, (2) Infrastruktura, (3) Makroekonomska stabilnost, (4) Zdravstvo i primarno obra zovanje. *Drugu grupu* čine tzv. Faktori povećanja efikasnosti koju formiraju stubovi: (5) Visoko obrazovanje i obuka, (6) Efikasnost tržišta dobara, (7) Efikasnost tržišta rada, (8) Sofisticiranost finansijskog tržišta, (9) Tehnološka spremnost i (10) Veličina tržišta. *Treća grupa* su Faktori inovativnosti i sofisticiranosti koju formiraju poslednja dva stuba, (11) Sofisticiranost poslovnih procesa i (12) Inovacije.

Tabela 1. Vrednosti IGK po stubovima konkurentnosti za Republiku Srbiju

Dvanaest stubova konkurentnosti	2013.god.	2014.god.	2015.god.
1. Institucije	3.20	3.21	3.24
2. Infrastruktura	3.51	3.93	3.87
3. Makroekonomsko okruženje	3.36	3.51	3.61
4. Zdravstvo i osnovno obrazovanje	5.75	5.76	5.87
5. Visoko obrazovanje i obuka	4.05	4.25	4.27
6. Efikasnost tržišta dobara	3.64	3.78	3.74
7. Efikasnost tržišta rada	3.90	3.73	3.72
8. Razvijenost finansijskog tržišta	3.48	3.50	3.23
9. Tehnološka osposobljenost	3.94	4.45	4.47
10. Veličina tržišta	3.68	3.68	3.70
11. Sofisticiranost poslovanja	3.18	3.21	3.14
12. Inovacije	2.85	2.89	2.90

Izvor: WEF The Global Competitiveness Report , World Economic Forum (2013, 2014, 2015)

Ako pratimo sve vrednosti Globalni indeks konkurentnost po stubovima konkurentnosti za 2013., 2014., i 2015. godinu. na osnovu Tabele 1, možemo da zaključimo da se pad beleži kod stubova 2, 8 i 11 koji predstavljaju *Infrastrukturu*, *Razvijenost finansijskog tržišta* i

Sofisticiranost poslovanja respektivno. Takođe, iz priložene tabele može se videti da je rast ostvaren na stubovima 3 i 4, gde je reč o *Makroekonomskom okruženju i Zdravstvu i osnovnom obrazovanju*. Kada su u pitanju poboljšanja, najveći pozitivan pomak od 0,11 poena u odnosu na prošlu godinu zabeležen je kod stuba *Zdravstvo i osnovno obrazovanje*.

Još polovinom osamdesetih godinaprošlog veka profesor Porter je isticao da faktori kao što su niski troškovi rada neobrazovane radne snage i prirodni resursi sve manje važni u konkurentnosti, u odnosu na kompleksne faktore kao što su vešta naučna i tehnička podrška radnika i napredna infrastruktura. (Paraušić, V. 2007:599)

Gore navedeni rezultati sa jedne strane govore o padu Globalni indeks konkurentnost kada govorimo o stubu Infrastruktura, a sa druge strane o blagom porastu ako govorimo o stubu Zdravstvo i osnovno obrazovanje, ali ne i porasta kod ključnog stuba za konkurentnost a to je visoko obrazovanje i obuka.

Obrazovanje jednog društva, posebno visoki obrazovanje je važno zbog podizanja kvaliteta života ljudi i osiguranja društvenog i ekonomskog napretka. Nedovoljno obrazovana radna snaga može da obavlja samo proste manualne poslove sa osnovnim operacijama koje ne zahtevaju neku obuku i često postoje ozbiljne poteškoće u prilagođavanju takvih radnika u pojedinim naprednim proizvodnim procesima i tehnologijama. Nivoi zdravlja i obrazovanja su mnogo viši u ekonomski razvijenim zemljama, i to ije puka slučajnost, već se to dešava zbog većih mogućnosti investiranja u obrazovanje i zdravstvo. (Račić, Ž., Pavlović, N. Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije. “ Konkurentske prednosti jedne zemlje vise nisu sadržane u tradicionalnim proizvodnim faktorima, kao što su radna snaga, zemlja i capital, već u proizvodnji i korišćenju znanja i informacija.” (Malbaša, D., Dobromirov. D., Radišić., M. 2014, 1) i upravo se zato prilikom i merenja i analize konkurentnosti jedne privrde posebna pažnja posvećuje obrazovanju kao značajnom faktoru koji treba da unapredi i produktivnost jedne zemlje.

Izdvajanje iz budžeta i ulaganje u visoko obrazovanje

Kako je ljudski kapital, posebno intelektualni kapital jedan od osnovnih faktora konkurentnosti preduzeća i privrede, upravo je kvalifikovana i adekvatno obučena radna snaga jedan od odlučujućih faktora u savremenom društvu za odluku stranih investitora da kapital ulažu u neku zemlju, ali do takve radne snage se dolazi putem dugotrajnog procesa obrazovanja, koje i samo iziskuje neki oblik finansiranja.

Ekonomski rast i veća produktivnost u razvijenim zemljama, nije puka slučajnost, ona je samo rezultat korišćenja znanja i veština i ulaganja u obrazovanje. Stoga je neophodno da državne investicije u obrazovanje, i to pre svega visoko obrazovanje, obrazovanje odraslih i sistem doživotnog učenja, stvore neophodne preduslove za nove investicije. (Jovancai, Tošović-Stevanović, 2013:83) Zato ulaganju u obrazovanje treba shvatiti kao investiciju, a ne puki trošak.

Razlike u finansiranju obrazovanja u razvijenim zapadnoevropskim zemljama i finansiranja u Republici Srbiji ili nekim drugim bivšim socijalističkim zemljama temelji se na razlici u socijalnom, ekonomskom i svakoako političkom razvitku. “Tržišna ekonomija zapadnoevropskih zemalja uticala je na razvoj i javnih i privatnih škola, dok su istočnoevropske zemlje državno vlasništvo i netržišnu ekonomiju, i to je upravo činjenica koja se uticala da u tim zemljama primenjuje centralistički način finansiranja.(Kiss, I. str.73)

Procenat ulaganja za obrazovanje u BDP-u jedan je od najboljih pokazatelja razvoja obrazovanja u tom društvu. U tom kontekstu, treba postaviti pitanje koliko država Republika

Srbija izdvaja za visoko obrazovanje, kao i kolika su ta izdvajanja u poređenju sa zemljama članicama EU.

Kada govorimo o procentu budžeta Republike Srbije koji se izdvaja za visoko obrazovanje od 2012 do 2014. godine (za 2015. godinu podaci još nisu dostupni) primetan je trend opadanja učešća. (Tabela 2)

Tabela 2 *Učešće budžetskih izdvajanja za visoko obrazovanje (uključujući i studentski standard) u BDP-u Srbije*

Godina	Učešće budžetskih izdvajanja za VO u BDP-u Srbije
2012.	0.95%
2013.	0.89%
2014.	0.86%

Izvor: SVOS. <http://www.svos.org.rs/pdfs/finansiranje-vo-i-evropski-put-srbije-cyr.pdf>.

Ako uporedimo gore navedene procenete za izdvajanje iz budžeta za visoko obrazovanje sa prosekom EU 27 čiji prosek za izdvajanje iz budžeta za visoko obrazovanje i koji iznosi 1,26% (podatak je preuzet sa Eurostata) možemo da zaključimo da smo mi ispod evropskog proseka. Švedska izdvaja najviše oko 2%.

S jedne strane, ova činjenica je potpuno kontradiktorna stavu i novoj *Strategiji razvoja obrazovanja do 2020. godine u Republici Srbiji* u kojoj se ističe “ polazeći od činjenice da obrazovanje predstavlja vrstu produktivnog javnog rashoda, osnov na kome se razvija vizija sistema obrazovanja je povećanje učešća ukupnih javnih rashoda za obrazovanje na nivo od 6% bruto domaćeg proizvoda do 2020. godine (u razvijenim evropskim zemljama se kreće od 3.6 % do 8.8%). (*Strategija razvoja obrazovanja do 2020. Godine*). “ Budući da je jako teško poboljšati konkurentnost bez istraživanja i razvoja, unaprediti privredu sa nedovoljno kvalifikovanom radnom snagom i postati član evropske porodice bez napretka u ovim oblastima, potrebna su značajno veća ulaganja u pomenute sektore.” Jovancai, Tošović-Stevanović, 2013:83).

Sa druge strane, Republika Srbija je na putu i u nastojanju da postane punopravni član Evropske unije, i na tom putu priključivanja su mnogobrojni dokumenti usklađeni sa pravnim tekovinama EU. To se očekuje i na polju modela finansiranja visokog obrazovanja, I čeka se da se novim nacrtima zakona o visokom obrazovanju uskade I modeli finansiranja visokog obrazovanja.

Sve države koje teže povećanju prosperiteta, moraju povećavati kvalitet obrazovanja. Poslednjih godina se sve ozbiljnije radi na uključivanju odraslih u obrazovni sistem. “ Obrazovanje odraslih doprinosi unapređenju znanja i veština radno sposobnog stanovništva u skladu sa zahtevima tržišta rada i time pozitivno utiče na ekonomski i društveni razvoj zemlje i na kvalitet života njenih građana.”(*Strategija razvoja obrazovanja do 2020.godine*) i u razvijenim ekonomskim ekonomijama se “ podrazumeva da su zaposleni obrazovani i sposobni da se prilagođavaju okruženju koje se brzo menja I da obuhvat ljudi koji bi se obrazovali trebao da bude najmanje 7% od populacije odraslih. Međutim, koliko se ozbiljno radi na obrazovanju odraslih govori činjenica da postojeći system obrazovanja u Republici Srbiji ne obezbeđuje dovoljno znanja i veština odraslima koje su korelaciji sa potrebama tržišta rada i društva, kao i da ne postoji dovoljno ponuda programa za obrazovanje odraslih i posebno nedovoljno finansiskih sredstava za njihovo dalje obrazovanje.

Važnost stalne stručne obuke, koja se u mnogim privredama zanemaruje, značajna je ako obezbeđuje stalnu nadogradnju veština i znanja zaposlenih, u skladu sa potrebama proizvodnih sistema”. (Račić, Pavlović 2014)

U značaj obrazovanja za razvoj jednog društva se odvajkada polagala nada. Kako navodi poznati filozof P. Lisman (P. Liessmann) ni u jedno područje života nije polagalo toliko nade kao u područje obrazovanja, "Obrazovanje je bilo nada radničke klase da će znanjem dosegnuti onu moć koju su joj uskratili neuspeli ili pak izostale revolucije; obrazovanje je bilo, i jeste, sredstvo kojim treba emancipovati i integrisati niže slojeve, žene, migrante, osobenjake, osobe s invaliditetom i potlačene manjine; obrazovanje važi kao željeni resurs u borbi za odredišta informacionog društva; obrazovanje je sredstvo kojim treba sprečiti predrasude, diskriminacije, nezaposlenost, glad, sidu, nehumanost i genocide, sredstvo kojim treba savladati izazove budućnosti te onako usput usrećiti decu i učiniti odrasle sposobnima za zaposlenje" (Liessmann, 2009, 43). Vera u snagu obrazovanja i dalje postoji, "jer ljudi sa svojim intelektualnim i kreativnim potencijalima predstavljaju stratešku osnovu razvoja društva" (Vilić, D. 2014: 392), i ne samo to oni su (ili bi trebalo da budu) ona moralnija strana društva, jer kako u naslovu rada navodi Maja Žitinski "Obrazovanje je moralni pojam". (Žitinski, M.)

Zaključak

Obrazovani, obučeni i pojedinci koji vladaju različitim veštinama predstavljaju značajan resurs za razvoj društva. Obrazovanje pojedinaca je dugotrajan process i kao takav zahteva posebnu vrstu finansiranja. Zakonitost koja važi u tim odnosima je jednostavna. Što jedna država više ulaže u sistem obrazovanja, a posebno visoko obrazovanje, veće su i šanse za brži i uspešniji razvoj tog društva.

Kada govorimo o Republici Srbiji i finansiranju visokog obrazovanja, koje predstavlja jedan od najvažnijih indikatora konkurentnosti privrede, reč je o neznatnom procentu koje se odvaja za finansiranje visokog obrazovanja i koje poslednjih godina prati trend smanjenja. Takva situacija zahteva hitnu promenu načina finansiranja ali i procenta finansiranja visokog obrazovanja.

U svim političkim programima, posebno u predizbornim periodima sve dosadašnje političke partije su se pozivale i verovala u snagu obrazovanja koje ono ima za razvoj društva. Svi su obećavali značajne reforme koje bi posebno uticale i na povećanje procenata za finansiranje visokog obrazovanja, ali nažalost do toga još uvek nije došlo. Pored toga Republika Srbija se obavezala da će unaprediti ulaganje u razvoj obrazovnog sistema i dostići evropski proseki izdvajanja za visoko obrazovanje, jer to predstavlja uslov koji naša zemlja treba da ostvari na putu ka Evropskoj uniji.

Reference

1. Global Competitiveness Index-Serbia <http://www3.weforum.org/docs/GCR2014-15/Serbia.pdf>. 14.11.2015. godine.
2. Malbaša, D., Dobromirov, D., Radišić, M. (2014) Analiza javnih prihoda za visoko obrazovanje na primeru odabranih zemalja Evropske unije. U: Trendovi razvoja. Razvojni potencijal visokog obrazovanja.
3. Flere, S. (1976). *Obrazovanje u društvu*. Niš: Gradina.
4. Jovancai, A. Tošović-Stevanović, A. (2013) Uticaj obrazovanja radne snage na konkurentnost preduzeća I privredni rast. Beograd: *Megatrend revija*. 10(4), str. 83-94.
5. Kiss, I. Finansiranje obrazovanja u Evropi I u Republici Hrvatskoj. *EKONOMIJA*, 1/IX. http://www.staro.rifin.com/root/tekstovi/casopis_pdf/ek_ec_346.pdf
6. Liessmann, K. P. (2009). *Teorija neobrazovanosti*. Zagreb: Jesenski i Turk

7. Radović, M., Vasiljević, A. (2011) Unapređenje konkurentnosti AP Vojvodine kao odgovor na izazove globalnog okruženja. U: *Regionalni razvoj i demografski tokovi zemalja jugoistočne Evrope*. Niš: Ekonomski fakultet. Str. 253-267.
8. Račić, Ž., Pavlović, N., *Analiza globalnog indeksa konkurentnosti Republike Srbije*, 2011, internet adresa: <http://www.vps.ns.ac.rs/Materijal/mat7942.doc>
9. Stošić, I., Domazet, I. (2014) Analiza konkurentnosti poslovanja i potencijalni rast privrede Srbije u period svetske krize. Niš: *Teme*. 38(2), str.491-506.
10. Tanasković, S., Ristić, B.(2015) Konkurentna pozicija Srbije u 2015. Godini prema Izveštaju Svetskog ekonomskog foruma. Beograd: Fondacija za razvoj ekonomske nauke.
11. <http://www.fren.org.rs/sites/default/files/articles/attachments/KONKURENTNOST%20SRBIJE%20ZA%202015%20%20GODINU.pdf>. Preuzeto 30.12.2015. godine.
12. Vilić, D. (2014) Uloga znanja i obrazovanja u savremenom društvu. POLITEIA. Banja Luka: Fakultet političkih nauka. Br.8. str. 289-404.
13. Vlada Republike Srbije: *Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020.godine*, „Službeni glasnik Republike Srbije“ Službeni glasnik br. 107/2012.
14. http://www.mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2015/08/strategija_obrazovanja_do_2020.pdf
15. Vuković, D. B. (2013) Korelaciona analiza indikatora regionalne konkurentnosti: primer Republike Srbije. Kragujevac: *Ekonomski horizonti*. 15(3), str. 197-211.
16. Žitinski, M. *Obrazovanje je moralni pojam*, u: NAŠE MORE, (2008), br. 3-4; str. 140-147

UTICAJ STRANIH DIREKTNIH INVESTICIJA NA OBIM I KONKURENTNOST SRPSKOG IZVOZA

Tijana Tubić*

Apstrakt: *Poslednjih decenija globalno ekonomsko okruženje se brzo menjalo. Ova promena se ogleda u intenziviranju međunarodnih trgovinskih veza i povećanom obimu kretanja stranih direktnih investicija (SDI) između zemalja. SDI ne predstavljaju samo izvor priliva kapitala za zemlje u tranziciji i zemlje u razvoju već i mehanizam za transfer savremene tehnologije i menadžerskih veština u ekonomiju zemlje domaćina. Značajno pitanje sa kojim se ove zemlje suočavaju jeste da li će i u kojoj meri SDI povećati izvoz. Ispitivanje uzročne veze između stranih direktnih investicija i izvoza je ključno za planiranje i implementaciju strategije razvoja jedne zemlje, pa shodno tome cilj ovog rada jeste da ukaže na značaj uticaja stranih direktnih investicija na konkurentnost izvoza zemlje domaćina, sa posebnim osvrtom na stanje u ekonomiji Republike Srbije. Privlačenje SDI, pre svega izvozno orijentisanih, cilj je srpske ekonomske politike od samog otpočinjanja tranzicije. Međutim, do sada najveći deo SDI je podstaknut privatizacijom, a samo mali deo SDI je realizovan grinfield investicijama. U narednom periodu bi trebalo stvoriti povoljnu investicionu klimu u cilju podsticaja priliva SDI u Srbiju, i to prvenstveno u izvozne grane jer bi to doprinelo rastu konkurentnosti nacionalne ekonomije.*

Ključne reči: strane direktne investicije, izvoz, konkurentnost, Srbija

Uvod

U poređenju sa druga dva oblika međunarodnog kretanja kapitala, portfolio investicijama i zajmovima, strane direktne investicije predstavljaju za zemlje u tranziciji najvažniji oblik međunarodnog kretanja kapitala. Značaj stranih direktnih investicija postao je evidentan u drugoj polovini 80-ih godina, kada je nakon dužničke krize smanjen priliv zajmavnog kapitala. Strane direktne investicije kao oblik međunarodnog kretanja kapitala doprinose efikasnom poslovanju privrede, njenom izlasku na međunarodno tržište i povećanju društvenog blagostanja. Strani investitori su neophodni svim zemljama, a najviše zemljama u tranziciji, koje se suočavaju sa hroničnom nestašicom sopstvenog kapitala, menadžerskih znanja i iskustava, savremene tehnologije, izvoznih kanala, kao i zemljama koje nemaju domaću štednju pomoću koje bi mogle samostalno finansirati sopstveni razvoj. Dakle, SDI igraju značajnu ulogu u promovisanju izvoza i privrednog rasta. One podstiču izvoz zemlje domaćina povećavajući njenu produktivnost i proizvodne kapacitete zahvaljujući povećanju stokova kapitala, transfera tehnologije, menadžerskih veština i poboljšanjem sposobnosti lokalne radne snage kroz različite obuke. Osim toga, obezbeđujući lakši pristup novim i velikim inostranim tržištima, SDI povećava izvozne mogućnosti zemlje. Međutim, kako ove koristi ne bi bile kratkoročne za zemlje sa slabo razvijenim industrijama i izvozom, neophodno je da zemlja vodi aktivnu politiku koja uključuje selektivnu liberalizaciju u cilju privlačenja vertikalnih investicija kako bi se zaštitile određene industrije, podstakla konkurentnost izvoza i jačanje domaćih preduzeća. Osim koristi, postoje i određeni rizici sa kojima se suočava zemlja koja ostvaruje priliv SDI i oni se odnose na pogoršanje odnosa razmene (ukoliko SDI odlaze u proizvodnju izvoznih dobara i ukoliko zemlja predstavlja velikog prodavca tog proizvoda, doći će do povećanja izvoza, samim tim i

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: t.tubic@kg.ac.rs

snižavanja cene izvoznih proizvoda u odnosu na cene uvoznih proizvoda i pogoršanja odnosa razmene), smanjenje domaće štednje, domaćih investicija, nestabilnosti u platnom bilansu i deviznom kursu, gubitak kontrole nad domaćom politikom, nedovoljan razvoj lokalnog obrazovanja i veština i zagađenje životne sredine (Appleyard, Field, 2000).

U eri globalizacije rast SDI je brži od rasta svetske trgovine. Transnacionalne korporacije kao glavni pokretači međunarodnog kretanja kapitala, postale su vodeći igrači u međunarodnoj trgovini. Više od polovine međunarodne trgovine ostvaruje se zahvaljujući transnacionalnim korporacijama (Tast, 2014).

Imajući u vidu značaj SDI za trgovinu, u radu će se analizirati da li postoji povezanost priliva SDI, s jedne strane, i konkurentnosti izvoza, s druge strane, odnosno da li je moguće izvesti određene zakonitosti u tom odnosu. Rad je podeljen u tri dela. U prvom delu su date teorijske pretpostavke o vezi između SDI i izvoza. Drugi deo rada je posvećen analizi SDI u zemljama Centralne i Istočne Evrope (CIE) i utvrđivanju doprinosa SDI rastu izvoza u ovim zemljama. U trećem delu, akcenat će biti stavljen na analizu stanja ovih varijabli u ekonomiji Republike Srbije kako bi se došlo do odgovora na pitanje da li je i u kojoj meri priliv SDI doprineo rastu izvoza i njegove konkurentnosti u Republici Srbiji.

Doprinos SDI izvozu – teorijske pretpostavke

U teoriji postoji dualna veza između SDI i trgovinskih tokova. S jedne strane, pretpostavlja se da SDI koje preduzimaju transnacionalne korporacije u drugim zemljama mogu predstavljati zamenu za njihov izvoz i time dugoročno smanjiti zaposlenost i ekonomski rast u matičnoj ekonomiji. S druge strane, trgovina i SDI se mogu dopunjavati i u tom slučaju može doći do porasta konkurentnosti na inostranom tržištu i ostvarivanja pozitivnog uticaja na izvoz zemlje domaćina i njene industrije (Sharma, Kaur, 2013).

Strane direktne investicije utiču na promenu obima i strukture izvoza zemlje domaćina direktno i indirektno. Direktni uticaj se ostvaruje kroz izvoz stranih afilijacija, odnosno uticaj će biti direktan ukoliko se proizvodi preduzeća sa stranim vlasništvom razlikuju od proizvoda koje izvozi zemlja domaćin. Indirektni uticaj SDI na strukturu izvoza ostvaruje se pomoću *efekta prelivanja*: posmatranjem, učenjem i imitacijom poslovanja inostranih firmi od strane domaćih kompanija, povećanjem nivoa konkurentnosti domaćih firmi kroz transfer savremene tehnologije i znanja i intenzivniji razvoj ljudskog kapitala kao i uključivanjem domaćih dobavljača inputa u globalne distributivne mreže. Osim toga, multinacionalne korporacije mogu u zemlji u kojoj se nalazi njihovo sedište lobirati za povoljniji tretman izvoza zemlje domaćina čime bi se smanjili troškovi ulaska domaćih proizvođača na inostrana tržišta. Kroz navedene kanale, SDI utiču na produktivnost i komparativne prednosti zemlje domaćina i time na obim, strukturu i pravce međunarodne trgovine (Vukšić, 2005).

Uticaj SDI na izvoz zemlje domaćina zavisi od motiva investiranja, odnosno da li je cilj obezbeđivanje resursa (resource seeking), osvajanje tržišta zemlje domaćina (market seeking), povećanje efikasnosti proizvodnje (efficiency seeking), ili povećanje imovine (asset-seeking). Prvo, preduzeća investiraju u inostranstvo kako bi obezbedila određene resurse po nižim cenama ili zbog boljeg kvaliteta. Motiv za ovakav način investiranja određen je potrebom preduzeća za ostvarivanjem veće profitabilnosti i konkurentnosti. Ovakav tip SDI usmeren ka obezbeđivanju resursa će gotovo uvek povećati izvoz zemlje domaćina (Eryigt, 2013). Osim želje za sticanjem resursa, preduzeća investiraju u inostranstvo i u cilju širenja tržišnog uticaja (market-seeking), pri čemu se ovaj motiv javlja kod preduzeća koja zbog nametanja carina i drugih trgovinskih ograničenja nisu u mogućnosti da izvoze svoje proizvode. Ovakav tip SDI orijentisan prvenstveno na tržište

zemlje domaćina će uticati uglavnom na uvoz, obzirom da će strane filijale kupovati intermedijarne proizvode u inostranstvu, a prodavati ih na domaćem tržištu. Osnovni motiv preduzeća usmerenih na povećanje efikasnosti (efficiency-seeking) jeste koncentracija proizvodnje u manjem broju zemalja u cilju racionalizacije poslovanja, ali i snabdevanja većeg broja tržišta. Osnovni cilj ove vrste investicija jeste iskoristiti prednosti koje nastaju po osnovu razlika u količini faktora proizvodnje, različitih institucionalnih i kulturnih faktora, ekonomskih politika i tržišnih struktura. Kako je u ovom slučaju proizvodnja namenjena izvozu, efekat na trgovinu zemlje domaćina bi trebalo da bude rast izvoza. Međutim, ukoliko se intermedijarni proizvodi uvoze iz drugih zemalja, u tom slučaju će rasti i uvoz i izvoz. I na kraju, motiv preduzeća koje investira u drugu zemlju može biti sticanje dela imovine stranog preduzeća i sprovođenje sopstvenih strateških ciljeva i interesa, a sve u cilju poboljšanja globalne konkurentne pozicije (Dunning, Lundan, 2008).

Dakle, ukoliko je motiv SDI zaobilazanje trgovinskih barijera, u cilju osvajanja velikih inostranih tržišta i korišćenje prednosti ekonomije obima, u tom slučaju SDI neće promovisati izvoz i takva vrsta investicija se naziva *horizontalnim SDI*. Međutim, ukoliko je motiv SDI korišćenje komparativnih prednosti zemlje domaćina, čime će biti omogućena proizvodnja uz relativno niske troškove, one će podsticati trgovinu i nazivaju se *vertikalne ili izvozna orijentisane SDI* (Sultan, 2013). Može se izvesti zaključak da za razliku od horizontalnih investicija čiji je cilj domaće tržište, osnovni cilj vertikalnih investicija nije lokalno tržište, već izvoz proizvoda na tržište zemlje porekla SDI ili svetsko tržište.

Osim od motiva, efekat SDI na izvoz zavisi i od vrste stranih investicija (greenfield ili akvizicije, jer greenfield investicije direktno utiču na povećanje bruto investicija za razliku od akvizicija ili kupovina gde dolazi samo do promene vlasništva), sektorske distribucije (sektor razmenljivih ili nerazmenljivih dobara, SDI u sektor razmenljivih dobara će povećati izvoz, dok takav efekat neće biti postignut ukoliko SDI odlaze u sektor nerazmenljivih dobara, shodno tome zemlje koje ostvaruju veći priliv SDI u sektor nerazmenljivih dobara će imati i viši trgovinski deficit u odnosu na zemlje gde SDI odlaze u sektor razmenljivih dobara), vremenske perspektive (kratkoročni ili dugoročni efekti) i raznovrsnosti karakteristika matične ekonomije i ekonomije domaćina.

Kretanja SDI i njihov uticaj na izvozne performanse zemalja Centralne i Istočne Evrope (CIE)

Nakon 90-tih godina u zemljama CIE otklonjene su prepreke za ulazak SDI i one su promovisane kao osnovno sredstvo neophodno za razvoj i modernizaciju njihovih ekonomija. Istovremeno u ovim zemljama je došlo do porasta trgovinske otvorenosti, privatizacije preduzeća u državnom vlasništvu i brojnih drugih promena koje su pokrenule proces prelaska sa centralno planske na tržišnu privredu. Sve to za posledicu je imalo i potpisivanje brojnih trgovinskih sporazuma sa zemljama u regionu, povećanje makroekonomske stabilnosti, ostvarivanje većih stopa privrednog rasta i veći priliv SDI u ove zemlje, samim tim i približavanje „razvijenom zapadu“. Udeo SDI u zemlje CIE u ukupnom globalnom prilivu SDI je povećan više nego trostruko. Iako je neto priliv stranog kapitala u manjoj ili većoj meri postojao u svim zemljama u tranziciji, rezultati su bili različiti. Neke zemlje su uspele da povećaju izvozna konkurentnost, da se uključe u međunarodne proizvodne i tehnološke tokove i lance, dok je u drugim zemljama i pored velikog priliva inostranog kapitala došlo i do dezinvestiranja.

Strane direktne investicije u zemljama Centralne i Istočne Evrope su prvobitno bile motivisane ulaskom i sticanjem udela na tržištu (market seeking). Međutim, kada je rizik od obustave započetih političkih i ekonomskih reformi smanjen i kada su zemlje postale

trgovinski otvorene i integrisane u Evropsku uniju, investicije motivisane obezbeđivanjem efikasnosti (efficiency-seeking) su počele da pristižu u ekonomije ovih zemalja (Mandel, Tomšik, 2008).

Tabela 1. Faktori koji su podsticali SDI u zemljama CIE

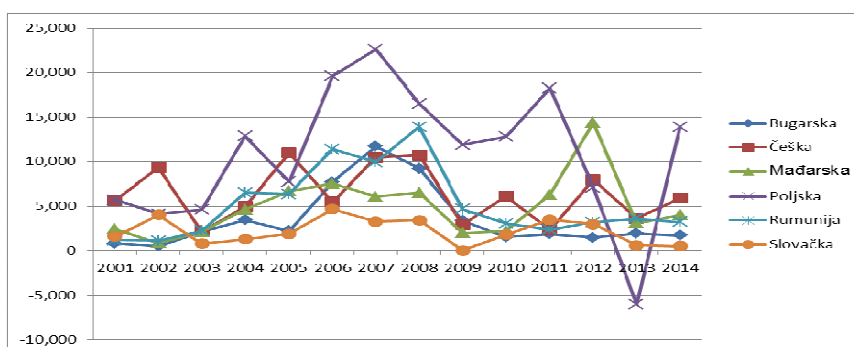
Ekonomski faktori	Faktori ekonomske politike	Faktori koji obezbeđuju lakše poslovanje
troškovi radne snage	makroekonomska stabilnost	subjektivna bliskost sa investitorom
kvalifikacije radne snage	konvertibilnost valute	informacije
izgledi za integraciju	povoljan koncept privatizacije	političko okruženje
veličina tržišta	spremnost lokalnih preduzeća	imidž zemlje
rast tržišta	mogućnost rekonstrukcije privrede	finansijski podsticaji
prirodni resursi	odvijanje procesa privatizacije	tržišni podsticaji
veštine upravljanja	pravna stabilnost	registracija preduzeća
fizička infrastruktura	restrukturiranje preduzeća	

Izvor: Grubor M., (2006). Determinante privrednog sistema za privlačenje stranih direktnih investicija u zemlje u tranziciji, Industrija 3, 53-64.

Na početku tranzicije zemlje CIE su bile specijalizovane u industrijama koje karakteriše niži stepen prerade (tekstil, odeća, obuća, nameštaj), resursno intenzivnim granama (prerada metala, drveta i papira) i u poljoprivredi. Nakon dobijanja statusa pridruženih članica Evropske unije, 1994-1995. godine usled velikog priliva SDI u ove zemlje uglavnom iz Zapadne Evrope došlo je do preorijentacije sa proizvodnje gotovih proizvoda niskog nivoa prerade na komponente za dalju proizvodnju u automobilskoj i IT industriji. Početkom 1990-ih najveći priliv SDI ostvaren je u prerađivačkoj industriji i u poređenju sa drugim granama efikasnost investicija je bila visoka, da bi u drugoj polovini devedesetih najveći priliv bio zabeležen u sektoru usluga (2000. godine polovina SDI bila je koncentrisana u sektoru usluga). Postignuta su bila i značajna ulaganja u nekretnine i trgovinu (Radulescu, Serbanescu, 2012). U godinama posle 2000. najprivlačnija oblast za investiranje postaje ponovo prerađivačka industrija. U 2012. godini priliv SDI u ovaj sektor iznosio je preko 30% ukupnog priliva u Češkoj (33,1%), Poljskoj (31,7%) i Slovačkoj (31,2%), dok je u Mađarskoj iznosio 20,1% i Sloveniji 24,4%. Do 2008. godine i u Mađarskoj udeo SDI u prerađivačkoj industriji se kretao oko 30%, da bi se u narednim godinama udeo smanjio, pre svega zbog povećanih ulaganja u stručne, naučne, inovacione i tehničke delatnosti (Hunya, 2014).

Priliv SDI u CIE, u periodu posle 2000-te godine do početka krize ocenjuje se kao veoma heterogen jer se može podeliti na dva podperioda: „normalni“ period (2001-2003) i „investicioni boom“ (2004-2008) u kome su zemlje CIE bile preplavljene obilnom ponudom kapitala (Gligorić, 2013). Kao posledica promena u globalnim stranim direktnim investicijama, i strane direktne investicije u CIE su prolazile kroz uspone i padove pa samim tim nisu ostale imune ni na izbijanje globalne finansijske krize. Međutim, do pada SDI u regionu CIE nije došlo odmah nakon otpočinjanja krize, u drugoj polovini 2007. godine, kako je bio slučaj sa globalnim SDI. Tek sa intenziviranjem krize i njenim širenjem na manje razvijene zemlje, 2009. godine, došlo je do drastičnog smanjenja priliva SDI u ove zemlje (grafik 1).

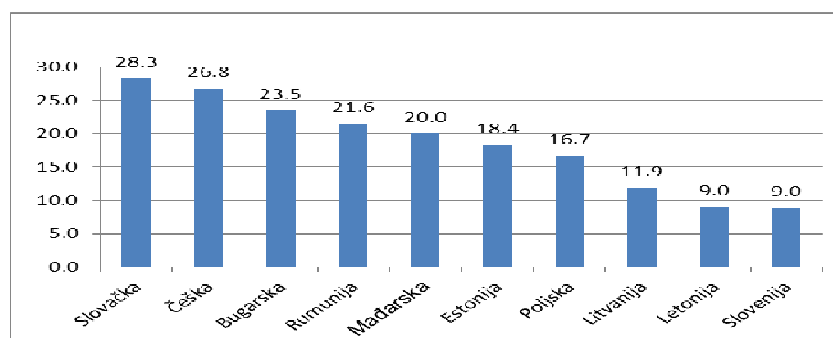
Grafik 1. Priliv SDI u izabrane zemlje CIE u priodu 2001-2014. godine, u milionima dolara



Izvor: UNCTAD

U 2012. godini najveći priliv razmenjivih stranih direktnih investicija kao % BDP-a od posmatranih zemalja CIE ostvarile su Slovačka (28,3%), Češka (26,8%), Bugarska (23,5%), Rumunija (21,6%) i Mađarska (20%). Stav da veći nivo razmenjivih SDI pozitivno utiče na obim, strukturu i konkurentnost izvoza zemlje potvrđuje i podatak da su zemlje sa najvećim razmenjivim SDI imale i najveće učešće izvoza u GDP-u (Slovačka 91,9%, Mađarska 91,2% i Češka 83,6%). Danas u Mađarskoj oko 40% industrijske proizvodnje i 25% izvoza ostvaruje deset kompanija iz sektora telekomunikacija, energije i transporta koje su uglavnom privatizovane putem stranih direktnih investicija (Milovanović, Radisavljević, Bjeletić, 2013). Istraživanja su pokazala da u zemljama CIE promena nivoa SDI za 1% povećava nivo izvoza za 1,83% (Boljanović, 2013).

Grafik 2. Razmenjive SDI kao procenat BDP-a, u 2012. godini



Izvor: The Vienna Institute for International Economic Studies, The World Bank

Kretanja SDI i uticaj na konkurentnost izvoza Republike Srbije

Priliv i struktura SDI u Republici Srbiji

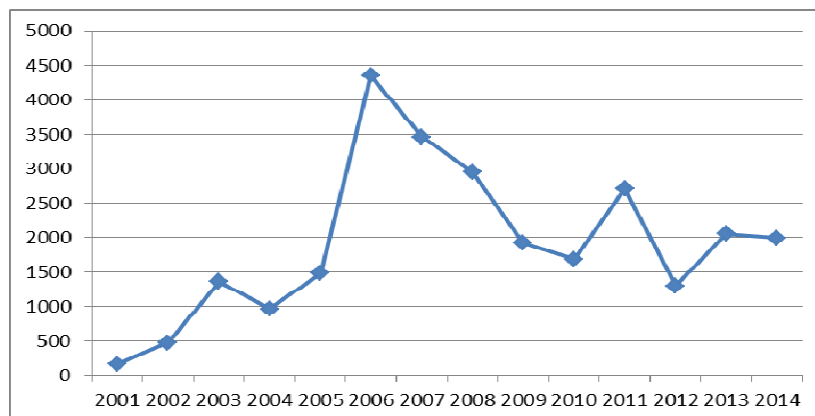
Na samom početku tranzicije, SDI su promovisane kao bitan faktor njene uspešne realizacije i faktor koji će podsticati i promovisati brz rast i razvoj srpske privrede imajući u vidu da Srbija nema dovoljno sopstvenih sredstava kojima bi finansirala privredni rast i razvoj i smanjila regionalne neravnomy. U poslednjoj deceniji 20. veka, Srbija je bila suočena sa veoma niskim stopama rasta, koje su bile uslovljene ne samo nedovoljnim prilivom SDI već i određenim unutrašnjim i spoljašnjim problemima sa kojima se suočavala u tom periodu (ratovi u regionu, sankcije, hiperinflacija). Sve to za posledicu je imalo sporiji prelazak ka tržišnoj privredi i demokratskom društvu. Veliki ekonomski rizici sa kojima su se

suočavali investitori kao i nedostatak političke stabilnosti uslovlili su zaostajanje Srbije u prilivu SDI u poređenju sa ostalim zemaljama u tranziciji. U prilog tome govori i činjenica da je u periodu od 1992. do 2001. godine priliv SDI u Srbiju iznosio skromnih 2.078 miliona dolara (Petrović, Denčić, Milenković, 2013). Nakon 2000. godine, kao posledica otvaranja Srbije prema svetu i uključivanja u međunarodne ekonomske tokove intenziviran je i priliv stranog kapitala u Srbiju, tako da je do 2015. godine ostvaren neto priliv SDI u iznosu od 29.564 miliona dolara (UNCTAD, 2015).

Za razliku od zemalja CIE (Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka i Slovenija) kod kojih je do porasta priliva stranih direktnih investicija došlo nakon 2003. godine kada su privatizacije privedene kraju, Srbija, kao i ostale zemlje Zapadnog Balkana rastući priliv SDI ostvaruju od 2005. godine, i on je bio uglavnom posledica otpočinjanja velikih privatizacija.

U posmatranom periodu od 2001. do 2014. godine najveći priliv SDI Srbija je ostvarila u 2006. godini zahvaljujući prodaji mobilne telefonije Mobtel norveškom Telenoru (grafik 3). Nakon rekordno visokog priliva SDI u 2006. godini, u naredne četiri godine dolazi smanjenog priliva inostranog kapitala što je posledica kako globalne finansijske krize i opšteg pada globalnih SDI tako i jenjavanja procesa privatizacije koji je predstavljao glavni izvor priliva SDI u srpsku privredu. Nakon perioda četvorogodišnjeg smanjenja SDI, u 2011. godini dolazi do porasta priliva SDI u srpsku privredu prvenstveno zahvaljujući prodaji Delta Maxi belgijskom Delhaize-u. Zatim u 2012. godini, dolazi do ponovnog smanjenja priliva stranog kapitala, da bi u 2013. i 2014. godini bio zabeležen porast. U 2014. godini 61% priliva SDI je usmereno u nerazmenljive sektore. Vremenom prilivi SDI u razmenljive sektore se postepeno povećavaju, u periodu od 2004. do 2008. godine na njih se u proseku odnosilo 21% ukupnih priliva SDI, u periodu od 2010. do 2013. godine to učešće je povećano na 31%, a u 2014. godini na 41%. Najveći priliv SDI u razmenljive sektore (53%) ostvaren je u 2009. godini, zahvaljujući ulaganjima u NIS i FIAT Automobili Srbije (Narodna banka Srbije, 2014).

Grafik 3. Priliv SDI u Republiku Srbiju u periodu 2001-2014. godine, u milionima dolara

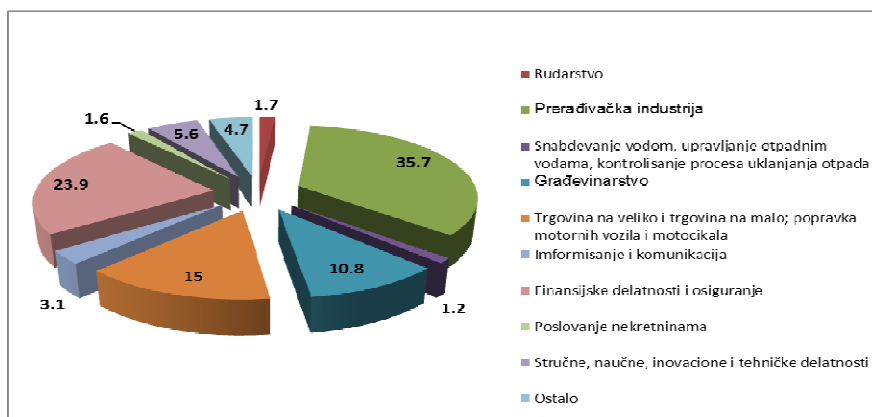


Izvor: World Investment Report

Najveći deo SDI u Srbiji se do sada slio u uslužni sektor pa shodno tome njihov uticaj na porast industrijske proizvodnje, zaposlenosti i izvoza bio je relativno ograničen. Glavni razlog za to jeste orijentisanost stranih investitora ka domaćem tržištu, a time i na uvoz. Poslednjih godina došlo je do većeg privlačenja investicija u prerađivačku industriju (Fiat, Yura, Panasonic). U 2014. godini 35,7% SDI bilo je usmereno u prerađivačku industriju, 24% u sektor finansijskih usluga i osiguranja, 15% u sektor trgovine i 10% u grđevinarstvo.

U okviru prerađivačke industrije prednjače ulaganja u proizvodnju gume i plastike, prehrambenih proizvoda, hemikalija i hemijskih proizvoda i automobila.

Grafik 4. Sektorska struktura priliva SDI u Republici Srbiji, u 2014. godini



Izvor: NBS

Iz table 2 se vidi da je najveći deo priliva SDI u Srbiji bio podstaknut privatizacijom, za razliku od većine zemalja CIE, kod kojih je privatizacija u velikoj meri ranije završena i kod kojih su ulaganja SDI prevažodno za cilj imala otvaranje novih proizvodnih kapaciteta. Samo mali deo SDI u Srbiji realizovan je kroz grinfild investicije. U narednom periodu ekonomska politika bi trebalo da bude usmerena ka privlačenju većeg nivoa grinfild investicija, odnosno privlačenju investicija u izvozno orijentisane sektore kako bi se unapredila struktura, a time i konkurentnost srpskog izvoza.

Tabela 2. Najveće strane investicije u Srbiji u periodu 2001-2014. godine

Kompanija	Zemlja porekla	Delatnost	Vrednost (u milionima evra)	Vrsta ulaganja
Telenor	Norveška	Telekomunikacije	1.602	Privatizacija
Gasprom	Rusija	Energija	947	Privatizacija
Fiat Automobili Srbija	Italija	Automobilska industrija	940	Zajedničko ulaganje
Delhaize	Belgija	Maloprodaja	933	Akvizicija
Philip Moris	SAD	Duvanska industrija	733	Privatizacija
Stada - Hemofarm	Nemačka	Farmaceutska industrija	650	Akvizicija
Mobilkom/Vip	Austrija	Telekomunikacije	633	Grinfild
Agrokor	Hrvatska	Prehrambena industrija	614	Privatizacija
Banka Intesa	Italija	Finansije	508	Akvizicija
Eurobank EFG	Grčka	Finansije	500	Privatizacija
Raiffaisen banka	Austrija	Finansije	500	Grinfild
Salford Investment Fund	Velika Britanija	Prehrambena industrija	500	Akvizicija
StarBev - Apatinska Pivara	Češka	Prehrambena industrija	487	Akvizicija

Izvor: SIEPA

Obim i struktura spoljnotrgovinske razmene Republike Srbije

Raspad zemlje, ratovi, sankcije i pad životnog standarda tokom 1990-ih godina imali su za posledicu značajne promene u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije. O tome svedoči i podatak da je izvoz 1990. godine sa vrednošću od 5,4 milijardi dolara bio više nego tri puta veći u odnosu na izvoz ostvaren 2001. godine (1,7 milijardi dolara). Nakon otpočinjanja

procesa tranzicije 2001. godine, vrednost srpskog robnog izvoza se povećavala iz godine u godinu. U tabeli 3 prikazani su podaci o ukupnoj spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije u periodu od 1990. do 2014. godine. Ukupan izvoz Republike Srbije u periodu od 2001. do 2014. godine povećan je sa 1,7 na 14,8 milijardi dolara, dok je uvoz povećan sa 4,2 na 20,6 milijardi dolara u istom periodu. Kontinuirani rast spoljnotrgovinske aktivnosti srpske privrede bio je praćen rastućim deficitom spoljnotrgovinskog bilansa. Brži rast uvoza od izvoza na početku tranzicije, kao posledica brze liberalizacije, uticao je na produbljivanje deficita i nizak stepen pokrivenosti izvoza uvozom. U 2009. godini, pod uticajem globalne finansijske krize došlo je do pada spoljnotrgovinske aktivnosti, smanjenja deficita u spoljnotrgovinskom bilansu i porasta stepena pokrivenosti uvoza izvozom. Kao glavni uzrok smanjenja srpskog izvoza navodi se veliki pad cene primarnih proizvoda koji zauzimaju dominantno mesto u strukturi srpskog izvoza, a uzrok smanjenja uvoza bio je pad industrijske proizvodnje i domaće potrošnje u Srbiji. Od 2009. godine srpski izvoz raste po stopama koje su iste ili više od stopa rasta uvoza, usled čega je spoljnotrgovinski deficit smanjen i u svim godinama je bio, u apsolutnom iznosu, niži od vrednosti robnog izvoza, što nije bio slučaj do 2009. godine. Uprkos porastu srpskog izvoza, sa udelom izvoza u BDP od samo 34% Srbija spada u grupu najzatvorenijih ekonomija u tranziciji. Iako je u poslednim godinama zabeležen porast učešće izvoza u BDP-u, pitanje je do kada će se ovakav trend zadržati imajući u vidu da je ovaj pozitivan pomak ostvaren zahvaljujući izvozu samo jedne kompanije – Fiat Automobili Srbije.

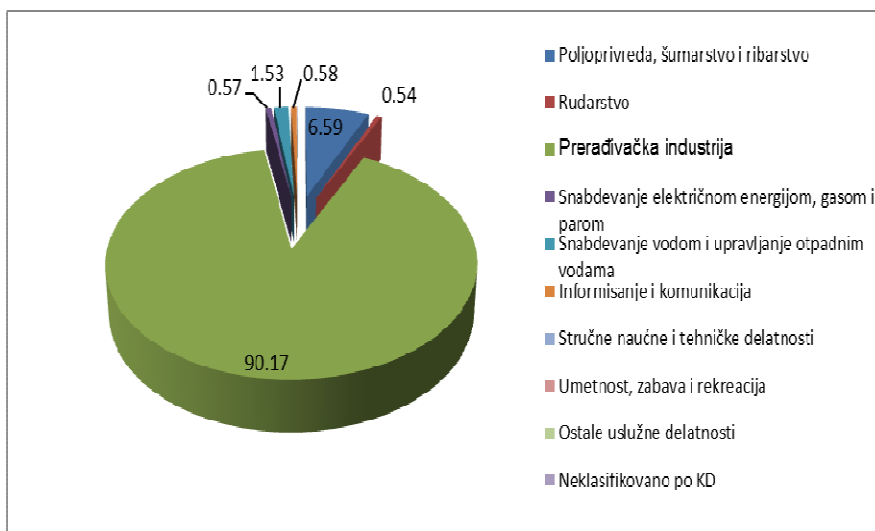
Tabela 3. Spoljnotrgovinska razmena Republike Srbije (u milionima dolara)

	Izvoz	Uvoz	Trgovinski bilans	Pokrivenost izvoza uvozom	Sklonost izvozu
1990	5.453	7.044	-1.591	77,4%	
2001	1.721	4.261	-2.540	40,4%	15%
2002	2.075	5.614	-3.539	37,0%	13,7%
2003	2.755	7.473	-4.718	36,9%	14,1%
2004	3.523	10.750	-7.227	32,8%	14,9%
2005	4.482	10.455	-5.979	42,9%	17,8%
2006	6.428	13.170	-6.744	48,8%	22,0%
2007	8.825	18.968	-10.143	46,5%	22,6%
2008	10.974	24.042	-13.069	45,6%	23,0%
2009	8.344	15.807	-7.463	52,8%	20,7%
2010	9.795	16.471	-6.676	59,5%	24,9%
2011	11.780	19.862	-8.082	59,3%	25,4%
2012	11.227	18.929	-7.702	59,3%	27,6%
2013	14.611	20.551	-5.941	71,1%	32,1%
2014	14.845	20.609	-5.764	72%	33,9%

Izvor: Republički zavod za statistiku

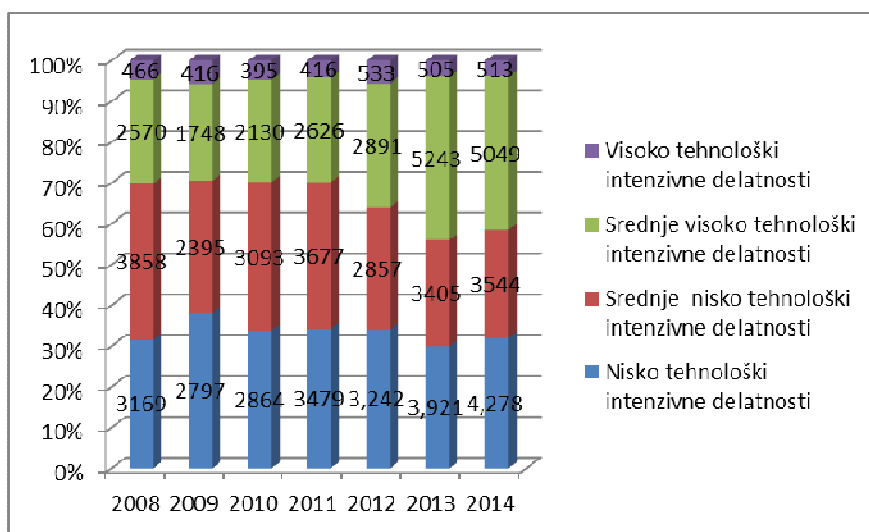
Izvoz Republike Srbije čine uglavnom proizvodi iz prerađivačke industrije (oko 90%). U 2014. godini dominira proizvodnja motornih vozila i prikolica (18,6%), prehrambenih proizvoda (13%), metala (8,2%) i električne opreme (7,9%). Struktura proizvodnje prerađivačke industrije pokazuje da je ona bazirana na proizvodima srednje visoke, srednje niske i niske tehnološke intenzivnosti (grafik 6). Povećanje izvoza kao i skoro dvostruko veća proizvodnja srednje visoko tehnološki intenzivnih proizvoda u periodu od 2008. do 2014. godine pozitivno se manifestuju na konkurentnost srpskog izvoza kao i na celokupnu privredu, ali i dalje problem predstavlja velika proizvodnja proizvoda baziranih na niskoj tehnologiji.

Grafik 5. Vrednost izvoza prema delatnosti u 2014. godini kao % ukupnog izvoza



Izvor: Republički zavod za statistiku

Grafik 6. Tehnološka intenzivnost izvoza prerađivačke industrije Republike Srbije u periodu od 2008. do 2014. godine, u milionima dolara



Izvor: Republički zavod za statistiku

Doprinos SDI srpskom izvozu

Pored sagledavanja obima i strukture SDI i srpskog izvoza, slika o uticaju SDI na srpski izvoz može se upotpuniti sagledavanjem udela stranih investitora u izvozu. U tabeli 4 dat je prikaz petnaest najvećih izvoznika u periodu januar-novembar 2015. godine. U tom periodu ukupan izvoz iznosio je 11.055,5 miliona evra, od čega je izvoz petnaest najvećih izvoznika iznosio 3.264,3 miliona evra (oko 30% ukupnog izvoza). Od petnaest najvećih izvoznika dvanaest se nalazi u većinskom stranom vlasništvu sa izvozom u iznosu od 2.725,4 miliona evra, odnosno učešćem od 24,6% u ukupnom izvozu. Po pozitivnim efektima na srpski izvoz posebno se ističe automobilska industrija. Na osnovu dominantnog učešća stranih investitora među najvećim izvoznicima, može se zaključiti da su SDI doprinele porastu srpskog izvoza.

Tabela 4. Najveći izvoznici u periodu januar-novembar 2015. godine, u milionima evra

Najveći izvoznici	Iznos (mil. Evra)
Fiat Srbia	1.093,8
Železara Smederevo	295,9
Tigar Tyres	270,4
Naftna industrija Srbije	253,8
Gorenje	167,3
Tetra Pak Production	163,9
HIP - Petrohemija	141,2
Hemofarm	140,7
Philip Morris Operations	139,2
Yura Corporation	123,8
Jugoimport -SDPR	101,8
Impol Seval	100,9
Leoni Wiring Systems SOUT	95
Ball pakovanja Evropa BEO	89,4
Grundfos Srbija	87,2
Ukupno	3.264,3

Izvor: Ministarstvo Finansija

Zaključak

Strane direktne investicije su veoma važne za ekonomski oporavak i dalji razvoj srpske privrede, pa shodno tome strategija priliva stranog kapitala mora postati okosnica ekonomske i razvojne politike Republike Srbije. Osim toga, bitno je definisati prioritetne sektore za priliv stranog kapital i utvrditi najpoželjniji oblik tog priliva. Najbolji rezultati se postižu ukoliko zemlja uspe da privuče izvozno orijentisane SDI, jer u tom slučaju veliki deo inputa potrebnih za proizvodnju se nabavlja od lokalnih dobavljača, a to za posledicu ima povećanje izvoza, povećanje njegovog udela u BDP i smanjenje eksterne neravnoteže sa kojom se suočavaju zemlje u tranziciji.

Nakon 2000. godine sa otvaranjem privrede prema svetu i uključivanjem u međunarodne ekonomske tokove Srbija je privukla veći iznos SDI. U periodu od 2001. do 2014. ostvaren je priliv u iznosu od 29.564 miliona dolara. Međutim, osnovni problem se odnosi na činjenicu da je najveći priliv SDI ostvaren kroz proces privatizacije obzirom da je takav priliv neminovno limitiran završetkom procesa privatizacije. U prilog tome govori i podatak da je u Srbiji smanjen priliv SDI nakon 2006. godine kada su okončane najveće privatizacije. Problem predstavlja i sektorska distribucija SDI koje dolaze u Srbiju jer su prvenstveno usmerene u nerazmenljiv sektor. Međutim, ohrabrujuća je činjenica, da poslednjih godina raste udeo razmenljivih SDI u ukupnim SDI zahvaljujući pre svega većim ulaganjima u prerađivačku industriju i takav trend bi trebalo da se nastavi i u narednim godinama. U periodu od 2004. do 2008. godine na njih se u proseku odnosilo 21% ukupnih priliva SDI, u periodu od 2010. do 2013. godine to učešće je povećano na 31%, a u 2014. godini na 41%.

Uporedo sa porastom priliva SDI rastao je i srpski izvoz, unapređena je tehnološka struktura izvoza, ali problem predstavlja i dalje poprilično veliki udeo proizvoda nižih faza prerade u izvozu, kao i nizak udeo izvoza u BDP (sa udelom oko 34% spada u najzatvorenije

tranzicione ekonomije). O uticaju SDI na srpski izvoz govori i podatak da je u 2015. godini od petnaest najvećih izvoznika, dvanaest se nalazi u većinskom stranom vlasništvu sa izvozom u iznosu od 2.725,4 miliona evra, odnosno učešćem od 24,6% u ukupnom izvozu. Međutim, kako najveći doprinos povećanju izvoza daju grinfild investicije, a njihov priliv u Srbiju u prethodnim godinama je bio na relativno niskom nivou, trebalo bi u narednom periodu usmeriti aktivnosti ka stvaranju povoljne investicionu klimu kako bi se podstakao veći priliv grinfild, i time ostvario još veći izvoz, poboljšala njegova struktura i povećala konkurentnost.

Reference

1. Appleyard, D., R., Field, J., A., (2001). *International economics*, McGraw-Hill, New York, str. 216.
2. Boljanović, S., (2013). Komparativna analiza uticaja stranih direktnih investicija na strukturu i specijalizaciju srpskog i mađarskog izvoza, *Ekonomске teme 51(1)*, 37-57.
3. Dunning, H., J., Lundan, M., S., (2008). *Multinational enterprises and the Global Economy, Second Edition*, Edward Elgar, Cheltenham, UK
4. Eryigt, M., (2012). The long run relationship between foreign direct investment, export and gross domestic product; panel data implications, *Theoretical and Applied Economics*, 10(575), 71-84.
5. Gligorić, M., (2013). Nizak priliv stranih direktnih investicija: regionalni problem ili specifičnost Srbije, *Kvartalni monitor br. 34*, str.65.
6. Grubor, M., (2006). Determinante privrednog sistema za privlačenje stranih direktnih investicija u zemlje u tranziciji, *Industrija 3*, 53-64.
7. Hunya, G., (2014). WIIW FDI Report – Central, East and Southeast Europe, The Vienna institute for International Economic Studies, str. 51.
8. Mandel, M., Tomšik, V., (2008). External Balance in Transition Economy – The Role of Foreign Direct Investment, *Eastern European Economics*, vol.46, no.4, 5-26.
9. Milovanović, G., Radisavljević, G. i Bjeletić, S. (2013). Competitiveness enhancement and export increase in Serbian economy, *Facta Universitatis Vol. 10, No. 4.*, 447-456,
10. Narodna banka Srbije, (2014). *Izveštaj o inflaciji*, NBS, str.19.
11. Petrović, R., M., Denčić, M., M. i Milenković, K., T., (2013). An Analysis of the Location Determinants of Foreign Direct Investment: The Case of Serbia, *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, Vol. 81, 181-187.
12. Radulescu, M., Serbanescu, L., (2012). The impact of FDI on Export and Export Competitiveness in Central and Eastern European Countries, *Journal of Knowledge management, economics and Information Technology*,
13. Sharma, R., Kaur, M., (2013). Causal link between Foreign Direct Investment and Trade: A comparative study of India and China, *Eurasian Journal of Business and Economics*, 6(11), 75-9.
14. Sultan, A., Z., (2013). A Causal Relationship between FDI Inflow and Export: The case of India”, *Journal of Economic and Sustainable Development 4(2)*
15. Tast, J., (2014). Foreign direct investment and international trade in globalization, *Economic Development 1-2*, 121-135
16. UNCTAD, (2015). *World Investment Report 2015: Reforming International Investment Governance*, United Nations Conference on Trade and Development
17. Vukšić, G., (2005). Impact of Foreign Direct Investment on Croatian Manufacturing Exports , *Financial theory and practice 29(2)*, 131-158.

Internet izvori:

1. Narodna banka Srbije <http://www.nbs.rs/>
2. Republički zavod za statistiku www.stat.gov.rs
3. Agencija za strana ulaganja i promociju izvoza Srbije SIEPA www.siepa.gov.rs

4. Ministarstvo finansija <http://www.mfin.gov.rs/>
5. United Nations Conference on Trade and Development UNCTAD
6. <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>
7. The Vienna Institute for International Economic Studies, <http://wiiw.ac.at/>
8. The World Bank <http://www.worldbank.org/>

DEO II

PARADIGMA SISTEMSKJE INTERVENCIJE U KREIRANJU ODRŽIVE KONKURENTSKE PREDNOSTI PREDUZEĆA

Dr Slavica P. Petrović*

Apstrakt: Osnovni istraživački cilj ovog rada je da se - kroz kritičko ispitivanje filozofsko-teorijskih postulata Sistemske intervencije, njene metodologije i rezultirajućeg Kreativnog dizajna metoda - odredi primeren okvir teorijsko-metodološki pluralističkog konceptualizovanja problemske situacije kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća, i identifikuju način(i) i instrumenti mogućeg, validnog unapređivanja istraživanja i upravljanja odnosnom problemskom situacijom. Naučni instrumentarijum korespondentan postavljenom cilju istraživanja je kritičko sistemsko mišljenje sa svoje tri obavezanosti na: a) kritičku svest o snagama i ograničenjima bilo kog istraživačkog instrumenta (paradigme, teorije, metodologije, metoda, tehnike, modela) za bavljenje kompleksnim i višeznačnim upravljačkim problemima u organizacijama, pa i Sistemske intervencije, kao posebnog teorijsko-metodološkog pluralističkog razvoja, b) unapređivanje procesa istraživanja i upravljanja problemskim situacijama u organizacijama, odnosno, intervenisanja u njima, i c) pluralizam - davanje legitimiteta različitim percepcijama i interpretacijama istraživanih upravljačkih problemskih situacija i kombinovano korišćenje različitih istraživačkih instrumenta. Glavni rezultat sprovedenog istraživanja je spoznaja da se primenom metodologije Sistemske intervencije i njenog Kreativnog dizajna metoda u procesima generisanja i održavanja konkurentske prednosti preduzeća može - shodno validnim filozofsko-teorijskim fundamentima Sistemske intervencije i rezultirajućem metodološko-metodskom razvoju - podržati proces upravljanja konkurentskom prednošću preduzeća na naučno utemeljen i praktično koristan način. Na osnovu utvrđenih istraživačkih rezultata, može biti zaključeno da se kroz kritičko korišćenje Sistemske intervencije, kao nove paradigme teorijskog i metodološkog pluralizma, može pomoći stakeholder-ima da unaprede proces kreiranja i održavanja konkurentske prednosti njihovih preduzeća.

Ključne reči: konkurentska prednost preduzeća, kritičko-sistemski teorijski i metodološki pluralizam, nova paradigma, Sistemska intervencija, kreativno upravljanje

Uvod

U savremenim okolnostima, jedno od ključnih određenja uspešnosti funkcionisanja preduzeća reprezentovano je njihovom konkurentnošću. Svrhovita nastojanja preduzeća da kontinuirano unapređuju sopstvenu konkurentnost, mogu biti obuhvaćena i iskazana odgovarajuće osmišljenim generisanjem i održavanjem konkurentske prednosti preduzeća.

Kreiranje održive konkurentske prednosti preduzeća predstavlja proces koji je, pre svega, relevantan za opstanak, rast i razvoj preduzeća. Istovremeno, kako odnosni proces karakterišu složenost, dinamičnost, interaktivnost, i brojni i različiti *stakeholder*-i sa različitim interesima, vrednostima, moćima i znanjima, ciljevima i sredstvima za njihovo ostvarivanje, upravljanje građenjem i održavanjem konkurentske prednosti preduzeća može biti posmatrano i istraživano kao kompleksa i višeznačna upravljačka problemska situacija.

Holističko bavljenje problemskom situacijom kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća implicira, pre svega, kritičko sistemsko promišljanje o granicama istraživanjima i intervenisanja, tj. prosuđivanje o tome šta - kao esencijalno važno - treba biti uključeno u razmatranja, a šta - kao manje bitno, ili irelevantno - može, tj. sme biti smatrano marginalnim

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: pslavica@kg.ac.rs

i isključenim iz procesa istraživanja. Od toga gde će u razmatranju odnosnog kompleksnog i višeznačnog upravljačkog problemskog područja biti postavljene granice, i koje vrednosti upravljaju procesom određivanja granica istraživanja i intervenisanja, zavisice koje će dimenzije istraživane upravljačke problemske situacije biti smatrane odlučujuće važnim, i koje će akcije biti preduzete tokom intervencije u razmatranoj upravljačkoj problemskoj situaciji da bi se u njoj kreirala odgovarajuća, unapređujuća promena. Odnosno, postavljanjem granica u procesu istraživanja kompleksnih i višeznačnih upravljačkih problemskih situacija u organizacijama određuju se znanje koje će biti smatrano primerenim, i pojedinci i/ili grupe koji će generisati to znanje. Zatim, saglasno postavljenim granicama istraživanja problemskog područja građenja održive konkurentske prednosti, tj. intervenisanja u njemu, neophodno je odabrati primerene teorije, metodologije, metode, tehnike, modele, i kroz njihovo korišćenje identifikovati promene čijom bi implementacijom - kroz intervenciju, tj. delovanjem - odnosna problemska situacija trebala biti svrhovito unapređena.

S obzirom na relevantnost, kompleksnost i višeznačnost procesa generisanja i održavanja konkurentske prednosti preduzeća, osmišljeno upravljanje holistički konceptualizovanom problemskom situacijom kreiranja održive konkurentske prednosti implicira primenu odgovarajućeg kritičko-sistemskog, teorijsko-metodološkog pluralističkog razvoja, kakva je Sistemska Intervencija (SI). Shodno oslonjenosti na autentične ontološke, epistemološke i aksiološke pretpostavke, odnosno, shodno svojoj filozofsko-teorijskoj osnovanosti, i rezultirajućem metodološko-metodskom razvoju, SI (Midgley, 1997, 249-290; Midgley, 2000; Midgley, 2011, 1-15; Midgley & Ochoa-Arias, 2001, 615-649; Midgley, Cavana, Brocklesby, Foote, Wood & Ahuriri-Driscoll, 2013, 143-154) predstavlja posebnu paradigmu u okviru pluralizma kritičkog sistemskog mišljenja. Implementirana u sistemski konceptualizovanim kompleksnim i višeznačnim upravljačkim problemskim situacijama u organizacijama, SI, načelno, omogućava naučno zasnovano i praktično korisno upravljanje rastućom varijetetošću metodologija, odnosno, njihovih pridruženih metoda, tehnika, modela, s ciljem unapređivanja upravljanja rastućom složenošću i heterogenošću problemskih situacija u organizacijama.

U skladu sa ovim preliminarnim razmatranjima, kritičko-sistemsko opredeljivanje i istraživanje procesa kreiranja održive konkurentnosti preduzeća, kao kompleksne i višeznačne upravljačke problemske situacije, u okviru paradigme Sistemske intervencije predstavlja naučno i praktično validan predmet istraživanja.

Saglasno određenom predmetu istraživanja, osnovni istraživački cilj ovog rada je da se - kroz kritičko preispitivanje filozofsko-teorijskih fundamenata Sistemske intervencije, njene metodologije i Kreativnog dizajna metoda - odredi okvir teorijsko-metodološki pluralističkog konceptualizovanja problemske situacije kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća, i identifikuju način(i) i instrumenti mogućeg validnog unapređivanja istraživanja i upravljanja odnosnom problemskom situacijom.

U skladu sa utvrđenim predmetom i ciljem istraživanja, osnovna naučna hipoteza rada je da Sistemska intervencija, kao posebna paradigma pluralizma kritičkog sistemskog mišljenja, može - s obzirom na svoju filozofsko-teorijsku fundiranost i metodološko-metodski razvoj - biti primenjena u holističkom konceptualizovanju i istraživanju problemske situacije kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća, i opredeljivanju naučno utemeljenih i aplikativno korisnih predloga promena čijom implementacijom može biti unapređen proces generisanja i održavanja konkurentske prednosti preduzeća.

Naučni instrumentarijum korespondentan postavljenom cilju istraživanja je kritičko sistemsko mišljenje (Jackson, 2000; Jackson, 2003; Jackson, 2010, 133-139; Mingers & White, 2010, 1147-1161; Petrovic, 2012, 797-814; Ulrich, 2003, 325-342; Ulrich, 2012a,

1228-1247; Ulrich, 2012b, 1307-1322; Zhu, 2011, 784-798) obavezano na: a) kritičku svest o snagama i ograničenjima bilo kog istraživačkog instrumenta (paradigme, teorije, metodologije, metoda, tehnike, modela) za bavljene kompleksnim i višeznačnim upravljačkim problemima u organizacijama, pa i Sistemske intervencije, kao posebnog teorijsko-metodološkog pluralističkog razvoja, b) unapređivanje procesa istraživanja i upravljanja kompleksnim i višeznačnim problemskim situacijama, kakvo je kreiranje održive konkurentske prednosti preduzeća, odnosno, intervenisanja u njima, i c) pluralizam - respektovanje različitih percepcija i interpretacija istraživanih upravljačkih problemskih situacija i omogućavanje primerenog kombinovanog korišćenja različitih istraživačkih instrumenta.

Shodno predmetu i cilju istraživanja, i postavljenoj naučnoj hipotezi, rad čine sledeće sekcije: Nakon Uvoda, identifikovane su neke od ključnih dimenzija procesa kreiranja održive konkurentske prednosti u (ne)diverzifikovanim preduzećima, a zatim je odnosni proces holistički konceptualizovan kao nestrukturirana, kompleksna i višeznačna upravljačka problemska situacija. Zatim je, u zasebnom odeljku, istražena Sistemska intervencija, odnosno, kroz tri pododeljka, prezentirane su relevantne ideje filozofije procesa i Teorije kritike ganica, razvijena je metodologija Sistemske intervencije i rezultirajući Kreativni dizajn metoda, uz eksplicitno upućivanje na pretpostavke, načine i domete njihovog korišćenja u upravljačkoj problemskoj situaciji generisanja i održavanja konkurentske prednosti preduzeća. Nakon kritičkog vrednovanja SI, u Zaključku je utvrđen stav o osnovnoj istraživačkoj hipotezi rada, istaknuti doprinos i ograničenja rada, i postavljena otvorena pitanja relevantna za buduća istraživanja.

Upravljačka problemska situacija kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća

U savremenim uslovima, konkurentska prednost preduzeća predstavlja, načelno, jedan od ključnih iskaza uspešnosti njegovog funkcionisanja. Kreiranje i održavanje konkurentske prednosti preduzeća, s obzirom na relevantnost (za rast i razvoj preduzeća) i složenost, dinamičnost, interaktivnost i višedimenzionalnost, opravdano može biti opredeljeno i istraživano kao kompleksna upravljačka problemska situacija, tj. kao složen i višeznačan, upravljiv sistem problema.

Istraživanje upravljačke problemske situacije generisanja održive konkurentske prednosti s ciljem unapređujućeg sistemskog intervenisanja u njoj implicira identifikovanje bitnih determinanti odnosnog upravljačkog problema realnog sveta i njihovo kritičko, sveobuhvatno i detaljno ispitivanje.

Pre svega, u osmišljenom bavljenju upravljačkom problemskom situacijom kreiranja održive konkurentske prednosti, od važnosti je da li je reč o nediverzifikovanom, ili o diverzifikovanom preduzeću.

Ukoliko je reč o nediverzifikovanom preduzeću, tada osnovni instrument u traganju za favorizovanom konkurentskom pozicijom preduzeća u industriji, tj. privrednoj oblasti, kojoj preduzeće pripada predstavlja konkurentska strategija usmerena na određivanje profitabilne i održive pozicije preduzeća u odnosu na snage koje određuju konkurenciju u odnosnoj industriji (Porter, 1998, 1). Izbor konkurentske strategije je, pre svega, uslovljen atraktivnošću industrije kojoj preduzeće pripada za dugoročnu profitabilnost i faktorima koji tu atraktivnost određuju. Kako je profitabilnost industrije funkcija strukture industrije, neophodno je sprovesti strukturno istraživanje odnosne industrije, respektujući da su pravila konkurencije u bilo kojoj industriji otelotvorena u pet konkurentskih snaga, odnosno, da sledećih pet snaga oblikuje konkurenciju u bilo kojoj industriji (Porter, 1998, 5; Porter, 2008, 79-93): Pretnja

novih ulazaka, (tj. Ulazak novih konkurenata), Pretnja supstituta proizvoda ili usluga, Pregovaračka moć kupaca, Pregovaračka moć dobavljača i Rivalitet između postojećih konkurenata. Izbor konkurentske strategije je, takođe, determinisan relativnom konkurentskom pozicijom preduzeća unutar određene industrije, kojom se iskazuje da li je profitabilnost preduzeća iznad ili ispod proseka dotične industrije. Pri tome je od značaja da se preduzeće može dobro pozicionirati i zaraditi visoke stope povraćaja iako je industrijska struktura nepovoljna, a prosečna profitabilnost dotične industrije skromna (Porter, 1998, 11).

Načelno, konkurentska prednost preduzeća izrasta iz one vrednosti koju je preduzeće sposobno da kreira za svoje kupce, a koja nadilazi troškove preduzeća u njenom stvaranju (Porter, 1998, 3). Odnosno, kako se pod vrednošću podrazumeva ono što su kupci spremni da plate, superiorna vrednost proizilazi iz nuđenja cena koje su niže od cena konkurenata za ekvivalentne koristi ili iz obezbeđivanja jedinstvenih koristi koje nadilaze neku višu cenu. Dakle, troškovno vođstvo, tj. liderstvo u troškovima, i diferencijacija predstavljaju dva osnovna tipa konkurentske prednosti preduzeća. Uz navedeno, za određivanje konkurentske prednosti, odnosno, opredeljivanje validnih odgovora na relevantna pitanja kako preduzeće može ostvariti prednost u troškovima i kako može diferencirati sebe u odnosu na rivale, od ključne važnosti je izbor konkurentskog delokruga, odnosno, ranga aktivnosti preduzeća. Iz kombinovanja dva osnovna tipa konkurentske prednosti (niži troškovi ili diferencijacija) sa delokrugom aktivnosti koje preduzeće teži da ostvari rezultiraju tri fundamentalno različita pristupa kreiranju i održavanju konkurentske prednosti, odnosno, tri generičke strategije za ostvarivanje iznadprosečnog učinka (Porter, 1998, 12-17): Vođstvo u troškovima, Diferencijacija, i Fokus, s tim da strategija fokusa ima dve varijante: fokus na troškove i fokus na diferencijaciju.

Iznadprosečni učinak u dugom roku ne korespondira sa bilo kojom, već sa održivom konkurentskom prednošću. Odnosno, neka generička strategija ne dovodi do iznadprosečnog učinka u dugom roku sve dok ona nije održiva u odnosu na konkurente. Pri tome, kako svaka generička strategija involvira različite rizike (Porter, 1998, 20), održivost generičkih strategija zahteva da se konkurentska prednost preduzeća odupire urušavanju uz pomoć konkurentnog ponašanja ili razvoja industrije.

Kao bazni instrumenti stvaranja i održavanja konkurentske prednosti nediverzifikovanog preduzeća, tri osnovne generičke strategije bi trebale biti kritički preispitivane sa različitih relevantnih stanovišta: sa aspekta odnosa generičke strategije i razvoja industrije (u smislu da promene u industrijskoj strukturi mogu izmeniti održivost generičke strategije ili veličinu konkurentske prednosti koja rezultira iz nje (Porter, 1998, 22); zatim, sa aspekta odnosa generičke strategije i organizacione strukture (u smislu da svaka generička strategija implicira različite veštine i zahteve za uspeh, koji se obično prevode u razlike u organizacionoj strukturi i kulturi (Porter, 1998, 23-24); zatim, sa aspekta odnosa generičke strategije i procesa strategijskog planiranja (u smislu da - s obzirom na ključnu ulogu konkurentske prednosti u superiornom funkcionisanju preduzeća - centralni deo strategijskog plana preduzeća treba biti njegova generička strategija (Porter, 1998, 25), itd.

Uz navedeno, od odgovarajuće važnosti je način na koji preduzeće bira i implementira neku generičku strategiju da bi ostvarilo i održalo konkurentsku prednost; zatim, bitna je isprepletanost između tipova konkurentske prednosti i delokruga aktivnosti preduzeća; takođe, relevantni su odnosi između tehnologije i konkurentske prednosti preduzeća; zatim, od značaja je način na koji preduzeće može pribaviti održivu troškovnu konkurentsku prednost, odnosno, način na koji preduzeće može sebe održivo diferencirati od svojih konkurenata; zatim, bitni su uslovi pod kojima preduzeće može jednovremeno ostvariti troškovno vođstvo i diferencijaciju; itd.

Ukoliko je reč o diverzifikovanom preduzeću, tj. preduzeću koje poseduje više poslovnih jedinica, tada je bazični instrument za dijagnostikovanje konkurentske prednosti i nalaženje načina da se ona unapredi lanac vrednosti koji deli preduzeće u diskretne aktivnosti koje preduzeće sprovodi tokom dizajniranja svojih proizvoda, njihove proizvodnje, marketinga, isporuke, i pružanja podrške dotičnim proizvodima; odnosno, svaka od ovih aktivnosti može doprineti relativnoj troškovnoj poziciji preduzeća i stvoriti osnovu za diferencijaciju (Porter, 1998, 33). Stoga, istraživanje izvora konkurentske prednosti implicira sistematično ispitivanje kako svih ovih aktivnosti koje preduzeće sprovodi, tako i njihovih interakcija, s tim da sprovodeći ove strategijski bitne aktivnosti jeftinije ili bolje od njegovih konkurenata, preduzeće ostvaruje konkurentsku prednost. Kako je lanac vrednosti preduzeća ugrađen u odgovarajući, veći tok aktivnosti, odnosno, u određeni sistem vrednosti, dostizanje i održavanje konkurentske prednosti zavisi ne samo od razumevanja lanca vrednosti preduzeća, već i od toga kako se preduzeće uklapa u ukupan vrednosni sistem (Porter, 1998, 34).

Svaki lanac vrednosti preduzeća je sastavljen od devet generičkih kategorija aktivnosti, zajedno povezanih na karakteristične načine. Lanac vrednosti pokazuje ukupnu vrednost, i sastoji se od vrednosnih aktivnosti (reč je o fizički i tehnološki distinktivnim aktivnostima koje preduzeće sprovodi) i marže (reč je o razlici između ukupne vrednosti i ukupnih troškova izvođenja odnosnih vrednosnih aktivnosti) (Porter, 1998, 38). Svaka vrednosna aktivnost koristi kupljene *input*-e, ljudske resurse i neki oblik tehnologije da bi izvela njenu funkciju; svaka vrednosna aktivnost, takođe, mora da koristi i stvara određene informacije. Postoje dva tipa vrednosnih aktivnosti: primarne i aktivnosti podrške. Dakle, vrednosne aktivnosti su gradivni blokovi konkurentske prednosti, a lanac vrednosti nije skup nezavisnih aktivnosti, već sistem međuzavisnih aktivnosti (Porter, 1998, 48).

Delokrug aktivnosti preduzeća (konkurentski delokrug) može imati moćnu ulogu u kreiranju konkurentske prednosti, i to kroz oblikovanje konfiguracije i ekonomije njegovog lanca vrednosti. Uži delokrug može kreirati konkurentsku prednost kroz prilagođavanje lanca vrednosti, a širi delokrug - s obzirom na četiri dimenzije konkurentskog delokruga koje deluju na lanac vrednosti (delokrug segmenta, vertikalni delokrug, geografski delokrug i delokrug industrije) (Porter, 1998, 53-54) - može unaprediti konkurentsku prednost kroz korišćenje međuodnosa između lanca vrednosti koji služe različitim segmentima, industrijama ili geografskim oblastima.

Celovito istraživanje relevantnosti lanca vrednosti kao baznog instrumenta za dijagnostikovanje konkurentske prednosti i nalaženje načina da se ona unapredi, implicira i ispitivanje složenih odnosa između lanca vrednosti i industrijske strukture, i lanca vrednosti i organizacione strukture.

Bavljenje troškovnom prednošću, kao tipom konkurentske prednosti koju diverzifikovano preduzeće može posedovati, podrazumeva, pre svega, analizu lanca vrednosti i troškova, i istraživanje ponašanja troškova. Načelno, preduzeće ostvaruje troškovnu prednost ukoliko su njegovi kumulativni troškovi izvođenja svih vrednosnih aktivnosti niži od troškova konkurenata (Porter, 1998, 97). Pri tome, strategijska vrednost troškovne prednosti zavisi od njene održivosti, s tim, da će održivost postojati ukoliko konkurenti teško mogu ponoviti ili imitirati izvore troškovne prednosti preduzeća. Za razvoj strategije za ostvarivanje pozicije preduzeća sa nižim relativnim troškovima, bitna su dva glavna načina na koje preduzeće može ostvariti troškovnu prednost: kontrola pokretača troškova i rekonfiguracija lanca vrednosti (Porter, 1998, 99). Troškovna prednost je održiva ukoliko postoje odgovarajuće prepreke za ulazak ili za pokretljivost koje sprečavaju konkurente da imitiraju izvore troškovne prednosti preduzeća (Porter, 1998, 112).

Za diferencijaciju, kao tip konkurentske prednosti koju diverzifikovano preduzeće može ostvariti, bitno je, pre svega, da se preduzeće razlikuje od ostalih konkurenata po nečemu što je vredno za kupce (Porter, 1998, 119). Izvori diferencijacije se mogu pojaviti bilo gde u lancu vrednosti preduzeća, odnosno, strategije uspešne diferencijacije izvire iz koordinisanih akcija svih delova preduzeća. Bavljenje diferencijacijom implicira brojna i različita istraživanja - na primer, istraživanja: pokretača jedinstvenosti, troškova diferencijacije, odnosa lanca vrednosti kupca i diferencijacije, itd. Sa stanovišta održivosti, od važnosti je da održiva diferencijacija zahteva da preduzeće izvodi neki rang vrednosnih aktivnosti jedinstveno utičući na kriterijume kupovine (Porter, 1998, 150); uz to, preduzeće može da unapredi svoju diferencijaciju na dva osnovna načina - da postane jedinstvenije u izvođenju svojih postojećih vrednosnih aktivnosti ili da rekonfigurira svoj lanac vrednosti na način koji unapređuje njegovu jedinstvenost (Porter, 1998, 153-154). Održivost diferencijacije preduzeća u odnosu na konkurente zavisi od izvora diferencijacije, odnosno, od postojanja određenih prepreka koje sprečavaju konkurente da ponove ili imitiraju izvore diferencijacijske prednosti preduzeća.

Preduzeće sa višestrukim poslovnim jedinicama u srodnim industrijama, tj. privrednim oblastima, mora formulisati strategije na nivoima grupa, sektora, i na nivou korporacije, s tim da te strategije koordiniraju strategije individualnih poslovnih jedinica. Odnosno, većina preduzeća razlikuje strategiju poslovne jedinice, koja određuje kurs za aktivnosti preduzeća u individualnim industrijama, i korporativnu strategiju, koja predstavlja kompoziciju portfolija poslovnih jedinica preduzeća (Porter, 1998, 317). Načelno, postoje dva fundamentalna pitanja za korporativnu strategiju za diverzifikovano preduzeće: prvo je odabir industrija u kojima će dotično diverzifikovano preduzeće konkurisati, a drugo je kako strategije poslovnih jedinica dotičnog preduzeća trebaju biti koordinisane (Porter, 1998, 364); za oba pitanja je od ključne važnosti konkurentska prednost.

Uz navedeno, celovito bavljenje kreiranjem i održavanjem konkurentske prednosti diverzifikovanog preduzeća podrazumeva brojna i različita istraživanja koja se tiču: odnosa tehnologija i lanca vrednosti; pitanja odabira konkurenata, sa različitih stanovišta: strategijskih koristi od konkurenata, rastuće konkurentske prednosti, unapređivanja industrijske strukture, pomaganja razvoju tržišta, obeshrabrivanja novih ulazaka, održavanja industrijske stabilnosti, održavanja sposobnosti opstanka konkurenata, itd; važnosti supstitucije, sa aspekta ekonomije supstitucije, odnosa supstitucije i konkurentne strategije, itd; odnosa komplementarnih proizvoda i konkurentske prednosti; implikacija za ofanzivnu i defanzivnu konkurentsku strategiju; formulisanja konkurentske strategije u uslovima neizvesnosti; itd.

S obzirom na svoju relevantnost za opstanak, rast i razvoj preduzeća, s jedne strane, i ekstremnu složenost, izmenljivost u vremenu, višedimenzionalnost, s druge strane, kreiranje i održavanje konkurentske prednosti preduzeća u savremenim uslovima neosporno predstavlja strategijski važnu upravljačku problemsku situaciju. Reč je o nestrukturiranoj upravljačkoj problemskoj oblasti preduzeća, odnosno, kompleksnom, dinamičkom, interaktivnom, višeznačnom upravljivom sistemu problema. Svrhovito bavljenje odnosnom upravljačkom problemskom situacijom u konceptijskom okviru kritičkog sistemskog mišljenja implicira sledeća dva bitna pitanja: Šta treba biti istraženo u procesu generisanja i održavanja konkurentske prednosti preduzeća da bi se otkrila područja za potencijalno unapređivanje i Kako identifikovane promene trebaju kroz intervenciju u istraživanoj problemskoj oblasti biti implementirane da bi se ostvarilo ciljevima određeno unapređivanje istraživanog problemskog područja. To dalje znači da naučno zasnovano i praktično korisno istraživanje holistički konceptualizovane upravljačke problemske situacije kreiranja i održavanja konkurentske prednosti s ciljem unapređujućeg sistemskog intervenisanja u njoj podrazumeva

pitanje gde u procesu istraživanja (i intervenisanja) treba postaviti granice, tj. koji aspekti, varijable, entiteti - kao bitni - moraju biti uključeni u istraživanje, a koji - kao manje važni ili irelevantni - mogu biti marginalizovani, tj. isključeni iz istraživačkog procesa.

Sistemska intervencija kao teorijski i metodološko-metodski pluralizam u upravljanju konkurentskom prednošću preduzeća

Uz obavezanosti na: a) kritičku svest o snagama i ograničenjima svakog pojedinog istraživačkog instrumenta (paradigme, teorije, metodologije, metoda, tehnike, modela) i b) unapređivanje procesa istraživanja upravljačkih problemskih situacija i intervenisanja u njima, posebno, relevantno određenje kritičkog sistemskog mišljenja predstavlja pluralizam, koji implicira davanje legitimiteta različitim percepcijama i interpretacijama istraživane upravljačke problemske oblasti i omogućavanje odgovarajućeg kombinovanog korišćenja različitih instrumenata istraživanja.

Kako pitanje paradigmatke nesamerljivosti zauzima centralnu poziciju u kritičko-sistemskom pluralističkom upravljanju problemskim situacijama, razvoj pluralizma u okviru sistemskog mišljenja i prakse podrazumeva odgovarajuće načine na koje teorijski pluralizam može, tj. treba biti primereno prerađen. Kao posebno bitni, izdvajaju se sledeći razvoji kritičko sistemskog pluralizma: pluralizam kao metaparadigma, pluralizam kao nova paradigma, pluralizam kao metametodologija, pluralizam kao postmodernizam, neskladni pluralizam (Jackson 2000, 385-392; Petrovic, 2012, 797-814).

Teškoće opravdavanja kombinovanog korišćenja metodologija sa kontradiktornim paradigmatkim osnovama mogu predstavljati validan predložak razvoja pluralizma kao nove paradigme. Sa ovim pluralizam-kao nova paradigma-pristupom korespondentni su napor da se generiše paradigma sposobna da obuhvati pluralizam *per se*.

Poseban, relevantan reprezentant pluralizma kao nove paradigme predstavlja Sistemska intervencija.

Filozofsko-teorijske osnove

U Sistemske intervenciju su, pre svega, ugrađene odgovarajuće ideje filozofije procesa i Teorije kritike granica (Midgley, 1997, 276-279; Midgley, 2000, 69-98; 135-156; Midgley & Ochoa-Arias, 2001, 615-649; Mingers, 2006, 89-93; 98-99).

U filozofiji procesa, analitička primarnost pripada procesu, i to posebnom procesu prosuđivanja o granicama. Subjekti i objekti se shvataju kao sadržaji koji trebaju biti definisani kroz proces prosuđivanja o granicama istraživanja. Pri tome, kada je reč o subjektima, često je neophodno upotrebiti dve granice: granicu koja definiše subjekt(e) uključen(e) u istraživanje, i granicu koja definiše širi sistem generisanja znanja. Filozofija procesa je odgovorna za neku različitost mogućih sistema za generisanje znanja, i teorijski pluralizam u odnosu na različita prosuđivanja o granicama istraživanja.

Pretpostavke filozofije procesa o analitičkoj bitnosti procesa i neophodnosti teorijskog pluralizma razlikuju se od pretpostavki koje prave druge paradigme. Stoga se može konstatovati da filozofija procesa obezbeđuje osnovu za razvoj nove paradigme. Filozofija procesa osporava shvatanje da postoji samo jedna ispravna granica istraživanja, tj. intervencije, sa kojom treba raditi. Odnosno, filozofija procesa može obezbediti osnove za odgovarajući teorijski pluralizam, koji dopušta ljudima da budu u središtu - ili van središta - istraživanja, u zavisnosti od svrha i vrednosti koje se slede.

Iz filozofije procesa je izvedena Teorija kritike granica, koja je fokusirana na kritičko razmatranje granica istraživanja, tj. intervencije. Reč je o normativnoj teoriji usmerenoj na propisivanje odgovarajućeg kursa delovanja, a ne na opisivanje nekog aspekta istraživanog problemskog područja. Ukoliko su granice istraživanja krucijalne za generisanje znanja, onda je sposobnost da se promišlja o različitim mogućim granicama od odlučujuće važnosti. Prosuđivanja o granicama su tesno povezana sa prosuđivanjima o vrednostima, u smislu da različite vrednosti (povezane sa različitim idejama o unapređivanju) mogu rezultirati granicama koje se postavljaju na različitim mestima u procesu istraživanja. Teorija kritike granica ne predstavlja generalnu teoriju o granicama. Ona je direktno povezana sa nastojanjima da se unapredi sistemski intervensija u istraživanoj upravljačkoj problemskoj situaciji. Povezanost promišljanjima o granicama istraživanja sa konceptom unapređivanja je relevantna i neposredna - nešto što izgleda da je unapređivanje dato usko postavljenom granicom ne mora izgledati kao unapređivanje ukoliko su granice istraživanja, tj. intervencije, proširene. U Teoriji kritike granica, granice istraživanja determinišu način na koji će unapređivanje biti definisano, i delovanje tokom intervencije u istraživanom sistemu.

Kako su granice istraživanja (i intervencije) razmatrane kao odgovarajuće društvene, odnosno, personalne konstrukcije, kroz proces postavljanja granica se opredeljuje znanje koje treba biti smatrano primerenim, i određuju subjekti - pojedinci i/ili grupe - koji generišu to znanje (i koji su zainteresovani za rezultate nastojanja da se dotični sistem unapredi). Teorija kritike granica podrazumeva ne samo učešće različitih *stakeholder*-a sa različitim interesima, vrednostima, mišljenjima i verovanjima, različitim ciljevima i sredstvima njihovog ostvarivanja, različitim moćima i saznanjima o istraživanom problemskom području, već i kritičko vrednovanje ideja u odnosu na različite vrednosne sisteme.

Sa stanovišta prezentiranih osnovnih ideja filozofije procesa i Teorije kritike granica, upravljačka problemska situacija građenja održive konkurentske prednosti preduzeća predstavlja i treba biti razmatrana kao kompleksan, dinamički, interaktivan, višeznačan upravljiv proces. Istraživanje dotičnog problemskog područja, s ciljem unapređujućeg sistemskog intervenisanja u njemu, implicira odgovarajući teorijski pluralizam, odnosno, treba biti oslonjeno na različite, validne teorijske razvoje - na primer, na: Teoriju preduzeća zasnovanu na aktivnostima, odnosno, koncept lanca vrednosti, Teoriju personalnosti, Teoriju komunikacione kompetentnosti, itd. Uz to, kreativno strukturiranje upravljačke problemske situacije građenje održive konkurentske prednosti preduzeća podrazumeva proces kritičkog razmatranja granica istraživanja i intervenisanja, koje, kao društveno-personalne konstrukcije, oslonjene na prosuđivanje o vrednostima, determinišu: a) znanje relevantno za upravljanje odnosnom problemskom oblašću u preduzeću, na primer, o atraktivnosti industrije kojoj preduzeće pripada i relativnoj poziciji preduzeća, o ključnim konkurentskim snagama koje se tiču učesnika u industriji, kupaca, dobavljača, mogućnosti novih ulazaka u dotičnu industriju, eventualnog pritiska supstituta, itd. i b) subjekte (pojedince i/ili grupe) koji će generisati potrebne uvide i saznanja - na primer, menadžeri, zaposleni u departmanu za istraživanje i razvoj, spoljni eksperti, itd. Odnosno, kroz kritičko preispitivanje granica istraživanja i intervenisanja u problemskoj situaciji kreiranja održive konkurentske prednosti opredeljuju se - s ciljem unapređivanja sistemski intervensija u odnosnoj problemskoj oblasti - a) način na koji će unapređivanje biti definisano, na primer, kroz formulisanje odgovarajuće generičke strategije diferencijacije, ukoliko je reč o nediverzifikovanom preduzeću, i b) delovanje tokom intervencije u dotičnoj problemskoj situaciji, na primer, pravovremena i efikasna implementacija formulisane strategije diferencijacije.

Metodologija

Filozofija procesa i Teorija kritike granica omogućavaju teorijski pluralizam, koji, zauzvrat, obezbeđuje osnovu za metodološki pluralizam, tj. odgovarajuću širu metodologiju (Midgley, 1997, 281-284; Midgley, 2000, 129-132).

Razvoj metodologije, oslonjene na ideje filozofije procesa i Teorije kritike granica, zahteva, pre svega, opredeljivanje koncepta intervencije, tj. sistemske intervencije u upravljačkim problemskim situacijama u organizacijama. Načelno se pod intervencijom u istraživanoj upravljačkoj problemskoj situaciji podrazumeva osmišljeno delovanje nekog subjekta - pojedinca, grupe, organizacije, zajednice, društva - da bi se u dotičnoj situaciji proizvela odgovarajuća promena. Istovremeno, kako je u procesu bavljenja problemskom situacijom u kojoj se želi intervenisati ključno pitanje: gde postaviti granice u procesu istraživanja, promišljanje o granicama u procesu istraživanja, tj. promišljanje o granicama znanja, znači, zapravo, razmatranje opcija za uključivanje i isključivanje pojedinih dimenzija, veličina, entiteta. Dakle, vodeći računa o sadržaju koncepta intervencija, i identifikovanoj relevantnosti pitanja postavljanja granica u istraživanju moguće je na sledeći način opredeliti sistemske intervenciju - reč je o osmišljenom delovanju subjekta kako bi se u razmatranoj problemskoj situaciji generisala promena s obzirom na promišljanja o granicama (Midgley, 2000, 129). Precizirani koncept sistemske intervencije zauzima centralnu poziciju u metodologiji Sistemske intervencije. Odnosno, oslonjena na teorijski i metodološki pluralizam, metodologija za kritičko-sistemske pluralističku intervenciju u upravljačkim problemskim situacijama u organizacijama treba olakšati razmatranja pitanja uključivanja, marginalizovanja, isključivanja pojedinih dimenzija, veličina, entiteta, i to uz pomoć unapređivanja promišljanja o granicama.

Metodologija primerena sistemske intervenciji u nekoj upravljačkoj problemskoj situaciji podrazumeva sledeća tri ključna potprocesa: kritiku, prosuđivanje i delovanje.

Pre svega, subjekt u razmatranoj problemskoj situaciji mora kritički promišljati o granicama, i praviti izbore između različitih, alternativnih granica u procesu istraživanja. O granicama istraživanja, tj. intervencije, može se prosuđivati kroz - implicitno ili eksplicitno - korišćenje određenih teorija, odnosno, metodologija i metoda. Promišljanje koje rezultira prosuđivanjem o granicama predstavlja odgovarajuću aktivnost uobličavanja razumevanja dotičnog subjekta, koje, zauzvrat, može uticati na buduće delovanje u problemskoj situaciji. Kritičko bavljenje graničnim prosuđivanjima je od vitalnog značaja zato što uz pomoć kritike granica relevantne posledice različitih mogućih delovanja mogu biti predmet celovitih i detaljnih preispitivanja.

Drugi bitni aspekt metodologije Sistemske intervencije tiče se izbora između teorija i metodologija, odnosno, metoda, koje - oslanjajući se na teorijski i metodološki pluralizam - pravi subjekt. Učinjenim izborima, subjekt, zapravo, upravlja procesom delovanja u istraživanoj problemskoj situaciji. Teorijski i metodološki pluralizam poseduju značenje u kategorijama opredeljene filozofije procesa, i fokusirani su na granična prosuđivanja: ukoliko razumevanja istraživane problemske situacije mogu biti ograničena na različite načine, onda svaka od tih mogućih alternativnih granica može sugerisati korišćenje neke drugačije teorije, i obrnuto, svaka teorija implicira posebna granična prosuđivanja. Istovremeno, kako različite metodologije (i njihovi metodi, tehnike, modeli) otelotvoruju različite teorijske pretpostavke, metodološki pluralizam, takođe, postaje smislen - izbori između granica istraživanja i teorija sugerišu koje metodološke opcije su najprimerenije, i obrnuto, metodološki izbori impliciraju posebna teorijska i metodološka prosuđivanja. Izbor između teorija i metodologija, odnosno, metoda, može se shvatiti kao oblik delovanja, na način kao što pravljenje izbora između

granica može biti shvaćeno kao delovanje. Reč je o određenom delovanju u sadašnjosti da bi se oblikovala strategija za buduću intervenciju.

Adekvatna metodologija za sistemsku intervenciju u istraživanoj upravljačkoj problemskoj situaciji eksplicitno upućuje na delovanje za unapređivanje istraživanog problemskog područja. Pri tome, delovanje može biti određeno jedino u lokalnim kontekstima, a unapređivanje, analogno, treba biti definisano privremeno i lokalno. To stoga, što se različiti subjekti mogu oslanjati na različita granična prosuđivanja, tako da ono što jednom subjektu izgleda da je unapređivanje situacije, drugom subjektu može izgledati suprotno. Dotična privremenost i lokalni kontekst svih unapređivanja čine koncept održivog unapređivanja posebno bitnim. Načelno se može smatrati da je postignuto unapređivanje ukoliko je kroz intervenciju u problemskoj situaciji postignuta željena posledica, a održivo unapređivanje je dostignuto kada ono izgleda da će trajati bez pojavljivanja neželjenih posledica.

Dotična tri ključna potprocesa metodologije Sistemske intervencije su, jasno, neodvojivi. Odvijanje jedne od ovih aktivnosti, podrazumeva odvijanje druge dve aktivnosti, s tim da se fokus istraživanja pomera sa jednog aspekta na drugi, tako da nijedna aktivnost ne može ostati implicitna, i izbeći kritičko sistemsko preispitivanje. Obezbeđivanjem da svaki od tri ključna aspekta metodologije Sistemske intervencije bude u centru istraživanja, osigurava se da granice, teorije, metodologije, metodi i delovanja za unapređivanje svi budu eksplicitno kritički razmatrani.

Oslanjajući se, s jedne strane, na utvrđenu validnost ključnih ideja filozofije procesa i Teorije kritike granica za kreativno istraživanje upravljačke problemske situacije generisanje održive konkurentske prednosti preduzeća i unapređujuće intervenisanje u njoj, i, s druge strane, respektujući identifikovanu relevantnost teorijskog i metodološkog pluralizma, moguće je za odnosnu upravljačku problemsku oblast razviti metodologiju sistemske intervencije, koja obuhvata tri odgovarajuća potprocesa: kritiku, prosuđivanje i delovanje.

Pre svega, relevantni subjekti - pojedinci i grupe (na primer, menadžeri, spoljni eksperti, interdisciplinarni timovi stručnjaka, itd.) - kritički, kroz korišćenje različitih: teorija (na primer, Teorija preduzeća zasnovana na aktivnostima, Teorija personalnosti, Teorija komunikacione kompetentnosti, itd.), koncepata (na primer, koncept lanca vrednosti, itd.), metodologija (na primer, metodologija Razvoja i analize strategijskih opcija, metodologija Identifikovanja i testiranja strategijskih pretpostavki, metodologija Kritičke heuristike sistema, metodologija Organizacione kibernetike, itd.) i njihovih pridruženih metoda, tehnika, modela (na primer, Kognitivne mape, Karta procenjivanja strategijskih pretpostavki, Lista dvanaest kritičko heurističkih pitanja, Model sistema sposobnog da opstane, itd.), promišljaju o mogućim granicama istraživanja odnosno problemske situacije i intervenisanja u njoj, i prave - shodno određenim vrednosnim sistemima i ciljevima - izbor(e) između alternativnih granica.

Zatim, dotični subjekti prave izbor između raspoloživih teorija, metodologija, metoda, tehnika, modela, čime, zapravo, upravljaju delovanjem u istraživanoj problemskoj situaciji. Pri tome je od značaja da, sa stanovišta teorijskog pluralizma, različita razumevanja istraživane problemske situacije upućuju na različite granice, a alternativne granice mogu sugerisati korišćenje različitih teorija, i obrnuto; i, istovremeno, sa stanovišta metodološkog pluralizma, različite metodologije (i njihovi metodi, tehnike, modeli) reprezentuju različite teorijske fundamente, pa izbori između granica istraživanja i teorija upućuju na metodologije koje će se smatrati najprimerenijim, i obrnuto. Na primer, ukoliko je u razumevanju problemske situacije generisanje održive konkurentske prednosti kao višeznačne problemske oblasti fokus na davanju legitimiteta različitim percepcijama i interpretacijama odnosnog

problemskog područja i iznalaženju odgovarajućeg dijalektičkog rešenja, tada će - sa spektra relevantnog teorijskog razvoja - biti sugerisano korišćenje Teorije otvorenih sistema (Churchman, 1979), što dalje, sa aspekta korespondentne metodologije, implicira primenu metodologije Identifikovanja i testiranja strategijskih pretpostavki (Mason & Mitroff, 1981; Petrović, 2010). Ili, na primer, ukoliko se kroz istraživanje odnosne problemske situacije nastoje identifikovati različite perspektive, omogućiti analiza njihovih implikacija i opredeliti proces za prihvaćeno delovanje tada će - sa stanovišta primerenog teorijskog razvoja - biti sugerisano korišćenje Teorije personalnosti (Kelly, 1955), što dalje, sa stanovišta korespondentnog metodološkog razvoja, podrazumeva primenu metodologije Razvoja i analize strategijskih opcija (Ackermann & Eden, 2010; Petrović, 2010).

Treći potproces metodologije sistemske intervencije u upravljačkoj problemskoj situaciji kreiranja održive konkurentske prednosti je delovanje za unapređivanje istraživnog problemskog područja. Pri tome se, s obzirom na kompleksnost i višeznačnost odnosne problemske situacije, delovanje u njoj određuje za lokalne kontekste - na primer, u diverzifikovanom preduzeću, za diskretnu aktivnost proizvodnja, ili za diskretnu aktivnost marketing, a unapređivanje se, analogno, definiše lokalno i privremeno - na primer, postizanje troškovnog liderstava, ili dostizanje diferencijacije u sistemu promocije, i to u određenom vremenskom intervalu. Uz navedeno, održivost unapređivanja u odnosnoj problemskoj situaciji je od posebne važnosti; kako se, načelno, održivo unapređivanje smatra dostignutim kada ono izgleda da će trajati bez pojavljivanja neželjenih posledica, u problemskoj situaciji građenja održive konkurentske prednosti dostizanje troškovnog vođstva koje obično implicira stroge sisteme kontrole, opštu minimizaciju, težnju ka ekonomiji obima, posvećenost krivi učenja bi moglo biti kontraproduktivno za preduzeće koje pokušava da sebe diferencira kroz neki konstantni tok kreativnih novih proizvoda (Porter, 1998, 23-24).

Kreativni dizajn metoda

Relevantni deo metodologije Sistemske intervencije predstavlja Kreativni dizajn metoda (Midgley, 1997, 261-267; Midgley, 2000, 225-237). Reč je o instrumentu koji pruža podršku metodološkom pluralizmu, i nastoji da utemeljeno upotrebi raspoloživu varijetetnost funkcionalističkih, interpretativnih, emancipatornih, postmodernističkih sistemskih metodologija i njihovih metoda, tehnika, modela (Jackson, 2006, 868-878), koji stoje na raspolaganju subjektu u procesu sistemske intervencije da iz njih uči. Kreativni dizajn metoda obezbeđuje odgovarajuću strategiju za odabir, odnosno, dizajniranje, i kombinovanje metoda u praksi.

Kako su u Kreativnom dizajnu metoda u fokusu izbor, tj. dizajniranje, i kombinovanje metoda, čime se odražava odgovarajuća filozofska, tj. teorijska pozicija, Kreativni dizajn metoda nije metaparadigmatski. Naime, Kreativni dizajn metoda predstavlja otelotvorenje paradigmatičkih pretpostavki Sistemske intervencije - ontoloških, epistemoloških i metodoloških, te se stoga ne postavlja metaparadigmatski - iznad i izvan svih drugih paradigmi. U Kreativnom dizajnu metoda, metodi se izvode iz drugih metodologija, i interpretiraju kroz određenu metodologiju subjekta koji je uključen u proces intervenisanja u istraživnoj problemskoj situaciji. Dakle, Kreativni dizajn metoda reprezentuje razvoj nove paradigme u okviru kritičkog sistemskog mišljenja.

Za razvoj Kreativnog dizajna metoda je, pre svega, od značaja problematizovanje ideje o jednostavnom metodološkom izboru. Naime, polazi se od shvatanja da kompleksnost bilo koje upravljačke problemske situacije implicira opravdano korišćenje neke varijetetnosti metoda, i da često postoji potreba da se razvijaju novi metodi. Stoga se smatra korisnijim

promišljati u terminima određenog dizajna metoda, nego u kategorijama jednostavnog izbora između raspoloživih metodologija.

Kreativni dizajn metoda podrazumeva razumevanje problemske situacije - u kojoj subjekt želi da unapređujuće interveniše - u terminima dinamičkog skupa sistemski međupovezanih pitanja, koja iskazuju svrhe intervencije dotičnog subjekta. Svako od tih pitanja/svrha može zahtevati da bude diskutovano korišćenjem drugačijeg metoda, ili dela nekog metoda. Dotične svrhe nisu nužno unapred određene kao potpuni skup, već se mogu menjati shodno odvijanju događaja i razvoju razumevanja dotične situacije. Odnosno, relevantno saznanje da se intervencije dešavaju tokom vremena, a da se različite svrhe mogu pojaviti u različitim momentima istraživanja neposredno korespondira s opredeljenom filozofijom procesa. Druga ključna ideja je da se metodi razlikuju od sume njihovih delova. Dakle, uz pomoć odgovarajućeg sistema različitih metoda može biti praćen neki sistem međupovezanih svrha.

U procesu identifikovanja pitanja koja iskazuju svrhe, i odabira, odnosno, dizajniranja metoda ostvarivanja tih svrha od važnosti su znanje i intuicija subjekta i njegova centralna uloga u procesu intervencije u problemskoj situaciji. Od dotičnog subjekta se očekuje preuzimanje odgovornosti za upravljanje mogućim tenzijama između njegovih shvatanja i drugačijih shvatanja ostalih *stakeholder*-a.

Kako su odabir, dizajn i/ili kombinovanje metoda neposredno uslovljeni prihvaćenim granicama, za Kreativni dizajn metoda su od važnosti pitanja postavljanja granica u procesu istraživanja i intervencije. Kritika granica je aktivan proces, i postoje brojni metodi koji mogu biti upotrebljeni da bi se ta kritika granica sprovela. Načelno, moguće je identifikovati dva tipa pitanja koji iskazuju svrhe koje upravljaju selekcijom i/ili dizajnom metoda: a) pitanja o granicama, koja dovode do određenog dizajna metoda za definisanje relevantnih dimenzija problemske situacije, i b) pitanja o odnosnim relevantnim dimenzijama, koja dovode do određenog dizajna metoda za diskutovanje definisanih relevantnih dimenzija dotične problemske situacije. Da bi se polazeći od skupa pitanja koja iskazuju svrhe subjekta stiglo do metoda (ili sistema metoda) koji će pomoći ostvarivanju tih svrha, neophodno je promišljati o odgovarajućoj varijetnosti metoda. Za kontekst primene Kreativnog dizajna metoda, od značaja je razmatranje nekoliko relevantnih aspekata koji se tiču: svrha metoda, principa metodologija iz kojih su metodi izvedeni, teorija koje izvorno utemeljuju razvoj metoda, uvida o praktičnim rezultatima korišćenja različitih metoda, itd.

Shodno identifikovanoj relevantnosti filozofsko-teorijskih fundamenata Sistemske intervencije za holističko konceptualizovanje i istraživanje upravljačke problemske situacije generisanje održive konkurentske prednosti, i razmotrenim potprocesima metodologije Sistemske intervencije u odnosnoj upravljačkoj problemskoj oblasti, razvijanje Kreativnog dizajna metoda za ovu upravljačku problemsku situaciju podrazumeva izdvajanje, dizajniranje i/ili kombinovanje onih metoda, tehnika, modela koji će naučno utemeljeno i praktično korisno podržati proces opredeljivanja promena čijom implementacijom dotična upravljačka problemska oblast određenog (ne)diverzifikovanog preduzeća može biti unapređena. Na primer, kroz korišćenje Kognitivnih mapa (kao tehnike interpretativne metodologije Razvoj i analiza strategijskih opcija) biće omogućeno postizanje: a) konsenzusa između relevantnih *stakeholder*-a o, na primer, diferencijaciji, kao generičkoj strategiji za ostvarivanje iznadprosečnog učinka, i b) njihove obavezanosti na odgovarajuće delovanje u istraživanom nediverzifikovanom preduzeću; ili, na primer, kroz primenu Karte procenjivanja pretpostavki (kao tehnike metodologije Identifikovanje i testiranje strategijskih pretpostavki) biće obezbeđeno davanje legitimiteta različitim percepcijama i interpretacijama procesa kreiranja održive konkurentske prednosti u određenom diverzifikovanom preduzeću, u formulisanju

njegove korporativne strategije; ili, na primer, kroz korišćenje Liste dvanaest kritičko heurističkih pitanja (kao metoda emancipatorne metodologije Kritičke heuristike sistema) biće omogućeno *stakeholder*-ima da: a) otkriju normativni sadržaj postojećeg, odnosno, predloženog organizacionog dizajna - posebno relevantnog sa stanovišta odnosa između lanca vrednosti, kao baznog instrumenta za dijagnostikovanje konkurentske prednosti, i organizacione strukture, b) identifikuju moguće alternativne dizajne, i c) kroz participatornu debatu dođu do dijalektičkog rešenja o tome koji dizajn bi trebao biti implementiran u istraživanom diverzifikovanom preduzeću; ili, na primer, kroz primenu Modela sistema sposobnog da opstane (kao instrumenta funkcionalističke metodologije Organizacione kibernetike) biće podržana bitna - posebno u formulisanju konkurentske strategije u uslovima visoke neizvesnosti - odzivnost, tj. adaptivnost istraživanog diverzifikovanog preduzeća i na one događaje u preduzeću i njegovom okruženju koji nisu bili anticipirani pri njegovom dizajniranju.

Kritički osvrt

Argumentacija za pluralizam kao novu paradigmu je utemeljena na odgovarajućem razumevanju kritičkog sistemskog mišljenja (Midgley 1997, 249-290; Midgley 2000; Midgley, 2011, 1-15). Naime, u Sistemskoj intervenciji, kao posebnom iskazu metodološkog pluralizma, tj. kao paradigmi *per se*, metaparadigmatski karakter kritičkog sistemskog mišljenja se osporava. Istovremeno, tvrdi se da kritičko sistemsko mišljenje može uspostaviti određenu osnovu za neku novu paradigmu, s tim da se emancipatornom sistemskom pristupu, načelno, dodeljuje privilegovan status.

Prevazilaženje teškoća koje izviru iz kombinacija metodologija utemeljenih na različitim filozofskim i sociološkim pretpostavkama je relevantna snaga pluralizma kao nove paradigme, odnosno, Sistemske intervencije. S druge strane, fundamentalna slabost ovog pristupa pluralizmu proizilazi iz činjenice da sve dok određena nova paradigma ne implicira korišćenje divergentnih metodologija, odnosno, njihovih metoda i tehnika, moć paradigmatke raznovrsnosti je ograničena.

Uzimajući u obzir alternativne paradigme, uverljivi argumenti koji osporavaju neko ne-metaparadigmatko razumevanje kritičkog sistemskog mišljenja mogu biti opredeljeni. Stoga se može konstatovano da pluralizam, sam po sebi, s obzirom na zaštitu paradigmatke raznovrsnosti, ne može biti prepušten bilo kojoj zasebnoj paradigmi.

Posebna slabost Sistemske intervencije, odnosno, pluralizma kao nove paradigme proizilazi iz činjenice da pluralizam - u zavisnosti od prihvaćene nove paradigme - može izgubiti svoju relevantnu radikalnu oštrinu. Ukoliko dotična paradigma, favorizovana da prihvati pluralizam, ne posvećuje dovoljno pažnje emancipatornoj praksi, mogućnost da se bude radikalno oštar biće izgubljena. S druge strane, kada je određivanje pluralizma kao nove paradigme povezano sa nekom radikalnom paradigmatkom, onda će ova značajna sposobnost biti sačuvana.

Kroz promišljanja o metodologiji u terminima Sistemske intervencije, kritici granica istraživanja i intervenisanja, teorijskom i metodološkom pluralizmu, Kreativnom dizajnu metoda, subjektima koji istražuju problemsku situaciju u kojoj se želi svrhovito intervenisati omogućeno je identifikovanje i kombinovanje široke varijetetnosti metoda čijom implementacijom mogu biti realizovane postavljene svrhe. Pri tome se, među osporavanjima Sistemske intervencije, kao posebno značajna izdvajaju: a) očekivanja da subjekt angažovan u sistemskoj intervenciji treba raspolagati primerenim znanjem, i b) sumnje u paradigmatku utemeljenost metodološkog pluralizma shodno činjenici da su mnogi od raspoloživih metoda

(i njihovih metodologija) osmišljeni u različitim paradigmama, a da svaka od njih pravi drugačije pretpostavke o entitetima (ontologija) i znanju o njima (epistemologija).

Kao odgovor na dotična dva osporavanja Sistemske intervencije razvijen je odgovarajući model učenja - zasnovan na Kreativnom dizajnu metoda - o: a) snagama i slabostima različitih metoda i b) različitim metodologijama, koje mogu biti (re)interpretirane u kategorijama odnosnog metodološkog prilaza. Dotični model učenja može neposredno pomoći subjektima da u praksi, razvijajući primereno razumevanje metodologije i pridruženih metoda, u istraživanoj upravljačkoj problemskoj situaciji generisanja održive konkurentske prednosti preduzeća kreativno interveniše na kritički i pluralistički način.

Oslanjajući se na moćan konceptualno-teorijski okvir i utemeljen metodološki i metodski razvoj, Sistemska intervencija može biti argumentovano upotrebljena u bavljenju kompleksnim i višeznačnim upravljačkim problemima u različitim oblastima i vrstama organizacija, o čemu svedoče njene brojne primene (Midgley, 2000; Cordoba & Midgley, 2008; Paucar-Caceres & Espinosa, 2011; Barros-Castro, Midgley & Pinzón, 2015; Petrovic, 2015; itd.).

Zaključak

Glavna motivacija za sprovedena istraživanja bila je da se Sistemska intervencija, kao poseban teorijski i metodološko-metodski razvoj u okviru kritičkog sistemskog mišljenja, eksplicitno poveže sa nastojanjima da se kreativno unapredi istraživanje problemske situacije generisanja održive konkurentske prednosti i intervenisanja u njoj. Odnosno, ključni zadatak je bio da se, pre svega, načelno, a, zatim, u uslovima odnosne strategijske upravljačke problemske oblasti u preduzećima, kritički preispitaju filozofsko-teorijske osnove Sistemske intervencije, njena metodologija i Kreativni dizajn metoda, kako bi se opredelile pretpostavke, načini i dometi njenog korišćenja.

Dobijeni istraživački rezultati eksplicitno pokazuju da - u odnosu na neholističke pristupe menadžmentu - Sistemska intervencija reprezentuje primereniji, kritičko-sistemski istraživački instrumentarijum korespondentan rastućoj kompleksnosti i varijetetnosti upravljačkih problema u preduzećima, s jedne strane, i rastućoj raznovrsnosti teorija, metodologija, metoda, tehnika, modela raspoloživih za upravljanje problemima u preduzećima, s druge strane. Istovremeno, u poređenju sa drugim pristupima bavljenju pluralizmom u kritičkom sistemskom mišljenju, Sistemska intervencija se fokusira na kombinovanje metoda, tj. na razvijanje nekog kreativnog dizajna metoda, i, na taj način, nadilazi otvorena pitanja kombinovanja metodologija koje pripadaju različitim paradigmama. Dakle, kao nov paradigmatički razvoj u kritičkom *Management Science*-u, Sistemska intervencija, u naučnom smislu, doprinosi holističkom razumevanju i konceptualizovanju upravljačke problemske situacije generisanja održive konkurentske prednosti preduzeća, odnosno, njenom validnom strukturiranju. Istovremeno, relevantna praktična implikacija za istraživače i menadžere je da oni - kroz korišćenje metodologije Sistemske intervencije i odgovarajućeg Kreativnog dizajna metoda - mogu efektivno i efikasno unaprediti proces upravljanja odnosnom strategijskom problemskom situacijom.

Shodno prezentiranim istraživanjima i identifikovanim rezultatima, može biti smatrano da je glavna hipoteza rada potvrđena. Odnosno, iz istraživanja proizilazi da Sistemska intervencija, kao posebna paradigma pluralizma kritičkog sistemskog mišljenja, može - s obzirom na svoju filozofsko-teorijsku fundiranost i metodološko-metodski razvoj - biti primenjena u holističkom konceptualizovanju i istraživanju problemske situacije kreiranja održive konkurentske prednosti preduzeća, i opredeljivanju naučno utemeljenih i aplikativno

korisnih predloga promena čijom implementacijom može biti unapređen proces generisanja i održavanja konkurentne prednosti preduzeća.

Ključno ograničenje prezentiranih istraživanja tiče se činjenice da razvijeno kritičko preispitivanje konceptualno-teorijskih i metodološko-metodskih aspekata Sistemske intervencije u upravljanju konkurentskom prednošću preduzeća nije praćeno odgovarajućim istraživanjem načina i rezultata neposredne primene metodologije Sistemske intervencije i odgovarajućeg dizajna metoda u konkretnim poslovnim uslovima nekog postojećeg preduzeća.

Upravo to ograničenje može biti predmet budućih istraživanja. Takođe, sledeća dva otvorena pitanja se izdvajaju kao važna za buduća istraživanja: problem povezan sa očekivanjima da *stakeholder*-i involvirani u proces Sistemske intervencije poseduju zahtevana znanja, i problem koji se tiče paradigmatke validnosti metodološkog pluralizma, shodno činjenici da su mnogi od metoda, odnosno, njihovih metodologija, razvijeni u okviru različitih paradigmi, a svaka od njih je zasnovana na različitim pretpostavkama o relevantnim entitetima, načinima pribavljanja znanja, i vrednosnim sistemima.

Reference

1. Ackermann, F., & Eden, C. (2010). Strategic Options Development and Analysis. In: M. Reynolds & S. Holwell (Eds.). *Systems Approaches to Managing Change: A Practical Guide* (pp. 135-190). New York, NY: Springer
2. Barros-Castro, R. A., Midgley, G., & Pinzón, L. (2015). Systemic Intervention for Computer-Supported Collaborative Learning. *Systems Research and Behavioral Science*, 32(1), 86-105. DOI:10.1002/sres.2220
3. Churchman, C. W. (1979). *The Systems Approach and Its Enemies*. New York, NY: Basic Books.
4. Cordoba, J-R., & Midgley, G. (2008). Beyond organisational agendas: using boundary critique to facilitate the inclusion of societal concerns in information systems planning. *European Journal of Information Systems*, 17(2), 125-142. doi:10.1057/ejis.2008.4
5. Jackson, M. C. (2000). *Systems Approaches to Management*. New York, USA: Kluwer Academic / Plenum Publishers.
6. Jackson, M. C. (2003). *Systems Thinking: Creative Holism for Managers*. Chichester, England: John Wiley and Sons.
7. Jackson, M. C. (2006). Beyond problem structuring methods: reinventing the future of OR/MS. *Journal of the Operational Research Society*, 57(7), 868-878. DOI:10.1057/palgrave.jors.2602093
8. Jackson, M. C. (2010). Reflections on the Development and Contribution of Critical Systems Thinking and Practice. *Systems Research and Behavioral Science*, 27(2), 133-139. doi:10.1002/sres.1020
9. Kelly, G. A. (1955). *The Psychology of Personal Constructs*. Volume One: *A Theory of Personality*. New York, NY: Norton and Company.
10. Mason, R. O., & Mitroff, I. I. (1981). *Challenging Strategic Planning Assumptions*. New York, NY: John Wiley.
11. Midgley, G. (1997). Mixing Methods: Developing Systemic Intervention. In J. Mingers and A. Gill (Eds.). *Multimethodology - The Theory and Practice of Combining Management Science Methodologies* (pp. 249-290). Chichester, UK: John Wiley and Sons.
12. Midgley, G. (2000). *Systemic Intervention: Philosophy, Methodology, and Practice*. New York, NY: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
13. Midgley, G. (2011). Theoretical Pluralism in Systemic Action Research. *Systemic Practice and Action Research*, 24(1), 1-15. doi:10.1007/s11213-010-9176-2
14. Midgley, G., & Ochoa-Arias, A. E. (2001). Unfolding a theory of systemic intervention. *System Practice and Action Research*. 14(5), 615-649. DOI 10.1023/A:1011977220479

15. Midgley, G., Cavana, R. Y., Brocklesby, J., Foote, J. L., Wood, D. R. R., & Ahuriri-Driscoll, A. (2013). Towards a new framework for evaluating systemic problem structuring methods *European Journal of Operational Research* 229(1), 143-154. doi:10.1016/j.ejor.2013.01.047
16. Mingers, J. (2006). *Realising Systems Thinking - Knowledge and Action in Management Science*. New York, NY: Springer.
17. Mingers, J., & White, L. (2010). A review of the recent contribution of systems thinking to operational research and management science. *European Journal of Operational Research*, 207(3), 1147-1161. doi.org/10.1016/j.ejor.2009.12.019
18. Paucar-Caceres, A., & Espinosa, A. (2011). Management science methodologies in environmental management and sustainability: discourses and applications. *Journal of the Operational Research Society*, 62(9), 1601-1620. doi:10.1057/jors.2010.110
19. Petrović, S. P. (2010). *Sistemska mišljenje, Sistemske metodologije*. Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
20. Petrovic, S. P. (2012). Pluralism in structuring the management problem situations. *Teme*, 36(2), 797-814.
21. Petrovic, S. P. (2015). Systemic Intervention in Creative Managing Problems in Enterprises. *Journal of Business Economics and Management*. 16(5), 949-961. doi: 10.3846/16111699.2013.833546.
22. Porter, M. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. With a New Introduction. New York, NY: THE FREE PRESS.
23. Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*. 79, 79-93.
24. Ulrich, W. (2003). Beyond methodology choice: critical systems thinking as critically systemic discourse. *Journal of the Operational Research Society*, 54(4) 325-342. doi:10.1057/palgrave.jors.2601518
25. Ulrich, W. (2012a). Operational research and critical systems thinking - an integrated perspective Part 1: OR as applied systems thinking. *Journal of the Operational Research Society*, 63(9), 1228-1247. doi:10.1057/jors.2011.141
26. Ulrich, W. (2012b). Operational research and critical systems thinking - an integrated perspective Part 2: OR as argumentative practice. *Journal of the Operational Research Society*, 63(9), 1307-1322. doi:10.1057/jors.2011.145
27. Zhu, Z. (2011). After paradigm: why mixing-methodology theorising fails and how to make it work again. *Journal of the Operational Research Society*, 62(4), 784-798. doi:10.1057/jors.2010.31

INOVATIVNOST KAO KOMPONENTA INTELEKTUALNOG KAPITALA

Dr Stevo Janošević*

Dr Vladimir Dženopoljac

Apstrakt: U radu se istražuje inovativnost kao jedna od najznačajnijih komponenti intelektualnog kapitala (IK). Dva su ključna pitanja od kojih se pošlo u istraživanju. Prvo, na koji način su različiti elementi inovacionog kapitala povezani sa pojedinim komponentama IK? Drugo, kakav je odnos između različitih indikatora inovacionog kapitala i IK-a? Polazna pretpostavka u istraživanju je da holizam treba da predstavlja bitnu karakteristiku sistemskog pristupa u razumevanju značaja i uloge u procesu stvaranja vrednosti ne samo IK-a već i inovacionog kapitala. Rezultati istraživanja pokazuju da inovacioni kapital predstavlja „vezivno tkivo“ kojim se povezuju različite komponente IK (ljudski, strukturni i relacioni kapital). Zapravo, putem inovacionog kapitala se faktički eksploatiše i uvećava vrednost IK-a kao jezgra pokretača rasta, unapređenja performansi poslovanja i stvaranja vrednosti. S druge strane, IK ima direktni i indirektni podsticaj na razvoj inovacionog kapitala. Stoga se posebno razmatra odnos različitih komponenti IK i inovacionog kapitala, kao i različiti indikatori i merila inovacionog kapitala.

Ključne reči: intelektualni kapital, inovativnost, inovacije, nematerijalna aktiva, konkurentna prednost

Uvod

Bez obzira na način kojim preduzeće stvara konkurentnu prednost, ključna kompetentnost predstavlja izvor konkurentne prednosti. U ekonomiji zasnovanoj na znanju ili inovacionoj ekonomiji vrednost i konkurentnost preduzeća dominantno opredeljuje intelektualni kapital (IK) ili nematerijalna aktiva. Novi kontekst savremenog okruženja menja pravila i logiku biznis modela po kojima preduzeća funkcionišu. Na prvi pogled značajno diversifikovan portfolio poslovanja može se bazirati na jednoj ili manjem broju komponenti IK-a. IK ne predstavlja samo vezivno tkivo različitih poslova, već i podsticaj za razvoj novih poslova. Jedna od najznačajnijih komponenti IK-a je inovativnost. Samim tim upravljanje inovacijama treba posmatrati kao deo procesa upravljanja IK-om koji u savremenim uslovima poslovanja postaje sve zahtevnija i značajnija aktivnost, što nameće potrebu, posmatrano iz perspektive inovativnosti, za unapređenjem efektivnosti i efikasnosti upravljanja IK-om.

Inovacije su po brojnim osnovama povezane sa IK-om. Naime, inovativnost često predstavlja najznačajniju „vezivnu masu“ putem koje se integrišu različite komponente IK. Zato se jedan od posebnih izazova u procesu stvaranja vrednosti po osnovu korišćenja IK odnosi na inovativnost kao komponentu IK. Budući da istraživanja ovog tipa nema mnogo, ovim radom se želi popuniti ova praznina i otvoriti jedno značajno istraživačko pitanje iz oblasti upravljanja IK-om. Stoga je cilj ovog rada, koji je eksplorativnog karaktera, da pruži teorijsko objašnjenje za bolje razumevanje inovativnosti kao komponente IK. Tri su podržavajuća cilja ovog osnovnog cilja. Prvo, ukazati na značaj inovativnosti za unapređenje performansi IK. Drugo, na osnovu ovih objašnjenja postaviti dobru osnovu za formulisanje hipoteza koje bi se mogle empirijski testirati u budućim istraživanjima o uticaju

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: sjanosevic@kg.ac.rs

inovativnosti na IK. Treće, svebuhvatno analizirati IK na bazi indikatora inovacionog kapitala.

Ovako formulisani ciljevi istraživanja posebno dobijaju na značaju i aktuelnosti imajući u vidu da su inovacione performanse srpskih preduzeća nezadovoljavajuće i da su povezane sa niskim nivoom konkurentnosti privrede Srbije. Ovo je bitno iz razloga jer se značaj faktora koji utiču na rast konkurentnosti menja. Naime, privrede koje su vođene inovacijama su najkonkurentnije jer imaju podsticajno okruženje za inovativnost i sposobnost inoviranja. Istraživanje ove vrste dodatno aktualizuje karakter ekonomske krize u Srbiji koja je strukturne prirode, budući da su inovacije najznačajniji pokretač strukturnih promena.

Dva su ključna istraživačka pitanja od kojih se pošlo u realizaciji ovako postavljenih ciljeva istraživanja:

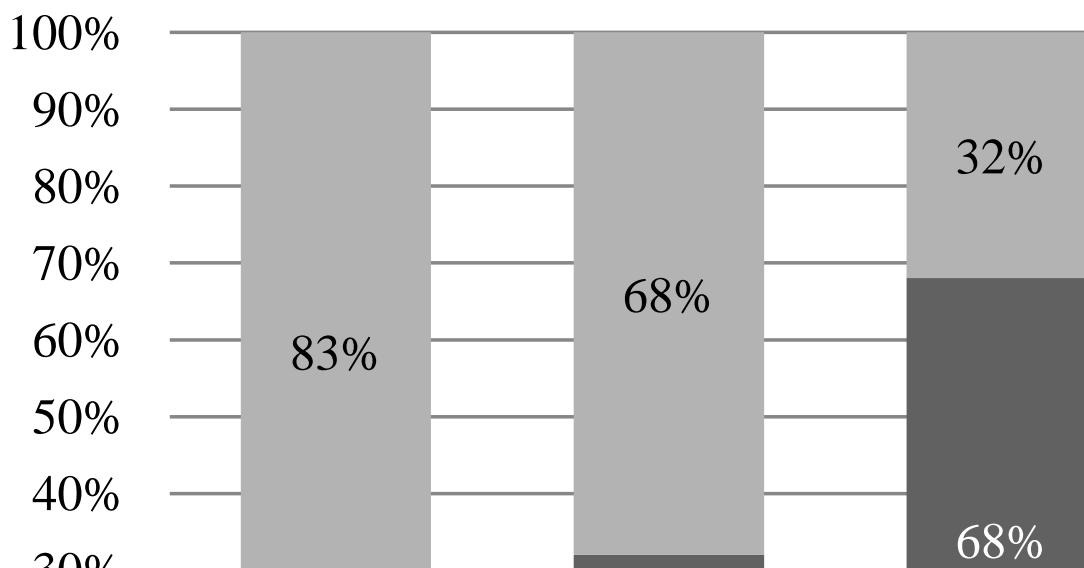
- Na koji način su različiti elementi inovacionog kapitala povezani sa različitim komponentama IK-a?
- Kakav je odnos između različitih indikatora inovacionog kapitala i IK-a?

Postavljeni predmet i cilj istraživanja, kao i formulisana ključna istraživačka pitanja, opredelili su metodologiju istraživanja. U analizi istraživačkog problema dominira deskriptivni pristup koji kombinuje teorijski i empirijski pristup problemu. Za stvaranje dodatnih i produbljenih znanja o istraživačkom problemu poseban značaj imaće upotreba metoda komparacije, analize i sinteze podataka dobijenih uvidom u relevantnu literaturu i druge različite izvore.

Rukovodeći se napred iznetim, rad je strukturiran na sledeći način. U prvom delu, posle uvoda, razmatra se koncept IK-a, gde je poseban naglasak na pojmovnim razgraničenjima, podeli IK-a i uticaju IK-a na performanse poslovanja preduzeća. Sledi zatim razmatranje koncepta inovativnosti. Pošto je inovacioni kapital rezultat inovativnosti, inovacionom kapitalu se posvećuje naredni poseban deo. U ovom delu rada se, nakon definisanja inovacionog kapitala, sveobuhvatno analizira povezanost inovacionog kapitala i različitih komponenti IK-a i njegovo merenje. Poslednji deo rada obuhvata zaključna razmatranja.

Intelektualni kapital

Različiti “paketi” resursa i aktivnosti koje se preduzimaju u cilju njihove eksploatacije dovode preduzeće u različite konkurentske pozicije. Samim tim, preduzeće predstavlja skup različitih aktivnosti, sposobnosti i resursa. Naime, sposobnosti i resurse nije moguće odvojeno posmatrati od aktivnosti jer one zahtevaju određene resurse i sposobnosti i direktno su povezane sa kompetentnošću koja je osnov stvaranja održive konkurentske prednosti. Za razliku od resursa koji su vidljivi, opipljivi i koji imaju fizičku ili finansijsku supstancu (oprema, zgrade, zemljište, sirovine, finansijska imovina i sl.), resursi kao što su raspoloživo znanje, informacije, veštine, obučenost, prisni odnosi sa kupcima, poslovna kultura, reputacija, informacioni sistemi, organizacione procedure nisu jasno vidljivi. Neopipljivi resursi predstavljaju supstancu IK-a preduzeća. U informatičkoj eri okosnicu procesa stvaranja vrednosti čini upravo IK, odnosno zahvaljujući IK-u stvara se vrednost koja je mnogo veća od one koja je posledica korišćenja materijalne aktive. Na ilustraciji 1 prikazano je učešće IK u ukupnoj imovini preduzeća iz grupe S&P 500.

Ilustracija 1: Učešće intelektualnog kapitala u ukupnoj imovini preduzeća iz grupe S&P 500

Izvor: Ocean Tomo, 2015

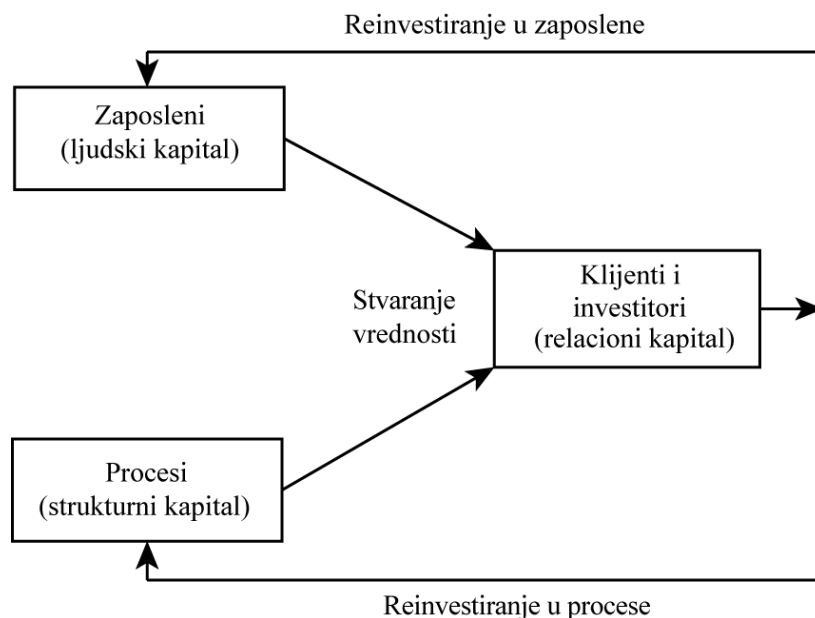
Sa rastom potentnosti i značaja nematerijalnih resursa od 90-tih godina prošlog veka intenziviraju se istraživanja IK-a. Sam pojam IK-a se na različite načine definiše i opisuje, posebno njegove različite komponente. Itami (1991) IK definiše kao imovinu koja obuhvata širok spektar aktivnosti, poput tehnologije, poverenja klijenata, imidž brenda, korporativne kulture i menadžerskih veština. Smith (1994) navodi da IK obuhvata sve elemente poslovnog entiteta koji postoje pored obrtnog kapitala i materijalne imovine. To su elementi koji, pored obrtnog kapitala i materijalne imovine, omogućavaju funkcionisanje preduzeća, i često najviše doprinose zarađivačkoj moći preduzeća. Brooking (1997) u IK obuhvata tržišnu imovinu, imovinu skoncentrisanu oko ljudskog kapitala, intelektualnu svojinu i infrastrukturu preduzeća. Nahapiet i Ghoshal (1998) pod IK-om podrazumevaju znanje i potencijal za učenje jednog društvenog entiteta, poput preduzeća, intelektualne zajednice ili profesionalnog udruženja. Granstrand (1999) umesto termina IK koristi termin intelektualna svojina koja predstavlja imovinu koja je direktno povezana sa kreativnošću, znanjem i identitetom pojedinca. Petty i Guthrie (2000) navode da je IK indikator ekonomske vrednosti dve kategorije nematerijalne imovine preduzeća: organizacije i ljudskog kapitala. Bukh, Larsen i Mouritsen (2001) navode da IK "nije jedna stvar, već osetljiva konstrukcija, koju je neophodno stalno podržavati i držati na okupu uz pomoć velikog broja međuzavisnih elemenata". Pablos (2003) daje širu definiciju IK-a i kaže da je IK pozitivna razlika između tržišne i knjigovodstvene vrednosti preduzeća. To su resursi zasnovani na znanju koji doprinose ostvarenju konkurentске prednosti preduzeća.

Napori ka određivanju sastavnih elemenata IK-a su ujedno i napori ka olakšavanju i boljem razumevanju procesa upravljanja istim. Edvinsson i Malone (1997) navode da se IK sastoji od ljudskog kapitala, strukturnog kapitala, kapitala partnera i kapitala kupaca. Roos i Roos (1997) dele IK na ljudski i strukturni kapital. Canibano et al. (1999) dele IK na tri elementa, i to na ljudski, strukturni i relacioni kapital preduzeća. Kaplan i Norton (2001) pod IK podvode ljudski kapital, informacioni kapital, kao i organizacioni kapital jednog preduzeća. Mouritsen, Larsen i Bukh (2001) navode da je IK sačinjen od ljudskog kapitala, organizacionog kapitala i kapitala kupaca. Klasifikacija IK-a koja se najčešće navodi je tročlana kategorizacija navedena u sklopu „Priručnika za upravljanje i izveštavanje o

intelektualnom kapitalu“, odnosno MERITUM Guidelines (MERITUM, 2002). Ova kategorizacija deli IK na ljudski kapital, strukturni kapital i relacioni kapital.

Ljudski kapital predstavlja znanje koje zaposleni nose sa sobom kada napuste preduzeće. Uključuje, isto tako, osim znanja i veštine, iskustva i sposobnosti zaposlenih. Znanje može biti karakteristično za pojedinca, a može biti i generičkog karaktera. Kao primeri ljudskog kapitala preduzeća navode se inovacioni kapacitet, know-how, prethodna iskustva, timski rad, fleksibilnost zaposlenih, tolerancija, motivisanost, zadovoljstvo, kapacitet za učenje, lojalnost, formalne obuke i obrazovanje. Druga kategorija IK-a, strukturni kapital, je definisan kao znanje koje ostaje u preduzeću kada se završi radni dan. Strukturni kapital se sastoji od organizacionih rutina, procedura, sistema, poslovne kulture, baza podataka i sl. Kao konkretni primeri činilaca strukturnog kapitala u preduzeću mogu se navesti organizaciona fleksibilnost, servis za obradu dokumentacije, postojanje centra za upravljanje znanjem, upotreba informacionih tehnologija, sposobnost organizacionog učenja. Neki od ovih elemenata se mogu pravno zaštititi i postati zaštićena intelektualna svojina. Poslednja kategorija IK-a je relacioni kapital preduzeća. Relacioni kapital se može definisati kao svi resursi koji su povezani sa odnosima koje preduzeće ostvaruje sa eksternim stejkholderima (klijenti, dobavljači, partneri). Sastoji se od elemenata ljudskog i strukturnog kapitala koji postoje u relacijama sa investitorima, kreditorima, kupcima, dobavljačima, kao i od percepcije koju ti stejkholderi imaju o preduzeću. Primeri relacionog kapitala su imidž preduzeća, lojalnost kupaca, odnosi sa dobavljačima, zadovoljstvo kupaca, tržišni položaj, pregovaračka moć, aktivnosti povezane sa zaštitom životne sredine i slično (Dženopoljac, 2013). Odnos između ljudskog, strukturnog i relacionog kapitala, kao i tok stvaranja vrednosti na bazi njihove interakcije dat je na ilustraciji 2.

Ilustracija 2: Tok stvaranja vrednosti



Izvor: Lin i Tang, 2009

Prikazani koncept upućuje na zaključak da je polazna tačka u procesu stvaranja vrednosti ljudski kapital, koji obuhvata znanja, veštine, entuzijizam, intelekt, kreativnost zaposlenih. Kodifikovanjem ovog znanja i njegovim ugrađivanjem u procese, strukture, pravila, procedure, dolazimo do strukturnog kapitala. Ove dve kategorije IK-a, ukoliko se njima i odnosima između njih efikasno upravlja, dovode do stvaranja vrednosti koje se valorizuju

kroz kvalitetne odnose sa ključnim stejkholderima. U kasnijim fazama upravljanja IK-om, vrednost koja je efektuirana kroz relacioni kapital organizacije omogućava reinvestiranje u ljudski i strukturni kapital, nakon čega se opet dešava uvećanje vrednosti. Naime, reinvestiranje u ljudski i strukturni kapital usloviće podizanje kvaliteta odnosa sa ključnim stejkholderima, što na kraju dovodi do uvećanja vrednosti preduzeća na finansijskom tržištu.

Postoji veliki broj istraživačkih studija koje su se bavile uticajem IK-a na poslovne performanse preduzeća. Najveći broj tih istraživanja se odnosio na privredne grane koje su po svojoj prirodi intenzivne znanjem (IT sektor, farmaceutska industrija). Takođe, istraživanja odnosa između IK-a i poslovnih performansi su obuhvatala različite regione u svetu. Na kraju, sva istraživanja se mogu podvesti pod kvantitativna i kvalitativna. U prvu grupu spadaju empirijske studije koje su nastojale da komponente IK-a izraze određenim koeficijentima i monetarnim jedinicama, dok u drugu grupu istraživanja spadaju studije koje su za svrhe ispitivanja uticaja IK-a na poslovne performanse koristile neku formu specijalno prilagođenog upitnika (Bontis, Janošević i Dženopoljac 2015). Firer i Williams (2003) su na uzorku od 75 kompanija koje su listirane na berzi u Johanesburgu istraživali uticaj IK-a na finansijske i tržišne performanse. Studija je ukazala da se ekonomija Južne Afrike još uvek dominantno oslanjala na eksploataciju fizičkih resursa i sticanje konkurentske prednosti po tom osnovu. Zanimljivo je istraživanje sprovedeno u Tajvanu (Chen, Zhu i Hong, 2005) koje je ukazalo na pozitivan uticaj IK-a na tržišne i finansijske performanse. Studija sprovedena u Maleziji (Goh, 2005) bavila se istraživanjem efikasnosti upotrebe IK-a u bankarskom sektoru. Rezultat istraživanja je bio da su domaće banke generalno manje efikasne u eksploataciji IK-a u poređenju sa bankama koje su bile u većinskom stranom vlasništvu. Jedno opsežno istraživanje o uticaju IK-a na poslovne performanse je sprovedeno u Finskoj na uzorku od 20.000 preduzeća iz 11 različitih grana realnog sektora privrede (Kujansivu i Lönnqvist, 2007). Međutim, ovo istraživanje nije potvrdilo nedvosmislen pozitivan uticaj IK-a na poslovne performanse analiziranih preduzeća.

Mada je značaj i potentnost IK-a neosporan, analiza različitih empirijskih istraživanja - koja su sprovedena u različitim privredama, na različitim uzorcima i u različitim vremenskim periodima - pokazuje da se značajan uticaj IK-a i njegovih komponenti na poslovne performanse preduzeća ne može uvek nedvosmisleno potvrditi. Naime, uticaj IK-a na poslovne performanse je evidentan i logičan, posmatrano, pre svega, konceptualno, ali u praksi još uvek ove uzročno-posledične veze nisu dovoljno jasno sagledane. Pojedina istraživanja ukazuju na to da su određene grane, po svojoj prirodi, više intelektualno intenzivne od drugih, pa se samim tim dovodi u pitanje uporedivost dobijenih rezultata. Istraživanja, takođe, pokazuju da značajna ulaganja u IK ne moraju biti adekvatno efektuirana. Tako na primer, određene studije koje su rađene u zemljama koje intenzivno ulažu u IK (poput Finske) ne potvrđuju nedvosmisleno ovu vezu. Objašnjenje ovoga leži u činjenici da se efekti po osnovu korišćenja IK-a ne ostvaruju po automatizmu. Pored ovoga, IK ne mora uvek da predstavlja kritičan faktor poslovnog uspeha (Dženopoljac, 2013, str. 264-265).

Inovativnost: konceptualizacija i definicije

Ključna promena čiji smo neposredni svedoci vezana je za drugačiju ulogu znanja i inovacija. Stoga se za vreme u kome živimo koristi izraz ekonomija bazirana na znanju ili inovaciona ekonomija. Posledično, ekonomija bazirana na znanju menja samu prirodu procesa inovacija i stimuliše inovativnost. Inovativnost u najopštijem smislu označava svaki sistem organizovanih i svrsishodnih aktivnosti usmerenih na stvaranje promena. Zato se često inovativnost koristi kao zamena za promene, sticanje znanja i kreativnost. Stvaranje i

korišćenje znanja predstavlja deo procesa inovacije. Proces inovacije se sastoji od osmišljenog i organizovanog traganja za promenom u cilju stvaranja mogućnosti koje te promene pružaju. Rezultat procesa inovativnosti su inovacije. Promenom postojećih aktivnosti putem inovacija preduzeća ostvaruju konkurentsku prednost i unapređuju performanse poslovanja. Jedna od konfuzija u definisanju inovacije proizilazi iz nemogućnosti da se napravi jasna razlika između inovacije i invencije. Mada se invencija i inovacija razlikuju, one su neraskidivo međusobno povezane i u praksi je teško odvojiti ove dve aktivnosti. U pitanju je, zapravo, problem razgraničenja između procesa stvaranja novih ideja (invencija) i procesa kojim se te ideje prenose u praksu (inovacija) da bi se komercijalizovale.

Pošto inovativnost predstavlja stvaralački čin, često se, isto tako, ne pravi razlika između inovativnosti i kreativnosti. Naime, inovativnost predstavlja kreativni proces stvaranja novih stvari na stari način, starih stvari na nov način ili novih stvari na nov način. Otuda se i sam pojam inovacija može razumeti i interpretirati na mnogo načina, s tim da je poslednjih nekoliko decenija koncept inovacija značajno evoluirao (Tinnesand, 1973). Prema OECD Oslo Manual (2005, str. 46), inovacija je primena novog ili značajno poboljšanog proizvoda (dobra ili usluge), procesa, marketinške metode ili novog organizacionog metoda u poslovanje, organizaciju rada ili u odnose poslovnog subjekta sa okruženjem.

Pristupi inovacijama sa stanovišta ostvarivanja i unapređenja konkurentске prednosti mogu biti veoma različiti. Za jedne to može biti pronalaženje nove osnove za konkurisanje, a za druge novi načini za konkurisanje na staroj osnovi (Porter, 1998, str. 163). Drugim rečima, inovacije obezbeđuju uspešno sprovođenje nekog novog ili boljeg načina konkurisanja. Joseph Schumpeter (1934) je još 30-tih godina prošlog veka prepoznao značaj inovacija kao osnovnog pokretača dinamičnog ekonomskog razvoja. Pošto suštinu preduzetništva čine promene, inovacije predstavljaju suštinski atribut preduzetništva. Kao što kod ljudi postoje prirodni razlozi njihove smrti, tako i kod preduzeća prirodan uzrok njihovog nestanka sa poslovne scene je nesposobnost inoviranja. Zato inovativnost ima poseban značaj kod malih i srednjih preduzeća koja, u stvari, predstavljaju materijalizaciju preduzetničkih mogućnosti. Često su ova preduzeća značajni inovatori u oblasti visokih tehnologija zahvaljujući, pre svega, ljudskom kapitalu. Prednosti ovih preduzeća sa stanovišta inovativnosti povezane su sa: preduzetničkim ponašanjem, formulisanjem i implementacijom specifičnih strategija, posedovanjem specifičnih znanja i veština kod zaposlenih, motivisanošću menadžmenta, mogućnostima rasta putem diferenciranja, korišćenjem potencijala zapostavljenih niša na tržištu, brzim i fleksibilnim odlučivanjem, odnosno mogućnošću da se brzo odgovori na promene, generisanjem koristi kroz formalne i neformalne komunikacione mreže.

Ukoliko se paradigma shvati kao model ponašanja koji objašnjava kako preduzeće ostvaruje svoje ciljeve (na primer, da ostvareni rezultati budu veći od ulaganja, konkurentska prednost, vrednost za vlasnike, profitabilnost), inovacije, pored okruženja i strategije, predstavljaju suštinski element paradigme preduzeća (Đuričin, Janošević i Kaličanin, 2015, str. 8-9). Uvođenje inovacije i njeno širenje (difuzija) vrši se, pre svega, u nadi da će proizvesti vrednost. Vrednost nije cilj, ona je ograničenje. Posledično, stvorena vrednost predstavlja ograničenje širenja inovacija, a nedostatak stvorene vrednosti po osnovu primene inovacije može da uništi preduzeće.

Prema delimično modifikovanom izvoru (Renda, 2015, str. 20-24), menjajuću prirodu inovacija objašnjavaju sledeći globalni trendovi. Prvo, inovacije su sve manje povezane sa troškovima istraživanja i razvoja (IiR). Preduzeća koja najviše ulažu u IiR nisu vodeći inovatori. Drugo, inovacije ubrzanim tempom menjaju okruženje u kojem živimo. Treće, sve su raznovrsniji načini inoviranja. Četvrto, inovacije su prisutne u brojnim i veoma različitim

oblastima društvenog života. Peto, inovacije predstavljaju složen i dinamičan „ekosistem“, koji čini veliki broj aktera (velika, mala i srednja preduzeća, univerziteti, istraživački instituti, finansijeri, klasteri, država) sa različitim ulogama i brojnim interakcijama. Šesto, nacionalni inovacioni kapaciteti značajno opredeljuju uspešnost inoviranja.

Stone et al. (2008) ukazuje na sledećih deset najznačajnijih karakteristika inovacija:

1. inovacije imaju za posledicu povezivanje različitih inputa da bi se stvorili autputi,
2. inputi za inovacije su opipljivi i neopipljivi,
3. znanje je ključni input kod stvaranja inovacija,
4. inputi koji se koriste za stvaranje inovacije predstavljaju aktivnu (imovinu),
5. inovacije uključuju aktivnosti čija je svrha stvaranje ekonomske vrednosti,
6. proces inovacija je kompleksan,
7. inovacije uključuju rizik,
8. autputi inovacija nisu predvidljivi,
9. znanje je ključni autput inovacija i
10. inovacije obuhvataju istraživanje, razvoj i komercijalizaciju.

Inovativnost se može posmatrati kao proces ili sa stanovišta rezultata koji se ostvaruju (Crossan and Apaydin, 2010, str. 1155). Kod razmatranja inovacija iz ugla procesa njihovog odvijanja u fokusu posmatranja je prostor u kome se stvaraju inovacije (unutar granica preduzeća ili u okviru neke mreže), interni i eksterni pokretači nastajanja inovacija (na primer, dostupni resursi, nova znanja, tržišne mogućnosti) i izvori inovacija (eksterni i interni). Kod posmatranja inovacije kao ishoda u fokusu su vrste inovacija (proizvod, proces, organizacija, marketing), magnituda inovacije (radikalna ili inkrementalna) i karakter inovacije kao promene sa stanovišta preduzeća, određenog tržišta ili grane (Mention, 2012, str. 5-6).

U literaturi se sreću brojni pokušaji opisivanja, raščlanjavanja i modeliranja samog procesa inovacija (Trott, 2005, str. 21-25; Lord, Bethizy i Wager, 2005, str. 118). Zajedničko im je da su fokusirani na bolje razumevanje procesa inovacija da bi se povećala njegova efikasnost. Ono što se generalno može primetiti je da je gotovo nemoguće izvršiti egzaktno razgraničenje pojedinih faza, odnosno da proces inovacija nije jedan i jedinstven proces, kako se često misli, odnosno da ne postoji univerzalno primenljiv model inovativnog procesa. Sa stanovišta veličine preduzeća (velika vs. mala i srednja) još manje, a posebno sa stanovišta veza između invencije, inovacije i difuzije. Naime, u realnosti procesi inovacije se retko događaju linearno, odnosno generisanje, razvoj i difuzija inovacija obično obuhvata kompleksnu kombinaciju velikog broja različitih međusobno povezanih procesa. Stoga modeli inovacija koji su linearno-sekvencionalnog karaktera nisu adekvatni. Zato se putem različitih interaktivnih modela pokušavaju povezati različiti pristupi inovacijama sa stanovišta (a) motivacionog porekla ideja - inovacije koje „gura nauka (ili tehnologija)“ (engl. *science or technology push*), i inovacije koje „vuče tražnja (ili tržište)“ (engl. *demand or market pull*), (b) brojnih međusobno uslovljenih procesa i (c) informacionih tokova. Posledično, u modelima gde je naglasak na procesu spajanja i usklađivanja različitih aktivnosti, interakcija predstavlja kritičan faktor procesa inovacija. Jedna od češće navođenih podela modela inovacija je na tradicionalne i savremene. Za razliku od tradicionalnih, kod savremenih modela inovacija akcenat je na povezivanju preduzeća i okruženja putem strategije. Pojedini autori koriste mrežni model za opisivanje procesa inovacije koji se bazira na akumulaciji znanja i eksternom povezivanju.

Izvori ideja za stvaranje inovacija mogu biti interni i eksterni. Naime, ideje nastaju na različite načine i potiču iz brojnih izvora (znanje zaposlenih, IiR, kupci, dobavljači, kanali

prodaje, zaposleni, konkurencija, država i njene institucije). IIR je svakako najznačajniji stub na koji se oslanja inovaciona aktivnost. Drucker (2002, str. 95-103) inovativne mogućnosti vidi u (četiri se nalaze unutar, a tri izvan preduzeća): neočekivanim događajima, neslaganju sa postojećim, potrebama procesa, promenama u grani i na tržištu, demografskim promenama, promenama u percepciji, novom znanju.

Inovacije se mogu se klasifikovati na različite načine. Mada je neosporan značaj tehnoloških inovacija i podrške koju IIR ima njihovom nastajanju, inovativna aktivnost se ni u kom slučaju ne ograničava samo na tehnološku sferu, jer postoje inovacije koje imaju malo ili nimalo zajedničkog sa tehnološkom sferom. Primer ove vrste inovacija su socijalne inovacije, inovacije u menadžmentu, marketingu ili u oblasti finansija. Trott (2005, str. 17) pravi razliku između sledećih tipova inovacija: inovacija proizvoda, inovacija procesa, inovacija u organizaciji, inovacija u menadžmentu, inovacija u proizvodnji, komercijalna/marketing inovacija, inovacija usluga. Prema OECD-ovoj klasifikaciji (2005, str. 16-17 i 46-49), postoje sledeći tipovi inovacija: inovacije proizvoda, inovacije procesa, inovacije organizacije i inovacije u marketingu.

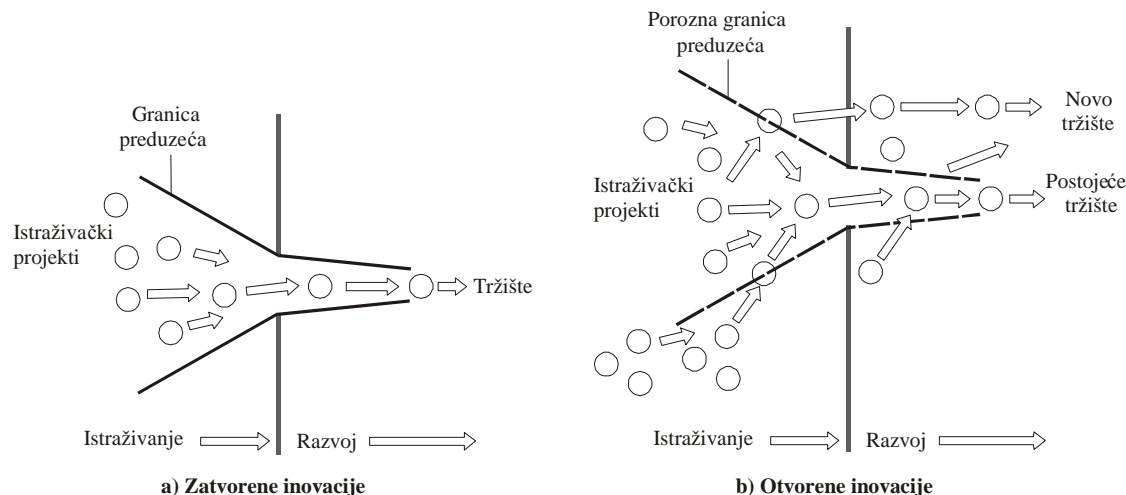
Različite podele inovacija prema stepenu inovativnosti polaze od dve različite krajnosti nivoa inovativnosti. To mogu biti: radikalne i inkrementalne, revolucionarne i evolutivne, fundamentalne i adaptivne, bazične i trivijalne, diskontinualne i kontinualne, suštinske i periferne ili marginalne (ili kreativne imitacije) inovacije (Milisavljević, Senić i Janošević, 1993, str. 24). Samo značenje „nov“ proizvod, usluga ili proces kod definisanja inovacije se može na različit način interpretirati. Naime, inovacije se mogu različito posmatrati sa stanovišta kupaca, preduzeća, određenog tržišta, različitih grana ili društva u celini. Inicijalne inovacije predstavljaju po prvi put u privredi uvedene nove ili značajno poboljšane proizvode ili procese. Zatim sledi njihovo imitiranje i/ili poboljšavanje od strane drugih preduzeća i preduzetnika, odnosno kasnija primena inovacije označava difuziju. Brojni su primeri uspešnih poslovnih poduhvata koji se nisu bazirali na potpuno unikatnim idejama, već na temeljima već proverenih inovativnih rešenja i prilagođavanju postojećim idejama imitiranjem i kopiranjem (Đuričin, Paunović i Janošević, 2015, str. 57).

Prostor unutar koga se odvija proces inovacija ne mora biti unutar granica preduzeća, već i u okviru neke mreže koju mogu činiti različiti učesnici. Sa stanovišta inovativnosti, granice između preduzeća i njegovog okruženja postaju fluidne, jer se inovacije mogu lako prenositi unutar i izvan preduzeća. Zato poseban značaj za inovativnost ima umrežavanje i saradnja sa različitim organizacijama (konkurenti, novoosnovana mala preduzeća, istraživačke laboratorije, akademske institucije i sl.). Chesbrough (2003) sugerše novi pristup inovacijama koji treba da se bazira na modelu „otvorene inovacije“ (engl. *open innovation*). Konceptom otvorene inovacije se promovše svojevrсна paradigma koja predstavlja sistematsko podsticanje inovativnosti, istraživanje širokog spektra internih i eksternih izvora inovativnosti, integraciju ovih istraživanja sa sposobnostima i resursima preduzeća, kao i eksploataciju različitih mogućnosti na veći broj načina. Sa stanovišta inovativnosti, granice između preduzeća i njegovog okruženja postaju fluidne, jer se inovacije mogu lako prenositi unutar i izvan preduzeća. Na ilustraciji 3 prikazan je zatvoreni i otvoreni model inovacija. Model otvorenih inovacija se zasniva na sledećim pretpostavkama koje su potpuno suprotne od pretpostavki zatvorenog modela inovacija (Chesbrough, 2003, str. 38):

- Pošto kadrovi sa odgovarajućim znanjima i stručnostima ne rade kod nas, potrebno je da ih koristimo i pronađemo na drugim mestima
- Zahvaljujući IIR drugih mogu se stvoriti značajne vrednosti
- Ne moraju se imati originalna istraživanja u cilju stvaranja koristi

- Stvaranje boljeg biznis modela je bolje nego biti prvi na tržištu
- Najveći uspjesi u inovativnosti su rezultat najboljeg korišćenja internih i eksternih ideja
- Imamo koristi od toga što drugi koriste našu intelektualnu imovinu, ali i kad kupujemo tuđu intelektualnu imovinu unapređujemo vlastiti biznis model

Ilustracija 3: Zatvoreni vs. otvoreni model inovacija



Izvor: Chesbrough, 2003, str. 36-37

Za razliku od tradicionalnog modela „zatvorene inovacije“ gde preduzeća stvaraju, razvijaju i komercijalizuju vlastite ideje, u modelu otvorene inovacije veća je otvorenost inovacionog procesa preduzeća prema eksternom znanju i idejama. Zato poseban značaj za inovativnost ima umrežavanje i saradnja sa različitim organizacijama (konkurenti, novoosnovana mala preduzeća, istraživačke laboratorije, akademske institucije i sl.). Učešće manjih preduzeća postaje sve značajnije u procesu inovacija. U USA preduzeća koja su imala preko 25.000 zaposlenih učestvovala su 1981. godine u ukupnim industrijskim troškovima IiR 70,6%, a 2001. godine 39,4%. Sa druge strane, kod preduzeća koja su imala manje od 1.000 zaposlenih učešće troškova IiR u ukupnim industrijskim troškovima IiR povećano je u istom periodu sa 4,4% na 24,7% (Chesbrough, 2006, str. 22).

Milbergs i Vonortas (2004, str. 4-5) razlikuju četiri faze u evoluciji nastajanja metrike inovativnosti. U prvoj fazi (1950-1960.) u fokusu su indikatori inputa, kao što su: ulaganja u IiR, izdvajanja za obrazovanje i naučne kadrove, kapitalni rashodi, tehnološka intenzivnost i sl. U drugoj fazi (1970-1980.) se dopunjuju indikatori inputa sa različitim rezultatima inovativne aktivnosti (na primer, broj patenata, naučnih publikacija, novih proizvoda i procesa, promene kvaliteta, „high-tech“ trgovina). Treća generacija (1990-2000.) metrike inovacija je fokusirana na veći broj indikatora inovacija i indeksa baziranih na analizi i poređenju sa javno dostupnim podacima, uključujući tu i dostupne podatke o nacionalnim inovativnim sposobnostima. Metrika četvrte generacije (posle 2000.) obuhvata najširu bazu indikatora. To su: indikatori znanja i nematerijalne aktive, odnosno intelektualnog kapitala, stanje umreženosti i uslovi za inoviranje (ekonomska tražnja, infrastrukturni uslovi, klasteri, odnos „rizik/prinos“, sistemska dinamika i sl.).

Koncept inovacionog kapitala

Definisanje inovacionog kapitala

U literaturi se sreću brojni načini definisanja i interpretiranja inovacionog kapitala. Sullivan (2000, str. 5) polazi od inovacije kao jednog od bitnih elemenata IK. Lev (2001, str. 5) navodi tri glavna izvora neopipljivosti: inovacija, praksa organizacije i ljudski resursi. U okviru Skandia (1995) navigatora inovacioni kapital je komponenta IK koja se sastoji od intelektualne svojine i neopipljive imovine. Prema (Mortensen, Eustace i Lannoo, 1997), inovacioni kapital isto predstavlja bitnu komponentu IK, odnosno nematerijalne aktive, s tim da se prevashodno odnosi na ulaganje u IiR. Prema američkom Odboru za standarde finansijskog računovodstva (engl. *Financial Accounting Standards Board – FASB*) inovacioni kapital predstavlja jednu od sedam kategorija neopipljivosti (ljudski kapital, kapital kupaca, kapital dobavljača, kapital investitora, kapital procesa, kapital lokacije), koje se povezuju sa marketingom, kupcima, umetničkim vrednostima, ugovorima i tehnologijom (Moeller, 2009, str. 226-227; Mard, Hitchner i Hyden, 2007, str. 27-30). Lytras, Edvinsson i Pablos (2008, str. 80) inovacionim kapitalom obuhvataju nematerijalne vrednosti u oblasti inovacije proizvoda, usluga i procesa, koje u sebe uključuju i razvoj softvera i patente. Inovacioni kapital za ove autore (Edvinsson i Malone, 1997) predstavlja komponentu strukturnog kapitala koju čine ulaganja u inovacije i rezultati inovacija.

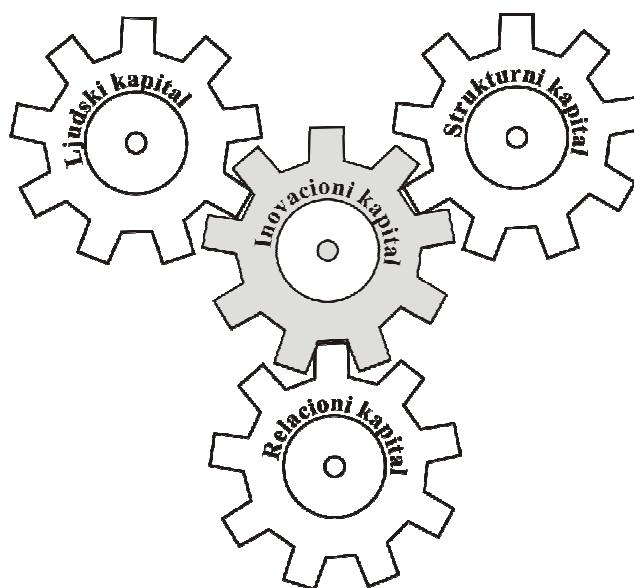
Inovacioni kapital predstavlja sposobnost preduzeća da korišćenjem postojećeg znanja stvara novo znanje, kreativne ideje, nove proizvode, procese i usluge. Kombinovanjem i korišćenjem različitih vrsta znanja stvaraju se različite vrste inovacija. Chen, Zhu i Hong (2004) u inovacionom kapitalu vide sposobnost za transformisanje znanja u poslovnu vrednost. Inovacioni kapital je, isto tako, često sadržan u okviru strukturnog kapitala kao komponenta intelektualnog vlasništva (Hsu and Fang, 2009). Stoga mnogi autori inovacioni kapital vide kao sastavnu komponentu ljudskog kapitala u vidu inovativnosti zaposlenih ili kao posebnu dimenziju strukturnog kapitala pod nazivom inovativnost preduzeća (Inkinen, 2015; Maditinos, Šević i Tsairidis, 2010).

Povezanost inovacionog kapitala sa različitim komponentama intelektualnog kapitala

IK ne predstavlja prost zbir njegovih delova, s tim da je IK neraskidivo povezan sa inovativnošću. Zato holizam predstavlja bitnu karakteristiku sistemskog pristupa u razumevanju značaja i uloge u procesu stvaranja vrednosti ne samo IK-a već i inovacionog kapitala. Dve su, s tim u vezi, osobine inovacionog kapitala od posebnog značaja. Prva, inovacioni kapital kad se izdvoji iz IK-a gubi svoje osobine i značaj. Drugo, inovacioni kapital ima atribute koje nema ni jedan njegov element posebno.

Različite komponente i elementi IK imaju direktni i indirektni podsticaj na inovacioni kapital. Interakcijom različitih komponenti IK dolazi do stvaranja vrednosti (ilustracija 4). Naime, IK podsticajno utiče na unapređenje inovativnih performansi preduzeća i obrnuto, a inovativnom aktivnošću se eksploatiše i uvećava IK. Inovacioni kapital zapravo predstavlja jednu vrstu sposobnosti koja obezbeđuje da se IK uspešno koristi. Različiti elementi inovacionog kapitala faktički predstavljaju „vezivno tkivo“ kojim se povezuju komponente i elementi IK. Pri tome treba imati u vidu da je linija koja razdvaja inovacioni kapital od ostalih komponenti IK veoma nejasna iz razloga što je često u praksi inovacioni kapital neodvojiv od različitih elemenata IK. Tako, na primer, inovativnost i znanje zaposlenih, koji predstavljaju elemente ljudskog kapitala, kao komponente IK, su neodvojivi elementi.

Ilustracija 4: Povezanost različitih komponenti IK sa inovacionim kapitalom



Različite vrste IK (znanje, informacije, inovativno ponašanje i osposobljenost, kreativnost, obučenost, ekspertize, poslovna kultura, menadžment procesi, personalna povezanost, baze podataka, različite aplikacije informatičkog kapitala, odnosi sa kupcima, reputacija i sl.) predstavljaju najznačajnije inpute inovacione aktivnosti. Znanje zaposlenih, njihova inovativnost i kreativnost direktno opredeljuju vrednost ostalih oblika vidljive i nevidljive aktive. Znanje je zato jedan od najznačajnijih inputa kod stvaranja inovacija. S druge strane, rezultati koji se ostvaruju po osnovu inovacione aktivnosti povezani su sa pojedinim komponentama IK (tehnološko znanje, patenti, licence, nove tehnologije, novi ili unapređeni odnosi sa kupcima i sl.). Prema tome, inovacioni kapital kao deo IK ne stvara vrednost samostalno, već je neophodno da na odgovarajući način bude povezan sa ostalim komponentama IK i sa elementima materijalne aktive.

Strukturni kapital predstavlja infrastrukturu koja obezbeđuje nesmetano i koordinirano funkcionisanje ljudskog kapitala, a samim tim i uspešno odvijanje procesa inovacija. Kodifikovanjem različitih znanja i njegovim ugrađivanjem u procese, strukture, pravila, procedure, stvara se strukturni kapital. Krucijalan element infrastrukture je tehnološka infrastruktura, koja se bazira na informaciono-komunikacionim tehnologijama. Značajnu podršku unapređenju inovacionog kapitala predstavljaju baze podataka i informacioni sistemi. Različiti oblici intelektualne svojine, kao što su korišćena tehnologija, patenti, zaštitni znakovi, industrijski dizajn i sl. su u neposrednoj vezi sa inovacionim kapitalom. Isto tako, između menadžment procesa, strategije, organizacione strukture i poslovne kulture (kao elemenata strukturnog kapitala), s jedne, i inovacionog kapitala, s druge strane, postoje brojni uzročno-posledični odnosi. U pitanju je, dakle, snažna interakcija i sinergija između inovacionog kapitala i različitih elemenata strukturnog kapitala koji predstavljaju institucionalizovano znanje i kodifikovano iskustvo. Menadžment procesima se na brojne načine može unaprediti inovativnost. Putem različitih menadžment sistema i procesa se transformiše ljudski kapital u strukturni kapital. Korišćenje različitih procedura, pravila, uputstava i softvera omogućava zaposlenima da koriste i inoviraju svoja znanja. Organizacionom strukturom se, na primer, može bitno opredeliti odnos između IiR, proizvodnje i marketinga ili način organizovanja funkcije IiR. Preduzeća sa kvalitetnim strukturnim kapitalom imaju poslovnu kulturu koja promoviše inovativnu kulturu.

Vrednost koja se stvara korišćenjem inovacionog kapitala je kontekstualna. Najveća vrednost se stvara kad je upravljanje inovacionim kapitalom usklađeno sa strategijom preduzeća. Posledično, da bi se po osnovu inovativnosti uvećala vrednost neophodno je formulisati i implementirati odgovarajuću strategiju. Odnos između inovacionog kapitala i strategije je interaktivan. Zato stvaranje vrednosti po osnovu korišćenja inovacija treba posmatrati u kontekstu uloge strategije. Zahvaljujući strategiji inovacijama se generiše vrednost, odnosno strategija omogućava efikasno korišćenje potencijala procesa inovacija.

Mogućnosti inoviranja u konceptu Usklađene liste (engl. *Balanced Scorecard*) su posledica učenja i razvoja, odnosno inovativnosti i učenja (Kaplan i Norton, 1996). Perspektivom učenja i razvoja se identifikuje inovacioni kapital koji je najznačajniji za strategiju. Generalno govoreći, unapređenje performansi sa stanovišta ciljeva perspektive inovativnosti i učenja omogućava unapređenje poslovnih procesa i ostvarivanje ciljeva u okviru perspektive internih poslovnih procesa, zahvaljući čemu preduzeće ostvaruje željene rezultate sa stanovišta kupca i vlasnika. U okviru interne perspektive ključni procesi (pored operativnih procesa, procesa upravljanja kupcima i regulatornih i socijalnih procesa) za koje se očekuje da će imati najveći uticaj na strategiju su inovacioni procesi. Loše performanse iz perspektive kupca ili učenja i razvoja predstavljaju vodeće indikatore za buduće zaostajanje. Isto tako, ciljevi, merila i zadaci iz finansijske perspektive, perspektive kupca i interne perspektive se mogu dovesti u vezu sa odgovarajućim elementima inovacionog kapitala. Na primer, identifikovanje novih kupaca, novih tržišta i novih potreba postojećih i novih kupaca je sastavni deo procesa inovacija. Preko sledećeg lanca uzročno-posledičnih veza moguće je pratiti efekte inovacija na finansijske rezultate (Đurićin, Paunović i Janošević, 2015, str. 64-65):

- Kompetentni ljudski resursi su pretpostavka uspešnosti procesa inoviranja
- Uspešna inovacija može da ima za rezultat inovaciju procesa kojim se unapređuje način proizvodnje
- Inovirani procesi obezbeđuju veći kvalitet proizvoda koji dovodi do povećanja zadovoljstva kupca
- Veće zadovoljstvo kupca vodi povećanju njegove lojalnosti
- Povećanje lojalnosti kupca generiše povećanje prihoda i dobiti

Različiti elementi relacionog kapitala predstavljaju takođe bitne inpute inovacionog kapitala, odnosno rezultati inovativne aktivnosti podstiču razvoj relacionog kapitala. Tu se pre svega misli na sposobnost privlačenja novih kupaca, lojalnost kupaca, ostvarena reputaciju, odnosi sa različitim stejkholderima (kupci, dobavljači, finansijski, lokalna zajednica, institucije države i druge različite interesne grupe) i licence i franšize.

Merenje inovacionog kapitala

Različiti načini definisanja inovacionog kapitala utiču na samo merenje inovacionog kapitala. Različiti indikatori inovacionog kapitala se mogu posmatrati sa makro (privreda) i mikro (preduzeće) nivoa. Nacionalnim inovacionim kapacitetom se ne označava samo ostvareni nivo inovativnosti, već i osnovni uslovi, investicije, izbor politika kojima se stvara ambijent pogodan za inovativnost i ukupnost odnosa i veza između različitih preduzeća i institucija kojima se izgrađuje i unapređuje inovaciona kultura. Prema (Stern, Porter i Furman, 2000), determinante nacionalnog inovacionog kapaciteta su zajednička inovaciona infrastruktura, specifičnost inovativnosti okruženja klastera i kvalitet povezanosti ova dva faktora. Svetski ekonomski forum (Schwab, 2015) u indeks na bazi kojeg se rangiraju nacionalne ekonomije prema konkurentnosti uključuje inovacije koje predstavljaju jedan od

12 stubova konkurentnosti, s tim da je ovaj stub konkurentnosti fokusiran na tehnološke inovacije. Inovacije kao faktor konkurentnosti opredeljuju sledeći indikatori: kapacitet inoviranja, kvalitet institucija za naučna istraživanja, ulaganja poslovnog sektora u istraživanje i razvoj, saradnja univerziteta i poslovnog sektora u oblasti istraživanja i razvoja, uloga države kod nabavke tehnološki naprednih proizvoda, broj naučnika i inženjera, broj prijavljenih patenata, zaštita intelektualne svojine. Srbija se nalazi na 113. mestu prema inovativnosti (između 140 zemlje) sa rangom 2,90 (raspon: 1-7).

Za ocenu i poređenje inovacionih performansi zemalja članica Evropske unije i pridruženih članica koristi se Prikaz ostvarenih evropskih inovativnih rezultata (engl. *IUS - Innovation Union Scoreboard*). IUS (European Comision, 2015) pravi razliku između 3 najznačajnija tipa indikatora i 8 različitih inovativnih dimenzija, koje obuhvataju ukupno 25 različitih indikatora. Najznačajniji indikatori inovativnosti su: mogućnosti (engl. *enablers*), aktivnosti preduzeća i rezultati. Indikator mogućnosti obuhvata: ljudske resurse; otvorenost i izuzetnost sistema istraživanja; i finansiranje i podršku (budžetska izdvajanja za IiR i rizični kapital). Indikator aktivnosti preduzeća se odnosi na: ulaganja preduzeća u IiR; povezivanje i preduzetništvo; i intelektualnu imovinu. Indikator rezultata inovacione aktivnosti obuhvata: broj inovatora (mereno, pre svega, učešćem malih i srednjih preduzeća i njihovim rastom) i ekonomski efekti. Na osnovu vrednosti indikatora inovativnosti (skala vrednovanja je od 0 do 1), pojedine zemlje se svrstavaju u jednu od sledeće četiri kategorije: inovativni lideri, inovativni sledbenici, osrednji inovatori i skromni inovatori. Srbija je u grupi osrednjih inovatora sa skorom 0,385 u 2014. godini.

Globalni indeks inovativnosti (engl. *Global Innovation Index*) (Cornell University, INSEAD, and WIPO, 2015) isto predstavlja jedan od makro pristupa merenju inovativnosti. Istraživanjem za 2015. godinu obuhvaćena je 141 zemlja. Srbija se nalazi na 59. mestu. Globalni indeks inovativnosti predstavlja prosek dva podindeksa: podindeksa ulaganja u inovacije i podindeksa rezultati inovacija, a izražava se na skali od 0 do 100. Podindeks ulaganja u inovacije bazira se na sledećim stubovima koji omogućavaju inovativnu aktivnost: (1) institucije, (2) ljudski kapital i istraživanja, (3) infrastruktura, (4) tržišna sofisticiranost i (5) poslovna sofisticiranost. Podindeks rezultati inovacija grade sledeća dva stuba: (6) rezultati u znanju i tehnologiji i (7) kreativni rezultati. Svaki stub je podeljen na tri pod-stuba i svaki pod-stub se sastoji od pojedinačnih indikatora za koje se koriste različiti ponderi, s tim da je ukupan broj indikatora 79.

Kuczarski (2000, str. 29) sugeriše jedan sveobuhvatan pristup merenju inovacionog kapitala na korporativnom nivou. Autor deli indikatore inovativnosti u dve grupe: 1) indikatore performansi inovacija (indikatori koji mere rast); i 2) indikatore programa inovacija (indikatori koji opisuju proces upravljanja i kontrole procesa inovacije). Indikatori performansi inovacija obhvataju prinos na ulaganja u inovacije, uspešnost ovih proizvoda, stopu opstanka novih proizvoda, kumulativni prihod od novih proizvoda, kumulativni profit od novih proizvoda i uticaj na rast. Indikatori programa inovacija uključuju racio učešća inovacija iz istraživanja i razvoja, strukturu portfolija novacija, tok procesa inovacija, prihodi od inovacija po zaposlenom i vreme izbacivanja novog proizvoda na tržište.

Indikatori inovacionog kapitala, posmatrano na nivou preduzeća, mogu biti finansijske i nefinansijske prirode. Na ilustraciji 5 prikazana je metrika indikatora inovacionog kapitala.

Ilustracija 5: Indikatori inovacionog kapitala

PRISTUP	INDIKATORI
Nefinansijski	Broj novih proizvoda, usluga ili procesa koji su uvedeni u poslednje 3 godine
	Broj patenata
	Rast tržišnog učešća uslovljen inovacijama
	Broj finansiranih inovativnih projekata
	Racio ukupnog broja inovativnih ideja i realizovanih inovativnih ideja
	Broj inovativnih ideja zaposlenih tokom određenog perioda
	% novih kupaca
	Stopa rasta kupaca
	Retenciona stopa
	Inovativna kultura
	Broj i kvalitet zaposlenih u liR
	Povezanost liR, proizvodnje i marketinga
Finansijski	Troškovi liR
	Učešće troškova liR u prihodima od prodaje
	% smanjenja troškova
	Prihod (ili dobit) ostvarena od prodaje novih proizvoda
	Prihod (ili dobit) ostvaren od uvođenja proizvoda na nova tržišta
	Prihod ostvaren od prodaje novih proizvoda u odnosu na ukupan prihod u poslednje 3 godine
	Prinos na ulaganje u nove proizvode/usluge

Najznačajniji nefinansijski indikatori inovacionog kapitala su: broj novouvedenih proizvoda, usluga ili procesa u poslednje 3 godine, broj patenata (pravo kojim se štiti pronalazak), broj inovativnih projekata koji se finansiraju, inovativna kultura, učešće novih kupaca. Finansijski indikatori inovacionog kapitala su, pre svega, troškovi liR, učešće troškova liR u prihodima od prodaje, prihod (ili dobit) ostvaren od prodaje novih proizvoda, prihod (ili dobit) ostvaren od uvođenja proizvoda na nova tržišta, prihod ostvaren od prodaje novih proizvoda u odnosu na ukupan prihod u poslednjih 3 godina.

Zaključak

Malo je pitanja koja odlikuje tako velika saglasnost kao što je pitanje uloge i značaja inovativnosti u društvenom i ekonomskom razvoju, a posebno za stvaranje i održavanje konkurentne prednosti preduzeća. Za razliku od fizičkih resursa koji se lako imitiraju, mnogo je teže obezbeđivati kompetentnost koja je rezultat „kopirane“ inovativnosti. Inovacije kao pokretač brojnih društvenih promena treba posmatrati u kontekstu savremenog okruženja kojeg karakterišu učestale, dalekosežne i međusobno uslovljene promene. Inovativna aktivnost je tesno povezana ne samo sa različitim aktivnostima i poslovnim funkcijama preduzeća već i sa brojnim procesima društvenih, političkih i socijalnih promena. Zato inovacije treba posmatrati kao sredstvo za ostvarivanje promena u savremenom svetu kojeg karakteriše „imperativ promena“. Otuda je razumljivo zašto se pojam inovaciona privreda često koristi za opisivanje vremena u kome živimo.

Zbog svog karaktera i značaja, IK je neraskidivo povezan sa inovativnošću. Ovo iz razloga jer IK podsticajno utiče na unapređenje inovativnih performansi preduzeća, odnosno inovativnom aktivnošću se eksploatiše i uvećava IK. Inovacionim kapitalom se obuhvataju različiti nematerijalni resursi i vrednosti koje su povezane sa inovativnošću. Drugim rečima, inovacioni kapital predstavlja jednu vrstu sposobnosti koja obezbeđuje da se IK uspešno koristi. Interakcija između inovacionog kapitala i različitih elemenata IK-a obezbeđuje stvaranje vrednosti. To su, pre svega, znanje zaposlenih, informacije, inovativno ponašanje i

osposobljenost, kreativnost, obučenosť, ekspertize, poslovna kultura, menadžment procesi, personalna povezanost, baze podataka, različite aplikacije informatičkog kapitala, odnosi sa kupcima, reputacija i sl. Ovi podsticaji mogu biti direktni i indirektni. S druge strane, rezultati koji se ostvaruju po osnovu inovacione aktivnosti povezani su sa pojedinim elementima IK (tehnološko znanje, patenti, licence, nove tehnologije, novi ili unapređeni odnosi sa kupcima i sl.). Prema tome, inovacioni kapital kao deo IK ne stvara vrednost samostalno, već je neophodno da na odgovarajući način bude povezan sa ostalim komponentama IK i materijalne aktive. Pri tome treba imati u vidu da je linija koja razdvaja inovacioni kapital od ostalih komponenti IK veoma nejasna iz razloga što je često u praksi inovacioni kapital neodvojiv od različitih elemenata IK. Zato holizam predstavlja bitnu karakteristiku sistemskog pristupa u razumevanju značaja i uloge IK-a i inovacionog kapitala u procesu stvaranja vrednosti.

Posmatrano u praktičnoj ravni, za bolje razumevanje načina na koji su različiti elementi inovacionog kapitala povezani sa različitim komponentama IK neophodno je povezati indikatore inovacionog kapitala sa indikatorima IK-a. Time se istovremeno upotpunjuje teorijski okvir kojim se objašnjava i modelira sam proces upravljanja IK-om, što je u funkciji unapređenja prakse menadžmenta, jer sposobnost upravljanja IK-om predstavlja ključnu kompetentnost preduzeća u ekonomiji zasnovanoj na znanju. Stoga se u radu posebno analiziraju različiti pristupi merenju inovacionog kapitala posmatrano sa makro (privreda) i mikro (preduzeće) nivoa (finansijski i nefinansijski).

Obuhvat ovog rada prilikom analize inovativnosti kao komponente IK otvara prostor za veliki broj novih istraživačkih poduhvata. Konkretno, izdvajaju se četiri moguća velika područja istraživanja. Prvo, istraživanje uticaja inovacionog kapitala na finansijske i tržišne performanse srpskih preduzeća. Drugo, istraživanja takođe mogu ići u smeru identifikovanja kvalitetnijih merila inovacionog kapitala koja bi imala veću primenljivost u praksi. Treće, s obzirom da je pitanje uticaja inovacionog kapitala na poslovne performanse od velikog značaja i za nacionalnu ekonomiju u celini, buduća istraživanja se mogu fokusirati na utvrđivanje efikasnosti upotrebe inovacionog kapitala posmatrano na nacionalnom nivou. Četvrto, posebno istraživačko pitanje može biti posvećeno odnosu nacionalnog inovacionog kapitala i nacionalne inovativnosti.

Reference

1. Bontis, N., Janošević, S. i Dženopoljac, V. (2015). Intellectual capital in Serbia's hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27 Iss. 6, 1365-1384.
2. Brooking, A. (1997). *Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise*. London: Thomson Business Press.
3. Bukh, P. N., Larsen, H. T. i Mouritsen, J. (2001). Constructing intellectual capital statements. *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, 87-108.
4. Cañibano, L., Garcia-Ayuso, M., Sanchez, P., Chaminade, C., Olea, M. i Escobar, C. (1999). *Measuring intangibles - discussion of selected indicators*. Spanish case study. Autonomous University of Madrid.
5. Chen, J., Zhu, Z. i Hong, Y.X. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, 195- 212.
6. Chen, M., Cheng, S. i Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6, No. 2, 159-176.
7. Chesbrough, H. W. (2003). The era of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, Vol. 44, No. 3, 35-41.
8. Chesbrough, H. W. (2006). *Open business models: how to thrive in the new innovation landscape*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

9. Cornell University, INSEAD i WIPO (2015). *Global innovation index*, dostupno na http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf, preuzeto 20. 12. 2015.
10. Crossan, M. M. i Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: a systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, Vol. 47, No. 6, 1154-1191.
11. Drucker, P. (2002). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 8, 95-103.
12. Đuričin, D., Janošević, S. i Kaličanin Đ. (2015). *Menadžment i strategija (deseto, prerađeno i dopunjeno izdanje)*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
13. Đuričin, D., Paunović, B. i Janošević, S. (2015). *Preduzetništvo i menadžment*. Beograd: JP "Zavod za udžbenike".
14. Dženopoljac, V. (2013). *Uticaj nematerijalne aktive preduzeća na proces stvaranja vrednosti* (neobjavljena doktorska disertacija). Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet.
15. Edvinsson, L. i Malone, M. S. (1997). *Intellectual capital – the proven way to establish your company's real value by measuring its hidden brainpower*. London: Judy Piatkus Ltd.
16. European Comision (2015). *Innovation union scoreboard 2015*, dostupno na http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf, preuzeto 20. 11. 2015.
17. Firer, S. i Williams, M. (2003). Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 No. 3, 348-360.
18. Furman, J. L., Porter, M. E. i Stern, S. (2002). The determinants of national innovative capacity. *Research Policy*, Vol. 31, 899-933.
19. Goh, P. C. (2005). Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6, No. 3, 385-396.
20. Granstrand, O. (1999). *The economics and the management of intellectual property*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
21. Hsu, Y. H. i Fang, W. (2009). Intellectual capital and new product development performance: the mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 76 No. 5, 664-677.
22. Inkinen, H. (2015). Review of empirical research on intellectual capital and firm performance. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 16, No. 3, 518-565.
23. Itami, H. (1991). *Mobilizing invisible assets*. Cambridge: Harvard University Press.
24. Kaplan, N. i Norton, D. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
25. Kaplan, R. i Norton, D. (2001). *The strategy-focused organization - how balanced scorecard companies thrive in the new business environment*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
26. Kuczmariski, T. (2000). Measuring your return on innovation, *Marketing Management*, Vol. 9, No. 1, 25-31.
27. Kujansivu, P. i Lönnqvist, A. (2007). Investigating the value and efficiency of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8, No. 2, 272-287.
28. Lev, B. (2001). *Intangibles: management, measurement, and reporting*. Washington, DC: Brooking Institution Press.
29. Lin, G. T. R. i Tang, Y. U. H. (2009). Appraising intangible assets from the viewpoint of value drivers. *Journal of Business Ethics*, 88, 679-689.
30. Lord, M. D., Bethizy, J. D. i Wager, D. J. (2005). *Innovation that fits: moving beyond the fads to choose the right innovation strategy for your business*. New Jersey: Prentice Hall.
31. Lytras, M. D., Edvinsson, L. i Pablos, P. O. (2008). The intellectual capital statements: evolution and how to get started. U Lytras, M., Russ, M., Maier, R. i Naeve, A. (ur.), *Knowledge management strategies: a handbook of applied technologies* (str. 80). Hershey: Igi Publishing.
32. Maditinos, D., Šević, Z. i Tsairidis, C. (2010). Intellectual capital and business performance: an empirical study for the Greek listed companies. *European Research Studies Journal*, Vol. 13 No. 3, 145-167.
33. Mard, M. J., Hitchner J. R. i Hyden S. D. (2007). *Valuation for financial reporting: fair value measurements and reporting, intangible assets, goodwill and impairment*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

34. Mention, A. L. (2012). Intellectual capital, innovation and performance: a systematic review of the literature. *Business and Economic Research*, Vol. 2, No. 1, 1-37.
35. MERITUM (2002). Guidelines for managing and reporting on intangibles. Madrid, Spain: Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management (MERITUM).
36. Milbergs, E. i Vonortas, N. (2004). *Innovation metrics: measurement to insight*. Center for Accelerating Innovation and George Washington University. National Innovation Initiative 21st Century Working Group.
37. Milisavljević, M., Senić, R. i Janošević, S. (1993). *Inovacije i tehnološka strategija preduzeća*. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu.
38. Moeller, K. (2009). Intangible and financial performance: causes and effects. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 10, No. 2, 224-245.
39. Mortensen, J., Eustace, C. i Lannoo, K. (1997). Intangibles in the European economy. Paper presented at the CEPS workshop on intangibles in the European economy, Brussels.
40. Mouritsen, J., Larsen, H. T. i Bukh, P. N. (2001). Valuing the future - intellectual capital supplements at Skandia. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 14, No. 4, 399-422.
41. Nahapiet, J. i Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, Vol. 23 No. 2, 242-266
42. Ocean Tomo (2015). *Components of S&P500 market value*. dostupno na <http://www.oceantomo.com/blog/2015/03-05-ocean-tomo-2015-intangible-asset-market-value/>, preuzeto 20. 12. 2015.
43. OECD (2005). *Oslo manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data*, third ed. Paris: OECD and Eurostat.
44. Pablos, P. O. D. (2003). Knowledge management projects: state of the art in the Spanish manufacturing industry. *International Journal of Manufacturing Technology and Management*, Vol. 14 No. 4, 297-310.
45. Petty, R. i Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1, No. 2, 155-176.
46. Porter, M. (1998). *On competition*. Boston: Harvard Business Review Book.
47. Renda, A. (2015). Europe and innovation: is 2020 on the horizon? U Veugelers, R., Cincera, M., Frietsch, R., Rammer, C., Schubert, T., Pelle, A., Renda, A., Montalvo, C. (ur.), *The impact of Horizon 2020 on innovation in Europe*. Intereconomics, Volume 50, No. 1, 4-30.
48. Roos, J. i Roos, G. (1997). Measuring your company's intellectual performance. *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 3, 45-62.
49. Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
50. Schwab, K. (2015). *The global competitiveness report 2015-2016*, Geneva, dostupno na http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf, preuzeto 14. 09. 2015.
51. Skandia (1995). *Value creating process - intellectual capital supplement*, dostupno na www.skandia.se, preuzeto 21. 06. 2009.
52. Smith, G. V. (1994). *The new role of intellectual property in commercial transactions*. New York: Wiley.
53. Stern, S., Porter, M. i Furman, J. L. (2000). The determinants of national innovative capacity. *NBER Working Paper No. 7876*, dostupno na <http://www.nber.org/papers/w7876.pdf>, preuzeto 02. 01. 2016.
54. Stone, A., Rose, S., Lal, B. i Shipp, S. (2008). *Measuring innovation and intangibles: a business perspective*. Washington, D.C.: Institute for Defense Analysis, Science and Technology Policy Institute.
55. Sullivan, P. H. (2000). *Value-driven intellectual capital – how to convert intangible corporate assets into market value*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
56. Tinnesand, B. (1973). *Toward a general theory of innovation*. PhD thesis, University of Wisconsin, Madison. U Holt, K. (1983). *Product innovation management*, second edition. London: Butterworths.
57. Trott, P. (2005). *Innovation management and new product development*. Harlow: Prentice Hall.

ZAŠTITA INTERESA INVESTITORA KAO FAKTOR UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE

Dr Jelena Nikolić*

Dr Verica Babić

Apstrakt: Polazeći od shvatanja da na relaciji vlasnici (principali) - menadžeri (agenti), menadžeri mogu da donose odluke u cilju ostvarivanja lične koristi, a ne u interesu vlasnika, konflikt interesa između investitora kao vlasnika i menadžera kao njihovih agenata dovodi do povećanog interesovanja za istraživanjem mehanizama korporativne kontrole. Iako postoje različiti mehanizmi kontrole, koncentracija vlasništva u tranzicionim ekonomijama predstavlja jedan od ključnih mehanizama monitoringa menadžera i sprečavanja menadžerskog oportunitizma. Ipak, i ovaj mehanizam ima određene slabosti koje se ogledaju u zloupotrebi manjinskih vlasnika (investitora) i nedovoljne zaštite njihovih prava koji nastaju kao posledica konflikta interesa na relaciji većinski vlasnici (principali) – manjinski vlasnici (principali). Polazeći od pozitivnih i negativnih efekata koncentracije vlasništva kao mehanizma kontrole, analiza zaštite interesa investitora kao determinante unapređenja konkurentnosti privrede predstavlja važno istraživačko područje. Polazna istraživačka hipoteza je da stepen zaštite interesa investitora, sa stanovišta uzroka i posledica principal-agent i principal-principal konflikta, zavisi od razvijenosti institucionalnog okvira. U cilju ispitivanja postavljene hipoteze u radu su analizirane razlike u stepenu zaštite interesa investitora razvijenih i tranzicionih ekonomija, kao i različiti mehanizmi sprečavanja eksproprijacije prava manjinskih investitora. Posebna pažnja je posvećena analizi specifičnosti položaja investitora u Srbiji zasnovanoj na rezultatima Indeksa globalne konkurentnosti i zaštiti njihovih interesa.

Ključne reči: koncentracija vlasništva, principal-agent problem, principal-principal problem, zaštita interesa investitora, konkurentnost privrede

Uvod

U uslovima razdvajanja vlasništva i upravljanja kompanijom, oni koji upravljaju kompanijom imaju moć da donose odluke od kojih stižu ličnu korist, a na štetu investitora kao vlasnika koji snose troškove takvih akcija. To znači da interesi vlasnika i menadžera mogu biti različiti, zbog čega je osnovni problem korporativnog upravljanja kako obezbediti da menadžeri kao agenti donose odluke u interesu vlasnika kao principala. U cilju rešavanja uočenog problema primenjuje se koncentracija vlasništva kao interni mehanizam kontrole menadžerskog oportunitizma. Primena koncentracije vlasništva je utemeljena na činjenici da visok stepen koncentracije vlasništva omogućava dobar monitoring i efikasnu kontrolu rada menadžera. Međutim, osnovni nedostatak koncentracije vlasništva kao mehanizma kontrole je eksproprijacija prava manjinskih vlasnika. To znači da visok stepen koncentracije vlasništva može postati neefektivan, jer dovodi do principal - principal konflikta između većinskih i manjinskih vlasnika, a najznačajnije negativne posledice su loša zaštita interesa manjinskih vlasnika, nedovoljna transparentnost u objavljivanju informacija, povezivanje kompanija kroz različite oblike piramidalnog vlasništva i zloupotreba moći u kontroli procesa odlučivanja. Polazeći od pozitivnih i negativnih posledica koncentracije vlasništva, *predmet istraživanja* u radu je analiza zaštite interesa investitora (vlasnika) kao važne determinante

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: jnikolic@kg.ac.rs

unapređenja konkurentnosti privrede. U razvijenim ekonomijama sa jakim tržišnim institucijama, institucionalna zaštita manjinskih vlasnika predstavlja barijeru eksproprijacije od strane većinskih vlasnika i sprečava pojavu principal-principal konflikta. Međutim, kako je u tranzicionim ekonomijama kao posledica nerazvijenosti institucionalnog okvira dominantan problem zaštita interesa i ostvarivanje prava manjinskih investitora, *osnovni cilj istraživanja* je ispitati različite načine sprečavanja zloupotrebe od strane većinskih vlasnika. *Polazna istraživačka hipoteza* je da stepen zaštite interesa investitora, sa stanovišta uzroka i posledica principal-agent i principal-principal konflikta, zavisi od razvijenosti institucionalnog okvira.

Polazeći od definisanog predmeta, cilja i hipoteze istraživanja, u radu je najpre analiziran dvostruki agencijski problem: konflikt interesa između vlasnika i menadžera (PA konflikt) i konflikt interesa između većinskih i manjinskih vlasnika (PP konflikt), koji nastaje kao posledica razdvajanja vlasništva od kontrole. Objasnjeni su osnovni uzroci i posledice navedenih konflikata. Zatim su analizirani mehanizmi rešavanja PA i PP konflikata kao determinanta zaštite interesa investitora u tranzicionim ekonomijama. Objasnjena su dva osnovna načina zaštite interesa investitora: neformalan, koji obuhvata *privatne institucije* korporativnog upravljanja i formalan, koji obuhvata *legalne institucije* korporativnog upravljanja. Posebno je analizirana pozicija Srbije kao jedne od tranzicionih ekonomija koju, prema rezultatima Indeksa globalne konkurentnosti u petogodišnjem periodu 2010-2015. godina, odlikuje izuzetno slaba zaštita interesa manjinskih vlasnika i nerazvijen institucionalni okvir. Ukazano je na moguće pravce unapređenja konkurentnosti privrede, sa stanovišta ublažavanja problema zaštite interesa manjinskih vlasnika i jačanja legalnih institucija korporativnog upravljanja.

Razdvajanje vlasništva od kontrole i dvostruki agencijski problem: principal-agent i principal-principal konflikt interesa

Nastanak i razvoj kompanija zasnovan na konceptu vlasništva i potrebi za profesionalnim upravljanjem doveo je do razdvajanja vlasništva od kontrole i pojave agencijskog problema (Thomsen & Conyon, 2012, p. 17). Za razliku od malih preduzeća kojima upravljaju vlasnici, razvoj kompanija nametnuo je potrebu za prenošenjem prava upravljanja sa vlasnika na menadžere i doveo do sve većeg interesovanja istraživača da se bave agencijskim odnosima između vlasnika kao principala i menadžera kao agenata. Akcionar kao vlasnik akcija ima isključivu kontrolu nad akcijama, ali se odriče prava upravljanja kompanijom. To pravo se prenosi menadžmentu kompanije, što dovodi do stvaranja specifičnog odnosa između vlasnika koji ima ulogu principala i menadžera koji postaju njihovi agenti. Uspostavljanje principal – agent odnosa i prenošenje prava upravljanja sa vlasnika na menadžere se može posmatrati i kao prednost i kao nedostatak (Monks & Minow, 2002, s. 92). Ukoliko menadžeri imaju potrebna znanja i veštine da dobro upravljaju kompanijom, vlasnici će imati koristi. Međutim, ukoliko dominira menadžerski oportunitizam, vlasnici će pretrpeti gubitke izazvane lošim upravljanjem. Polazeći od navedenih pretpostavki, u uslovima razdvajanja vlasništva i kontrole, definisanje prava i odgovornosti vlasnika i menadžera predstavlja jedno od najvažnijih pitanja u oblasti korporativnog upravljanja.

Vlasnik na osnovu akcija koje poseduje ima određena prava i obaveze. Prava vlasnika su definisana kao: (1) pravo na prodaju akcija; (2) pravo na glasanje; (3) pravo da se podigne tužba za nanošenje štete ukoliko menadžeri ne ispune svoje obaveze; (4) pravo na određene informacije vezane za kompaniju; (5) prava u procesu likvidacije ili reorganizacije kompanije. Međutim, i pored navedenih prava, sposobnost vlasnika da obavljaju monitoring

menadžera je kontinuirano opadala. Postoje dva glavna razloga koja negativno utiču na efektivnost monitoringa menadžera. *Prvo*, disperzija vlasništva koja nastaje kada postoji veći broj vlasnika koji pojedinačno imaju vlasnički udeo manji od 3% negativno utiče na moć akcionara da vrše monitoring. *Drugo*, disperzija vlasništva smanjuje motivaciju i sposobnost pojedinačnih vlasnika da vrše monitoring (Monks & Minow, 2002, s. 92). Kada je vlasništvo disperzirano, sposobnost monitoringa je smanjena, tako da menadžeri imaju veću slobodu da donose odluke koje nisu u interesu vlasnika i ne podrazumevaju maksimiziranje profita, što često dovodi do konflikta interesa između vlasnika i menadžera (Yoshikawa, Zhu & Wang, 2014). U uslovima disperziranog vlasništva pojedinačni vlasnik poseduje mali udeo akcija, tako da nema mogućnost da utiče na kontrolu menadžera, što dovodi do pojednostavljene pretpostavke da između menadžerske slobode u odlučivanju i disperzije vlasništva postoji pozitivna korelacija (Gedajlovic & Shapiro, 1998).

Problem disperzije vlasništva definisan kao pojačavanje moći menadžera kao agenata u odnosu na vlasnike kao principale može da se reši primenom različitih mehanizama koji utiču na ublažavanje tradicionalnog agencijskog problema koji nastaje kao posledica neravnoteže moći između vlasnika (principala) i menadžera (agenata). *Prvo*, nedostatak kontrole vlasnika se može nadoknaditi aktivnim tržištem korporativne kontrole kroz procese neprijateljskih preuzimanja koja imaju ključnu ulogu u disciplinovanju menadžera. *Drugo*, sistem nagrađivanja menadžera može biti kreiran tako da vodi ujednačavanju interesa menadžera i vlasnika (Bebchuk & Fried, 2003). *Treće*, u uslovima nedovoljno razvijenog tržišta korporativne kontrole, primenjuje se koncentracija vlasništva kao mehanizam kontrole menadžera. *Uloga većinskog ili kontrolnog vlasnika* je da aktivno kontrolišu menadžere i utiču na ublažavanje problema kolektivnog izbora (eng. free-rider), koji nastaje kao posledica nedostatka akcionarskog aktivizma i pasivnog pristupa disperziranih vlasnika sa očekivanjem da će kontrolu menadžera obavljati „neko drugi“ (Crespi & Renneboog, 2010).

Koncentracija vlasništva može da ublaži tradicionalan principal-agent problem, ali u uslovima slabe institucionalne zaštite prava vlasnika i pasivnog tržišta korporativne kontrole, dovodi do konflikta interesa između većinskih i manjinskih vlasnika. Ovaj tip konflikta nastaje kada većinski vlasnici zloupotrebljavaju vlasničku kontrolu u cilju ostvarivanja ličnih koristi od kontrole na štetu manjinskih vlasnika (Young et al., 2003; Renders & Gaeremynck, 2012). U uslovima izrazite koncentracije vlasništva, menadžeri su često udruženi sa kontrolnim vlasnicima (La Porta et al., 1999; Faccio & Lang, 2002) koji učestvuju u eksproprijaciji manjinskih vlasnika i dovode do principal-principal konflikta na relaciji većinski - manjinski vlasnici (Peng et al., 2008). Principal-principal konflikt nastaje kao posledica neusaglašenosti ciljeva većinskog i manjinskih vlasnika i ograničava uspeh u rešavanju problema informacione asimetrije. Zapravo, kontrolni vlasnici često predstavljaju veću pretnju eksproprijaciji interesa manjinskih vlasnika, nego što menadžeri mogu da ugroze njihove interese. Najvažniji načini manifestovanja efekta eksproprijacije manjinskih vlasnika: (1) postavljanje nekompetentnih članova porodice i prijatelja na ključne pozicije (Faccio et al., 2001); (2) kupovina materijala po cenama iznad tržišne ili prodajom proizvoda i usluga po cenama ispod tržišne kompanijama koje su u vlasništvu ili koje su udružene sa kontrolnim vlasnicima (Khanna & Rivkin, 2001); i (3) preduzimanje strategija kojima se ostvaruju lični interesi na račun unapređenja performansi kompanije, kao što je prekomerna diversifikacija (Young et al., 2008). Do pojačavanja uočenog problema nastaje usled povezanosti kontrolnih vlasnika sa porodicom i/ili poslovnom grupom. Stoga kontrolni vlasnici imaju motiv i načine da iskoriste svoje pozicije. Najčešće postoje dva, često povezana tipa kontrolnih vlasnika, *porodični vlasnici i poslovne grupe* (La Porta et al., 1999; Claessens, Djankov, & Lang, 2000; Babić, 2006). Kontrola od strane porodičnih vlasnika može da dovede do smanjenja agencijskih troškova kroz usklađivanje vlasništva sa kontrolom. Sa druge strane, pojačana

kontrola povećava verovatnoću eksproprijacije manjinskih vlasnika što može negativno da utiče na performanse. Porodični odnosi mogu učiniti agencijske konflikte „težim“ za rešavanje, jer se odnosi između principala (porodičnih vlasnika) i agenata (menadžera koji su članovi porodice) zasnivaju na emocijama, osećanjima i neformalnim vezama i negativno utiču na efektivnost monitoringa menadžera. Pored porodičnog vlasništva, poslovne grupacije predstavljaju racionalan odgovor na pretpostavke institucionalnog okruženja (Peng, Tan, & Tong, 2004). Poslovne grupacije se mogu definisati kao „skup pravno nezavisnih kompanija koja su povezana ekonomskim i socijalnim vezama“, u kojima svaka članica u poslovnoj grupi može biti organizovana kao poseban pravni entitet. Uloga poslovnih grupacija kao oblika neformalnih institucija je da obezbedi potrebne informacije, poštovanje ugovornih obaveza i kontrolu nad radom menadžera. U nedostatku tržišta korporativne kontrole, poslovna grupa vrši zamenu neefikasnog menadžment tima u pojedinim članicama (Babić, 2004, ss. 8-9).

Polazeći od analiziranih efekata koncentracije vlasništva, u Tabeli 1 su prikazane specifičnosti principal-agent i principal-principal konflikta nastale kao posledica različitosti institucionalnog okvira. U razvijenim ekonomijama sa jakim tržišnim institucijama, institucionalna zaštita manjinskih vlasnika predstavlja barijeru eksproprijacije od strane većinskih vlasnika i sprečava pojavu principal-principal konflikta. Međutim, u tranzicionim ekonomijama gde institucionalni okvir nije dovoljno razvijen, visok stepen koncentracije vlasništva predstavlja mehanizam podsticanja monitoringa menadžera i smanjenja konflikta interesa između vlasnika i menadžera (PA konflikt), ali istovremeno dovodi do eksproprijacije interesa manjinskih vlasnika (PP konflikt).

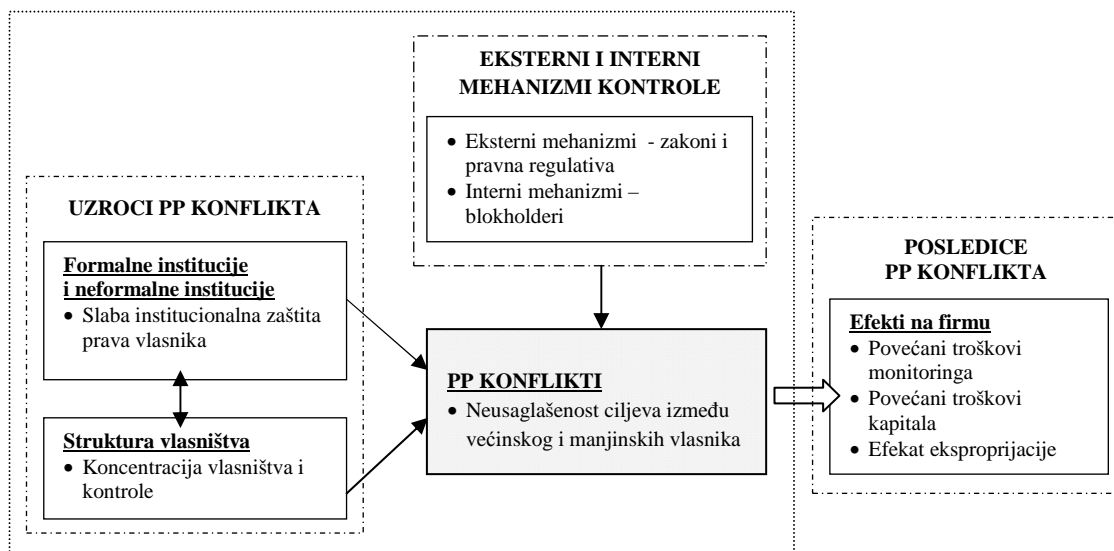
Tabela 1. Principal – agent vs. principal – principal konflikti

KARAKTERISTIKE	PRINCIPAL – AGENT KONFLIKT	PRINCIPAL – PRINCIPAL KONFLIKTI
Neusaglašenost ciljeva	Između disperziranih vlasnika i profesionalnih menadžera.	Između kontrolnih i manjinskih vlasnika.
Institucionalna zaštita manjinskih vlasnika	Formalna ograničenja potencijalne eksproprijacije od strane većinskih vlasnika. Neformalna pravila i norme se definišu u cilju maksimiziranja vrednosti za vlasnike.	Nedostatak formalne institucionalne zaštite – neformalna pravila i norme favorizuju interese kontrolnih vlasnika nad manjinskim vlasnicima.
Tržište korporativne kontrole	Aktivan mehanizam korporativnog upravljanja.	Neaktivan mehanizam korporativnog upravljanja – koncentrisano vlasništvo ograničava proces preuzimanja.
Struktura vlasništva	Disperzija vlasništva – veći broj manjinskih vlasnika.	Koncentracija vlasništva – najčešće više od 50% kapitala drži kontrolni vlasnik.
Upravni odbori	Upravni odbori imaju ulogu poverenika za očuvanje interesa vlasnika. Istraživanja upravnih odbora se bave ispitivanjem odnosa unutrašnjih i spoljašnjih članova u cilju određivanja optimalne strukture.	Upravni odbori su često neefikasni, jer ne postoji institucionalni legitimitet. Istraživanja pokazuju da je njihova osnovna uloga zaštita interesa kontrolnih vlasnika i ratifikacija odluka koje donose.

Izvor: Young et al., 2008, s. 202.

Sa stanovišta analiziranih sličnosti i razlika PA i PP konflikta, koje proizilaze iz različitog stepena razvijenosti internih i eksternih mehanizama kontrole, a posebno institucionalnog okvira Slika 1 ilustruje uzroke i posledice principal - principal konflikt (Peng & Sauerwald, 2012).

Slika 1. Uzroci i posledice principal-principal konflikta



Izvor: adaptirano prema Young et al., 2008; Peng & Sauerwald, 2012, s. 659.

Prema Slici 1, mogu se izdvojiti dva razloga zbog kojih je koncentracija vlasništva centralni konstrukt u modelu PP konflikta i predstavlja i uzrok i mogući odgovor na PP konflikt (Young et al., 2008). Prvo, koncentrisano vlasništvo praćeno slabim formalnim institucijama je direktan uzrok PP konflikta. Prema Agencijskoj teoriji, u uslovima disperzije vlasništva menadžeri imaju kvazi-kontrolu nad firmom. Međutim, u mnogim ekonomijama u razvoju i tranzicionim ekonomijama, vlasništvo i kontrola su koncentrisani u rukama kontrolnog akcionara. To znači da kontrolni vlasnici mogu da koriste svoju glasačku moć i da odlučuju ko su članovi upravnog odbora i ko se nalazi na poziciji top menadžera. Ovakva organizaciona struktura kontrolnom vlasniku obezbeđuje potpunu kontrolu (Jiang & Peng, 2011). Ovako moćna pozicija kontrolnog vlasnika pruža mogućnost eksproprijacije prava manjinskih vlasnika, čime se povećava potencijal za nastanak PP konflikta, ukoliko institucionalni okvir ne štiti efikasno prava manjinskih vlasnika. Drugo, u uslovima nedovoljno razvijenih eksternih mehanizama korporativnog upravljanja, koncentrisana vlasništvo kao jak interni mehanizam korporativnog upravljanja predstavlja strategijski odgovor kontrolnog akcionara potencijalnim PP konfliktima (Young et al., 2008). Ekonomske posledice koncentracije vlasništva su kontroverzne i zavise od eksternih ograničenja (kao što su zakoni i propisi) i internih ograničenja (kao što su prava po osnovu dividende). Institucionalni okvir može da pomogne da se stvore efikasnija unutrašnja ograničenja, poput nametanja propisa kojima se usklađuju prava po osnovu dividende i prava glasa (glasačka prava). Međutim, eksterni mehanizmi ne funkcionišu uvek efektivno, zbog čega interni mehanizmi mogu da se koriste kao substitut eksternim mehanizmima kontrole (Gedajlovic et al., 2004). Shodno navedenom, slaba institucionalna zaštita prava vlasnika je važan faktor koji dovodi do pojačavanja moći kontrolnih vlasnika. Dakle, kontrolni vlasnici će da diversifikuju svoj portfolio samo ukoliko su sigurni da će njihovi interesi biti zaštićeni, jer u suprotnom postoji opasnost da će drugo lice koje kupuje kontrolni paket akcija ostvariti privatne koristi od kontrole (Peng & Sauerwald, 2012).

Mehanizmi rešavanja PA i PP konflikta kao determinanta zaštite interesa investitora u tranzicionim ekonomijama

Shodno uzrocima i posledicama principal-agent i principal-principal konflikta, kao osnove agencijskog problema, mogu se izdvojiti dva načina zaštite interesa investitora kao dva različita institucionalna pristupa u rešavanju analiziranog problema. Jedan je neformalan i obuhvata *privatne institucije* korporativnog upravljanja, uključujući nepisane, društvene norme, kodekse ponašanja i sisteme vrednosti. Drugi je formalan i obuhvata *legalne institucije* korporativnog upravljanja, kao što su zakoni i propisi, politička i ekonomska pravila i procedure. Oba pristupa su dizajnirana i implementirana u cilju minimiziranja agencijskih troškova obezbeđivanja protoka informacija i stvaranja okvira u kome investitori mogu da nadgledaju rad menadžera uz relativno niske transakcione troškove (La Porta, Lopes de-Silanes, & Shleifer, 1999).

Formalni pristup nastao je tokom 19. i 20. veka, postepeno, još od vremena industrijske revolucije i baziran je na čitavom skupu zakona i regulative kojima se štite prava investitora u odnosu na arbitrarno ponašanje pojedinaca i države. Formalna ograničenja posmatrana kroz prizmu efikasnosti pravnog/regulatornog okvira definišu strukturu, prava i obaveze svih privrednih aktera, uključujući i vlasnike, članove upravnog odbora i menadžere. Efikasan pravni sistem štiti vlasnike od oportunističkog ponašanja menadžera, kao i manjinske vlasnike od eskroprijacije od strane velikih blokholdera (La Porta, Lopes de-Silanes, Shleifer, & Vishni, 1997). Ovakvi efekti razvijenih institucija korporativnog upravljanja podstakli su razvoj tržišta, konkurentnost i ekonomski razvoj, zbog čega zemlje sa većim stepenom formalne zaštite investitora imaju i veći *per capita income*. Međutim, ukoliko je formalni institucionalni okvir nerazvijen, onda neformalna pravila postaju značajnija. Formalne i neformalne institucije deluju kao spojeni sudovi, zbog čega su u nedostatku formalnih institucija važnije neformalne institucije bazirane na personalnim relacijama (Babić, 2004, s. 6). Formalne i neformalne institucije determinišu način distribucije moći – strukturu vlasništva, donošenje menadžerskih odluka i njihovu kontrolu, objavljivanje informacija, kao i alokaciju i distribuciju profita (Yoshikawa, Zhu, & Wang, 2014).

Polazeći od povezanosti zaštite prava investitora sa modelom strukture vlasništva, može se uočiti da je u zemljama sa niskim nivoom zaštite interesa investitora, a posebno u tranzicionim ekonomijama, najznačajniji oblik neformalnih, privatnih institucija koncentracija vlasništva koja postaje substitut za pravnu zaštitu (La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer, & Vishny, 2000). Pošto se reforme u tranzicionim zemljama sprovode u uslovima nerazvijenog institucionalnog okvira, zaštita investitora je slaba i nedovoljno efikasna što predstavlja važan faktor podsticanja koncentracije vlasništva kao mehanizma korporativne kontrole (Peng & Sauerwald, 2013). Kontrolna uloga velikih vlasnika može da ublaži agencijske probleme između menadžera i akcionara, jer na osnovu velikog udela u kapitalu koji poseduju postaju motivisani da nadgledaju menadžment, a pravo glasa im daje moć da "primoraju menadžere da donose odluke u interesu vlasnika" (La Porta et al., 1999). Međutim, većinski vlasnik usled neusaglašenosti ciljeva sa manjinskim vlasnicima može da ostvari lične koristi od kontrole na račun interesa kompanije što dovodi do eskroprijacije interesa manjinskih vlasnika (Shleifer & Vishny, 1997; La Porta et al., 1999; Faccio et al., 2001; Renders, & Gaeremynck, 2012; Lin & Chuang, 2012).

Razmatrani dvosmerni efekti koncentracije vlasništva indiciraju da efektivnost koncentracije vlasništva kao mehanizma kontrole menadžera treba da se analizira u zavisnosti od pravnih i institucionalnih karakteristika. To znači da primena rešenja razvijenih zemalja, zasnovana na povećanoj koncentraciji vlasništva kako bi se ublažili konflikti između vlasnika i menadžera (Lin & Chuang, 2012), može biti pogrešna ili čak katastrofalna u tranzicionim

ekonomijama koje odlikuje konflikt interesa između većinskih i manjinskih vlasnika. Kada postoji PP konflikt, vlasnička koncentracija favorizuje potencijalni rizik od eksproprijacije. Što je veća moć odlučivanja većinskih vlasnika, to je i rizik od eksproprijacije manjinskih vlasnika veći (Gutiérrez & Tribó, 2004). To znači da su privatne institucije nedovoljne efikasne u pogledu zaštite interesa manjinskih investitora, zbog čega u tranzicionim ekonomijama poseban značaj imaju formalne ili legalne institucije.

Analiza privatnih (neformalnih) i legalnih (formalnih) institucija korporativnog upravljanja potvrđuje da koncentracija vlasništva kao vid privatnih institucija i mehanizam korporativne kontrole doprinosi zaštiti prava većinskog vlasnika i ostvarivanju interesa blokholdera, dok zakoni i regulative kao vid legalnih (formalnih) institucija korporativnog upravljanja doprinose obezbeđivanju zaštite interesa manjinskih investitora u slučaju povrede njihovih prava. Značaj formalnih institucija proizilazi iz činjenice da ukoliko u ekonomiji jedne zemlje dominiraju neformalne (privatne) institucije korporativnog upravljanja, poput koncentrisanog vlasništva ili poslovnih grupa, može se dogoditi da potencijalno isplativi investicioni projekti ne budu finansirani, jer nisu u skladu sa interesima većinskih vlasnika ili dominantnim kompanijama u poslovnog grupaciji. Iz navedenog proizilazi da je osnovna prednost primene formalnih institucija korporativnog upravljanja pravičan i fer tretman investicionih projekata. Formalne institucije obezbeđuju maksimalnu verovatnoću da će se na pravi način spojiti investitori sa onima koji imaju ideje i znanje da uspešno realizuju projekte uz pružanje garancije da će njihovi interesi biti zaštićeni nezavisno od personalizovanih relacija (Babić, 2004, s. 10).

Specifičnosti položaja investitora i zaštita njihovih interesa u Srbiji

Polazeći od značaja koje formalne i neformalne institucije imaju za razvoj korporativnog upravljanja i indirektno za unapređenje konkurentnosti privrede posmatrane kao skup institucija, propisa i drugih činilaca koji određuju nivo produktivnosti zemalja, važan pokazatelj nivoa konkurentnosti je indeks globalne konkurentnosti. Indeks globalne konkurentnosti se bavi merenjem proseka više mikroekonomskih i makroekonomskih komponenata, koji se pojedinačno ocenjuju na skali od 1 do 7. U Izračunavanju indeksa globalne konkurentnosti se polazi od pretpostavke da postoji veliki broj faktora koji determinišu konkurentnost nacionalnih privreda. Svi faktori konkurentnosti podeljeni su u 12 kategorija (tzv. 12 stubova konkurentnosti), koji su grupisani u tri posebne celine definisane kao: osnovni faktori, faktori efikasnosti i faktori inovativnosti ekonomije.

Značaj pojedinih faktora konkurentnosti zavisi od stepena privrednog razvoja u kojem se zemlja nalazi. Za zemlju koja se nalazi u inicijalnoj fazi razvoja od presudnog značaja su osnovni faktori konkurentnosti (institucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost, zdravstveno i osnovno obrazovanje). U sledećoj, zrelijoj fazi razvoja, ključni faktori su faktori efikasnosti (visoko obrazovanje i obuka, efikasnost tržišta roba, efikasnost tržišta rada, razvoj finansijskog tržišta, tehnološka opremljenost i veličina tržišta), dok u trećoj fazi konkurentnosti najveći značaj imaju faktori koji se tiču stepena inovativnosti. Prilikom određivanja indeksa globalne konkurentnosti, navedeni faktori dobijaju različite pondere u zavisnosti od faze u kojoj se privreda određene zemlje nalazi (Ristić & Tanasković, 2011).

Najvažniji stub konkurentnosti, sa stanovišta razvijenosti sistema korporativnog upravljanja, je prvi stub koji se odnosi na institucije. Formalne institucije se odnose na zakone i regulativu kojima se definišu i uređuju tri relevantna područja korporativnog upravljanja. Prvo se odnosi na prevazilaženje informacionog gega kroz odgovarajuće zakone kojima se definiše obaveza pravilnog izveštavanja o poslovanju i načini provere te obaveze. Druga vrsta institucija obuhvata zakonsku regulativu kojom se precizira postupak stečaja i

sankcionišu propusti u poslovanju. U treću grupu institucija svrstava se upravni odbor čija je uloga da obezbedi neophodan protok informacija između vlasnika i menadžera i obezbedi usklađivanje menadžerskih i vlasničkih interesa. Pored toga važnu ulogu imaju i institucije koje deluju kao podrška prethodno pomenutim formalnim institucijama, a koje obezbeđuju pravovremeno, tačno i pouzdano informisanje zainteresovanih aktera (Babić, 2004, s. 9). U tom smislu, legalnost i transparentnost predstavljaju važne principe dobrog korporativnog upravljanja od kojih zavisi uspostavljanje povoljnog institucionalnog ambijenta, a osnovna svrha institucija korporativnog upravljanja jeste dopuna formalnih ugovora između različitih zainteresovanih aktera i obezbeđenje sigurnosti i zaštite njihovih prava.

Polazeći od značaja institucija, kao prvog stuba globalnog indeksa kompetentnosti, za unapređenje kvaliteta korporativnog upravljanja, analizirani su sledeći ključni faktori: zaštita interesa manjinskih investitora, efikasnost pravne regulative, implementacija standarda revizije i izveštavanja, etičko ponašanje firmi, efikasnost upravnih odbora i zaštita investitora. Shodno izdvojenim faktorima koji determinišu kvalitet korporativnog upravljanja i konkurentnost privrede, analiza rezultata empirijskog istraživanja sprovedenog na bazi Indeksa globalne konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma u periodu 2010–2015. godine kojim su obuhvaćene 144 ekonomije, ukazuje na brojne manjkavosti i nedostatke u oblasti korporativnog upravljanja. U posmatranom vremenskom intervalu Srbija zauzima vrlo nisku poziciju, sa neznatnim promenama sa stanovišta ostvarenih rezultata po godinama. Najlošija pozicija, prema ukupnom skor na bazi kojeg se računa indeks kompetentnosti (ukupan skor 3.77 od maksimalnih 7) je ostvarena u 2013/2014. (101. mesto), dok je u 2014/2015. uočen pozitivan skok, a Srbija zauzima 94. mesto sa ukupnim skorom od 3.9. (Tabela 2).

Tabela 2. Pregled rezultata istraživanja prema Indeksu globalne konkurentnosti u periodu od 2010-2015. godine

REZULTATI	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Ukupna pozicija	96 (3.8)	95 (3.9)	95 (3.9)	101(3.77)	94(3.9)
Prvi stub - institucije	120 (3.2)	121 (3.2)	130 (3.2)	126 (3.2)	122 (3.2)

Izvor: WEF's Global Competitiveness Index 2010-2015.

Najvažniji rezultati koji ukazuju na loš kvalitet korporativnog upravljanja se odnose na oblast zaštite interesa manjinskih vlasnika, gde Srbija u 2014/2015. zauzima vrlo nisku poziciju (138. mesto, ukupan skor 2.8), kao i u oblasti efikasnosti pravne regulative (128. mesto, ukupan skor 2.7). Takođe, sa stanovišta implementacije standarda revizije i izveštavanja, Srbija zauzima vrlo nisku poziciju (109. mesto, ukupan skor 4.0), kao i u pogledu efikasnosti upravnih odbora (125. mesto, ukupan skor 3.8), etičkog ponašanja firmi (119. mesto, ukupan skor 3.4). Ovako loša pozicija ne odlikava samo stanje u 2014/2015. godini, već se odnosi na čitav petogodišni period (2012/2015.), sa neznatnim odstupanjima u pogledu ostvarivanja kratkoročnih, jednogodišnjih rezultata. Znatno bolju poziciju Srbija ima jedino u oblasti zaštite investitora (68. mesto, ukupan skor 5.3 za 2014/2015. godinu) (Tabela 3).

Tabela 3. Analiza ključnih indikatora kvaliteta korporativnog upravljanja u periodu od 2010-2015. godine za Srbiju

KLJUČNI INDIKATORI	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Zaštita interesa manjinskih akcionara	137	140 (2.8)	143 (2.6)	144 (2.7)	138 (2.8)
Efikasnost pravne regulative	132	137 (2.5)	138 (2.5)	137 (2.5)	128 (2.7)
Implementacija standarda revizije i izveštavanja	115	114 (4.0)	117 (3.9)	117 (3.9)	109 (4.0)
Etičko ponašanje firmi	120	130(3.0)	132 (3.1)	127 3.3	119 (3.4)
Efikasnost upravnih odbora	134	136 (3.7)	141 (3.7)	138 (3.7)	125 (3.8)
Zaštita investitora	59	60 (5.3)	65 (5.3)	69 (5.3)	68 (5.3)

Izvor: WEF's Global Competitiveness Index 2010-2015.

Polazeći od nerazvijenosti institucionalnog okvira i nedovoljno efikasne pravne regulative, sa jedne i visoke koncentracije vlasništva kao dominantnog mehanizma korporativnog upravljanja, sa druge strane, ovakav rezultat je zapravo očekivan i odslikava promene koje su nastale u korporativnog sektoru kao posledica izabranog modela privatizacije. Primena modela klasične prodaje društvenog/državnog kapitala jednom investitoru, kao izabranog modela privatizacije u Srbiji, dovela je do stvaranja posebne vrste većinskog vlasnika - akcionara koji poseduje kontrolni paket akcija, što znači da veliki broj preduzeća kontroliše jedan akcionar ili manja grupa povezanih lica (Nikolić & Babić, 2015, s. 219). U uslovima nerazvijenog tržišta i niske efikasnosti upravnog odbora, *koncentracija vlasništva* predstavlja važan interni mehanizam kontrole koji daje pozitivan rezultat sa stanovišta zaštite interesa investitora, ali dovodi do različitih vidova zloupotrebe pozicije od strane većinskih akcionara. Najčešći oblici zloupotrebe se odnose na izvlačenje direktne privatne koristi putem visokih plata i bonusa za zaposlene (članove porodice i saradnike), neprimerene transakcije povezanih lica, pristrasnost pri donošenju poslovnih odluka i promene u strukturi kapitala kroz posebne emisije akcija u korist većinskih akcionara.

U datim uslovima, glavnim uzrokom lošeg korporativnog upravljanja smatra se nizak nivo zaštite interesa manjinskih akcionara i niska efikasnost pravne regulative. Shodno identifikovanim uzrocima lošeg korporativnog upravljanja, potrebno je sprovesti regulatornu reformu korporativnog upravljanja po ugledu na razvijene evropske zemlje, sa stanovišta izmena i dopuna Zakona o akcionarskom društvu, Kodeksa korporativnog upravljanja i poštovanja principa i standarda korporativnog upravljanja razvijenih zemalja, od kojih se posebno izdvajaju OECD principi. Prema OECD principima, formalne institucije treba da obezbede ravnopravan i pravičan tretman svih akcionara, uključujući i manjinske akcionare, posebno sa stanovišta odgovornosti za preuzete obaveze i obezbeđivanja efikasne pravne zaštite u slučaju povrede njihovih prava. Pravna zaštita treba da se zasniva na institucionalizovanom okviru u kome su mehanizmi zaštite interesa investitora nezavisni od personalizovanih relacija. Manjinske akcionare treba zaštititi od zloupotreba od strane ili u interesu akcionara koji imaju većinu akcija, a takođe im treba obezbediti efikasnu pravnu zaštitu (OECD, 2015, s. 28).

U cilju jačanja zaštite interesa investitora u Srbiji, potrebno je unaprediti efikasnost primene pravne regulative koja obuhvata brojne zakone – kompanijsko pravo, stečajno pravo, pravo hartija od vrednosti i slično. Efikasna primena navedenih zakona predstavlja važan element unapređenja korporativnog upravljanja na nacionalnom nivou, a stepen zaštite investitora kao faktor unapređenja konkurentnosti privrede zavisi od toga da li zakonska

regulativa obezbeđuje efikasnu pravnu zaštitu. Pri obezbeđenju zaštite interesa investitora, treba praviti razliku između ex-ante i ex-post prava akcionara. Ex-ante prava se odnose na prava preče kupovine i kvalifikovanu većinu za određene odluke. Ex-post prava omogućavaju pravnu zaštitu u slučaju njihovog kršenja. U jurisdikcijama gde je primena pravnog i regulatornog okvira slaba, pojedine zemlje su ojačale ex-ante prava akcionara postavljanjem niskog praga vlasništva nad akcijama potrebnog za stavljanje tema na dnevni red skupštine akcionara i zahtevom da prisustvuje velika većina akcionara za donošenje važnih odluka (OECD, 2015, s. 20). Takođe, zaštita interesa investitora se pojačava kada pravni sistem predviđa mehanizme za pokretanje tužbi ukoliko su prekršena prava manjinskih akcionara. Obezbeđenje takvih mehanizama zakona predstavlja ključnu odgovornost zakonodavaca i regulatornih organa.

Zaključak

Kvalitet korporativnog upravljanja predstavlja važnu determinantu unapređenja konkurentnosti privrede. Zaštita interesa investitora predstavlja važan pokazatelj kvaliteta korporativnog upravljanja na nacionalnom nivou. Za investitora postoje dve različite vrste rizika. Jedan je da će resursi biti neracionalno upotrebljeni od strane preduzetnika, a drugi je da će politički moćnici konfiskovati ostvarenu dobit. Istorijski gledano primenjivana su dva institucionalna pristupa u cilju obezbeđivanja uslova da sredstva investitora budu upotrebljena na pravi način – privatni ili neformalni pristup i legalni ili formalni pristup. Oba pristupa obezbeđuju informacije potrebne investitorima da bi pratili efikasnost poslovanja firmi u koje su uložili kapital i da bi ostvarili kontrolu nad radom insajdera (Babić, 2004). Smatra se da su privatne institucije korporativnog upravljanja (vlasnička struktura, poslovne grupacije i udruženja) manje efikasne u odnosu na formalne ili legalne institucije, jer većinski vlasnici mogu delovati protiv interesa manjinskih vlasnika i time ostvariti velike lične koristi. Potencijalne opasnosti od zloupotreba moguće je preduprediti zakonskom regulativom koja štiti prava manjinskih vlasnika, reguliše stečaj neprofitabilnih firmi i razvijanje tržišnih institucija.

Značaj i efikasnost privatnih (neformalnih) naspram legalnih (formalnih) institucija se razlikuje od nivoa razvijenosti privrede. U razvijenim ekonomijama sa jakim tržišnim institucijama, institucionalna zaštita manjinskih vlasnika predstavlja barijeru eksproprijacije od strane većinskih vlasnika čime se sprečava nastanak principal-principal konflikta. Međutim, u tranzicionim ekonomijama kao posledica nerazvijenosti institucionalnog okvira dominantno se primenjuje koncentracija vlasništva kao oblik privatnih (neformalnih) institucija korporativnog upravljanja. S obzirom da su privatne institucije manje efikasne i da prouzrokuju principal-principal konflikt, može se zaključiti da je problem nedovoljne zaštite prava manjinskih investitora jedan od uzroka lošeg korporativnog upravljanja.

Izvedeni zaključak potvrđuje polaznu istraživačku hipotezu da stepen zaštite interesa investitora zavisi od razvijenosti institucionalnog okvira. Osnovna preporuka sa stanovišta unapređenja zaštite interesa investitora u tranzicionim ekonomijama se odnosi na sprovođenje regulatorne reforme. U tranzicionim ekonomijama, regulatorna reforma u oblasti korporativnog upravljanja treba da ima za cilj zaštitu prava investitora koja će doprineti ublažavanju konflikta interesa između većinskih i manjinskih vlasnika i sprečavanju zloupotreba od strane većinskih vlasnika.

Reference:

1. Babić, V. (2004). Značaj institucija korporativnog upravljanja za ekonomije u tranziciji. U V. Babić (red.), *Korporativno upravljanje u uslovima tranzicije* (ss. 3-23), Ekonomski fakultet, Kragujevac
2. Babić, V. (2006). Korporativno upravljanje u uslovima koncentracije i disperzije vlasništva. U V. Babić (red.), *Korporativno upravljanje u uslovima tranzicije - vlasništvo, kontrola, menadžerske kompetencije* (ss. 3-33), Ekonomski fakultet, Kragujevac
3. Bebchuk, L. & Fried, J. (2003). Executive compensation as an agency problem. *Journal of Economic Perspectives*, 17, 71–92.
4. Claessens, S., Djankov, S. & Lang, L. (2000). The separation of ownership and control in East Asian corporations. *Journal of Financial Economics*, 58, 81–112.
5. Crespi, R. & Renneboog, L. (2010). (Institutional) shareholder activism new? Evidence from UK shareholder coalitions in the Pre-Cadbury era. *Corporate Governance: An International Review*, 18(4), 274-295.
6. Faccio, M. & Lang, L. (2002). The ultimate ownership of Western European corporations. *Journal of Financial Economics*, 65, 365–695.
7. Gedajlovic, E. & Shapiro, D. (1998). Management and ownership effects: Evidence from five countries. *Strategic Management Journal*, 19, 533–553.
8. Gedajlovic, E., Lubatkin, M. H., & Schulze, W. S. (2004). Crossing the threshold from founder management to professional management: a governance perspective. *Journal of Management Studies*, 41, 899–912.
9. Gutiérrez, M. & Tribó, J. A. (2004). Private benefits extraction in closely-held corporations: The case for multiple large shareholders. *European Corporate Governance Institute, Finance Working Paper 53/2004*, pp. 1-38.
10. Jiang, Y. & Peng, M. W. (2011). Are Family Ownership and Control in Large Firms Good, Bad, or Irrelevant? *Asia Pacific Journal of Management*, 28(1), 15–39.
11. Khanna, T. & Rivkin, W. (2001). Estimating the performance effects of business groups in emerging markets. *Strategic Management Journal*, 22, 45–74.
12. La Porta, R., López de Silanes, F., & Shleifer, A. (1999). Corporate ownership around the world. *Journal of Finance*, 54(2), 471–517.
13. La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. (1997). Legal determinants of external finance. *Journal of Finance*, 52, 1131-1150.
14. La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A., & Vishny, R. (2000a). Investor protection and corporate governance. *Journal of Financial Economics*, 54, 471-517.
15. Lin, C.P. & Chuang, C.M. (2012). Principal-Principal conflicts and IPO pricing in an Emerging Economy. *Corporate Governance: An International Review*, 19(6), 585–600.
16. Monks, R. & Minow, N. (2002). *Corporate Governance*. Oxford: Blackwell Publishing
17. Nikolić, J. & Babić, V. (2015). Razvoj i primena evropskog okvira korporativnog upravljanja – preporuke za Srbiju. U M. Jakšić, V. Stojanović-Aleksić i P. Mimović (red.), *Ekonomsko socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji* (ss. 213-224), Ekonomski fakultet, Kragujevac
18. OECD (2015). *Principles of Corporate Governance*. OECD Publication Service, Paris
19. Peng, M. & Sauerwald, S. (2012). *Corporate governance and principal-principal conflict*. In M. Wright, D. S. Siegel, K. Keasey & I. Filatotchev (Eds.). *The Oxford handbook of corporate governance*. Oxford: Oxford University Press
20. Peng, M. & Sauerwald, S. (2013). Informal institutions, shareholder coalitions, and principal–principal conflicts. *Asia Pacific Journal Management*, 30, 853–870.
21. Peng, M. W., Tan, J., & Tong, T. W. (2004). Ownership types and strategic groups in an emerging economy. *Journal of Management Studies*, 41, 1105–1129.
22. Peng, M.W., Wang, D. Y. L., & Jiang, Y. (2008). An Institution-Based View of International Business Strategy: A Focus on Emerging Economies. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 920–936.

23. Renders, A. & Gaeremynck, A. (2012). Corporate governance, principal-principal agency conflicts, and firm value in European listed companies. *Corporate Governance: An International Review*, 20(2), 125–143.
24. Ristić, B. & Tanasković, S. (2011). Konkurentnost Srbije: Merenje konkurentnosti i rangiranje zemalja prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma. *Kvartalni monitor*, 25-26, 68-80.
25. Shleifer, A. & Vishny, R. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52, 737–783.
26. Thomsen, S. & Conyon, M. (2012). *Corporate Governance: Mechanisms and Systems*. New York: McGraw-Hill Higher Education
27. WEF's Global Competitiveness Index. Dostupno na <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>
28. Yoshikawa, T., Zhu, H., & Wang, P. (2014). National governance system, corporate ownership, and roles of outside directors: A corporate governance bundle perspective. *Corporate Governance: An International Review*, 22(3), 252–265.
29. Young, M. N., Peng, M. W., Ahlstrom, D., Bruton, G. D., & Jiang, Y. (2008). Corporate governance in emerging economies: A review of the principal-principal perspective. *Journal of Management Studies*, 45(1), 196–221.
30. Young, M., Peng, M., Ahlstrom, D., & Bruton, G. (2003). Principal-principal agency. *Chinese Management Review*, 6, 17–45.

ZAŠTITA KORISNIKA TURISTIČKIH USLUGA U REPUBLICI SRBIJI I EVROPSKOJ UNIJI

Katarina Borisavljević*

Dr Gordana Radosavljević**

Apstrakt: Unapređenje oblasti zaštite potrošača je važan segment razvoja turističkog tržišta. Cilj rada je da polazeći od savremenih promena u okruženju koje se odnose na procese globalizacije, internacionalizacije, povećanje konkurencije, a posebno razvoj informacione tehnologije, analizira proces zaštite potrošača sa aspekta preduzeća i institucionalni okvir zaštite potrošača u Republici Srbiji i EU. Povećanje konkurentnosti preduzeća u turizmu zahteva satisfakciju potreba i zahteva korisnika turističkih usluga i adekvatan odnos prema žalbama potrošača. U radu se ukazuje da proces upravljanja žalbama potrošača utiče na obezbeđenje lojalnosti potrošača. Pored toga, posebna pažnja u radu je posvećena unapređenju pravne regulative u Republici Srbiji i EU, koja se menjala tokom vremena zbog promena u okruženju. Efikasna pravna regulativa doprinosi većoj zaštiti korisnika turističkih usluga, što pozitivno utiče na konkurentnost turističkih destinacija.

Ključne reči: turizam, konkurentnost, pravna regulativa, korisnik usluga

Uvod

Priroda turizma kao uslužne delatnosti čini ga osetljivim na različite eksterne faktore okruženja koji utiču i na ponudu i na tražnju. Globalna turistička industrija često doživljava krizu zbog terorističkih napada, političke nestabilnosti, ekonomske recesije, bioloških pretnji, ekoloških promena i prirodnih nepogoda. Posebno je razvoj informacione tehnologije uticao na promene, rast i razvoj turističke industrije još od 1980. godine. Kompjuterski rezervacioni sistemi i Globalni distributivni sistemi promenili su turističku industriju i postali ključni element turističkog proizvoda.

Razvoj interneta 1990-ih godina uticao je promenu ponašanja i preduzeća i potrošača u oblasti turizma. Online prodaja u EU rasla je od 2010. godine po stopi od 10%, a u 2016. godini se predviđa rast od 8% (Amaro, Duarte, 2015:65).

Sve navedene promene uticale su na ponašanje korisnika turističkih usluga, ali i na sve ponuđače turističkih usluga. Konkurencija između ponuđača turističkih usluga uticala je na primenu novih načina u zadovoljavanju zahteva i potreba korisnika usluga što je uticalo na sniženje troškova, poboljšanje kvaliteta proizvoda, veću inovativnost, veću produktivnost i dr. U tom smislu, predmet istraživanja u radu odnosi se na probleme sa kojima se suočavaju preduzeća u turizmu kada nisu ispunila očekivanja potrošača i načine na koje rešavaju žalbe sa ciljem obezbeđenja lojalnosti potrošača i povećanja konkurentnosti. Pored toga, u radu se ukazuje na značaj zakonskih propisa o zaštiti potrošača koji mogu uticati na povećanje konkurentnosti turističkih destinacija. Mere za zaštitu potrošača imaju za cilj da zaštite interese potrošača preko zaštite od nelojalne konkurencije ili neadekvatnog ponašanja preduzeća. Ukazano je da se mere za zaštitu potrošača kontinuirano unapređuju pre svega zbog promena u komunikaciji i načinu poslovanja u turizmu.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kraguevcu, e-mail: katarinab@kg.ac.rs

** Ekonomski fakultet Univerziteta u Kraguevcu, e-mail: gozar@kg.ac.rs

Proces upravljanja žalbama korisnika turističkih usluga

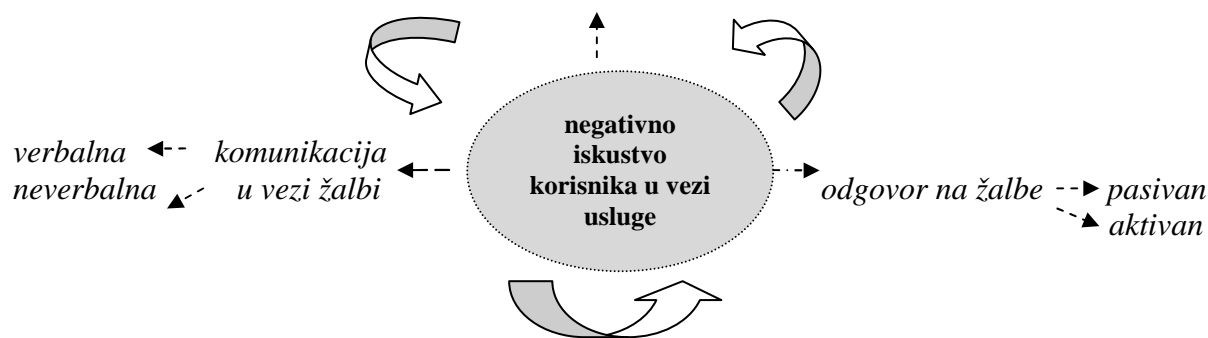
Cilj preduzeća u turizmu je da izgradi poverenje i lojalnost korisnika i spreči njihov odlazak putem širenja pozitivnih preporuka i unapređenja poslovnog imidža. U izgradnji i održavanju dobrih odnosa sa klijentima, preduzeća u turizmu treba da primenjuju adekvatan sistem zaštite korisnika i poštovanje zakonskih propisa o zaštiti potrošača.

Preduzeća u turizmu se često suočavaju sa problemima niskog kvaliteta usluga ili lošeg odnosa zaposlenih prema korisnicima, što negativno utiče na nivo poverenja i zadovoljstva korisnika usluga. Nezadovoljstvo uslugama izaziva određene reakcije kod korisnika u vidu podnošenja žalbi ili reklamacija, vraćanja usluga ili prenošenja negativnog iskustva drugim korisnicima (Velazquez, et al., 2010: 86–106). Postupak podnošenja žalbi je postprodajni oblik komunikacije i posledica kulminiranja visokog nivoa nezadovoljstva korisnika.

Proces upravljanja žalbama uključuje set aktivnosti rešavanja problema i propusta u pružanju usluga i izgradnje poverenja kod korisnika usluga (Bateson, Hoffman, 2013: 354). Model upravljanja žalbama (slika 1), nastao sa razvojem uslužne dominacije u poslovanju, analizira ponašanje kupaca prilikom podnošenja žalbi u preduzeću i identifikuje tri opcije koje su na raspolaganju korisnicima usluga i to (Tronvoll, 2012: 284-305):

- korisnici ne podnose žalbe, ne preduzimaju akcije i ostaju lojalni preduzeću;
- korisnici putem verbalne ili neverbalne komunikacije prenose negativna iskustva i doživljaje drugima;
- korisnici preduzimaju određene akcije, pokreću žalbeni postupak i prekidaju kontakt sa preduzećem.

*Slika 1: Proces podnošenja žalbi korisnika usluga
nema odgovora na žalbe*



Izvor: Tronvoll, 2012, 284-305

Kupci na različite načine podnose žalbe preduzećima u turizmu. Korisnici mogu da reaguju tako što će podneti žalbu i napustiti preduzeće ili ostati lojalni preduzeću, ali preneti negativno iskustvo drugima. Oni mogu da direktno podnesu žalbu preduzeću, zatim da prenesu negativne preporuke trećim licima (rodbini, prijateljima i drugim potencijalnim korisnicima) ili javnim i odgovornim institucijama (pravnim organima, centrima za zaštitu kupaca, medijima i dr.).

Proces upravljanja žalbama kupaca obuhvata faze kreiranja povoljne kulture u preduzeću, identifikovanje propusta i grešaka u pružanju usluga, kreiranje i implementaciju strategija oporavka usluga, kao i merenje efekata primene programa i rešavanja žalbi korisnika turističkih usluga. Postoje različite vrste propusta u pružanju usluga. Na primer, propust u izvršenju usluga u hotelima može biti kašnjenje u pripremanju soba za nove goste

ili u avio kompanijama kašnjenja polaska aviona na aerodromima. Propust u ispunjenju očekivanja korisnika usluga može biti i neadekvatno ponašanje zaposlenih prema njima.

Proces podnošenja žalbi korisnika zavisi od načina kupovine, stavova i iskustava korisnika u vezi žalbi, vrste problema sa kojim se suočavaju kao i mogućnosti za njihovo rešavanje, zatim od ponude konkurenata, sociodemografskih i psihografskih karakteristika korisnika, kulturnih razlika i sl. Istraživanja su pokazala da stepen informisanosti (na primer, posedovanja znanja i informacija o tržišnim mogućnostima ili mehanizmima rešavanja žalbi i sl.) i iskustvo korisnika prilikom podnošenja žalbi, najviše utiču na njihovu odluku o pokretanju žalbenog postupka prema preduzeću (Velazquez, et al., 2010: 532–545).

Menadžeri hotela analiziraju razloge nezadovoljstva svojih gostiju u cilju unapređenja usluga smeštaja, hrane ili pića, kao i “pretvaranja” nezadovoljnih u zadovoljne goste koji će kasnije postati lojalni hotelu. Zbog toga menadžeri podstiču korisnike da iznesu svoje pozitivno ili negativno iskustvo koje su doživeli prilikom boravka ili komunikacije sa zaposlenima u hotelu (Velazquez, et al., 2010: 532–545). Rezultati istraživanja u hotelijerstvu su pokazali da obrazovaniji i mlađi gosti sa višim primanjima češće podnose žalbe, u odnosu na druge kategorije korisnika (Ngai, et al., 2007: 1375-1391).

Načini rešavanja žalbi korisnika usluga mogu biti putem: davanja novčanih naknada, zamene usluga ili drugih vidova kompenzacije za pretrpljene gubitke (na primer, davanje poklona, popusta i sl.), kao i pružanje izvinjenja za pretrpljene gubitke. Najefikasniji metod upravljanja žalbama je obuka zaposlenih u cilju obavljanja efikasne komunikacije, pružanja usluga visokog kvaliteta, podrške, izvinjenja i razumevanje stavova i potreba korisnika, što može pozitivno uticati na satisfakciju i lojalnost korisnika.

Stepen lojalnosti korisnika utiče na njihovu odluku da li će podneti žalbu usled nezadovoljstva turističkom ponudom, jer visoko lojalni kupci su manje nezadovoljni pruženim uslugama u odnosu na druge kupce. Takođe, visoko lojalni kupci su manje osetljivi i tolerantniji na cenovne promene, u odnosu na nisko lojalne goste. Menadžeri treba da se usmere na nezadovoljne korisnike koji nisu skloni žalbama i da ih putem nagrada stimulišu da daju povratne informacije o svojim stavovima (tabela 1).

Tabela 1: Odnos sklonosti ka žalbama i stepena lojalnosti kupaca

	Niska lojalnost	Visoka lojalnost
Visoka sklonost ka žalbama	Grupa kupaca koja podnosi žalbe	Grupa lojalnih kupaca
Niska sklonost ka žalbama	Grupa kupaca koja čuti	Grupa kupaca koja pruža podršku

Izvor: Namkung, et. al., 2011, str. 500

Postavljanje visokih izlaznih barijera u preduzeću je jedan od načina zadržavanja korisnika, jer ukoliko oni odluče da napuste preduzeće, biće izloženi dodatnim troškovima usled prekida poslovnog odnosa sa pružaocem usluga. U izlazne barijere preduzeća spadaju: navike kupaca, rizik promene i prelaska kod drugog ponuđača, društveni troškovi u pogledu socijalizacije i razvoja bliskih odnosa, troškovi učenja u pogledu korišćenja nove usluge konkurenata, emotivni troškovi u situaciji kada se oni suočavaju sa mogućim prekidom saradnje i odlaskom iz preduzeća i td. (Lovreta, et al., 2010:259).

Korisnici koji imaju visok nivo poverenja i privrženosti prema preduzeću imaju i veća očekivanja u procesu rešavanja žalbi. Takođe, kupci koji imaju bliske i prijateljske odnose sa zaposlenima, imaju i veća očekivanja u pogledu mogućnosti da im preduzeće nadoknadi ono što su izgubili.

Negativni komentari korisnika usluga imaju veliki uticaj i na imidž preduzeća, jer se veoma brzo šire do drugih potencijalnih korisnika (Karatepe, Ekiz, 2004: 476-486). Sa druge strane, imidž preduzeća može da utiče na efikasnost procesa rešavanja žalbi, jer ukoliko na primer, turistička agencija nema izgrađen imidž i klijenti se žale na ponudu to će negativno uticati na uslužnu ponudu i stepen lojalnosti kupaca. Istraživanja su pokazala da imidž preduzeća u postupku rešavanja žalbi korisnika, ostvaruje tkz. *“halo efekat”* na stepen lojalnosti korisnika, odnosno, značajna je uloga imidža preduzeća u sprečavanju širenja negativnih efekata podnošenja žalbi korisnika na stepen njihove lojalnosti (Sajtos, et al., 2010: 216-229).

Programi zadržavanja korisnika turističkih usluga

Preduzeća u turizmu sprovode programe zadržavanja ili povraćaja *“izgubljenih”* korisnika usluga. Uslovi za sprovođenje *“programa oporavka”* su visok stepen saradnje između preduzeća i korisnika turističkih usluga.

Putem zadržavanja postojećih kupaca smanjuju se operativni troškovi, povećava profit i poboljšava reputacija preduzeća, pre svega putem pozitivne usmene propagande (Hoffman, Bateson, 2008: 384). Osnovni programi zadržavanja korisnika turističkih usluga su (Bateson, Hoffman, 2013: 394): postprodajni marketing, marketing odnosa, davanje uslužnih garancija i dr. Cilj marketinga programa je povećanje produktivnost postojećih kupaca i broja ponovnih kupovina. Postprodajni marketing se odnosi na identifikovanje korisnika i kreiranje baze podataka u cilju ostvarivanja postprodajnih kontakata, kontinuirano merenje satisfakcije i dobijanje povratnih informacija od korisnika i sl. Primena marketing odnosa omogućava ostarivanja dugoročnih odnosa sa kupcima, a davanje garancija utiče na unapređenje kvaliteta usluga, smanjenje nesigurnosti prilikom kupovine, povećanje poverenja korisnika, prepoznatljivost brenda i td.

U cilju zadržavanja korisnika turističkih usluga neophodno je angažovanje zaposlenih da podstaknu korisnike na ponovnu kupovinu putem podsećanja da su doneli pravu odluku prilikom kupovine; zatim povraćaj izgubljenih korisnika putem ponovnog kontaktiranja starih korisnika ili sprovođenjem određenih akcija, telefonskih poziva, davanja specijalnih ponuda, kartica lojalnosti; ljubazan i prijateljski odnos zaposlenih prema korisnicima; kreiranje baza podataka o kupcima, sprovođenje upitnika, u cilju dobijanja povratnih informacija, primena socijalnih medija, knjiga utisaka; kao i podsticanje korisnika da podnesu žalbe (Hoffman, Bateson, 2008: 384).

Situacije u kojima se ne mogu primeniti strategije zadržavanja kupaca su (Hoffman, Bateson, 2008: 384):

- kada korisnici više nisu profitabilni,
- kada uslovi u ugovoru o prodaji više nisu zadovoljeni,
- kada korisnici zloupotrebljavaju zaposlene da ugrožavaju njihov moral,
- kada zahtevi korisnika nisu realni,
- kada je negativna reputacija korisnika što će narušiti imidž preduzeća.

Strategije oporavka i vraćanja izgubljenih korisnika su značajne jer su oni već upoznati sa uslugama, predstavljaju značajan izvor informacija, jednostavno je uspostaviti komunikaciju sa njima i sl. Na primer, kada se pojavi određeni broj nezadovoljnih putnika,

avio kompanija treba da obezbedi informacije o otkazu leta, izvrši kompenzaciju usluga, preuzme odgovornost za probleme ili predloži rešenja u slučaju nastanka problema (Veljković, 2009: 233).

Preduslovi za uspešno rešavanje žalbi korisnika turističkih usluga su: efikasnost komunikacije između zaposlenih i korisnika turističkih usluga, visok stepen samostalnosti zaposlenih u rešavanju žalbi, pružanje povratnih informacija o napredovanju procesa rešavanja žalbi, preuzimanje finansijskih gubitaka korisnika od strane preduzeća, visok stepen informisanosti i profesionalizma zaposlenih, prijatna radna atmosfera i dr. U cilju proaktivnog pristupa rešavanja žalbi u preduzeću potrebno je obezbediti: jasne procedure za rešavanje problema, pouzdanost pružanja rešenja ili odgovora, obezbeđenje kontakta sa kupcima, jednostavnost procesa, razumevanje i podsticaje zaposlenih u rešavanju problema, shvatanje ozbiljnosti situacije, kao i primena različitih metoda merenja uzroka nezadovoljstva korisnika usluga (Stone, 2011:108–122).

Avio kompanije putem internet sajtova pružaju informacije o reklamacijama putnika. Tako je na primer web sajt www.united.com, namenjen nezadovoljnim putnicima avio kompanije United Airlines, jer oni putem sajta dobijaju priliku da iskažu svoje nezadovoljstvo uslugama. Informacije koje su dostupne ovim putem su u obliku (Thurau, Hansen, 2010:247): izveštaja o iskustvima nezadovoljnih putnika, uputstava za podnošenje žalbi, kao i mogućih rešenja problema i različite diskusije u cilju razmene mišljenja i iskustava nezadovoljnih putnika. Uspešno rešavanje problema i žalbi kupaca pozitivno utiče i na finansijske i marketinške performanse preduzeća. Preduzeća će ohrabrivati nezadovoljne kupce da podnesu žalbu, jer proces efikasnog rešavanja problema doprinosi povraćaju sredstava od 30 do 150% (Tronvoll, 2012: 284-305).

Zaštita korisnika turističkih usluga kroz uvažavanje njihovih žalbi ima značajnu ulogu u povećanju konkurentnosti preduzeća u turizmu. Pored toga, pravna regulativa o zaštiti potrošača može da pomogne preduzećima u turizmu i potrošačima u razumevanju njihovih prava i boljem korišćenju tržišnih mogućnosti.

Institucionalni okvir zaštite korisnika turističkih usluga u Evropskoj uniji

Politika zaštite potrošača u EU zasniva se na mehanizmu kojim se obezbeđuje usklađivanje nacionalnih zakonskih propisa sa standardima EU. Mehanizam se sastoji od obaveznih direktiva i uputstava kojima su regulisani minimalni uslovi obavezne zaštite potrošača u nacionalnim pravnim sistemima članica EU. Uporedo sa razvojem tkz. jedinstvenog tržišta, rastao je i broj direktiva, ali i drugih pravnih propisa koje je svaka članica EU, unosila u svoje pravne sisteme. Za razliku od direktiva koje obezbeđuju standardne uslove za funkcionisanje jedinstvenog tržišta, uredbe isključivo služe potrebama kontrole integrisanog i harmonizovanog tržišta. Ključnu ulogu u definisanju pravne regulative ima Evropski parlament i Savet Evrope (Estol, Font, 2016:230).

Turizam ima važnu ulogu u privredi EU čije je učešće u GDP oko 10%. Broj turističkih putovanja raste, a u period 2010-2012. godine broj dolazaka turista u EU povećao se oko 7%. Zbog toga je u EU značajna pažnja posvećena zaštiti potrošača u cilju povećanja satisfakcije i poverenja potrošača, a samim tim i konkurentnosti destinacija u EU. Od 1990. godine, Direktivom EU o paket aranžmanima (90/314/EEC) utvrđena su prava potrošača koji se opredeljuju za kupovinu paket aranžmana, posebno u pogledu zahteva u vezi sa informisanjem i odgovornošću turističkih agencija u pogledu izvršenja paket aranžmana. http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/com_2013_513_en.pdf

Međutim, pojava interneta, liberalizacija avio saobraćaja, pojava novih tipova odmora utovali su na potrebu unapređenja Direktiva EU o zaštiti potrošača. U novom tržišnom okruženju stara pravila nisu bila dovoljna. Nova Direktiva EU (2015/2302) odnosi se na postupak zaštite prava korisnika različitih vrsta paket aranžmana, poput tradicionalnih paket aranžmana turoperatora, samostalnih aranžmana ili povezanih turističkih aranžmana, online rezervacija usluga i dr. Prednosti primene nove Direktive EU o paket aranžmanima odnose se na: pružanje informacija, predvidljivost cena, mogućnost besplatnog otkaza putovanja u slučaju nepredvidljivih okolnosti, mogućnost otkaza putovanja uz plaćanje minimalnog novčanog iznosa, preuzimanje odgovornosti organizatora putovanja u bilo kojoj zemlji EU ukoliko dođe do pojave problema u toku putovanja, davanje garancije za povratak novca u slučaju bankrotstva agencije i sl.

Prema podacima Evropske komisije, učešće putnika u 2011. godini koji su kupovali aranžmane na tradicionalan način, odlaskom u agenciju kretalo se oko 23%, a učešće putnika koji su kreirali samostalno paket aranžmane i izvršili online rezervaciju i kupovinu usluga smeštaja i prevoza i drugih dodatnih usluga iznosilo je oko 54%. http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/com_2013_513_en.pdf

U cilju zaštite putnika u zemljama EU, agencije treba da poštuju pravila nediskriminacije i da pružaju stalne i pravovremene informacije i savetodavne usluge. Pojedine zemlje članice EU su definisale različita pravila zaštite korisnika usluga, što otežava poslovanje preduzećima u turizmu koja teže da prošire poslovanje na evropskom tržištu. S obzirom da oko 99% preduzeća u turizmu pripada malim i srednjim preduzećima (turoperator i agencije) a od toga oko 92% su mikro ili mala preduzeća, potrebno je da se uvedu standardizovana pravila zaštite korisnika usluga u svim zemljama članicama EU.

Pod zaštitom potrošača ne podrazumeva se samo obezbeđivanje fer odnosa između potrošača i preduzeća, već i šire informisanje potrošača, kao i proces uvažavanja njihovih žalbi putem sudskog i vansudskog postupka. Ciljevi politike zaštite potrošača se ogledaju u zaštiti zdravlja, sigurnosti i ekonomskih interesa potrošača, kao i u promociji prava potrošača na informisanje, obrazovanje i organizovanje sa ciljem očuvanja zajedničkih interesa. Sprovođenje zaštite potrošača na teritoriji EU se zasniva na sledećim načelima (Madžar, 2010: 51-59):

1. princip horizontalnosti – insistira na definisanju i realizaciji raznih Zajedničkih politika, koje će uzeti u obzir i doprineti zaštiti pomenute kategorije građana;
2. princip subsidiarnosti – kao zahtev za neophodnim dopunjavanjem nacionalnih zakonodavstava zakonodavstvom EU radi obezbeđivanja efikasnije zaštite potrošača;
3. princip minimalnog usklađivanja – na osnovu kojeg države članice mogu da zadrže ili uvedu strožija pravila zaštite potrošača koja su usklađena sa pravom EU; Naime, obaveza minimalnog usklađivanja putem direktiva ne isključuje mogućnost da izvesna država članica, svojim nacionalnim propisima, uspostavi i više standarde u ovoj oblasti.

Nova pravna regulativa zaštite kupaca tradicionalnih i prilagođenih paket aranžmana podrazumeva strožiju kontrolu skrivenih troškova, poboljšanje prava na otkaz ugovora, transparentnije informisanje o odgovornosti, efikasnije obeštećenje i dr.

Institucionalni okvir zaštite korisnika turističkih usluga u Republici Srbiji

Zakon koji predstavlja institucionalni okvir turizma u Srbiji je Zakon o turizmu kojim se uređuje planiranje i održivi razvoj turizma, definišu uslovi i načini obavljanja delatnosti i pružanje usluga u oblasti turizma. Pravni okvir zaštite potrošača u Srbiji je Zakon o zaštiti potrošača koji je u velikoj meri usklađen sa pravnom regulativom EU.

U Srbiji je donet novi Zakon o zaštiti potrošača koji je stupio na snagu u septembru 2014. godine. Prema novom Zakonu prodavci i davaoci usluga imaju obavezu da kupcu, pre zaključenja ugovora, pruže kompletne informacije, odnosno obaveštenja o svim aspektima tog posla ili će, u protivnom, biti sankcionisani. Kupac više nije uskraćen za informacije o svim elementima sklopljenog ugovora. U slučaju reklamacija, Zakon je predvideo prebacivanje tereta dokazivanja (u vezi sa kvalitetom i namenom kupljene usluge) na pružaoce usluga. Novi Zakon o zaštiti potrošača sadrži 15 najvažnijih i najnovijih direktiva Evropske unije u toj oblasti, što će uticati na povećanje stepena konkurentnosti privrede Srbije. Zakonom su obuhvaćena prava kupaca u pogledu nepravilnih odredbi, posebna prava iz ugovora o prodaji robe, prava iz ugovora o pružanju usluga, prava iz ugovora sklopljenih na daljinu, prava ugroženih kupaca usluga od opšteg ekonomskog interesa, kao i prava korisnika iz ugovora o turizmu. Tako da su i odredbe Zakona o turizmu usklađene sa direktivama Evropske unije i sa domaćim zakonodavstvom, a posebno sa Zakonom o zaštiti potrošača, što će doprineti većoj zaštiti korisnika turističkih usluga.

Prema Zakonu o zaštiti potrošača, "ako organizator iz bilo kog razloga raskine ugovor izuzev ukoliko je za to odgovoran kupac, kupac ima pravo izbora" (Zakon o zaštiti potrošača 2014). On može da prihvati zamenu ugovorenog turističkog putovanja drugim putovanjem istog ili boljeg kvaliteta i plati razliku u ceni, odnosno dobije naknadu ako je paket aranžman nižeg kvaliteta. Pravo korisnika je da može i da zahteva povraćaj uplaćenih sredstava po osnovu ugovora o turističkom putovanju. Zbog toga je bitno da nadležne institucije (Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacije Republike Srbije) daju preporuke putnicima prilikom ugovaranja turističkog putovanja, u pogledu toga da oni treba dobro da prouče opšte uslove putovanja, zatim, provere dobijene informacije putem internet pretraživača, provere podatke o turističkoj agenciji na sajtu Agencije za privredne register ili Narodne banke, provere likvidnost agencije i izbegavaju turističke agencije koje su u blokadi.

U slučaju nezadovoljstva ugovorenim programom putovanja klijent agencije pokreće postupak reklamacije. Agencija je dužna da odgovori na reklamaciju. Turistička inspekcija postupa po prijavi putnika, tako što može da predloži eventualno snižavanje cena aranžmana ili postizanje dogovora između agencije i putnika (npr. vansudskim poravnanjem). U suprotnom se podnosi zahtev za pokretanje prekršajnog postupka protiv organizatora putovanja zbog nepridržavanja programa putovanja ili neizvršenja ugovorene usluge (www.mtt.gov.rs). Takođe, značajno je obaviti potpuno i istinito predugovorno obaveštavanje korisnika. To znači da je organizator putovanja, pre zaključenja ugovora, dužan da potpuno i tačno obavesti kupca, zainteresovanog za njegove usluge, o pojedinostima kao što su: odredište, sredstva, karakteristike i kategorije prevoza, vrsta, mesto, kategorija i osnovne odlike smeštaja, raspored obroka, plan puta, sa posebnim naglaskom na cenu i to ukupnu cenu, uključujući porez, dodatna plaćanja za pojedine usluge, tačan iznos, koji je potrošač dužan da plati unapred, uslove i način odustajanja od ugovora i drugo, a što je od značaja za donošenje pravilne ekonomske odluke korisnika, odnosno prava na slobodan izbor.

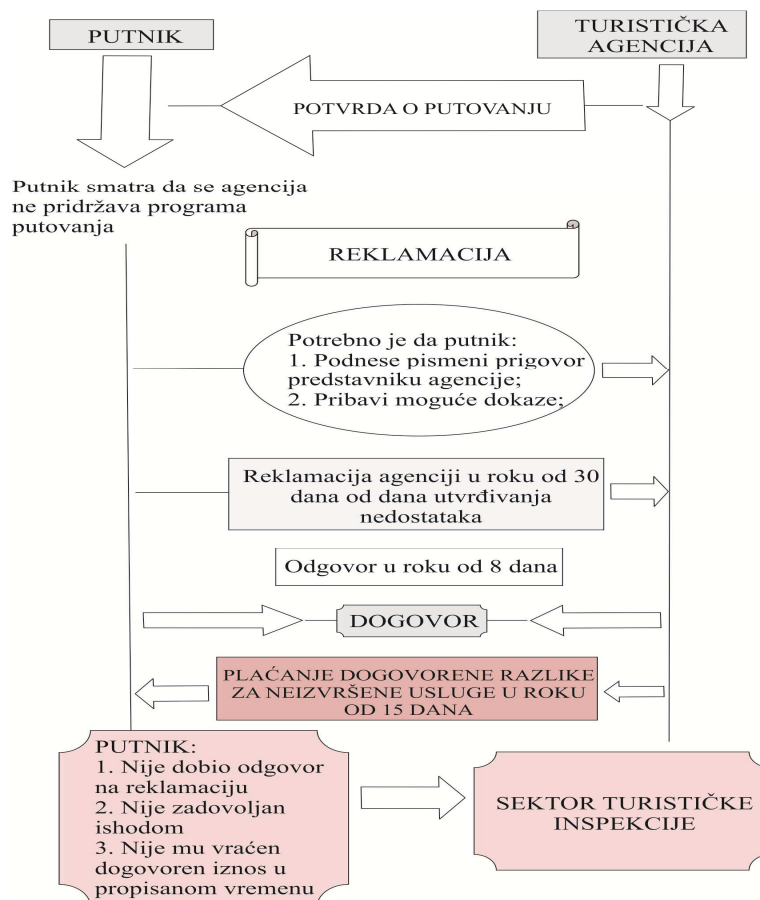
Postupajući po prigovoru, organizator putovanja dokazuje da je ispunio obavezu potpunog i istinitog predugovornog informisanja kupaca, tj. korisnika turističke usluge. Organizator putovanja je dužan da ugovor izvrši u skladu sa datim informacijama, odnosno razumnim očekivanjima korisnika. Turistička usluga mora po sadržini, kvalitetu i svrsi da odgovara opisu koji je davalac turističke usluge prezentirao kupcu pre zaključenja ugovora putem oglasa i predugovornog informisanja. Takođe, dobrovoljnom primenom ISO standarda (na primer, ISO 9001:2008, ISO 10002:2004; ISO 14001:2004), ponuđač u turizmu dostiže najviši nivo kvaliteta usluge i iskazuje brigu o korisniku, što je aspekt društveno odgovornog poslovanja u turizmu. Primenom navedenih standarda u praksi izgrađuje se poverenje između davalaca i korisnika turističke usluge.

Posebno je značajan inspeksijski nadzor u oblasti turizma. Aktivnosti turističke inspekcije se odnose na: obezbeđivanje i sprovođenje sigurnosnih mera turista i ostalih učesnika u turističkom lancu ponude; kontrolu ispunjenosti propisanih minimalnih tehničkih uslova za obavljanje delatnosti u turizmu, nadzor nad radom restorana i kategorisanih smeštajnih objekata, pojačan nadzor nad obavljanjem turističke delatnosti, pre i u toku zimске i letnje turističke sezone, učešće u zajedničkim akcijama sa MUP-om, Poreskom upravom i drugim inspeksijskim organima, kao i učešće u radu na izradi propisa u kojima se uređuje oblast ugostiteljstva i turizma, saradnja sa Sektorom za turizam, lokalnim samoupravama u cilju unapređenja stanja u ovoj oblasti.

Turistički inspektor po prijavi postupira prioritarno i utvrđuje činjenice, da li je prijava putnika osnovana, koje usluge nisu izvršene ili su nepotpuno izvršene, odnosno da li postoji osnov za srazmerno sniženje cene i eventualno upućivanje stranaka u postizanju zadovoljavajućeg dogovora. O izvršenoj kontroli i preduzetim merama putnik se odmah obaveštava. Ukoliko se u toku kontrole turističke inspekcije putnik i turistička agencija ne dogovore, turistički inspektor podnosi zahtev za pokretanje prekršajnog postupka protiv organizatora putovanja zbog nepridržavanja programa putovanja i neizvršavanja ugovorene usluge, kao i zbog toga što putnik nije bio oštećen u propisanom roku. (<http://mtt.gov.rs/download/sektor-turisticke-inspekcije/obavestenja/Preporuke%20putnicima%20i%20postupak%20reklamacije.pdf?lang=lat>).

Postupak podnošenja reklamacije korisnika na rad turističke agencije prikazan je na slici 2.

Slika 2: Postupak podnošenja reklamacije na usluge turističkih agencija u Srbiji



Izvor: Dokumentacija Sektora turističke inspekcije Republike Srbije (www.mtt.gov.rs)

Izmene i dopune Zakona o turizmu (donete 2011.godine) su doprinele smanjenju sive ekonomije u sektoru turizma, ali i većem nivou kvaliteta usluga. To se odnosilo na preraspodelu prava i ovlašćenja u inspekcijskim poslovima, što znači da je inspekcija u okviru lokalnih samouprava dobila veća ovlašćenja. Takođe, uvedene su i pojedine novine, kao što su destinacijska menadžment organizacija, turistički klasteri i mogućnosti za javno-privatno partnerstvo. Takođe, omogućena je dodela podsticajnih sredstava za unapređenje turističkog prometa kao i mogućnost da turistička agencija koja izgubi licencu nakon određenog roka može ponovo da konkuriše ili da bude ponovo članica YUTE.

YUTA, kao poslovno udruženje turističkih agencija u Srbiji, odgovorna je za poslovanje turističkih agencija i zaštitu korisnika turističkih usluga. Obaveza agencija, koje su članice YUTE, je da pre svega upozna putnike o opštim uslovima putovanja. Ukoliko putnik nije zadovoljan odgovorom agencije u vezi rešavanja problema neadekvatnosti usluge ili neispunjenosti programa putovanja, on može podneti žalbu arbitraži ovog udruženja. YUTA i Unija potrošača u Srbiji imaju potpisan ugovor o poslovnoj saradnji, koji se zasniva na principima uzajamnog poštovanja i zajedničkim aktivnostima na planu realizacije programa standardizacije usluga i poslovanja organizatora putovanja u skladu sa zakonom i direktivama EU, zatim, sa uvođenjem standarda ISO, radi poboljšanja kvaliteta usluge turističkih agencija i ostvarivanja i unapređenja zajedničkih interesa vezanih za zaštitu korisnika usluga turističkih agencija (članica YUTA-e). Ciljevi poslovne saradnje su (www.yuta.rs):

- poboljšanje rada i poslovanja organizatora putovanja, podizanje kvaliteta usluge koja se pruža korisnicima usluga;
- uvođenje i primena standarda ISO u poslovanju kroz edukaciju, seminare i dobijanje odgovarajućih sertifikata;
- primena direktiva EU i usaglašavanje procesa rada turističkih agencija sa propisima EU u oblasti zaštite korisnika usluga;
- ujednačavanje poslovne prakse u delu koji se odnosi na postupak zaštite korisnika turističkih usluga i agencija.

Na osnovu Direktive EU o zaštiti kupaca u turizmu i u Srbiji predmet zaštite potrošača u turizmu nisu samo tradicionalne forme paket aranžmana, nego i pružanje zaštite za turiste koji rezervišu različite oblike kombinovanih paket aranžmana (na primer, putnici koji kreiraju samostalno paket aranžmane na osnovu internet bukiranja smeštaja i prevoza i drugih vrsta usluga). Na osnovu podataka o broju žalbi korisnika turističkih usluga u Srbiji, u 2014.godine podneto je preko 1 500 prijava, od toga se 2/3 prijava odnosi na ugostiteljsku delatnost, a 1/3 na rad turističkih agencija.

Najveći broj prijava nezadovoljnih klijenata se odnosio na slučajeve neizvršenja ili nepotpunog izvršenja usluga turističkih agencija obuhvaćenih programom putovanja. Putnici najčešće podnose žalbe zbog nepotpunog izvršenja programa putovanja (neadekvatan smeštaj, loša ishrana, neuređene plaže, neadekvatan prevoz putnika u autobuskom saobraćaju i sl.), nepridržavanja opštih uslova putovanja od strane turoperatora, kašnjenje aviona u odlasku i povratku turista sa putovanja i td. Na primer, prema podacima Sektora turističke inspekcije (u okviru Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije), putnici su se najviše žalili da je nivo komfora manji od ugovorenog, zatim, na neodgovarajuću kategoriju smeštajnog objekta, jer nemaju programom utvrđene sadržaje i da su objekti udaljeni od plaže više nego što je navedeno u programu putovanja. Primedbe su se odnosile i na to da plaža nije peščana, da su vodiči nestručni i neljubazni, na higijenu smeštajnog objekta, buku u neposrednoj blizini hotela, vrlo oskudan jelovnik i sl. Međutim, pre putovanja korisnici treba da se informišu o tome da li agencije imaju licencu ili dozvolu

za rad, plasiranju lažnih kataloga hotela, smeštaju u lošije hotele u odnosu na uplaćeni smeštaj u okviru paket aranžmana, visokim tarifama na izlete, promeni hotela, loše organizovanom prevozu i dr.

U avio poslovanju, može doći do podnošenja žalbi putnika po osnovu nerealizacije aranžmana agencija zbog raskida ugovora sa čarter prevoznicima koji obavljaju prevoz do određenih destinacija. Zabrana letenja pojedinih avio prevoznika (čarter letova) na teritoriji Srbije, se desila sredinom 2015. godine, zbog nepoštovanja principa reciprociteta u avio saobraćaju. Zbog toga su turističke agencije bile prinuđene da raskinu ugovore sa određenim avio kompanijama (*Turkish Airlines i Freebirds*) koje nemaju dozvolu za obavljanje letova na teritoriji Srbije, zbog čega je došlo do nerealizovanja ugovorenih aranžmana agencija (na primer, *Argus tours-a*). Tako da je određeni broj turista mogao ostati bez već uplaćenog letovanja u Turskoj i Egiptu, jer nije izdata dozvola za letove inostranim čarter prevoznicima koji su usluge prevoza nudili u sklopu aranžmana turističkih agencija. Agencije su prilikom sklapanja aranžmana o čarter prevozu, dužne da provere da li avio kompanija ima dozvolu za rad. Tako da je odgovornost bila na strani agencija, ali i nadležnim institucijama koje regulišu avio saobraćaj na teritoriji Srbije. Međutim, najveću štetu uglavnom su snosili korisnici turističkih usluga.

Kupci koji koriste usluge ugostiteljskih objekata treba da znaju da je ugostitelj dužan da na ulazu ima istaknuto poslovno ime i sedište, vrstu i naziv objekta i dr. Zatim, ugostitelj je dužan da na mestu usluživanja istakne obaveštenje o načinu i mestu reklamacije i obezbedi prisustvo ovlašćenog lica zaduženog za prijem reklamacija. U restoranima je potrebno da cenovnik hrane i pića bude istaknut na ulazu u objekat, kao i na svim mestima i prostorima gde se obavlja proces usluživanja. Takođe, u hotelima je potrebno da cene smeštaja, pansiona ili polupansiona i iznos boravišne takse budu istaknuti u svakoj sobi i na recepciji hotela. Zatim, cene hrane i pića se ističu u cenovnicima koji treba da budu dostupni kupcima na mestima na kojima se oni uslužuju.

Takođe, u hotelima, motelima, turističkom naselju, pansionima, kampovima, apartmanima ili seoskom turističkom domaćinstvu, potrebno je da na ulazu stoji vidno istaknuta oznaka kategorije. Gosti koji iznajmljuju privatni smeštaj (kuće, apartmani i sobe) treba da imaju zaključen ugovor sa pravnim licem registrovanim za obavljanje privredne delatnosti (sa lokalnom turističkom organizacijom, turističkom agencijom i dr.). U slučaju nezadovoljstva pruženom uslugom u ugostiteljskom objektu, gost može da podnese žalbu u zakonskom roku.

Zaključak

Svetska turistička organizacija (WTO) je ukazala na potrebu i značaj efikasne, konzistentne i odgovorne zaštite potrošača u razvoju turizma. Turizam ima važnu ulogu u privrednom razvoju Evropske unije i Republike Srbije. Mehanizmi zaštite potrošača u turizmu su važni zbog karakteristika turizma koje se odnose na: nestabilnost okruženja, povećanje kompleksnosti proizvoda, promene vrednosti i očekivanja potrošača, uticaj tehnoloških promena i sl. U novom tržišnom okruženju došlo je do unapređenja pravne regulative zaštite potrošača u Republici Srbiji i EU. Mere i propisi o zaštiti korisnika turističkih usluga utiču na povećanje poverenja potrošača i samim tim na povećanje konkurentnosti turističkih destinacija.

Reference

1. Amaro, S., Duarte, P., 2015, An integrative model of consumers intentions to purchase travel online, *Tourism Management*, Vol.46., February, pp. 46-79
2. Bateson, J., Hoffman, D., 2013, *Marketing usluga*, Data status, Beograd
3. Estol, J., Font, X., 2016, European tourism policy: Its evolution and structure, *Tourism Management*, Vol. 52., February, pp.230-241
4. Hoffman, D., Bateson, J., 2008, *Service Marketing: Concept, Strategies & Cases*, South-Western Cengage Learning, USA
5. http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/com_2013_513_en.pdf
6. http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/travel/package/index_en.htm
7. <http://mtt.gov.rs/download/sektor-turisticke-inspekcije/obavestenja/Preporuke%20putnicima%20i%20postupak%20reklamacije.pdf?lang=lat>
8. Karatepe, O., Ekiz, E., 2004, The effects of organizational responses to complaints on satisfaction and loyalty: a study of hotel guests in Northern Cyprus, *Managing Service Quality, An International Journal*, Vol. 14, No.6, pp. 476-486
9. Lovreta, S., Berman, B., Petković, G., Veljković, S., Crnković, J., Bogetić, Z., 2010, *Menadžment odnosa sa kupcima*, Data Satus, Beograd
10. Madžar, Lj., 2010, Politika zaštite potrošača u Srbiji sa aspekta politike zaštite potrošača u zemljama EU, *Škola Biznisa*, 4, 51-59
11. Namkung, Y., Jang, S., Choi, S., 2011, Customer complaints in restaurants: Do they differ by service stages and loyalty levels?, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.30, No.3., pp. 495–502
12. Ngai, E., Heung, V., Wong, Y.H., Chan, K.Y., 2007, Consumer complaint behaviour of Asians and non-Asians about hotel services: An empirical analysis, *European Journal of Marketing*, Vol.41, No.11/12, pp. 1375-1391
13. Sajtos, L., 2010, Impact of service failure: the protective layer of customer relationships, *Journal of Service Research*, Vol.13., No.2., pp.216-229
14. Stone, M., 2011, Literature review on complaints management, *Database Marketing & Customer Strategy Management*, Vol.18, No.2, pp. 108–122
15. Thureau, T., Hansen, U., 2010, *Relationship Marketing: Gaining competitive advantage through customer satisfaction and customer retention*, Springer-Berlin, Germany
16. Tronvoll, B., 2012, A dynamic model of customer complaining behaviour from the perspective of service-dominant logic, *European Journal of Marketing*, Vol. 46, No.1/2, pp. 284-305
17. Velazquez, B., Blasco, M., Saura, I., Contró, G., 2010, Cause for complaining behaviour intentions: the moderator effect of previous customer experience of the restaurant, *Journal of Services Marketing*, Vol.24., No.7., pp. 532–545
18. Veljković, S., 2009, *Marketing usluga*, Ekonomski fakultet, CID, Beograd
19. www.mtt.gov.rs
20. www.yuta.rs

UNAPREĐENJE POSLOVNOG OKRUŽENJA U CILJU POVEĆANJA STRANIH DIREKTNIH INVESTICIJA

Dr Srđan Šapić*

Jovana Golo

Apstrakt: Za većinu zemalja, a naročito za zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji, strane direktne investicije predstavljaju jednu od glavnih determinanti ekonomskog razvoja, zbog čega se javljaju veliki naponi od strane ovih zemalja, u procesu privlačenja stranih investitora. Cilj ovog rada je da se prezentuje način na koji se unapređenjem određenih faktora i elemenata okruženja, može uticati na povećanje priliva stranih direktnih investicija. Analizirano je poslovno okruženje u Srbiji, pri čemu je poseban akcenat stavljen na različite institucionalne mere koje su predstavnici vlasti donosili u periodu nakon 2000. godine, sa ciljem poboljšanja kvaliteta investicionog i poslovnog ambijenta. Takođe, data je analiza najvažnijih faktora okruženja, kao što su ekonomski, politički i pravni faktori, ali i faktori konkurentnosti, koji u velikoj meri oblikuju način obavljanja poslovnih operacija u Srbiji. Korišćenjem relevantnih izveštaja međunarodnih organizacija, utvđeni su određeni aspekti poslovnog okruženja koji umanjuju efikasnost poslovanja u Srbiji, kao što su politička nestabilnost, problem korupcije, državna birokratija i administracija, i koji utiču na smanjenje kvaliteta celokupnog poslovnog okruženja. Preporuke za poboljšanje su date na kraju rada, a odnose se kako na uočena problematična područja, tako i na celokupno poslovno okruženje u Srbiji.

Ključne reči: poslovno okruženje, strane direktne investicije, determinante stranih direktnih investicija, konkurentnost zemalja

Značaj poslovnog okruženja za privlačenje stranih direktnih investicija

Tokom proteklih decenija došlo je do značajnog rasta stranih direktnih investicija na globalnom nivou, kao posledica procesa globalizacije, liberalizacije međunarodne trgovine i jačanja multinacionalnih kompanija, koje predstavljaju glavne nosioce ovih investicija. Multinacionalne kompanije kontinuirano donose investicione odluke, koje podrazumevaju identifikovanje i analizu novih tržišta na kojima će nastupiti, kao i odluke o načinu nastupa na izabranim tržištima, odnosno o merdžerima i akvizicijama, ili pak o osnivanju sopstvenih proizvodnih pogona ili filijala. Odluke multinacionalnih kompanija, koje se odnose na izbor tržišta za realizaciju investicija, su od velikog značaja kako za kompanije, tako i za zemlje čije vlasti žele da povećaju priliv investicija. Strane direktne investicije (SDI) mogu imati značajne pozitivne efekte za zemlje u kojima se one realizuju, pa iz tog razloga vlasti ovih zemalja pokušavaju da privuku strane investitore, putem različitih podsticajnih mera.

S obzirom na činjenicu da SDI predstavljaju jedan od glavnih pokretača ekonomskog rasta i razvoja, postoji izražena konkurencija između zemalja u procesu privlačenja ovih investicija. Priliv stranog kapitala putem SDI i brojne koristi koje one donose, kao što su rast zaposlenosti, transfer tehnologije i rast izvoza i rast konkurentnosti zemlje, naročito su važni za zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji. Činjenica da u poslednjih nekoliko godina raste

* ssapic@kg.ac.rs

procenat SDI na globalnom nivou koji je usmeren ka ovim grupama zemalja, pruža im priliku da povećaju priliv ovih investicija.

Razumevanje determinanti priliva stranih direktnih investicija, posebno od strane zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji, je ključno za njihovo privlačenje. Dunning navodi četiri glavne grupe stranih direktnih investicija, prema motivima koje kompanije mogu imati prilikom njihovog sprovođenja na međunarodnom tržištu (Dunning, 1993):

1. Strane direktne investicije koje traže tržište - kod kojih su glavni motivi veličina i rast tržišta na kome se investira, kao i mogućnosti ostvarivanja profita na osnovu ekonomije obima,
2. Strane direktne investicije koje traže efikasnost - koje se uglavnom realizuju radi ostvarivanja nižih troškova radne snage i organizovanja najefikasnije mreže međunarodnih dobavljača,
3. Strane direktne investicije koje traže resurse - kod kojih je glavni motiv sticanje kontrole nad određenim prirodnim ili tehnološkim resursima zemlje u kojoj se investira, i
4. Strane direktne investicije koje traže imovinu - gde je osnovni motiv za investiranje kupovina određenih opipljivih i neopipljivih elemenata imovine, kao što su patenti, brend ili tehnologija.

Istraživanja koja se fokusiraju na identifikovanje i analizu determinanti stranih direktnih investicija su brojna. Faktori koji se tradicionalno spominju u literaturi i koji mogu uticati na priliv stranih direktnih investicija se uglavnom grupišu u tzv. faktore gravitacije, gde spadaju veličina tržišta sa koga dolazi investitor i tržišta na kome se investicija realizuje, kao i njihova udaljenost, i faktore raspoloživosti resursa, u koje spadaju ljudski i prirodni resursi, infrastruktura, kapital, i dr. Pored ovih, istraživanja pokazuju da faktori koji mogu biti od velikog značaja za privlačenje stranih investicija jesu nivo BDP-a zemlje u kojoj se investira i zemlje iz koje je investitor, geografska udaljenost zemalja, otvorenost zemlje u kojoj se investira za spoljnu trgovinu i njena uključenost u regionalne ekonomske integracije, nivo kulturoloških razlika, troškovi poslovanja i visina poreskih stopa, komunikaciona i tehnološka infrastruktura, kao i razvijenost finansijskih, pravnih i političkih institucija (Blonigen & Piger, 2011).

Određen broj istraživanja posvećen je analizi determinanti priliva stranih direktnih investicija u zemljama Jugoistočne Evrope i zemljama Zapadnog Balkana. Na osnovu rezultata navedenih istraživanja, može se konstatovati da za zemlje Jugoistočne Evrope i zapadnog Balkana, kojima pripada i Srbija, od velikog značaja jesu faktori gravitacije, odnosno faktori kao što su geografska blizina Evropskoj uniji i faktori raspoloživosti prirodnih i ljudskih resursa. Međutim, posebno se ističe značaj regulativa i reformi, unapređenja poslovnog i investicionog okruženja, kvaliteta institucija i napredak u pregovorima sa Evropskom unijom, kao faktora koji su od ključne važnosti za privlačenje stranih direktnih investicija. Unapređenjem navedenih oblasti moguće je ostvariti veći priliv investicija kao rezultat napretka u pogledu efikasnosti, stabilnosti, sigurnosti i transparentnosti poslovanja u određenoj zemlji.

Prilikom nastupanja na međunarodnim tržištima, multinacionalne kompanije se susreću sa različitim poslovnim okruženjima zemalja. Eksterno, poslovno okruženje kompanije predstavlja skup svih uslova i faktora izvan kompanije, koji mogu uticati na ostvarivanje poslovnog uspeha na određenom tržištu, i čine ga dve grupe faktora. U prvu grupu faktora spadaju politički, pravni, ekonomski i sociokulturalni faktori, dok se druga grupa faktora odnosi na faktore konkurentnosti zemalja, gde spadaju faktori kao što su prirodni resursi, radna snaga, snaga dobavljača, snaga konkurenata i tražnja na datom tržištu.

U skladu sa sopstvenim ciljevima i strategijom, ali i na osnovu analize okruženja različitih međunarodnih tržišta, kompanije odlučuju o najefikasnijoj konfiguraciji i koordinaciji svojih poslovnih funkcija na međunarodnom nivou (Rugman & Collinson, 2006).

Poslovanje kompanija na međunarodnom tržištu predstavlja kompleksniju aktivnost od poslovanja na domaćem tržištu, usled brojnih razlika koje se javljaju među zemljama i faktorima njihovih okruženja. Zemlje se razlikuju prema faktorima okruženja, gde spadaju politički, pravni i ekonomski faktori, socio-kulturalni faktori, faktori geografske blizine i razvijenosti infrastrukture, kao i nivo tehnološke razvijenosti. Navedene razlike mogu imati značajan uticaj na međunarodne poslovne aktivnosti kompanija, pošto one određuju nivo koristi, troškova i stepen rizika, koji su povezani sa poslovanjem u različitim zemljama (Hill, 2014).

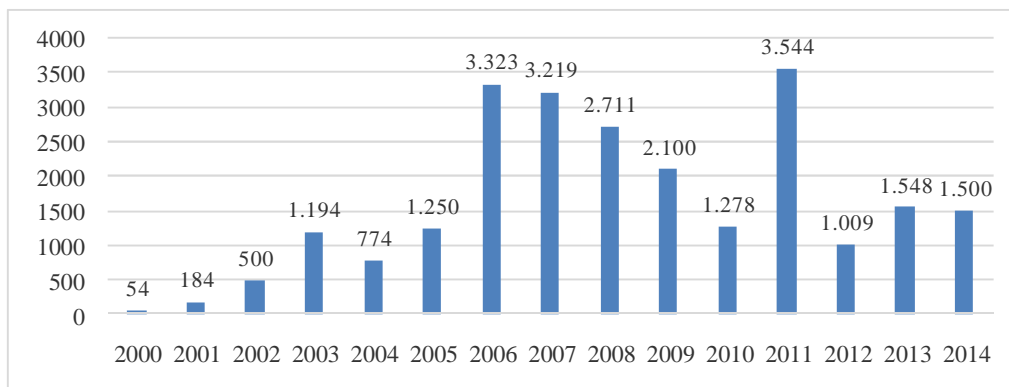
Konkurentnost zemalja na međunarodnom nivou se odnosi na attribute zemalja koji omogućavaju rast i razvoj privrede, tj. koji omogućavaju prosperitet jedne zemlje. Predstavници vlasti mnogih zemalja smatraju da atraktivnost zemlje za strane investicije pozitivno utiče na dugoročni prosperitet, zbog čega je kontinuirano poboljšanje poslovnog okruženja neophodno za privlačenje novih investitora. Konkurentnost zemlje se može posmatrati kao sveukupni kvalitet poslovnog ambijenta te zemlje. Tokovi međunarodne trgovine i investicija su pod uticajem investicione atraktivnosti zemalja, pri čemu zemlje sa višom atraktivnošću imaju veće mogućnosti za rast i prosperitet privrede (Delgado et al., 2012).

Analiza i ocena poslovnog i investicionog okruženja u Srbiji nakon početka procesa tranzicije

Početak 21. veka, nakon decenije obeležene ratnim konfliktima i brojnim ekonomskim i političkim problemima, zemlje zapadnog Balkana, kojima pripada i Srbija, započele su procese tranzicije i brojnih reformi, usmerenih ka tržišno orijentisanim ekonomskim sistemima. U ovom procesu, SDI se označavaju kao jedan od najznačajnijih uslova za ostvarivanje smanjenja nezaposlenosti, ekonomskog rasta i razvoja, a njihovo privlačenje kao jedan od prioriteta i glavnih ciljeva svake Vlade Republike Srbije od početka procesa tranzicije.

Zahvaljujući brojnim ekonomskim i političkim reformama, liberalizaciji spoljne trgovine, zakonskim aktima i regulativama, ali i procesu privatizacije, u Srbiji je u periodu od 2000. do 2014. godine, ostvaren priliv stranih direktnih investicija u iznosu od preko 24 milijardi evra. Neke od najvećih realizovanih stranih direktnih investicija u Srbiji jesu investicije *Telenor*-a u iznosu od 1,6 milijardi evra, zatim *Gazprom neft*-a u iznosu od 947 miliona evra, investicija *FIAT*-a u vrednosti od 940 miliona evra, *Delhaize* grupe u iznosu od 933 miliona evra i *Agrokor*-a u iznosu od 614 miliona evra (NALED, Baza investicija). Najveći deo stranih direktnih investicija u Srbiji je poreklom iz zemalja članica Evropske unije, što u procentualnom smislu podrazumeva da je više od 75% ukupnih investicija koje su realizovane u srpskoj privredi, u periodu od 2005. do 2014. godine, došlo iz ovih zemalja (Narodna banka Srbije, Platni bilans Republike Srbije). Kretanje i vrednosti godišnjih priliva investicija u navedenom periodu prikazani su na Slici 1.

Slika 1. Priliv stranih direktnih investicija u Srbiji u periodu od 2000. – 2014. godine (u milionima evra)



Izvor: Narodna banka Srbije, Platni Bilans Republike Srbije

Podaci o kretanju priliva stranih direktnih investicija u periodu nakon 2000. godine, odnosno, od početka procesa tranzicije u Srbiji, ukazuju na pozitivan trend rasta ovih investicija do 2006. godine. Međutim, u godinama nakon toga, uočava se postepen pad priliva investicija, kao posledica Svetske krize, ali i smanjenja priliva po osnovu privatizacije. Iako je u 2011. godini zabeležen najveći priliv investicija u celom posmatranom periodu, u naredne tri godine priliv investicija je na relativno niskom nivou i ne prelazi iznos od 1,5 milijardi evra.

Prema istraživanju kompanije Ernst & Young o privlačnosti Evrope kao investicione lokacije, Srbija je u periodu od 2004. do 2008. godine imala 164 investiciona projekta, a u periodu od 2009. do 2013. godine 284 projekta, čime se svrstava u prvih petnaest zemalja Evrope prema broju ostvarenih projekata (Ernst & Young, 2014).

Navedeni podaci o vrednosti priliva stranih direktnih investicija u Srbiji, u periodu nakon 2001. godine, ukazuju na relativno više vrednosti u odnosu na ostale zemlje zapadnog Balkana, osim Hrvatske. Međutim, treba imati u vidu da je struktura investicija u Srbiji nepovoljna s obzirom na to da vrednost priliva investicija u velikoj meri rezultat procesa tranzicije i posebno privatizacije javnih preduzeća, dok se manji deo investicija odnosi na grinfild investicije. Privatizacija ne može biti način privlačenja stranih investicija, pogotovo imajući u vidu da je dobar deo velikih privatizacionih projekata već završen i da nije preostao veliki broj atraktivnih prilika za privatizaciju javnih preduzeća. Da bi Srbija imala potpune koristi od stranih investicija, njihova struktura se mora promeniti u korist grinfild investicija, koje su orijentisane ka izvozu i imaju visoku vrednost dodate vrednosti proizvoda i usluga (Botrić, 2010).

Analiza i ocena poslovnog okruženja u Srbiji može se vršiti sa aspekta faktora okruženja, kao što su ekonomski, politički i pravni faktori, kao i faktori konkurentnosti.

U cilju analize ekonomskih faktora i njihovog uticaja na kvalitet poslovnog okruženja u Srbiji, u Tabeli 1. predstavljeno je kretanje odabranih makroekonomskih pokazatelja u periodu od 2001. do 2015. godine. Može se primetiti da svi pokazatelji beleže višestruki rast u odnosu na početak posmatranog perioda. Ekonomski rast koji je ostvaren u proteklom periodu uticao je na rast životnog standarda stanovništva za više od dva ipo puta, što se može videti iz podataka o kretanju bruto domaćeg proizvoda per capita. Takođe, primetan je i veliki rast prosečnih neto zarada stanovništva. Međutim, i pored toga, prosečne plate u Srbiji su znatno niže od velikog broja evropskih zemalja, pa tako predstavljaju jedan od najznačajnijih stimulativnih faktora za strane investitore, pogotovo uzimajući u obzir raspoloživost, nivo obrazovanja i kvalifikovanosti radne snage. Svetska kriza je imala negativan uticaj na

vrednosti svih pokazatelja, ali se u poslednjim godinama primećuje postepeni oporavak i rast svih makroekonomskih pokazatelja.

Tabela 1. Kretanje makroekonomskih pokazatelja u Srbiji, u periodu od 2001. - 2014. godine

	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
BDP (mil EUR)	13805,5	17100,5	18738,0	19966,6	21103,3	24434,6	29451,6	33704,5	30654,7	29766,3	33423,8	31683,1	34262,9	33,059
BDP per capita (EUR)	1,840	2,280	2,505	2,675	2,836	3,297	3,990	4,586	4,187	4,082	4,619	4,400	4,781	4,635
Rast BDP-a (u %)	5,0	7,1	4,4	9,0	5,5	4,9	5,9	5,4	-3,1	0,6	1,4	-1,0	2,6	-1,8
Inflacija (u %)	95,0	19,5	9,9	11,0	16,1	11,7	6,5	11,7	8,4	6,5	11,0	7,8	7,8	2,9
Prosečne plate (RSD)	5,840	9,208	11,500	14,108	17,443	21,707	27,759	32,746	31,733	34,142	37,976	41,377	43,932	44,530

Izvori: Ministarstvo finansija Republike Srbije, Narodna banka Srbije

Pored značajnog napretka u oblasti makroekonomskih kretanja, politički faktori predstavljaju jedan od najznačajnijih uzorka nestabilnosti i negativne percepcije o Srbiji i srpskom društvu. Naime, konfliktna prošlost, ratni sukobi, česti izbori i promene vlada, nerešen status Kosova, kao i pozicija i generalno loš imidž Srbije u svetu, doprinose smanjenju atraktivnosti Srbije, kao potencijalne investicione lokacije.

U pogledu pravnih faktora, predstavnici srpskih vlasti su u proteklom periodu doneli niz Zakona koji doprinose unapređenju i atraktivnosti poslovnog i investicionog okruženja, od kojih su poslednji doneti Zakon o radu i novi Zakon o privatizaciji.

Analizom pokazatelja poslovne i investicione klime u Srbiji u periodu od 2007. do 2016. godine, prema izveštaju Svetske Banke - *Doing Business*, može se uočiti da se prema sveukupnom pokazatelju lakoće poslovanja, Srbija pretežno rangira u drugoj polovini liste, imajući u vidu da se svake godine ocenjuje preko 150 zemalja sveta. Oblasti u kojima Srbija generalno posmatrano ima najlošije ocenjene pokazatelje su pribavljanje građevinskih dozvola, plaćanje poreza, kao i poštovanje i primena ugovora. S druge strane, u oblastima kao što su registrovanje imovine, zaštita manjinskih akcionara i gašenje poslovnih operacija, u Srbiji je tokom posmatranog perioda postignuto poboljšanje, dok je u oblastima dobijanja kredita i prekogranične trgovine došlo do pogoršanja ocene. Prema izveštaju za 2016. godinu, sveobuhvatna ocena lakoće poslovanja je 59, što predstavlja značajno poboljšanje pozicije Srbije u odnosu na 2015. godinu, kada je ocena bila 91. Oblasti u kojima je došlo do najvećeg poboljšanja jesu poštovanje i primena ugovora, kao i pribavljanje građevinskih dozvola.

Tabela 2. Pokazatelji investicione i poslovne klime u Srbiji

Pokazatelji	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Lakoća poslovanja - sveobuhvatna ocena (rang 1 – najbolji)	68	86	94	88	89	92	86	93	91	59
Pokretanje poslovanja	60	90	106	73	83	92	42	45	66	65
Pribavljanje građevinskih dozvola	157	149	171	174	176	175	179	182	186	139
Snabdevanje električnom energijom	-	-	-	-	-	79	76	85	84	63
Registrovanje imovine	110	115	97	105	100	39	41	44	72	73
Dobijanje kredita	33	13	28	4	15	24	40	42	52	59
Zaštita manjinskih akcionara	60	64	70	73	74	79	82	80	32	81
Plaćanje poreza	64	121	126	137	138	143	149	161	165	143
Prekogranična trgovina	51	58	62	69	74	79	94	98	96	73
Poštovanje i primena ugovora	76	101	96	97	194	104	103	116	96	23
Gašenje poslovnih operacija	103	103	99	102	86	113	103	103	48	50

Izvor: The World Bank, *Doing Business Reports*

Prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma, kojim se svake godine oko 140 zemalja sveta rangira prema indeksu globalne konkurentnosti, Srbija ima loš rang, s obzirom na to da od 2007. godine nema indeks koji je niži od 85. Oblasti koje su najlošije ocenjene su kvalitet institucionalnog i makroekonomskog okruženja, efikasnost tržišta dobara i rada, razvijenost finansijskog tržišta, sofisticiranost poslovanja i nivo inovacija u zemlji. Kao faktori koji donose najveće probleme u poslovanju navode se neefikasnost državne birokratije, pristup finansiranju, nivo korupcije, politička nestabilnost, nestabilnost i česte promene Vlada, poreska regulativa i poreske stope, razvijenost kriminala, nedovoljna razvijenost infrastrukture i neadekvatna kvalifikaciona struktura radne snage.

Tabela 3. Pokazatelji faktora konkurentnosti u Srbiji

Pokazatelji	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Indeks globalne konkurentnosti (rang 1- najbolji)	85	93	96	95	95	101	94	94
Kvalitet institucija	108	110	120	121	130	126	122	120
Razvijenost infrastrukture	102	107	93	84	77	90	77	75
Makroekonomsko okruženje	86	111	109	91	115	136	129	125
Zdravstvo i osnovno obrazovanje	46	46	50	52	66	69	68	62
Visoko obrazovanje i obuka	70	76	74	81	85	83	74	71
Efikasnost tržišta dobara	115	112	125	132	136	132	128	127
Efikasnost tržišta rada	66	85	102	112	100	119	119	118
Razvijenost finansijskog tržišta	89	92	94	96	100	115	109	120
Tehnološka razvijenost	61	78	80	71	58	60	49	51
Veličina tržišta	65	67	72	70	67	69	71	75
Sofisticiranost poslovanja	100	102	125	130	132	137	132	132
Sposobnost inoviranja	70	80	88	97	111	112	108	113

Izvor: Web Economic Forum, The Global Competitiveness Reports

Za analizu kvaliteta poslovnog okruženja i konkurentnosti srpske ekonomije, korisno je sagledati pokazatelje i u okviru Regulatornog indeksa Srbije (RIS), koji objavljuje Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj (NALED). Vrednost Regulatornog indeksa za 2014. godinu iznosi 41,8 od maksimalnih 100 poena, što znači da kvalitet regulatornog okruženja u Srbiji dostiže 41,8% željenog standarda. Iako su rezultati istraživanja za 2014. godinu bolji od rezultata iz 2013. godine, treba istaći da pojedini aspekti poslovnog okruženja imaju vrlo niske ocene, kao što su ažurnost sprovođenja Zakona, regulatorno i parafiskalno opterećenje i kvalitet i temeljnost pripreme propisa. Rezultati RIS-a ukazuju da je preduzećima koja već posluju u Srbiji i novim investitorima neophodna stabilna politika (bez naglih zaokreta u zakonskim rešenjima), veća pravna sigurnost (dosledna primena zakona), jeftinija i efikasnija administracija i transparentnija komunikacija sa državnom upravom (NALED, 2014).

Kao determinante koje doprinose atraktivnosti Srbije za investicije, navode se geografski položaj i veličina srpskog tržišta, članstvo u brojnim regionalnim integracijama, kao i poreska politika i druge stimulatивne mere za strane investitore.

Geografski položaj Srbije, njena pozicioniranost između Evrope i Azije, kao i pristup međunarodnoj transportnoj infrastrukturi, podrazumevaju brojne mogućnosti za potencijalne investitore i povezanost sa velikim brojem tržišta. Populacija od skoro 7,2 miliona, čini Srbiju zemljom sa najviše stanovnika u regionu zapadnog Balkana. Međutim, zahvaljujući članstvu u CEFTA-i i EFTA-i i potpisanim ugovorima o bezcarinskoj razmeni sa Rusijom, Belorusijom, Turskom i Kazahstanom, preduzeća u Srbiji imaju pristup značajno većem

tržištu. Takođe, Srbija ima brojne olakšice u međusobnoj trgovini sa zemljama Evropske unije, iako još uvek nije njena članica. U pogledu napretka u pregovorima o priključivanju Evropskoj uniji, Srbija je 01. 03. 2012 postala kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, a 01. 09. 2013. godine je stupio na snagu Sporazum o stabilizaciji i priključivanju, dok se zvaničan početak pregovora očekuje početkom 2016. godine. Uzimajući u obzir navedene međunarodne ugovore i članstvo u regionalnim integracijama, tržište na kome mogu nastupiti preduzeća iz Srbije ima preko milijardu potencijalnih potrošača.

Poreski sistem u Srbiji je veoma stimulativan za strane investitore. Pored toga što su poreske stope u Srbiji neke od najpovoljnijih u Evropi, stranim investitorima su omogućene i brojne poreske olakšice i druge stimulatивne mere omogućene Zakonom i Uredbama o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija. Stopa poreza na dohodak je 10%, stopa poreza na dobit preduzeća iznosi 15%, dok stopa poreza na dodatu vrednost iznosi 20%. Ovakve stope poreza su najniže u poređenju sa zemljama regiona i zapadnog Balkana, a kao jedina niža stopa od navedenih vrsta poreza se može navesti stopa poreza na dobit preduzeća u Bugarskoj, gde iznosi 10% (SIEPA, 2015).

Institucionalne mere unapređenja poslovnog okruženja u Srbiji

Zemlje i regioni međusobno konkurišu u obezbeđivanju najproduktivnijeg poslovnog okruženja, u cilju obezbeđivanja priliva stranih direktnih investicija. Na makro nivou, u obezbeđivanju stabilnosti i poboljšanju opšteg poslovnog okruženja glavnu ulogu imaju vlade država. Institucionalni okvir kojim se direktno regulišu SDI u Srbiji obuhvata Zakon o stranim ulaganjima, Uredbe o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija kao i Strategija podsticanja i razvoja stranih ulaganja, a promovisanje Srbije kao atraktivne lokacije za strane investitore, zadatak je Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza Republike Srbije (SIEPA).

Osnovna institucionalna pretpostavka za privlačenje i realizaciju stranih direktnih investicija u Srbiji predstavlja *Zakon o stranim ulaganjima*. Ovaj Zakon je donet 2002. godine, a njime su stvorene institucionalne pretpostavke za ulaganje stranih investitora u privredu Srbije. Zakon o stranim ulaganjima predstavlja značajan signal stranim investitorima u pogledu podrške države i sigurnosti njihovog ulaganja (Đorđević, 2009).

Prema Zakonu o stranim ulaganjima, strani ulagač u Republici Srbiji može biti strano pravno lice sa sedištem u inostranstvu, strano fizičko lice ili srpski državljanin sa prebivalištem odnosno boravištem u inostranstvu dužim od godinu dana. Strano ulaganje se, prema Zakonu, definiše kao ulaganje u srpsko preduzeće kojim strani ulagač stiče udeo ili akcije u osnovnom kapitalu tog preduzeća i sticanje svakog drugog imovinskog prava stranog ulagača kojim on ostvaruje svoje poslovne interese u Republici Srbiji. Pored osnovnih odredbi, ovim Zakonom se regulišu i garantovana prava stranih ulagača, podsticaji stranih ulagača, rešavanje sporova, posebna pravila i registracija i evidencija stranih ulaganja.

Nakon trinaest godina od donošenja važećeg Zakona o stranim ulaganjima, Vlada Srbije je u aprilu 2015. godine donela Nacrt Zakona koji bi trebalo da zameni stari Zakon. Ovim Zakonom predviđeno je formiranje novih institucija koje će pružati usluge ulagačima. Naime, umesto Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza (SIEPA) i Nacionalne agencije za regionalni razvoj trebalo bi da budu formirani Savet za ekonomski razvoj i Razvojna agencija Srbije. Kao najveća novina u odnosu na postojeći Zakon, navodi se izjednačavanje tretmana domaćih i stranih ulagača, kojima se garantuje sloboda ulaganja po najboljim standardima međunarodnog investicionog prava, a kao glavni ciljevi se navode uređenje institucionalnog okvira za efikasno pružanje usluga ulagačima, unapređenje

investicionog okruženja i stvaranje privlačnijeg poslovnog ambijenta za domaće i strane ulagače (Vlada Republike Srbije).

Pored Zakona o stranim ulaganjima, Vlada Srbije je u periodu od 2003. do 2015. godine usvojila nekoliko verzija *Uredbi o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija* (2006., 2007., 2008., 2010., 2011., 2012., 2013., 2014. i poslednja iz 21. marta 2015. godine). Ovim Uredbama uređuju se uslovi i način privlačenja direktnih investicija u Republiku Srbiju, kriterijumi za dodelu sredstava za privlačenje direktnih investicija, dinamika isplate tih sredstava, kao i druga pitanja od značaja za povećanje konkurentnosti Republike Srbije, kroz priliv direktnih investicija. Ciljevi Uredbi jesu podsticanje investicija koje imaju povoljan uticaj na otvaranje novih radnih mesta, transfer novih znanja i tehnologija i na ravnomeran regionalni razvoj (Uredba o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija, Službeni glasnik RS).

Uredbe o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija iz 2014. i 2015. godine su donele značajne novine u odnosu na prethodne, pri čemu se visina sredstava za podsticaje dodeljuje prema visini tzv. opravdanih troškova ulaganja u osnovna sredstva (ulaganja u materijalna i nematerijalna sredstva) ili opravdanih troškova bruto zarada za nova radna mesta u dvogodišnjem periodu. Ovo podrazumeva da investitor može birati vrstu podsticaja, odnosno može dobiti novac po otvorenom radnom mestu ili prema veličini investicije, što je najveća novina u odnosu na prethodne Uredbe. Značajna promena u najnovijoj Uredbi iz 2015. godine, u odnosu na prethodne jeste i smanjenje maksimalnog iznosa podsticaja za novo radno mesto, za koje investitori mogu dobiti 7.000 evra.

Najznačajniji izraz spremnosti Vlade Srbije da omogući privlačenje i povećanje priliva stranih direktnih investicija predstavlja *Strategija podsticanja i razvoja stranih ulaganja*, koja je usvojena 2006. godine. Prioritetni cilj Strategije jeste stvaranje povoljne klime i okvira za privlačenje, zadržavanje i širenje međunarodno konkurentnih i izvozno orijentisanih stranih ulaganja. Pored toga, ciljevi Strategije jesu povećanje broja i vrednosti novih ulaganja u industrijsku proizvodnju i sektora međunarodno razmenjivih usluga, zatim pružanje olakšica i podrške investitorima kako bi se ubrzalo sprovođenje njihovih planiranih ulaganja u zemlju, kao i ohrabrivanje i pružanje olakšica postojećim investitorima kako bi se povećao njihov angažman u zemlji.

Na osnovu utvrđenih ciljeva i ključnih oblasti u kojima je neophodno izvršiti mere za poboljšanje poslovne i investicione klime, u okviru Strategije koncipiran je i Akcioni plan za otklanjanje administrativnih prepreka za strana ulaganja. Ovaj plan podrazumeva uređivanje oblasti koje su od posebnog značaja za privlačenje stranih investicija, kao što su osnivanje preduzeća sa stranim ulogom, razvoj infrastrukture, pitanja vezana za rad preduzeća kao i ostale systemske mere, reforma državne uprave i reforma sudstva. Za svaku oblast, u planu su precizno predstavljeni analiza postojećeg stanja, planirani ciljevi, preporuke i nosioci izvršenja plana (Vlada Republike Srbije, Strategija za podsticanje i razvoj stranih ulaganja).

U pogledu oblasti reforme propisa, važno je spomenuti i projekat Saveta stranih investitora iz 2008. godine, tzv. giljotinu propisa, kojim je ovaj Savet pokušao da ukaže na niz nepotrebnih propisa i problem sa birokratijom u Srbiji. Savet je Vladi Srbije predstavio 119 preporuka sa ciljem olakšavanja poslovanja stranim i domaćim preduzećima, od kojih je 77 usvojeno, a 35 u potpunosti implementirano. Preporuke su bile organizovane u okviru oblasti oporezivanje, carine, odnosi sa zaposlenima i telekomunikacije (Savet stranih investitora, Giljotina propisa).

Imajući u vidu činjenicu da je Srbija proces tranzicije otpočela nakon 2000. godine, važan deo tog procesa predstavlja privatizacija državne i društvene svojine. Institucionalni

okvir kojim se regulišu pitanja vezana za proces privatizacije predstavlja *Zakon o privatizaciji*. Prvobitni Zakon o privatizaciji donet je 2001. godine, a njegovim donošenjem stvoren je osnovni preduslov za stvaranje efikasnog privrednog ambijenta, restrukturiranje privrede i finansijskog tržišta, što ga čini ključnom etapom u procesu reformi srpske privrede (Đorđević, 2009). Novi Zakon o privatizaciji donet je 2014. godine, koji predviđa da se društveni kapital preduzeća, koja su predmet privatizacije mora privatizovati najkasnije do 31. decembra 2015. godine.

Zakoni koji predstavljaju važne činioce za oblikovanje poslovnog i investicionog okruženja, a koji su doneti u Srbiji su i Zakon o privrednim društvima, Carinski zakon, Zakon o deviznom poslovanju, Zakon o planiranju i izgradnji, Zakon o radu, Zakon o porezu na dobit pravnog lica, Zakon o stečaju, Zakon o zaštiti konkurencije, Zakon o zaštiti potrošača, Zakon o zaštiti korisnika finansijskih usluga i drugi Zakoni specifični za određene privredne grane. Zakonodavna aktivnost u Srbiji mora biti u funkciji stvaranja predvidivih i boljih uslova poslovanja, a u cilju napretka u procesima priključivanja, neophodna je i potpuna harmonizacija zakonodavstva sa propisima Evropske unije.

Efekti sprovedenih mera i preporuke za dalje poboljšanje poslovnog okruženja u Srbiji

Posmatranjem odnosa između ostvarenog priliva stranih direktnih investicija i karakteristika i tendencijama u okviru poslovnog okruženja u Srbiji, mogu se analizirati efekti sprovedenih institucionalnih mera, kao i celokupnog procesa tranzicije koji se sprovodi u srpskoj ekonomiji od početka 2000-ih godina, a koji u velikoj meri oblikuje poslovno okruženje za domaće i strane investitore. Imajući u vidu da je priliv stranih direktnih investicija u periodu od 2000. - 2014. godine u Srbiji veći od 24 milijarde evra, što je značajno više u odnosu na susedne zemlje, može se reći da proces reformi, makroekonomska stabilizacija, ali i institucionalne mere za privlačenje stranih investitora pokazuju dobre rezultate. Međutim, ukoliko se uzme u obzir činjenica da je najveći deo ovakvog priliva investicija posledica procesa privatizacije javnih preduzeća, postaje jasno da je kontinuirano poboljšanje poslovnog okruženja neophodno, kako bi privlačenje investicije zauzele značajniju poziciju u strukturi ukupnih stranih direktnih investicija u Srbiji.

Napori različitih vlada Srbije od početka procesa tranzicije doveli su do značajnog unapređenja poslovnog okruženja, iako i dalje postoje brojne oblasti u kojima su potrebna dodatna poboljšanja. Analizom faktora okruženja u Srbiji u proteklom periodu, može se primetiti da je došlo do značajnog napretka u pogledu političkih, ekonomskih i pravnih faktora. Politička stabilnost je na daleko višem nivou u odnosu na period kraja 21. veka, ali i dalje postoje otvorena pitanja pozicije Srbije u međunarodnim političkim odnosima, zatim pitanje Kosova, mita i korupcije, kao i česte promene vlada. Ekonomski pokazatelji beleže pozitivna kretanja u proteklom periodu, ali i pored toga, njihova vrednost se nalazi znatno ispod nivoa vrednosti istih pokazatelja većine evropskih zemalja. Donošenjem Zakona o stranim ulaganjima, brojnih Uredbi o privlačenju stranih investicija, kao i drugih važnih zakona za poboljšanje poslovnog i investicionog ambijenta, ustanovljen je pravni okvir koji je u velikoj meri podsticajan za strane investitore. Međutim, važno je spomenuti da primena donetih zakona nije dovoljno dosledna i u nekim slučajevima izostaje, što predstavlja veliki problem već dugi niz godina.

Posmatranjem faktora konkurentnosti Srbije i pokazatelja poslovne i investicione klime, može se uočiti da iako postoje određeni pozitivni efekti njihovog unapređenja, Srbija se relativno loše rangira u međunarodnom okruženju. U pogledu faktora konkurentnosti, došlo je do poboljšanja u oblasti infrastrukture i tehnološke razvijenosti, ali će dodatna unapređenja biti neophodna u domenu sofisticiranosti poslovanja, kvaliteta institucija,

makroekonomskog okruženja, kao i efikasnosti finansijskog tržišta i tržišta dobara i rada. Pokazatelji poslovne i investicione klime ukazuju na značajna poboljšanja u domenu pokretanja poslovanja, pribavljanja dozvola, poreske politike, spoljne trgovine kao i poštovanja i primene ugovora.

U pogledu isticanja neophodnih mera unapređenja poslovnog okruženja, koristan okvir može pružiti tzv. Bela knjiga, koju objavljuje Savet stranih investitora. Prema izdanju Bele knjige iz 2015. godine, ističe se da je najznačajniji napredak u odnosu na 2014. godinu ostvaren u pogledu procesa makroekonomske fiskalne konsolidacije, što je postignuto smanjenjem budžetskog deficita. Takođe, u prethodnoj godini se uočava i veliki napredak u pogledu transparentnijeg i efikasnijeg izdavanja građevinskih dozvola, što je značajno za priliv stranih direktnih investicija. Kao oblasti u kojima je u toku protekle godine postignut napredak navode se nekretnine i izgradnja, zaštita intelektualne svojine, transport, zaštita potrošača, rad inspekcija i borba protiv nedozvoljene trgovine, kao i u sektorima telekomunikacija i osiguranja. S druge strane, oblasti u kojima nije došlo do poboljšanja u odnosu na Belu knjigu iz 2014. godine su devizno poslovanje, poreska politika, poljoprivreda, farmaceutska industrija, kao i radnopravni propisi.

Kao preduslov za ostvarivanje budućih pozitivnih rezultata u pogledu unapređenja poslovnog okruženja navodi se neophodnost sprovođenja strukturalnih reformi, gde je prvenstveno važno privesti kraju proces restrukturiranja i privatizacije javnih preduzeća, u cilju unapređenja konkurentnosti srpske privrede. Pored toga, potrebno je pokretanje procesa korporatizacije javnih preduzeća, što bi ograničilo ulogu države kao učesnika na tržištu. Kao drugi značajan projekat navodi se reforma javne administracije, u cilju povećanja kvaliteta usluga koje država pruža svojim građanima i poslovnim subjektima.

U pogledu preporuka koje su date u Beloj knjizi iz 2014. godine, najveći uspeh ostvaren je u pogledu procesa makroekonomske i fiskalne konsolidacije srpske privrede. Međutim, u pogledu preporuka koje se odnose na bržu i dosledniju primenu Zakona i stvaranja organizacione jedinice za pomoć investitorima još uvek nema napretka, pa se one nalaze na listi preporuka i u Beloj knjizi iz 2015. godine. Konkretno preporuke Saveta stranih investitora za dalje unapređenje kvaliteta poslovnog okruženja su (Savet stranih investitora, 2015):

- Ubrzati stopu tranzicionih reformi sa dvojnim ciljem poboljšavanja investicione i poslovne klime, s jedne strane i približavanja Srbije Evropskoj uniji, s druge strane.
- Smanjiti i pojednostaviti birokratske procedure i na nacionalnom i na lokalnom nivou.
- Povećati pažnju u primeni zakonodavstva i brzoj reakciji u slučajevima kad se zakonodavstvo ne primenjuje.
- Promovisati izvoz kao ključni faktor ekonomskog razvoja.
- U kabinetu stvoriti organizacionu jedinicu koja će pomagati investitorima.

Iako su određeni rezultati u unapređenju poslovnog okruženja postignuti, značajnije povećanje konkurentnosti srpske privrede u međunarodnim okvirima, još uvek nije ostvareno. U proteklom višegodišnjem periodu, Vlada jeste pokrenula u nekoliko navrata razne inicijative sa ciljem poboljšavanja investicione i poslovne klime, ali u cilju značajnijeg priliva novih, grinfild investicija, neophodna su dodatna unapređenja, kako bi se stvorio efikasan i privlačan poslovni ambijent za obavljanje poslovnih aktivnosti.

Zaključak

Kao jedna od glavnih karakteristika savremene, globalizovane ekonomije, SDI su postale značajan preduslov ekonomskog rasta i razvoja svih zemalja, a pogotovo zemalja u razvoju i zemljama u tranziciji, kojima pripada i Srbija. S obzirom na činjenicu da SDI donose brojne koristi zemljama u kojima se realizuju, kao što su priliv međunarodnog kapitala, transfer savremene tehnologije, rast tehnologije i rast izvoza, jasno je zašto zemlje brojnim podsticajnim merama pokušavaju da povećaju atraktivnost za SDI.

Međunarodno poslovanje kompanija predstavlja kompleksniju aktivnost od poslovanja na domaćem tržištu, pošto se svako tržište odlikuje sopstvenim faktorima okruženja, gde spadaju politički, pravni, ekonomski, sociokulturalni, tehnološki, i drugi faktori, a koji znatno utiču na rezultate poslovanja kompanija, kao i na rizik i troškove. Pored ovih faktora, u svakoj zemlji postoje i faktori konkurentnosti, koji utiču na sveukupni kvalitet poslovnog ambijenta te zemlje.

U cilju privlačenja stranih direktnih investicija, predstavnici vlasti u Srbiji su od početka procesa tranzicije doneli određene institucionalne mere, kojima se stvara povoljan investicioni i poslovni ambijent. Najvažnije mere su Zakon o stranim ulaganjima iz 2002. godine, nekoliko verzija Uredbi o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija, kao i Strategija podsticanja i razvoja stranih ulaganja iz 2006. godine. Ovim merama se stranim investitorima omogućavaju pravna sigurnost, nacionalni tretman, kao i niz podsticajnih mera, u zavisnosti od visine ulaganja i broja otvorenih radnih mesta.

Priliv stranih direktnih investicija u Srbiji, u periodu nakon početka procesa tranzicije i sprovođenja reformi, bio je na relativno visokom nivou, što podrazumeva određeni uspeh u procesu privlačenja stranih direktnih investicija. Analiza ekonomskih, pravnih i političkih faktora okruženja u Srbiji pokazala je da politički faktori predstavljaju glavni izvor nestabilnosti u poslovanju i nepoverenja stranih investitora u sigurnost poslovanja, dok je u pogledu ekonomskih i pravnih faktora došlo do značajnog napretka, koji pozitivno utiče na kvalitet poslovnog okruženja. Pored toga, Srbija poseduje određene konkurentne prednosti za privlačenje investicija, kao što su resursi, veličina i geografska pozicioniranost tržišta, podsticajne mere Vlade i kandidatura za članstvo u Evropskoj uniji.

Prema najznačajnijim međunarodnim izveštajima o kvalitetu poslovnog i investicionog ambijenta, Srbija je relativno loše ocenjena, a oblasti u kojima se javlja najviše problema u poslovanju su neefikasnost državne birokratije i pribavljanje dozvola, problem korupcije, naplata poreza i primena pravnih propisa i Zakona. S obzirom na činjenicu da u Srbiji nije ostao značajan broj atraktivnih projekata za privatizaciju, predstavnici vlasti u Srbiji bi trebalo kontinuirano da unapređuju celokupni kvalitet poslovnog okruženja, a naročito navedene oblasti u kojima se javlja najviše problema, u cilju privlačenja novih investicija, prvenstveno grinfild projekata.

Reference

1. Blonigen, B. A. i Piger, J. (2011). Determinants of Foreign Direct Investment. *NBER Working Paper 16704*
2. Botrić, V. (2010). Foreign Direct Investment In The Western Balkans: Privatization, Institutional Change, And Banking Sector Dominance. *Economic Annals Volume LV, No. 187*
3. Delgado, M., Ketels, C., Porter, M. i Stern, S. (2012). The Determinants Of National Competitiveness. *NBER Working Paper 18249*
4. Đorđević, M. (2009). *Međunarodno poslovanje preduzeća u globalnom okruženju*. Ekonomski fakultet u Kragujevcu.
5. Dunning, J. H. (1993). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Wokingham: Addison- Wesley.
6. Ernst & Young, (2014). *European Attractiveness Survey*, preuzeto sa: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-2014-european-attractiveness-survey/\\$FILE/EY-2014-european-attractiveness-survey.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-2014-european-attractiveness-survey/$FILE/EY-2014-european-attractiveness-survey.pdf)
7. Hill, C. (2014). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. Maidenhead, Berkshire, UK: McGraw-Hill Education.
8. NALED, (2014). *Regulatorni indeks Srbije*, preuzeto sa: <http://www.naled-serbia.org/sr/page/138/Regulatorni+indeks+Srbije>
9. NALED, Baza investicija, preuzeto sa: <http://www.naled-serbia.org/sr/investments/index/Baza-investicija>
10. Narodna banka Srbije, Platni bilans Republike Srbije, preuzeto sa: http://www.nbs.rs/internet/latinica/80/platni_bilans.html
11. Rugman A. i Collinson, S. (2006). *International Business*, Pearson Education Limited.
12. Savet stranih investitora, (2015). *Bela Knjiga: Predlozi za poboljšanje poslovnog okruženja u Srbiji*, preuzeto sa: <http://www.fic.org.rs/projects/white-book/white-book.html>
13. Savet stranih investitora, Giljotina propisa, preuzeto sa: <http://www.fic.org.rs/projects/guillotine.html>
14. SIEPA, (2015). *Doing Business in Serbia*, preuzeto sa: <http://siepa.gov.rs/files/presentations/DBIS-serbia-2015/>
15. The World Bank, *Doing Business Reports*, preuzeto sa: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2015>
16. Uredba o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija, "Službeni glasnik RS", br. 28. od 20. III 2015
17. Vlada Republike Srbije, Strategija za podsticanje i razvoj stranih ulaganja, preuzeto sa: <http://www.gs.gov.rs/lat/strategije-vs.html>
18. Vlada Republike Srbije, Javna rasprava o Nacrtu zakona o ulaganjima, preuzeto sa: <http://www.srbija.gov.rs/vesti/vest.php?id=235143>
19. Web Economic Forum, *The Global Competitiveness Reports*, preuzeto sa: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>

KOSOVO I METOHIIJA - SVOJINSKA TRANSFORMACIJA PREDUZEĆA

Mirjana Knežević*

Apsrtakt: U radu se analizira pitanje svojinske transformacije društvenih preduzeća na teritoriji Autonomne pokrajine Kosovo i Metohija (u daljem tekstu: Kosovo i Metohija), sa posebnim osvrtom na postupak ostvarivanja prava zaposlenih koja imaju potraživanja prema preduzećima koja se privatizuju, tj. interno raseljenih lica čija su prava u procesu privatizacije preduzeća u kojem su bila zaposlena, formalno - pravno uređena ali u praksi teško sprovodljiva. Autor na početku rada pokušava da sa političkog stanovišta Republike Srbije, a u svetlu postojećih rešenja međunarodnog prava i prakse prikaže status Kosova i Metohije. U drugom delu, kroz prikaz zakonske regulative ukazuje na karakteristike procesa svojinske transformacije u Republici Srbiji, a u daljem tekstu se prepoznaju instituti privatizacionog procesa društvenih preduzeća na teritoriji Kosova i Metohije i pronalaze korelati rešenja u domaćim propisima. Data je analiza postojećih pravnih okvira po kojima se ostvaruju prava zaposlenih, a pre svega interno raseljenih lica da bi se na kraju doneo zaključak da proces privatizacije formalno - pravno daje podjednaka prava interno raseljenim licima u poređenju sa pravima zaposlenih u procesu privatizacije u Republici Srbiji i u drugim zemljama regiona, dok praksa pokazuje da se kroz realizaciju ovih prava vide nedostaci neostvarivanja jasno proklamovanih ciljeva.

Ključne reči: svojinska transformacija, Kosovo i Metohija, Srbija, prava zaposlenih.

Uvod

Pravna pretpostavka protiv menjanja postojećih granica je čvrsto prihvaćena u međunarodnom pravu i praksi i to „ne zbog toga što su granice uvek razumne i pravedne, već zato što ih je potrebno poštovati zbog mira i stabilnosti“ (Mullerson, 1994).

Građani na prostoru Kosova i Metohije su imali pravo na samoopredeljenje ali ne i pravo na otepljenje koje nije konstituisano nijednim aktom u međunarodnom pravu (Bat, 2005). Njegovo odvajanje *de facto* nije trebalo da vodi ka tome da ono postane nezavisna suverena država, iako je međunarodna zajednica pokazala spremnost da prihvati otepljenje i priznavala ga kao krajnje rešenje sa opravdanjem da „zadržavanje *status-a qvo* izgleda ne samo nepravedno nego i opasno po druge države, ako ne za svet, onda barem za stabilnost u regionu“ (Annan, 1999).

Ukoliko je ovo objašnjenje za postojeći status Kosova i Metohije u međunarodnoj zajednici, potrebno je postaviti pitanje da li se u međunarodnom pravu zaista akcenat sa pitanja „suvereniteta suverena“ prebacio na pitanje „suvereniteta naroda“ (Annan, 1999) i ukoliko je tako da li je samozvana, postojeća vlast na teritoriji Kosova i Metohije poštuje vladavinu prava, demokratiju i ljudska prava (Radojičić, 2015). Republika Srbija prihvata Kosovo i Metohija u statusu definisanom pod Rezoluciji 1224 Saveta bezbednosti UN kojim je regulisan ishod NATO intervencije 1999. Godine i u skladu sa tim je i pokušaj autora da analizira predmetnu temu.

U radu se analizira pitanje svojinske transformacije društvenih preduzeća koja su poslovala na teritoriji autonomne pokrajine Republike Srbije sve do 2002. godine kada su

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mknezevic@kg.ac.rs

uspopstavljene „privremene institucije samouprave“ – predsednik, skupština i odgovorna vlada kojoj je UNMIK (Privremena misija UN) prenosio sve više ovlašćenja. Od 1999. godine Republika Srbija nije više upravljala Kosovom i Metohijom kao delom svoje teritorije, a samim tim ni svojom imovinom koju je godinama unazad stvarala, uvećavala i u skladu sa tim stekla pravo da njom i raspolaže.

U ovom radu autor ne poklanja posebnu pažnju pitanju na koji način se odvajala pasiva od aktive preduzeća koje se potom privatizuje, međutim otvara neka buduća pitanja: na osnovu kojeg pravnog principa se deli imovina društvenog preduzeća tako da dugovi ostaju starom, tj. matičnom preduzeću a aktiva se prenosi na novo, izdvojeno preduzeće koje se kasnije privatizuje.

Autor se ne bavi posebno procenama vrednosti takvih preduzeća niti detaljnije analizira statističke podatke, već sa aspekta važećeg prava pokušava da inicira rešenje zaštite onih koji najviše gube iako imaju svoja vlasnička prava: nekad zaposlenih, a sada raseljenih lica.

Autor u radu postavlja pitanja po kojim propisima se vrši privatizacija preduzeća na teritoriji Kosova i Metohije i kakav je status radnika koji imaju vlasnička prava u preduzećima koja se privatizuju, t.j. interno raseljenih lica zaposlenih do 1999. godine u njima. Radi lakšeg sagledavanja ovog dela postavljene problematike, u radu je data analiza svojinske transformacije u Republici Srbiji i važeće zakonske regulative.

Proces svojinske transformacije u Srbiji

Republika Srbija je pretrpela velike promene na društveno političkom i ekonomskom planu, što je uticalo na proces svojinske transformacije i promene svojinskih oblika i odnosa.

Početak 1990-tih godina, Srbiju je zahvatio proces privatizacije koji je direktno vezan za redistribuciju društvenog bogatstva u uslovima nedovoljno razvijenih institucija tržišne ekonomije. Ustav iz 1990. godine u okviru svojinskog koncepta, zadržava, jemči i ravnopravno štiti: društvenu, državnu, privatnu i zadružnu svojinu. Pretvaranje društvene u druge oblike svojine vršeno je u kratkom vremenskom periodu uz primenu velikog broja različitih zakonskih i podzakonskih akata. Model državne svojine u Srbiji je bio definisan zakonom iz 1995. godine kojim je sva javna svojina prenet na državu (Zakon o sredstvima u svojini Republike Srbije, 1995). Novi ustav, donet nakon političkih previranja koja su se dešavala u periodu 1999-2005, donet je u 2006. godini. Ustav Republike Srbije jemči privatnu, zadružnu i javnu svojinu i garantuje njihovu ravnopravnu zaštitu.

Javna svojina predviđena je Ustavom Republike Srbije iz 2006. godine i Zakonom o javnoj svojini (Zakon o javnoj svojini Republike Srbije, 2011). Odredbe zakona usklađene su sa Ustavom i standardima EU. Donošenjem Zakona o javnoj svojini imao je zadatak da se Ustavne odredbe primene na izmenu svojinskog koncepta. Uvođenjem kategorije javne svojine ukinut je model državne svojine u Srbiji koji je bio definisan zakonom iz 1995. godine.

Ustav Republike Srbije iz 2006. godine jemči privatnu, zadružnu i javnu svojinu i garantuje njihovu ravnopravnu zaštitu. Javna svojina je: državna svojina, svojina autonomne pokrajine i svojina jedinice lokalne samouprave. Postojeća društvena svojina pretvara se u privatnu svojinu pod uslovima, na način i u rokovima predviđenim zakonom (Ustav Republike Srbije, 2006).

Prirodna bogatstva, dobra za koje je zakonom određeno da su od opšteg interesa i imovina koju koriste organi Republike Srbije su u državnoj imovini. U državnoj imovini mogu biti i druge stvari i prava, u skladu sa zakonom. Fizička i pravna lica mogu steći

pojedina prava na određenim dobrima u opštoj upotrebi, pod uslovima i na način predviđen zakonom. Prirodna bogatstva koriste se pod uslovima i na način predviđen zakonom. Imovina autonomnih pokrajina i jedinica lokalne samouprave, način njenog korišćenja i raspolaganja, uređuju se zakonom (Ustav RS, 2006). Na sticanje, vršenje, zaštitu i prestanak prava javne svojine, primenjuju se odredbe zakona kojim se uređuje pravo privatne svojine, ako nešto drugo nije određeno zakonom (Knežević, 2012).

Proces privatizacije javnih preduzeća, posledica je suočavanja zemalja u tranziciji sa tržišnom ekonomijom, koja je zahtevala promenu vlasništva u privredi, odnosno prenos državnog (javnog) vlasništva u privatno. Privatizacijom javnih preduzeća, ostvaruje se liberalizacija privrede u procesu prilagođavanja standardima i kriterijumima Evropske unije.

Privatizacija u Srbiji uređena je Zakonom o privatizaciji i nizom drugih zakona, uredbi, pravilnika i uputstava. Zakon o privatizaciji donet je 2001. godine više puta do sada je menjan i dopunjavan (Zakon o privatizaciji, 2001). Privatizacija, u smislu novog zakona se definiše kao promena vlasništva kapitala i imovine pravnih lica koja posluju društvenim i javnim kapitalom. Važećom zakonskom regulativom se uređuju uslovi i postupak promene vlasništva društvenog, odnosno državnog kapitala. Privatizacija se zasniva na načelima stvaranja uslova za razvoj privrede i socijalnu stabilnost, obezbeđenja javnosti, fleksibilnosti, formiranja prodajne cene prema tržišnim uslovima.

Predmet privatizacije je društveni, odnosno državni kapital u preduzećima i drugim pravnim licima, tj. subjektima privatizacije. Predmet privatizacije je i državni kapital koji je iskazan u akcijama ili udelima, ako uslovi i postupak prodaje tog kapitala nisu drugačije uređeni posebnim propisom. U postupku privatizacije može se prodati imovina ili deo imovine subjekta privatizacije, odnosno pojedini delovi subjekta privatizacije. Odredbe ovog zakona primenjuju se na subjekte privatizacije koji imaju sedište na teritoriji Republike Srbije.

U skladu sa odredbama ovog zakona privatizuje se kapital i imovina u društvenim preduzećima osnovanim od delova preduzeća u Republici Srbiji čije je sedište na teritoriji republika bivše SFRJ. Predmet privatizacije ne mogu biti prirodna bogatstva i dobra u opštoj upotrebi, kao dobra od opšteg interesa.

Proces svojinske transformacije na Kosovu i Metohiji

Proces svojinske transformacije društvenih preduzeća na Kosovu i Metohiji je počela pre 2006. godine, a Srbija od početka tog procesa nema pravo učešća u prodaji preduzeća po osnovu vlasništva, niti prema činjenici da je pravni naslednik bivše Savezne Republike Jugoslavije i zajednice Srbije i Crne Gore. Srbija je preuzela oko 1,16 milijardi dolara međunarodnog duga pokrajine, ali na prihode od 500 preduzeća na Kosovu i Metohiji od kojih je većina prodana, nema pravo.

Kosovo i Metohija, proglašena je 1956. godine „nedovoljno razvijenim područjem“, a 1965. godine pomoć Kosovu i Metohiji preuzima tada osnovani Fond Federacije za pomoć nerazvijenima. Prema podacima Fonda, od tada pa do 1989. godine na Kosovu i Metohiji je Fond uložio 4,8 milijardi dolara, što je bilo 70% njegovih ukupnih sredstava. Od 1970. sredstva Fonda data Kosovu bila su u formi kredita sa godišnjom kamatnom stopom u proseku 4,5%. Dodatna sredstva obezbeđivana „*ad hoc*“ iz budžeta, pod raznim stavkama Federacije i Republike Srbije, uključujući i budžet pokrajine Vojvodine. Prema podacima bivšeg Saveznog zavoda za statistiku, od 1961. do 1980. godine na Kosovo i Metohiju je uloženo 17,6 milijardi dolara. Na osnovu dokumentacije Fonda Federacije Srbija je vlasnik 35,4% celokupne imovine na Kosovu i Metohiji (<http://www.fondzarazvoj.gov.rs/>).

Velika ulaganja u kosovsku privredu nije pratila i njena efikasnost (Božović, 2014). Ona je opadala, naročito posle sedamdesetih godina prošlog veka, kada je AP Kosovo i Metohija Ustavom iz 1974. godine dobilo punu autonomiju.

Nakon raspada SFRJ 1991. godine, pomoć pokrajini se u potpunosti odvijala preko budžeta Srbije. Najviše je ulagano u razvoj energetskog sektora (u termoelektranu u Obiliću, u rudnike i kombinat „Trepču“ i u elektroprivredu) (Knežević, Kvrđić, Ivković, 2014).

Republika Srbija prihvata Kosovo i Metohiju u statusu definisanom po Rezoluciji 1224 Saveta bezbednosti UN koja garantuje nepovredivost svojinskih prava na Kosovu i Metohiji. Mišljenja smo da se privatizacija sprovodila uz kršenje ovog principa i protivno Rezoluciji 1244 Saveta bezbednosti UN (Ljepojević, 2006).

Donošenjem Uredbe br. 2002/12 od 13. 06. 2002. godine i konstituisanjem takozvane „Kosovske Povereničke Agencije“ (Kosovo Trust Agency - KTA), započinje proces privatizacije. „Kosovska Poverenička Agencija“ je sprovodila privatizaciju do maja 2008. godine, kada Zakon o Kosovskoj Agenciji za privatizaciju formira novo telo sa sličnim nadležnostima (Zakon o Kosovskoj Agenciji za privatizaciju, 2008) (Zakon o Kosovskoj Agenciji za privatizaciju, 2008).

„Kosovska agencija za privatizaciju“ preuzima nadležnosti „Kosovske povereničke agencije“, u skladu sa načelima Evropske konvencije o ljudskim pravima i Zakona dobija ovlašćenje da upravlja društvenim preduzećem na teritoriji Kosova kao i njihovom imovinom. Svojinska transformacija društvenih preduzeća se sprovodila pod kontrolom novostvorene agencije kroz dobrovoljnu likvidaciju i *spin-off* procesa izdvajanja novog iz matičnog preduzeća kojem ostaju dugovi, pasiva, dok aktivu dobija novo preduzeće koje se potom privatizuje (Arsić, Đokić, 2004).

Jedan od primera prodaje imovine na području Kosova i Metohije koja je vlasništvo države Srbije, odnosno prodaja društvenih preduzeća bez poštovanja prava vlasnika koja se realizuje preko Kosovske Agencije za privatizaciju, je prodaja „Feronikla“, gde je 20% vlasništva Elektroprivrede Srbije, 31% Fonda za razvoj Srbije i 49% u vlasništvu same fabrike. „Feronikl“ je prodat 2007. godine, za 30,5 miliona evra engleskoj kompaniji IMP „Alferon“.

Prava zaposlenih u procesu privatizacije na Kosovu i Metohiji je drugačije uređeno u odnosu na važeća zakonska rešenja zemalja regiona, gde su prava zaposlenih šticeana podelom besplatnih akcija radnicima ili kupovinom akcija po povlašćenim uslovima. Proces privatizacije na prostoru Kosova i Metohije predviđa prava zaposlenih na deo prihoda od privatizacije na prioritetnoj osnovi po kojem je predviđeno da se 20% od prodajne cene preduzeća deli među zaposlenim u tom preduzeću. Prema sadržaju ovo pravo ima korelat u domaćem institutu otpremnine ili socijalnog programa za radnike koji ostaju bez posla zbog prodaje njihovog preduzeća.

Posebno je pitanje prava učešća u raspodeli privatizacionog prihoda radnika. Iako je uvođenje ovog prava u samostvoreni „kosovski pravni sistem“ predstavljalo pozitivan pomak u zaštiti ljudskih prava, praksa je pokazala i njegovo ograničenje. Uredba UNMIK-a broj 2003/13 o promeni prava korišćenja zemljišta u društvenoj svojini kojom se uređuje pravo na odštetu, odnosno učešće u raspodeli privatizacionog prihoda, propisuje da to pravo imaju samo radnici zaposleni u preduzeću u trenutku kada se ono privatizuje, tj. lica koja se u momentu prodaje nalaze na spisku zaposlenih tog preduzeća i najmanje tri godine su se nalazila na platnom spisku preduzeća (osim bivših radnika, penzionera, naslednika preminulih radnika). Ovde se ne radi o podeli akcija zaposlenima kao što se sprovodi prema

Zakonu o privatizaciji u Republici Srbiji, niti dobijanju upravljačkih niti vlasničkih prava. Podela novčanog iznosa ima karakter socijalnog programa.

Pored toga „Uredba o privatizaciji na Kosovu i Metohiji“ iz 2005. godine ne propisuje utvrđivanje porekla vlasništva pre pokretanja postupka privatizacije, već se daje mogućnost njegovog naknadnog sudskog utvrđivanja.

Prema tumačenju „Posebne Komore Vrhovnog suda Kosova“, vreme privatizacije je datum zaključenja ugovora o prodaji preduzeća. Interno raseljena lica koja su 1999. godine protiv svoje volje napustila teritoriju Kosova i Metohije, a samim tim i svoja radna mesta imaju pravo da podnesu žalbu „Posebnoj Komori Vrhovnog suda Kosova.“ U žalbenom postupku imaju mogućnost da dokazu svoje pravo da se nađu listi zaposlenih koji imaju pravo na deo prihoda od privatizacije. „Kosovske Agencije za Privatizaciju“ ima obavezu da spisak zaposlenih sa obaveštenjem o pravu na žalbu objavi na sajtu „Kosovske Agencije za privatizaciju“ i sredstava javnog informisajna na albanskom jeziku i na srpskom jeziku (Blic, Danas, itd.). U praksi postoji ograničen pristup ovako datih informacija za interno raseljena lica.

Prema Uredbi 2003/13 o promeni prava korišćenja zemljišta u društvenoj svojini, liste radnika sačinjavaju se tako što telo koje zastupa zaposlene u društvenom preduzeću o kojem se radi u saradnji sa „Federacijom nezavisnih sindikata Kosova“, ustanovljava na nediskriminatorskoj osnovi i podnosi „Agenciji“ spisak zaposlenih koji imaju pravo na isplatu. Članovi sindikata nisu interno raseljena lica, i iako Uredba propisuje nediskriminatorsku osnovu kao važan princip, prisutnost na listi zaposlenih sa pravom učešća u privatizacionom prihodu interno raseljenih lica je zanemarljiv, ili bolje reći gotovo da ih nema.

Iako je propisano pravilo dobro, praksa nam očigledno govori nešto što je u suprotnosti sa važećim pravilom. Praksa potvrđuje pravilo da je stvarni život inventivniji od stvaraoaca propisa, kao da je uprava Ujedinjenih nacija neuspešna na prostoru Kosova i Metohije (Čelić, 2008). Kasnije su propisi izmenjeni tako što se donosi Administrativno naređenje 2006/17 kojim se menja i dopunjuje Administrativno naređenje UNMIK-a i utvrđuje obaveza „Agencije“ da objavljuje privremeni i konačni spisak radnika za jedno preduzeće.

Nakon privremenog spiska eventualni pokrenuti žalbeni postupak vodi „Kosovska Poverenička Agencija“, a nakon konačnog „Posebna Komora Vrhovnog suda Kosova“ i to u propisnom roku od 20 dana od dana objavljivanja spiska.

Praksa nam pokazuje da je nakon donetih presuda „Posebne Komore Vrhovnog Suda Kosova“ došlo do procentualnog povećanja učešća interno raseljenih lica u broju radnika sa pravima učešća u prihodu od privatizacije preduzeća (Presuda, 2008). Kod upućivanja žalbi na objavljene privremene liste zaposlenih ne postoji problem ispunjavanja formalnog zahteva jer se uz oglas nalazi i obrazac koji je lako popuniti, ali kod podnošenja žalbi na konačne spiskove zaposlenih postoje teškoće oko ispunjavanja formalnog zahteva jer se traži i odgovarajuća stručna pomoć.

Interno raseljena lica pored ovog problema, susreću se i sa problemom propuštanja roka za žalbu usled zakasnelog saznanja za postojanje samog spiska, ili zbog neprepoznavanja preduzeća u kojem su radili, čije se poslovno ime u međuvremenu promenilo. Pored toga, potrebno je da se uz žalbu priloži kopija radne knjižice ili drugi odgovarajući dokaz u kopiji overenoj od strane nadležnog organa, što je za mnoge neizvodljivo jer su radne knjižice u vrtlogu izbeglištva izgubljene, ili ukoliko nisu izgubljene, nisu overene (Matijević, 2013).

„Zakon o Kosovskoj Agenciji za Privatizaciju“ 2008. godine zatvara „Kancelariju za prijem pošte Kosovske Povereničke Agencije“ koja se nalazila u Beogradu, u okviru kancelarije UNMIK-a, tako da se dalja komunikacija obavlja direktno sa „Kosovskom Agencijom za Privatizaciju“ u Prištini što je dodatni problem za interno raseljena lica ukoliko se uzmu u obzir strogi rokovi žalbenog postupka i slab poštanski saobraćaj između Kosova i Metohije i Srbije.

Pored toga, Kosovsku Agenciju za Privatizaciju je tužilo 90 kompanija koje su izvan Kosova i Metohije. Njihove tužbe su u Specijalnom odeljenju vrhovnog suda Kosova. Među onima koji su tužili Kosovskom Agencijom za Privatizaciju je grčka kompanija „Mytilineos holdings SA“ koja traži 44 miliona evra, beogradska kompanija „Aparatna tehnika“ potražuje 9,7 miliona, jagodinska „Trend kompani“ devet miliona, francuska SCMM 2,6 miliona i bugarska „Tera 90“ 650.000 evra.

Najavljena je privatizacija javnih preduzeća na prostoru Kosova i Metohije: Pošta i telekomunikacije Kosova, Međunarodni aerodrom "Priština", Kosovske železnice, Gradska toplana – Termokos, Gradska toplana – Đakovica, Operator prenosa i tržišta električne energije, Energetska korporacija Kosova – KEK i Kosovska kompanija za upravljanje deponijama.

Javna preduzeća su u prvoj fazi transformisana u holdinge, a u drugoj fazi je predviđeno stvaranje novih preduzeća, i to tako što se sva dugovanja i potraživanja stavljaju u pasivu, a od imovine se pravi novo preduzeće. Vrednost javnih preduzeća na Kosovu i Metohiji je ogromna, s tim da javna preduzeća Republike Srbije izmiruju svoja dugovanja i prema stranim kreditorima po osnovu zaduženja njihovih jedinica na teritoriji AP Kosova i Metohije.

Zaključak

Propisi koji regulišu proces privatizacije na prostoru Kosova i Metohije daju prava licima koja imaju potraživanja prema preduzećima da ta prava realizuju u postupku pred „Kosovskom Agencijom za Privatizaciju“ i u postupku pred „Posebnom Komorom Vrhovnog Suda Kosova“, i sl. Postupak podnošenje žalbe „Posebnoj Komori Vrhovnog suda Kosova“ je uređen na strogo formalan način i sprovodi se 60 dana nakon njenog podnošenja „Kosovskoj Agenciji za Privatizaciju“.

Postupak ostvarenja tog prava za interno raseljena lica je formalno - pravno uređen, ali je u praksi teško sprovodljiv uz složene pravne procedure, dugotrajan i zahtevan. Jedan od problema predstavlja to što preklapanje propisa čini izuzetno nejasnim koji zakon se primenjuje, kada i od koga. Srbi sa severa Kosova i Metohije odbijaju da poštuju takozvane „kosovske zakone“ i primenjuju srpske zakone i uredbе UNMIKA, dok kosovski Albanci primenjuju „kosovske zakone“ i samo neke uredbе UNMIKA. Takođe, srpsko ne priznavanje samoproglašenog Kosova, njegovih institucija i propisa dovodi do stvaranja dva režima privatizacije koji su u sukobu u mnogim oblastima.

U radu je analizirano sprovođenje postojećih zakona u predmetnoj oblasti na teritoriji Republike Srbije i Kosova i Metohije, kao i mogućnost poboljšanja zakonodavstva u oblasti privatizacije preduzeća i jače zaštite prava radnika, tj. interno raseljenih lica koji imaju potraživanja prema preduzeću. Takva pozraživanja se mogu zasnivati na priznavanju prava vlasništva ili utvrđivanju pravnog interesa nad imovinom koja je sada u vlasništvu ili pod kontrolom preduzeća koje se privatizuje, na obligacionom odnosu u kojem neko lice ima položaj poverioca prema preduzeću, ili na odnosu nastalom po osnovu štete pretrpljene od strane preduzeća i sl.

Iako proces privatizacije formalno - pravno daje podjednaka prava interno raseljenim licima sa pravima zaposlenih u procesu privatizacije u Republici Srbiji i u drugim zemljama regiona, praksa pokazuje da se kroz realizaciju ovih prava vidi glavni nedostatak: ne ostvaruju se ciljevi proklamovani važećim aktima. Republika Srbija treba političkom voljom da izdejstvuje kod Međunarodne zajednice usvajanje Zakona o restituciji na teritoriji Kosova i Metohije i na taj način osigura vraćanje imovine njenim vlasnicima, čime će svakako biti obuhvaćeni i radnici i njihova vlasnička prava na imovini preduzeća koja se privatizuju.

References

1. Annan, K. (1999). Two concepts of the sovereign. *The Economicist*, str. 50-53.
2. Arsić, Lj., Đokić, N. (2004). Institucionalne pretpostavke i realizacija procesa svojinske transformacije na Kosovu i Metohiji. *Ekonomski pogledi*, 1-2, str. 211-218.
3. Bat, Dž. (2005). Pitanje Srbije. *Sveska iz Šaoa*, 81, str. 36.
4. Božović, I., Milačić, S. i Božović, J. (2014). Strana ulaganja i njihov značaj za ekonomski razvoj Kosova i Metohije. *Socioeconomica*, 3/5, str. 65-72.
5. Čelić, D. (2008). Direkcija i komisija za stambena i svojinska pitanja: prilog neuspehu uprave Ujedinjenih nacija na Kosovu i Metohiji. *Pravni život*, 11, str. 229-241.
6. Dostupno na: <http://www.fondzarazvoj.gov.rs/>
7. Knežević, M. (2012). *Privredno prav.* Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
8. Knežević, V., Kvirgić, G. i Ivković, D. (2014). Kosovo's economy and Serbian economy. *International Review*, 1-2, str. 114-126.
9. Ljepojević, S. (2006). Kosovo i Metohija: Realnost, ekonomija i zablude. *Politika*, str. 5.
10. Matijević, M. (2013). Sticanje svojine održajem i nasilno zauzeće nepokretne imovine lica raseljenih sa Kosova i Metohije nakon sukoba 1999. godine. *Strani pravni život*, 3, str. 171-188.
11. Mullerson, R. (1994). *International Law, Rights and Politics*. London: Routledge.
12. Presuda Posebne Komore Vrhovnog Suda Kosova, SCEL-08-0003.
13. Radojičić, M. (2015). The European Union and the Kosovo Issue: an International Ethical Perspective. U B. Jovanović, U. Šuvaković (ur.), *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Prištini* (str. 167-184). Kosovska Mitrovica: Filozofski fakultet Univerzitet u Prištini.
14. Ustav Republike Srbije, *Službeni glasnik RS*, br. 98/2006.
15. Zakon o javnoj svojini Republike Srbije, *Službeni glasnik RS*, br. 72/2011.
16. Zakon o Kosovskoj Agenciji za privatizaciji (2008), *Službeni list Kosova*, godina III/broj 30/15.
17. Zakon o privatizaciji, *Službeni glasnik RS*, br. 38/2001, 18/2003, 45/2005, 123/2007, 30/2010, 93/2012, 119/2012, 51/2014.
18. Zakon o sredstvima u svojini Republike Srbije, *Službeni glasnik RS*, br. 54/95, 54/96, 32/97 i 101/05.
19. The European Union and the Kosovo Issue: an International Ethical Perspective

MOGUĆNOSTI I OGRANIČENJA INTEGRISANE PRIMENE SAVREMENIH MODELA UPRAVLJANJA TROŠKOVIMA

Dr Violeta Domanović*

Apstrakt: *Upravljanje troškovima neumitno postaje faktor unapređenja efikasnosti i značajan izvor konkurentske prednosti preduzeća u savremenom poslovnom okruženju. Savremeno poslovno okruženje, koje karakteriše deregulacija tržišta, povećana globalna konkurencija, kraći životni ciklusi proizvoda i sve veći broj proizvodnih linija, nameće potrebu za kontinuelnim iznalaženjem i definisanjem novih koncepata i alata koji podržavaju strategijsko upravljanje preduzećem. U radu se ističu neki od tih koncepata koji zavređuju pažnju savremenih menadžera i to: upravljanje ukupnim kvalitetom, upravljanje ciljnim troškovima, kontinuelno poboljšanje (kaizen), preduzeće kao deo lanca snabdevanja (extended enterprise), upravljanje aktivom, upravljanje troškovima kapaciteta, upravljanje procesima, upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti, upravljanje integrisanim performansama, reinženjering, obračun troškova po fazama životnog ciklusa proizvoda, lanac vrednosti i usklađena lista rezultata. Cilj istraživanja jeste da se ispituju mogućnosti i ograničenja integrisanja informacija dobijenih iz alternativnih modela upravljanja troškovima i modela strategijskog upravljanja preduzećem. Pretpostavka je da savremeni modeli upravljanja troškovima imaju komplementarnu ulogu u procesu strategijskog upravljanja preduzećem. Rezultati istraživanja potvrđuju polaznu hipotezu ukazujući na značaj integrisane primene savremenih modela upravljanja u različitim domenima odlučivanja.*

Ključne reči: *savremeno poslovno okruženje, novi koncepti upravljanja preduzeća, savremeni modeli upravljanja troškovima, integrisani model upravljanja troškovima.*

Uvod

Savremeno poslovno okruženje, koje karakteriše deregulacija tržišta, povećana globalna konkurencija, kraći životni ciklusi proizvoda i sve veći broj proizvodnih linija, nameće potrebu uvođenja i primene novih modela upravljanja troškovima. Upravljanje troškovima neumitno postaje faktor unapređenja efikasnosti preduzeća. Reč je o konceptu koji se fokusira na smanjenje troškova i kontinuelno poboljšanje i promenu pre nego na sam sadržaj troškova. Za razliku od tradicionalnih sistema kontrole troškova koji se rutinski primenjuju na kontinuelnoj osnovi, upravljanje troškovima primenjuje se na *ad hoc* osnovi i to onda kada se identifikuje mogućnost smanjenja troškova.

Upravljanje ukupnim troškovima (*total cost management – TCM*) je efektivna primena profesionalne i tehničke ekspertize za planiranje i kontrolu resursa, troškova, profitabilnosti i rizika. Reč je o sistematskom pristupu upravljanja troškovima tokom životnog ciklusa preduzeća, programa, kapaciteta, projekta, proizvoda ili usluge (Hollmann, 2006). Prakse upravljanja troškovima menjaju se sa promenom karakteristika poslovnog okruženja. Počevši sa obračunom troškova po aktivnostima 1980-ih godina, pojavili su se novi modeli upravljanja troškovima. Upravljanje zasnovano na aktivnostima, budžetiranje zasnovano na aktivnostima, upravljanje ciljnim troškovima, obračun troškova po fazama životnog ciklusa proizvoda, upravljanje troškovima kapaciteta, upravljanje investicijama, strategijsko upravljanje troškovima, samo su neki od novih modela upravljanja troškovima. Učinjeni su napori da se upravljanje troškovima poveže sa drugim ključnim metrikama performansi,

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu: e-mail: vterzic@kg.ac.rs

kreirajući tako sisteme upravljanja integrisanim performansama. Paralelno sa izmenama u praksama upravljanja troškovima, bilo je i promena u strukturi i fokusu organizacija. Procesni pristup podrazumevao je i uključivanje ključnih trgovinskih partnera, što je rezultiralo kreiranjem integrisanih lanaca ponude. Pokretačka snaga rapidnih promena je kupac. Zahtevi kupaca za boljim, ali jeftinijim proizvodima i uslugama koji se brže isporučuju sa sve većim nivoima kastimizacije utiču na preduzeća da preispitaju svaki aspekt svog poslovanja. Informacije su relevantne u definisanju zahteva kupaca i ispunjenja njihovih zahteva bolje od konkurenata. Uvođenje i primena novih sistema upravljanja i informacionih sistema postalo je od suštinskog značaja za opstanak jednog preduzeća koje nastoji da izađe u susret izazovima na globalnom tržištu. Novi sistemi merenja i upravljanja razvijeni su izolovano od drugih inicijativa i sistema, što rezultira ponavljanjem, gepovima i pogrešnom komunikacijom. Usled nedostatka integracionog modela, ove inicijative nisu uspele da obezbede sve obećene koristi. Integracija informacija je esencijalna da bi se resursi preduzeća optimalno koristili. Integracija modela upravljanja troškovima obezbeđuje osnovu za analizu robusnog odlučivanja zato što obezbeđuje višestruke perspektive. Bez obzira da li preduzeće upravo počinje sa implementacijom novih modela upravljanja troškovima ili većinu već koristi, potreba za integracijom informacionih i sistema upravljanja ostaje ista. Ispunjenje ovog zahteva jeste cilj integrisanog sistema upravljanja troškovima (*integrated cost management system - ICMS*).

Izjava o upravljačkom računovodstvu (*Statement on Management Accounting – SMA*) (Institute of Management Accountants, 2000) napisana je sa ciljem da pruži pomoć preduzećima da shvate kako treba integrisati sistem upravljanja troškovima kako bi se optimizirala ulaganja u informacije. Koncepti u Izjavi namenjeni su velikim i malim preduzećima u svim sektorima. Informacije u Izjavi od pomoći su finansijskim profesionalcima i ostalima da (Institute of Management Accountants, 2000, str. 4): shvate bazične principe integrisanog modela upravljanja troškovima; shvate različite elemente integrisanog sistema upravljanja troškovima; odrede primene i koristi od integrisanog modela upravljanja troškovima; odrede relacije između različitih pristupa upravljanja troškovima; dizajniraju integrisani sistem upravljanja troškovima; razviju migracioni put za integraciju različitih sistema upravljanja troškovima i prošire svest zaposlenih i dobiju njihovu saglasnost za uvođenje integrisanog sistema upravljanja troškovima.

Imajući u vidu navedeno, predmet istraživanja biće usmeren na integrisanje savremenih modela upravljanja troškovima. Cilj rada jeste da se ispituju mogućnosti i ograničenja integrisanja savremenih modela upravljanja troškovima. Ključna hipoteza od koje se u radu polazi je da su savremeni modeli upravljanja troškovima komplementarni i samo integrisanjem informacija iz različitih modela upravljanja troškovima moguće je ostvariti konkurentnsku prednost.

Da bi se testirala polazna hipoteza, primeniće se kvalitativna metodologija, utemeljena na proučavanju i deskriptivnoj analizi istraživačkog problema i, metodom sinteze i dedukcije, izvršiće se sintetizovanje različitih stavova, na osnovu kojih će se izvesti generalnih zaključci vezano za mogućnosti i ograničenja integrisanja informacija iz različitih modela upravljanja troškovima.

Polazeći od definisanog predmeta, cilja i polazne hipoteze, u radu će se najpre dati pregled novih koncepata strategijskog upravljanja preduzećem, ističući osnovne postavke istih; potom, ukazaće se na neophodnost strategijskog upravljanja troškovima u savremenom poslovnom okruženju, nakon čega će se dati konceptualne osnove i ključni principi integrisanog modela upravljanja troškovima i, na kraju, istaći će se koristi od primene integrisanja informacija savremenih modela upravljanja troškovima.

Novi koncepti strategijskog upravljanja preduzećem

Savremeno poslovno okruženje nameće potrebu za kontinuelnim iznalaženjem i definisanjem novih koncepata i alata koji podržavaju strategijsko upravljanje preduzećem. Cilj uvođenja novih koncepata jeste svakako podizanje sveukupne efikasnosti preduzeća. Neki od tih koncepata koji zavređuju pažnju savremenih menadžera su: upravljanje ukupnim kvalitetom, upravljanje ciljnim troškovima, kontinuelno poboljšanje (*kaizen*), preduzeće kao deo lanca snabdevanja (*extended enterprise*), upravljanje aktivom, upravljanje troškovima kapaciteta, upravljanje procesima, upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti, upravljanje integrisanim performansama, reinženjering, obračun troškova po fazama životnog ciklusa proizvoda, lanac vrednosti i usklađena lista rezultata.

Obračun troškova po fazama životnog ciklusa proizvoda je tehnika upravljanja koja je od pomoći u procesu identifikovanja i kontrole troškova proizvoda kroz njegov životni ciklus. Životni ciklus sadrži sve korake počevši od dizajna proizvoda i nabavke sirovina do isporuke i servisiranja gotovih proizvoda. Ovi koraci uključuju (Blocher, 2005, 16): (1) istraživanje i razvoj; (2) dizajn proizvoda, uključujući prototip, ciljni trošak i testiranje; (3) proizvodnju, kontrolu, pakovanje i skladištenje; (4) marketing, promociju i distribuciju i (5) prodaju i usluge. Upravljanje troškovima tradicionalno je fokusirano samo na troškove koji nastaju u trećem koraku, tj. proizvodnji. Razmišljajući strategijski, upravljačke računovođe sada upravljaju troškovima životnog ciklusa proizvoda, uključujući troškove u uzvodnom i nizvodnom delu lanca vrednosti kao i troškove proizvodnje. Ovaj prošireni fokus znači da upravljačke računovođe posebnu pažnju posvećuju dizajnu proizvoda, s obzirom da se troškovi dizajniranja odražavaju i na troškove u narednim fazama životnog ciklusa proizvoda (Domanović, 2009).

Upravljanje ciljnim troškovima je sistem planiranja profita i upravljanja troškovima. Ciljni trošak je strukturirani pristup određivanju visine troškova koju preduzeće mora da ostvari u procesu proizvodnje određenog proizvoda određene funkcionalnosti i kvaliteta, a u cilju generisanja željene profitabilnosti tokom životnog ciklusa proizvoda po unapred određenoj prodajnoj ceni (Weil and Maher, 2005, p. 243). Reč je o alatu upravljanja profitom kao i upravljanja troškovima. Ciljni trošak ističe odnos između vrednosti koja je uključena u proizvod/usluge, zahteva kupaca i maksimalne količine resursa/troškova koja se može potrošiti za ove potrebe. Obezbeđuje dugoročni opstanak i prosperitet preduzeća na današnjem brzo promenljivom, konkurentskom tržištu. Ciljni trošak se odnosi na dizajn proizvoda i procese proizvodnje koji omogućavaju preduzeću da proizvede proizvod po visini troškova tako da u krajnjem preduzeće može ostvariti profit ukoliko proizvod proda po procenjenoj tržišnoj ceni. Procenjena cena naziva se ciljna cena, željena stopa prinosa je ciljni profit, a visina troškova po kojoj se proizvod mora proizvesti je ciljni trošak (Hilton, 2008, 233). Ciljni trošak je u skladu sa novim tržišnim uslovima tako što integriše zahteve kupaca, tehničke atribute i informacije o troškovima u fazu dizajna proizvoda i tako što reducira troškove proizvoda eliminišući one funkcije koje ne dodaju vrednost (Zengin and Erhan, 2010, 5594). Ciljni trošak omogućava proizvođačima da efikasno upravljaju troškovima uz istovremeno dodavanje veće vrednosti proizvodima. Otuda, ciljni trošak se može opaziti kao sveobuhvatni proces upravljanja troškovima pre nego samo kao jednostavna tehnika redukcije troškova (Zengin and Erhan, 2010, 5594).

Kontinuelno poboljšanje (japanska reč je *kaizen*) je tehnika upravljanja pomoću koje se svi zaposleni posvećuju programu kontinuelnog poboljšanja u kvalitetu i drugim kritičnim faktorima uspeha. Iz *Kaizen* koncepta ponikao je novi sistem obračun troškova - *Kaizen costing*. *Kaizen costing* je "savremeni sistem obračuna troškova koji je uključen u računovodstvo troškova, tržišno orijentisan i interno računovodstveno utemeljen sa svrhom

da informaciono podrži menadžment preduzeća upravljanjem sistematskom redukcijom troškova za male, inkrementalne, *kaizen* iznose u dužem vremenskom periodu u svim etapama procesa proizvodnje” (Janjić, 2009, 22). Njegovo poreklo pripisuje se japanskim proizvođačima koji neumorno tragaju za kvalitetom. Kontinuelno poboljšanje često se povezuje sa praksom poređenja sa rivalima u grani (*benchmarking*) i upravljanjem ukupnim kvalitetom pošto preduzeća nastoje da identifikuju druga preduzeća kao modele u cilju poboljšanja svojih kritičnih faktora uspeha. Efekti primene *kaizen* koncepta su smanjenje troškova i cene koštanja, povećanje kvaliteta proizvoda, obima prodaje i profita, a sve putem saradnje, komunikacije i međusobne usaglašenosti zaposlenosti, menadžerskih, ekspertskih i izvršnih struktura, jačanje poslovnog morala i discipline, produktivnije i ekonomičnije korišćenje raspoloživih ljudskih i materijalnih resursa preduzeća (Janjić, 2011, 366). Imajući ovo u vidu, može se konstatovati da *Kaizen costing* predstavlja važan instrument u formulisanju i implementaciji strategije vođstva u troškovima (Janjić, 2012, 184).

Upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti zasniva se na verovanju da su tačne i relevantne informacije kritične za bilo koju organizaciju koja održava ili poboljšava konkurentsku poziciju. ABCM daje osnovu za razvijanje ekonomskih ocena proizvoda, procesa i performansi aktivnosti targetirajući mogućnosti koje povećavaju potencijal za kreiranje vrednosti preduzeća. Mnoga preduzeća spoznala su da mogu da poboljšaju planiranje, obračun troškova proizvoda, operativnu kontrolu i menadžment kontrolu koristeći analizu aktivnosti u cilju razvijanja detaljnog opisa specifičnih aktivnosti koje se izvršavaju u poslovanju preduzeća. Analiza aktivnosti obezbeđuje osnovu za obračun troškova po aktivnostima i upravljanje na osnovu aktivnosti (*Activity-Based Management - ABM*). Obračun troškova po aktivnostima koristi se da bi se poboljšala tačnost analize troškova poboljšavajući raspodelu troškova na proizvode ili individualne kupce. Upravljanje na osnovu aktivnosti primenjuje analizu aktivnosti kao način poboljšanja operativne i menadžment kontrole. *ABC* i *ABM* su ključni strategijski alati za mnoga preduzeća, posebno ona sa kompleksnim poslovima ili velikom raznovršnošću proizvoda. Obračun troškova po aktivnostima olakšava strategijsko upravljanje troškovima. Merenjem troškova aktivnosti i kroz identifikaciju aktivnosti u proizvodnji proizvoda i pružanju usluga, obračun i upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti pomaže menadžerima da razumeju odnos između strategije preduzeća i aktivnosti i resursa neophodnih za implementaciju strategije (Blocher et al., 2005).

Reinženjering je proces kreiranja konkurentске prednosti u kojem preduzeće reorganizuje svoje operativne i menadžment funkcije, često sa rezultatom da se poslovi modifikuju, kombinuju ili eliminišu. Bio je definisan kao "fundamentalno ponovno razmišljanje i radikalni redizajn poslovnih procesa u cilju dramatičnog poboljšanja u kritičnim, savremenim merilima performansi, kao što su troškovi, kvalitet, usluge i brzina" (Hammer and Champy, 1993; Stojanović-Aleksić, 1999, 2000). Pod pritiskom globalne konkurencije, mnoga preduzeća gledaju na reinženjering kao na način da reduciraju troškove upravljanja i poslovanja i kao osnovu pažljive ponovne analize strategijske konkurentске prednosti preduzeća. Upravljanje troškovima podržava napor reinženjeringa obezbeđujući relevantne informacije.

Upravljanje ukupnim kvalitetom (TQM) je tehnika pomoću koje menadžment razvija politike i prakse kako bi osiguralo da proizvodi i usluge premašuju očekivanja kupaca. Ovaj pristup uključuje povećanu funkcionalnost proizvoda, pouzdanost, istrajnost i uslužnost. Upravljanje troškovima vrši se u cilju analize efekata izbora različitih dizajna za upravljanje ukupnim kvalitetom, kao i u cilju merenja i izveštavanja o mnogim aspektima kvaliteta uključujući, na primer, zastoje u procesu proizvodnje i defekte, neproduktivno utrošen rad ili sirovine, broj servis poziva i prirodu žalbi, troškove garancije i opozive proizvoda. *TQM*

napori mogu izgraditi lojalnost marki i biti od pomoći preduzeću da brzo poboljša kvalitet proizvoda i konkurentnost.

Lanac vrednosti identifikuje specifične korake koji obezbeđuju stvaranje konkurentnog proizvoda ili pružanje usluga kupcima. Posebno, analiza lanca vrednosti preduzeća pomaže menadžmentu da otkrije koji koraci ili aktivnosti nisu konkurentni, gde se troškovi mogu smanjiti ili čija aktivnost treba da bude eksterno podržana. Takođe, menadžment preduzeća može da primenjuje analizu aktivnosti kako bi pronašlo načine za povećanje vrednosti za kupca u jednom ili više koraka lanca vrednosti. Lanac vrednosti je osnovno analitičko sredstvo strategijske analize troškova (Milićević, 2003). Osnovni cilj strategijske analize troškova jeste da osvetli relativnu troškovnu poziciju preduzeća i da omogući kontinuelnu primenu informacija o troškovima za razvoj i identifikovanje superiornih strategija koje će proizvesti dugoročno održivu konkurentsku prednost (Milićević, 2003, 134). Ključna ideja analize lanca vrednosti je da preduzeće treba pažljivo da izučava svaki korak u svom poslovanju da bi se odredilo koliko svaka aktivnost doprinosi profitu i konkurentnosti preduzeća (Wise and Baumgartner, 1999).

Preduzeće kao deo lanca snabdevanja (extended enterprise – EE) sažima horizontalne tokove proizvoda i usluga koje čine industrijski lanac vrednosti. Identifikovanje suštinskih odnosa i davanje rešenja na nedostatke performansi, *EE* je primarni izvor eksternih informacija o zadovoljstvu kupaca, promenama u obrascima kupovine, sposobnostima lanca ponude i performansama sistema nasuprot zahtevima kupaca. Cilj *EE* je da se razvije okruženje u kojem sve članice lanca vrednosti funkcionišu kao jedinstveni entitet. Povezivanje svrha i strategija različitih entiteta u jednu celinu otvara mogućnosti za smanjenje troškova, investiranje, skraćivanje procesa rada, podelu znanja, pri čemu sve ovo dovodi do povećanja zadovoljstva zaposlenih. Eliminisanjem mnogih suvišnih transakcionih troškova i otklanjanjem ponavljanja, zakašnjenja i neefikasnosti iz lanca ponude, preduzeća koja imaju *EE* kreiraju nove forme konkurentne prednosti za sebe i svoje trgovinske partnere.

Upravljanje aktivom (asset management – AM) igra ključnu ulogu u integraciji upravljanja troškovima. Beleži pomake u nabavci novih resursa koji su često kritični ukoliko treba zadovoljiti strategijske i taktičke zadatke. Upravljanje aktivom ide dalje od nabavke novih fizičkih resursa, ka ispitivanju kompetencija ljudskih resursa organizacije. Ulaganja u ljudski i intelektualni kapital mogu često praviti razliku između uspeha i neuspeha novih programa i strategija. Takođe, obezbeđuje da kreiranje vrednosti leži iza zahteva za primenom oskudnih organizacionih resursa.

Upravljanje troškovima kapaciteta pruža informacije o tome kako se koristi aktiva, koji su resursi potrošeni i gde su moguća poboljšanja. Cilj je da se podrži profitabilno upravljanje kompetencijama, procesima i sposobnostima koje dodaju vrednost. Upravljanje troškovima kapaciteta je ključna podrška procesu strategijskog menadžmenta. Retko daje prvi tip podataka za donošenje odluka, već pruža informacije drugim procesima za rešavanje određenih pitanja. Svaki put kada je procenjen trošak, moraju se dati neke ocene potencijalnog kapaciteta. Bez obzira da li se kapacitet ocenjuje aktivno (na osnovu zapažanja) ili pasivno (na osnovu istorijskih podataka), utiče na ekonomiju odluke.

Upravljanje procesima ističe povezanost aktivnosti u preduzeću u koordiniranu, efektivnu celinu koja ima minimalni prekid zahvaljujući greškama ili nesporazumu u komunikaciji. Oblikovano jasnim razumevanjem toka aktivnosti koji stvara vrednost za kupce, služi kao sredstvo za pokretanje strategije obezbeđenjem boljeg razumevanja kako, gde i zašto se resursi troše. Kreiranje eksplicitnih povezanosti pojedinaca i aktivnosti u

preduzeću, upravljanje procesima premošćava gepove u komunikaciji, što može rezultirati nerazumevanjem, greškama i prekomernim troškovima.

Usklađena lista rezultata (Balanced Scorecard – BSC) predstavlja prošireni računovodstveni izveštaj, koji uspeh preduzeća procenjuje iz četiri perspektive: finansije, kupci, interni poslovni procesi i učenje i razvoj. Strategijske informacije koje uzimaju u obzir kritične faktore uspeha pružaju menadžmentu preduzeća jedan detaljan izveštaj koji mu omogućava da nadgleda konkurentni tok i služi kao reper za upoređivanje uspeha sa konkurentima. Bez strategijskih informacija, preduzeće će verovatno odstupiti od svog konkurentnog kursa i doneti strategijski pogrešne odluke o proizvodima. Iz finansijske perspektive relevantna su merila rentabilnosti i tržišne vrednosti preduzeća; iz perspektive kupaca relevantna su merila kvaliteta proizvoda, usluge, zadovoljstva kupaca itd., iz perspektive internih poslovnih procesa relevantna su merila efikasnosti i efektivnosti u proizvodnji proizvoda i pružanju usluga i iz perspektive učenja i razvoja relevantna su merila sposobnosti preduzeća da razvija i iskorišćava ljudske resurse kako bi realizovalo svoje strategijske ciljeve u sadašnjosti i budućnosti (Domanović, 2010).

Upravljanje integrisanim performansama je osnova za optimiziranje tekućih i budućih performansi. Podstaknuto zahtevima kupaca i očekivanjima interesnih grupa, integrisano upravljanje performansama omogućava menadžmentu preduzeća da (Statement on Management Accounting, 2000): 1) poveže funkcionalna područja kako bi se sinhronizovali naponi, 2) komunicirale strategije, 3) ostvarili ciljevi i 4) motivisali zaposleni da bi se zadovoljila ili premašila očekivanja performansi. Povezivanje merenja performansi između organizacionih nivoa i među procesima obezbeđuje da se resursi efikasno koriste.

Neophodnost strategijskog upravljanja troškovima u savremenom poslovnom okruženju

Upravljanje troškovima sastoji se od onih akcija koje menadžeri preduzimaju kako bi smanjili troškove, od kojih se neke zasnivaju pre svega na informacijama izvedenih iz računovodstvenog sistema. Druge akcije, ipak, preduzimaju se bez primene računovodstvenih informacija. One uključuju poboljšanja procesa, čime se identifikuje mogućnost da se procesi izvršavaju efektivnije i efikasnije, a što će imati očigledne posledice na smanjenje troškova.

U savremenom poslovnom okruženju, upravljanje troškovima postalo je kritični faktor uspeha preduzeća. Danas, jednostavno smanjenje troškova nije dovoljno; umesto toga, troškovima se mora strategijski upravljati. Strategijsko upravljanje troškovima je primena tehnika upravljanja troškovima tako da one simultano poboljšavaju strategijsku poziciju jednog preduzeća i smanjuju troškove. Robin Cooper i Regine Slagmulder predlažu tri distinktivna koraka kako bi se preduzeće konvertovalo od nefokusiranog upravljanja troškovima do strategijskog upravljanja troškovima (Cooper and Slagmulder, 2003). Prvi korak je da se izvrši revizija postojećih i planiranih inicijativa upravljanja troškovima kako bi se osiguralo da iste povećavaju strategijsku poziciju preduzeća. Drugi korak je proširiti opseg internog upravljanja troškovima izvan zidova fabrike. Konačno, pomenuti autori predlažu da je takođe neophodno proširiti program upravljanja troškovima i izvan granica preduzeća. Razlikuju se tri tipa inicijativa u vezi sa upravljanjem troškovima: one koje jačaju, one koje nemaju uticaja i one koje slabe konkurentsku poziciju preduzeća na tržištu.

Tradicionalni sistemi obračuna troškova ograničeni su na obračun troškova na proizvode kao njihove nosioce. Drugi potencijalni objekti troškova kao što su dobavljači i kupci su ignorisani i troškovi koji se odnose na njih tretirani su kao opšti troškovi koji se arbitrarno alociraju na proizvode ili se iskazuju kao troškovi perioda koji se direktno unose u

bilans uspeha. Ovo čini da se ovim neproizvodnim troškovima ne može efikasno upravljati zato što su prikriveni osnovni razlozi njihovog nastanka. Fleksibilno budžetiranje se u sistemima upravljanja troškovima smatra kao sredstvo kontrole opštih troškova. Pa ipak, razlike u terminologiji i dizajnu mogu biti prisutne u praksama finansijskog planiranja i kontrole zahvaljujući geografskim varijacijama u razvoju menadžerskih praksi ili računovodstvene filosofije. U Nemačkoj, na primer, svaki centar troškova pravi razliku između varijabilnih troškova (na primer, energije) i fiksnih troškova (na primer, plata menadžera). Broj mašinskih časova je zajedničko merilo aktivnosti. U svrhe planiranja i kontrole troškova, kompanije budžetiraju rashode svakog centra troškova i potom distribuiraju rashode svakom mesecu u budžetskoj godini. Budžetski troškovi su standardi za efikasnu potrošnju resursa. Informacije o troškovima i performansama omogućavaju efektivne diskusije o poboljšanju produktivnosti među menadžerima departmana, upravljačkih računovođa i menadžera pogona (Hilton and Platt, 2015, 469).

U cilju strategijskog upravljanja opštim troškovima neophodno je vezati ih za neke objekte troškova različitih od proizvoda. Jedna od primarnih tehnika za ovo jeste upravljanje zasnovano na aktivnostima. Prednost ove tehnike nad tradicionalnim metodama obračuna troškova leži u mogućnosti da se troškovi, shodno principu uzročnosti, obračunavaju na širok spektar objekata troškova uključujući proizvode, dobavljače i kupce (Kaplan and Cooper, 1997).

Sledeći korak u usvajanju strategijskog upravljanja troškovima je da se proces proširi izvan granica preduzeća. U cilju redukcije troškova dužinom lanca vrednosti i simultanog jačanja strategijske pozicije preduzeća, neophodno je programe upravljanja troškovima uskladiti sa programima dobavljača i kupaca. Cilj ovog međuorganizacionog prilagođavanja programa upravljanja troškovima jeste da pronađu rešenja za što većim smanjenjem troškova, nego što bi to bilo moguće da preduzeće, njegovi kupci i dobavljači to čine nezavisno (Cooper and Slagmulder, 1999). Dakle, strategijsko upravljanje troškovima zahteva da preduzeće uvodi promene koje su slične promenama u ponašanju koje se zahteva od dobavljača i kupaca. Sve ove promene imaju i troškove i koristi. Izazov strategijskog upravljanja troškovima je da se identifikuje ekonomija ovih promena, a potom da se pronađu načini da svako preduzeće ostvari korist onako kako celokupni lanac vrednosti postaje efikasniji.

Lanac vrednosti može takođe biti efikasniji ukoliko posmatrano preduzeće, njegovi dobavljači i kupci zajednički iznalaze načine da smanje troškove proizvodnje. U ovom slučaju, moguće je identifikovati dve tehnike upravljanja troškovima i to ciljni trošak (*target cost*) i tehniku kontinuelnog poboljšanja (*kaizen*). Ciljni trošak se primenjuje kako bi se smanjili troškovi u fazi dizajniranja proizvoda, dok se tehnika kontinuelnog poboljšanja primenjuje u fazi proizvodnje. Kada bilo koja od ovih tehnika identifikuje problem troškova, tada pojedinci iz preduzeća u lancu vrednosti mogu zajedno delovati kako bi rešili problem.

Informacije o upravljanju troškovima relevantne su za menadžere u cilju što boljeg upravljanja preduzećem i uključuju, kako finansijske informacije o troškovima i prihodima, tako i relevantne nefinansijske informacije o produktivnosti, kvalitetu i drugim ključnim faktorima uspeha preduzeća.

Finansijske informacije, izolovano posmatrano, mogu dovesti do pogrešnih poslovnih odluka, s obzirom da im je fokus na kratak rok. U cilju konkurentnog uspeha, preduzeće treba da se usredsredi na dugoročne faktore, kao što su unapređenje proizvoda i proizvodnih procesa, kvalitet proizvoda i lojalnost kupaca. Stavljajući naglaska na samo finansijske informacije može navesti menadžere da se fokusiraju samo na smanjenje troškova (finansijsko merilo) zanemarujući ili čak umanjujući standarde kvaliteta (nefinansijsko

merilo). Takva jedna odluka može biti kritična greška, koja bi dovela do gubitka kupaca i tržišnog učešća u dugom roku.

Efektivno strategijsko upravljanje troškovima od kritičnog je značaja za uspeh preduzeća. Sve veći pritisak globalne konkurencije, tehnološke inovacije i promena u poslovnim procesima učinili su da upravljanje troškovima bude mnogo kritičnije i dinamičnije nego ikada ranije. Menadžeri moraju da razmišljaju konkurentski, a što iziskuje strategiju. Strategijsko razmišljanje uključuje anticipiranje promena; proizvodi i proizvodni procesi dizajnirani su da bi se prilagodili promenama zahteva tražnje. Važna je proaktivna orijentacija, fleksibilnost i brzina reagovanja preduzeća na promene zahteva u okruženju. Očekuje se da će životni ciklusi proizvoda – vreme od uvođenja novog proizvoda do njegovog otklanjanja sa tržišta – postati sve kraći i kraći. Uspeh ostvaren u prošlosti više nije merilo uspeha u budućnosti.

Stavljanje akcenta na strategiju takođe zahteva kreativno i integrativno razmišljanje, tj. sposobnost da se identifikuju i reše problemi sa međufunkcionalnog stanovišta. Umesto da se problem sagledava kao problem proizvodnje, marketinški problem, ili finansijski i računovodstveni problem, međufunkcionalni timovi sagledavaju problem iz jednog integrativnog ugla koji simultano kombinuje veštine svih funkcija. Pažnja preduzeća se fokusira na zadovoljenje potreba kupaca i svi raspoloživi resursi preduzeća, iz svih funkcija, usmereni su ka ispunjenju tog cilja.

Takav jedan model koji obuhvata međusobne zavisnosti u preduzeću među funkcijama i timovima i između partnera u lancu ponude jeste integrisani model upravljanja troškovima (*integrated cost management systems – ICMS*). Podaci u integrisanom sistemu treba da su kompatibilni sa sistemima i mogućnostima internih korisnika i ključnih trgovinskih partnera preduzeća. *Fleksibilnost* je glavna karakteristika integrisanog modela upravljanja troškovima. Struktura podataka treba da bude relacionala, dozvoljavajući tekuće modifikacije, dodavanje i brisanje podataka iz integrisanog sistema. Ovo znači da treba osigurati da podaci koji se nalaze u integrisanom modelu ostaju relevantni, efikasni i troškovno efikasni izvor informacija koje pružaju podršku odlučivanju.

Bliskost korisnicima je takođe karakteristika integrisanog modela upravljanja troškovima. Podaci se transformišu u informacije kada su korisnici u mogućnosti da pristupe i koriste podatke slobodno i lako. *ICMS* nije sistem dizajniran od strane računovođa za računovođe – to je integrisani izvor informacija podržan naporima unutar preduzeća. Ovo znači da korisnici razumeju i mogu udobno koristiti podatke iz integrisanog sistema, bez obzira na lokaciju u preduzeću i njihovo obrazovanje.

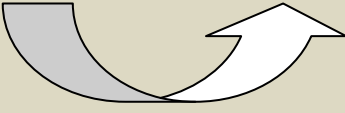
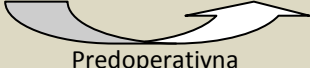
Integracija uključuje i napore za dizajniranje i razvijanje novih proizvoda i usluga i pruža podršku napuštenim proizvodima i uslugama. Integracija se vrši unapred i unazad u lancu vrednosti i tokom životnog ciklusa preduzeća i odnosa sa kupcima. Konkurentna preduzeća uključuju novonastale i anticipirane promene u savremenom poslovnom okruženju u svoje poslovno planiranje i prakse. Konkurentno preduzeće usmereno je na kupca, primenjuje napredne proizvodne tehnologije, anticipira posledice promena u regulatornim zahtevima i ukusima kupaca i prepoznaje svoje kompleksno socijalno, političko i kulturološko okruženje.

Integrisani model upravljanja troškovima: konceptualne osnove i ključni principi

Ključ ostvarenja profitabilnih performansi ogleda se u razumevanju odnosa između aktivnosti, ishoda i kreiranja vrednosti. U tom cilju, preduzeće mora da integriše svoje informacione tokove. Integracija kreira bazu znanja koja se može iskoristiti za komuniciranje

odluka, zadataka, rezultata i mogućnosti od vrha nadole. Integracija informacija među svim funkcijama i procesima od esencijalnog je značaja za efektivni menadžment u dinamičnoj i turbulentnoj globalnoj ekonomiji. Sistemi upravljanja troškovima i performansama nastoje da prezentuju informacije relevantne za odlučivanje i da izveštavaju o procesu realizacije ciljeva. Menadžeri se fokusiraju na informacije o troškovima i performansama kako bi pomogli koordinaciju aktivnosti, posebno u odnosu na veće okruženje. Donosioci odluka oslanjaju se na uvide u troškove i performanse, kako bi kognitivno obojili sliku o sebi, svojim organizacijama i okruženju (Stenzel and Stenzel, 2003, 16). Primena percepcije i dinamike integracije na razvoj sistema upravljanja troškovima i performansama zahteva nekoliko značajnih modifikacija koje kreiraju rigorozniji konzistentan i dinamički razvojni model (Tabela 1).

Tabela 1: Faze u razvoju sistema upravljanja troškovima

<i>Dinamički pogled</i>					
	Faza 1	Faza 2	Faza 3	Faza 4	Faza 5
<i>Prekretnica sistema</i>	<i>Budžet</i>	<i>Finansije</i>	<i>Aktivnosti</i>	<i>Strategijska integracija</i>	<i>Holistički pogled</i>
<i>Dinamika razvoja</i>	Kontrola			Primena	Prilagođavanje
	Poređenje i koordinacija aktivnosti				
<i>Izvori podataka</i>	Glavna knjiga Regulatorni mandati	Glavna knjiga Wall Street Reperi za poređenje	Aktivnosti Resursi Partneri Kupci	Zaposleni, kupci i partneri kao integrisana jedinica	Ekološka ekonomika
<i>Upravljanje podacima</i>	Kontrolisanje brojeva	Kontrolisanje brojeva da bi se kreirao profit	Poređenje brojeva sa resursima	Primena ciljeva radi proaktivnog iskorišćenja resursa	Naučiti da se promene aktivnosti i ciljevi onako kako mogućnosti nalažu
<i>Dinamika upravljanja</i>	Naučiti bolje razumevanje troškova	Otkriti odnos između procesa i profita	Naučiti da se beleži vrednost iz resursa koji je stvaraju	Kontinuelno koordinirati sve aktivnosti koje stvaraju profit	Podržati blagostanje cele ekonomije
	Senzomotorna			Konkretna Operativna	Formalna Operativna
	Predoperativna				

Izvor: Prilagođeno od: Stenzel, C. i J. Stenzel (2003) *From cost to performance management – a blueprint for organizational development*, John Wiley&Sons, p. 17.

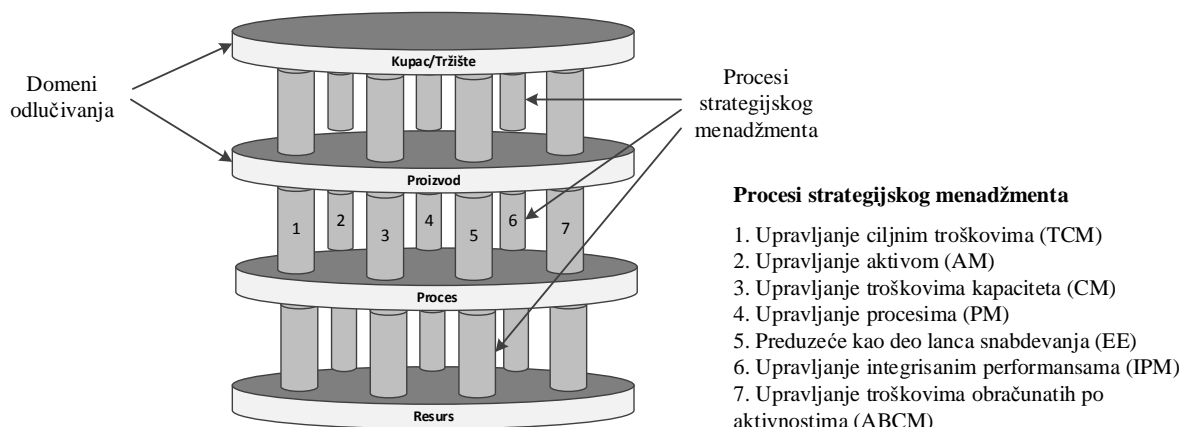
Ključni principi integrisanog sistema upravljanja troškovima (*Integrated Cost Management System – ICMS*) odražavaju potrebe menadžera za informacijama i donošenje odluka. Konkretno, ovi principi uključuju (Statement on Management Accounting, 2000, 2):

- *Strategijsku orijentaciju*: model upravljanja troškovima mora uključivati i odražavati strategije organizacije i ključne kompetencije koje podržavaju ostvarenje strateških ciljeva.
- *Zahtev kupaca*: dizajn, integracija i primena informacionog sistema moraju uvažavati definisanje i ispunjenje zahteva kupaca.
- *Orijentacija na vrednost*: konkurentska prednost i profitabilni rast proističu iz razumevanja kako i gde organizacija kreira vrednost za svoje kupce.
- *Fokus na proces/horizontalni fokus*: integracija mora uključiti tokove materijala i informacija između organizacija, osvetljavajući međusobne zavisnosti.
- *Relevantnost za odlučivanje*: informacioni sistemi moraju se definisati oko ključnih odluka organizacije.
- *Troškovnu efikasnost*: integracija treba da se fokusira na osnovnih 20% podataka koji podržavaju 80-90% odluka u organizaciji pre nego na sveobuhvatnu integraciju svih raspoloživih podataka organizacije.
- *Zasnovanost na odnosima*: integrisani informacioni sistemi moraju se bazirati i osvetljivati performanse ključnih transakcija i odnosa kroz lanac vrednosti.

ICMS ističe odnose između tokova informacija i odluka na različitim nivoima u organizaciji. Nastoji da identifikuje takve elemente esencijalnih podataka koji se moraju podeliti među pojedincima, timovima, departmanima, procesima i entitetima za efektivno, koordinirano odlučivanje i akciju. Fundamentalna teza *ICMS* je da ostvarenje profitabilnih performansi i konkurentske prednosti proizlazi iz dubljeg razumevanja odnosa među aktivnostima, ishodima i kreiranja vrednosti. Druga glavna teza je da je integracija tokova informacija osnovni element efektivnog odlučivanja, koja omogućava komunikaciju i jača veze između međusobno zavisnih funkcija, timova ili entiteta. *ICMS*, kao što je predstavljeno na Slici 1, sadrži sledeće elemente (Statement on Management Accounting, 2000):

- *Procene strateškog menadžmenta*: sedam procesa strateškog menadžmenta uključuju tekuće najbolje prakse: upravljanje ciljnim troškovima, upravljanje aktivom, upravljanje troškovima kapaciteta, upravljanje procesima, preduzeće kao deo lanca snabdevanja, upravljanje integrisanim performansama i upravljanje troškovima obračunatih po aktivnostima.
- *Domene odluka*: odluke se donose unutar četiri primarnih domena – kupac/tržište, proizvod, proces i nivo resursa. Pokretačka snaga preduzeća nalazi se na nivou kupaca/tržišta. Proizvodi i usluge su ono što preduzeće nudi da bi zadovoljilo potrebe kupaca i primenilo svoju strategiju. Procesu su odgovor na pitanje *kako* u jednačini menadžmenta. To su sredstva na putu ka ostvarenju ciljeva – kreiranja vrednosti i profita. Svi ovi nivoi povlače i definišu zahteve za određenim resursima.
- *Integraciju*. Integracija se odvija na nivou podataka, gde se identifikuju uobičajeni zahtevi za informacijama i ključni procesi strateškog menadžmenta se povezuju sa ovim informacionim zahtevima.

Slika 1: Model procesa strategijskog menadžmenta



Izvor: Statements on Management Accounting (2000). Designing an integrated cost management system for driving profit and organizational performance. Institute of Management Accountants. www.imanet.org, str. 4.

Odluke su povezane sa informacijama dobijenim iz procesa strategijskog menadžmenta. Procesi strategijskog menadžmenta pružaju različite tipove informacija korisnicima na različitim nivoima organizacije. Primera radi, upravljanje ciljnim troškovima, planiranje profita i upravljanje troškovima, uključuju profit, troškove i upravljanje zasnovano na vrednosti u najranijim fazama razvoja proizvoda i primenjuju ih tokom životnog ciklusa proizvoda uključujući ceo lanac vrednosti ili preduzeće kao deo lanca snabdevanja (*extended enterprise*). Preduzeće kao deo lanca snabdevanja (*extended enterprise*) okuplja partnere u nameri da se iskoriste međuorganizacijske kompetencije i znanje, a u cilju što boljeg ispunjenja zahteva kupaca, kako tokom dizajna, tako i tokom sprovođenja strategijskog plana.

Alokacija resursa u cilju zadovoljenja specifičnih zahteva kupaca i ispunjenja plana zadaci su upravljanja aktivom i upravljanja kapacitetom. Upravljanje aktivom i upravljanje kapacitetom se kombinuju kako bi se stavio fokus na identifikovanje i evaluaciju tehnologije, opreme, ljudi, sistema i mogućnosti koje bi se mogle iskoristiti za poboljšanje organizacionih performansi. Upravljanje aktivom i troškovima kapaciteta su ekstenzije procesa kapitalnog ulaganja, koji naglašava odluke koje dodaju vrednost preduzeću i doprinose svim interesnim grupama. Upravljanje aktivom i upravljanje kapacitetom usredsređuju se na kapacitet resursa za kreiranje vrednosti, kao i na uzroke nedovoljnog, prekomernog ili neefikasnog iskorišćenja kapaciteta.

Ističući integraciju i balansiranje merila, njihovu primenu i nagrade, upravljanje integrisanim performansama predstavlja vitalnu kariku između plana i rezultata. Tekuće akcije iz različitih oblasti u preduzeću moraju biti sjedinjene u jednu koherentnu celinu. Upravo tu se kombinuju upravljanje procesima i upravljanje troškovima obračunatih po osnovu aktivnosti. Upravljanje procesima ističe horizontalnu povezanost aktivnosti počevši od upravljanja suštinskim tokovima rada preko integracije procesa i poslova. Povezuje organizacione akcije sa vrednostima za kupce.

Na sličan način, upravljanje troškovima obračunatih po aktivnostima ističe efikasnu kombinaciju resursa kako bi se kreirale jedinstvene organizacione sposobnosti. Analizira konkretne akcije i njihovu povezanost sa procesima, troškovima, performansama i rezultatima. Upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti popunjava prazninu tako što pruža informacije o troškovima i poslovnim aktivnostima sa procesnog aspekta. Ističući oportunitetne troškove i analizu vrednosti, upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti stvara ekonomičnu bazu kao podršku analizi odlučivanja.

Procesi strategijskog menadžmenta osiguravaju da odluke i podaci koji se koriste na vrhu, na strategijskom nivou preduzeća, koreliraju sa odlukama i podacima na procesnom nivou kako bi se analizirali slični uslovi i situacije. Koordinacija i jasna komunikacija su ugrađeni u strukturu integrisanog modela upravljanja troškovima preko informacionih gasovoda procesa strategijskog menadžmenta.

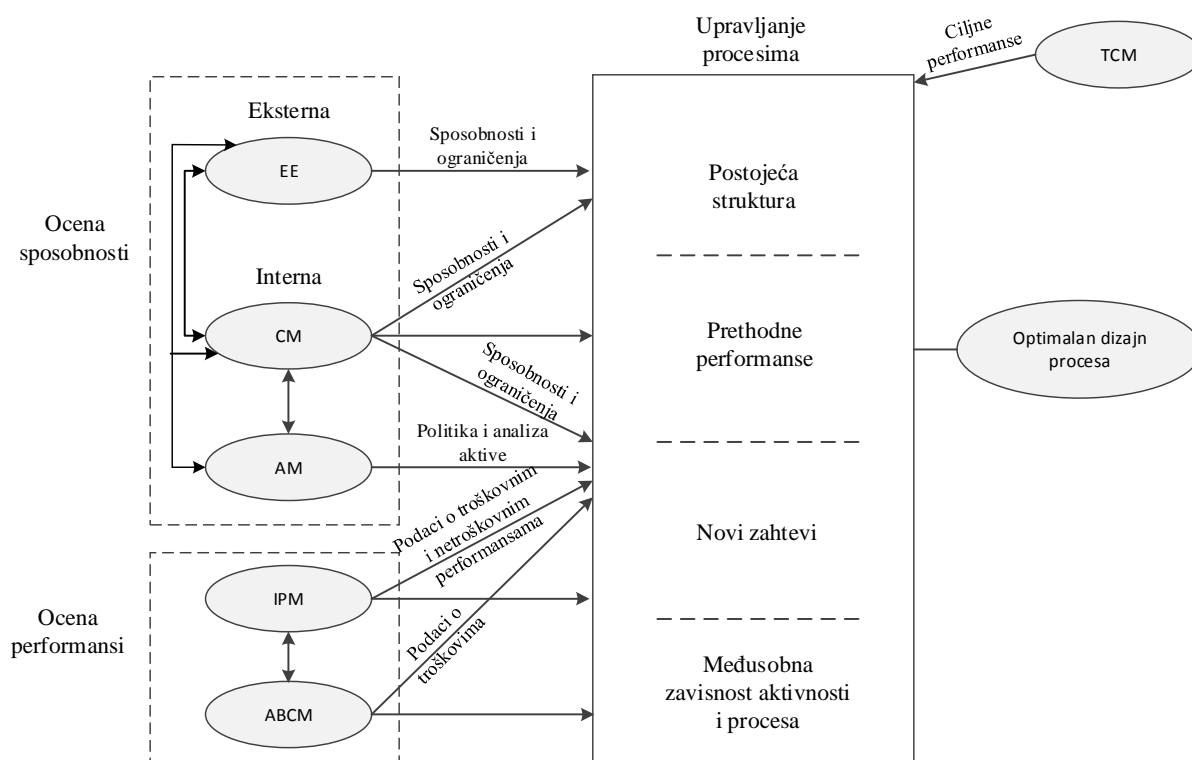
Pa ipak, nisu svi procesi strategijskog menadžmenta podjednako važni za odlučivanje na različitim nivoima preduzeća. Na primer, upravljanje ciljnim troškovima je dominantno za odlučivanje u domenu kupca/tržišta i proizvoda. Upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti igra dominantnu ulogu u domenu odlučivanja o resursima. U ovom domenu, značajno je identifikovati i koristiti optimalnu količinu resursa kako bi se obezbedilo da se minimiziraju troškovi po jedinici isporučene vrednosti za kupca.

Na primer, jedna od ključnih odluka u domenu procesa je dizajn i upravljanje efektivnim procesima rada. Brojna pitanja se nameću u procesu dizajna (Statement on Management Accounting, 2000):

- Koji su postojeći procesi i koje su njihove sposobnosti i ograničenja?
- Koji je maksimalni zahtev koji sistem zahteva na dnevnoj/nedeljnoj osnovi?
- Koji nivo kvaliteta treba održati?
- Ukoliko je verovatno da će biti problema sa kvalitetom, kako je moguće izbeći ili otkriti problem?
- Koji resursi su trenutno na raspolaganju?
- Koji je kapacitet procesa, polazeći od planirane tražnje?
- Gde su uska grla? Šta se može učiniti da bi se smanjio njihov uticaj ili poboljšala njihova sposobnost?
- Kako je moguće upravljati najbolje geovima u toku procesa? Treba li koristiti amortizere vremena, prostora ili zaliha kako bi se osiguralo da usko grlo nikada nije neiskorišćeno?
- Koliko raznovrsnih proizvoda i aktivnosti će biti potrebno da bi se prilagodilo ovom procesu?
- Koji je optimalan način da se upravlja ovom raznovrsnošću?
- Da li proces predstavlja suštinsku kompetenciju? Ukoliko ne, treba li aktivnosti i output koji se obezbeđuje biti eksterno pribavljeni? Postoje li neophodne veštine i kompetencije da bi proces mogao nesmetano da se odvija?
- Postoje li značajne funkcionalne, političke ili strukturalne prepreke za kreiranje procesa?
- Koje metrike performansi će osigurati realizaciju ciljeva procesa?

Upravljanje procesima je dominantan proces strategijskog menadžmenta i pruža bazičnu strukturu za odluke na nivou procesa kao i osnovnu integrišuću strukturu koja povezuje kupce sa preduzećem i partnerima u lancu vrednosti. Upravljanje procesima ističe premošćivanje informacija i praznina u procesima rada u cilju iznalaženja optimalnog načina rada u preduzeću i lancu ponude. Iako upravljanje procesima služi kao mehanizam integracije za odluku o dizajnu procesa, ne sadrži sve neophodne informacije za odgovore na prethodno pomenuta pitanja (Slika 2).

Slika 2: Procesi strategijskog menadžmenta i dizajn procesa



Izvor: *Statements on Management Accounting (2000). Designing an integrated cost management system for driving profit and organizational performance. Institute of Management Accountants. www.imanet.org, str. 7.*

Na primer, upravljanje troškovima kapaciteta pruža informacije o potencijalu uskog grla i iskorišćenju tekućeg kapaciteta i o troškovima za kreiranje novog kapaciteta ukoliko je to potrebno. Preduzeće kao deo lanca snabdevanja (*extended enterprise*) pretražuje ceo lanac ponude kako bi se identifikovao neiskorišćeni kapacitet, rastur ili uska grla koja mogu ometati sveukupne performanse lanca ponude. Upravljanje ciljnim troškovima postavlja limite o tome šta ove performanse treba da budu, dok upravljanje integrisanim performansama pruža osnovu za merenje tekućih nasuprot očekivanih performansi. Integrisani model upravljanja performansama sortira i rafinira zahteve za deljenjem podataka u podgrupe kojima je moguće upravljati, a u skladu sa strukturom odlučivanja.

Efekti integrisanja modela upravljanja troškovima na poslovanje preduzeća

Integrisani model upravljanja troškovima ima široke aplikacije u proizvodnim organizacijama kao i u područjima van proizvodnje, kao što su marketing i administracija. *ICMS* može se iskoristiti u kombinaciji sa drugim tehnikama upravljanja kao što je upravljanje ukupnim kvalitetom. Takođe se može primeniti na nivou lanca ponude. Informacije iz integrisanog modela upravljanja troškovima mogu se koristiti za (Statement on Management Accounting, 2000):

- Identifikaciju optimalnog kupca/tržišta;
- Pобољшanje profitabilnosti ključnih proizvoda;
- Podršku boljem odlučivanju;
- Smanjenje nesporazuma u komunikaciji;
- Optimiziranje profitabilnosti organizacije;

- Povećanje efektivnosti procesa;
- Integraciju finansijske i nefinansijske metrike;
- Poboljšanje konkurentne pozicije;
- Podršku strategijskom marketingu i operativnim odlukama;
- Podršku bržem odgovoru na promenljive uslove i
- Obezbeđenje sredstava za integraciju aktivnosti i ishoda procesa i entiteta u lancu vrednosti.

ICMS može biti od pomoći kompanijama da (Statement on Management Accounting, 2000):

- Anticipiraju i reaguju na promene u okruženju pre nego što utiču na organizaciju, izbegavajući tako probleme pre nego što nastanu umesto da se koriguju pošto nastanu;
- Kontinuelno poboljšaju aktivnosti, a ne samo da uspostavljaju privremenu ravnotežu;
- Kreiraju eksterni fokus na zahteve kupaca i pretnje konkurenata tako da zahtevi kupaca pokreću organizaciju;
- Sistematično povezuju sve elemente, interne i eksterne, tako da se problemi holistički rešavaju umesto inkrementalno kroz međufunkcionalnu integraciju, što olakšava rešavanje problema izgradnjom dugoročnih odnosa sa dobavljačima i drugim članovima preduzeća kao dela lanca snabdevanja;
- Optimiziraju profit tako što se obezbeđuje da resursi ostaju fokusirani na aktivnosti koje kreiraju i dodaju vrednost;
- Povezuju pojedince, grupe i organizacione podsticaje da bi se osiguralo da svako u organizaciji razume i da je motivisan da ostvari strategijske i operativne ciljeve i
- Komuniciraju na svim nivoima, svim procesima i jedinicama o potrebama kupaca, ostvarenim rezultatima, problemima koji su nastali i rešavani i o ostalim izazovima.

Pa ipak, nemaju sve organizacije potrebu da implementiraju sve procese strategijskog menadžmenta, niti da ih integrišu istim intenzitetom. Da bi *ICMS* ispunio zahteve svojih korisnika, potrebno je učiniti pet opštih koraka (Statement on Management Accounting, 2000):

- Analizu sistema odlučivanja;
- Analizu zahteva za informacijama;
- Agregiranje odluka;
- Dizajniranje karakteristika informacionog sistema i
- Dizajniranje rutina interne kontrole da bi se obezbedio integritet podataka.

Informacije sadržane u jednom procesu strategijskog menadžmenta u međusobnoj su zavisnosti sa informacijama skladištenim u drugim procesima. Na primer, upravljanje troškovima kapaciteta daje informacije o sposobnostima fizičke aktive i nivoima tekućeg iskorišćenja kapaciteta. Upravljanje ciljnim troškovima definiše ukupne troškove koje organizacija može imati ukoliko se ostvaruje nivo ciljnog profita po proizvodima/uslugama. Upravljanje aktivom daje osnovna merila performansi i koncizno definiše prepreke novim ulaganjima na osnovu upravljanja troškovima kapaciteta. Na sličan način, upravljanje procesima otkriva uticaj problema kapaciteta na kontribucioni profit preduzeća, kao razlike prihoda od prodaje i troškova materijala (*throughput*). Konačno, upravljanje integrisanim performansama ukazuje na tekući nivo performansi u nefinansijskim izrazima. Efektivno upravljanje kapacitetom nemoguće je bez podrške i uvida koje daju drugi procesi strategijskog menadžmenta. Integracija procesa strategijskog menadžmenta je najbolji način da se obezbedi da se sve zahtevane informacije nalaze negde u preduzeću. Ovo takođe čini ove podatke pristupačnim na različitim nivoima i funkcijama u preduzeću, izbegavajući dupliranje u pribavljanju i skladištenju informacija. Jedan izvor svakog primarnog tipa

podataka smanjuje potencijal za grešku, nekonzistentnost i konfuziju u integrisanom modelu upravljanja troškovima minimizirajući količinu eksplicitne integracije koja treba da se desi. Deljenje informacija je osnova za integraciju informacionog sistema, od grupisanja i običnog skladištenja i primene kompletnog seta podataka u skladište podataka ili sistem planiranja resursa preduzeća. Sedam procesa strategijskog menadžmenta povezuju nivoe preduzeća na osnovu zajedničke teme ili podsistema informacija i analize. Ono što ostaje da se identifikuje je pun set informacija koji je neophodan na jednom nivou ili domenu odlučivanja. Druga glavna dimenzija *ICMS* ističe koordinaciju i integraciju podataka u različitim domenima odlučivanja.

Jednom kada se ustanove strategije segmentiranja i postave aktivnosti i strukture u cilju sprovođenja strategije, pažnja se preusmerava na održavanje, kontrolu i kontinuelno poboljšanje. Upravljanje integrisanim performansama daje okvir za poslednji set odluka u domenu kupca/tržišta. Evaluacija i kontrola oslanjaju se na tri podržavajuća procesa: upravljanje zasnovano na obračunu troškova po aktivnostima, upravljanje kapacitetom i upravljanje aktivom. Svaki od ovih procesa daje jedinstvenu perspektivu o tekućim *versus* očekivanim performansama po ključnim dimenzijama kao što su kvalitet, trošak, profitabilnost, isporuka i zadovoljstvo kupaca. Ovi procesi direktno napajaju model usklađene liste rezultata koji leži u srcu integrisanog modela upravljanja performansama.

Kreiranje izveštaja menadžera koji sumiraju tekuće performanse i srodne trendove nasuprot definiisanim kritičnim faktorima uspeha i indikatorima ključnih performansi primarna je svrha integrisanog upravljanja performansama. Upravljanje zasnovano na obračunu troškova po aktivnostima daje detaljne podatke o troškovima i resursima integrisanom upravljanju performansama, podržavajući analizu profitabilnosti kupaca i tržišta i performansi. Upravljanje aktivom, s druge strane, daje podatke o glavnim nabavkama aktive i performansama kao i o definisanim zahtevima performansi aktive. Upravljanje kapacitetom omogućava različiti tip informacija za ocenu i kontrolu, fokusirajući se na stvarno iskorišćenje resursa, planirano *versus* stvarno neiskorišćeno vreme i područja gde su uska grla i ograničenja koja narušavaju sposobnost preduzeća. Ova tri procesa strategijskog menadžmenta daju povratnu spregu preduzeću kroz integrisano upravljanje performansama o efikasnosti i efektivnosti aktivnosti, ulaganja i poslovne aktive, što rezultira jednim integrisanim setom menadžment izveštaja. Preko ovih izveštaja, organizacione performanse postaju vidljive, identifikuju se mogućnosti za poboljšanje i korektivne akcije su moguće kada je neophodno. Rezultat je organizaciono učenje i mogućnost poboljšanja dugoročnih performansi nasuprot očekivanjima svih interesnih grupa.

Integrisanjem informacija, učenje postaje moguće zato što se reguliše komunikacija. Integrisano upravljanje performansama i upravljanje zasnovano na obračunu troškova po aktivnostima su povezani sa upravljanjem performansama jer obezbeđuju finansijske i nefinansijske podatke o tekućim performansama. Jednom kada se identifikuje područje za upravljanje gepom, integrisano upravljanje performansama daje osnovu za defnisanje nove metrike i standarda za evaluaciju i beleženje planiranih poboljšanja. Bez promena u merenjima malo je verovatno da će se ostvariti zahtevane modifikacije u ponašanjima i performansama. Upravljanje zasnovano na obračunu troškova po aktivnostima obezbeđuje da poboljšanja ne stvaraju skrivene troškove u drugim delovima procesa ili organizacije. Ukoliko se rasipanje u jednom podučju prenese na drugo, neto efekat može biti smanjenje efikasnosti i efektivnosti pre nego poboljšanje. Upravljanje kapacitetom i preduzeće kao deo lanca snabdevanja daju mogućnost provere podataka za različite opcije i alternative za poboljšanje performansi procesa. Preduzeće kao deo lanca snabdevanja traži načine da se podrži lanac ponude kako bi došlo do poboljšanja i obezbedilo da promene učinjene interno nemaju negativan uticaj na lance ponude. Upravljanje kapacitetom, s druge strane, detaljiše o

sposobnosti, tekućim nivoima iskorišćenja i raspoloživosti resursa da bi se zadovoljili zahtevi redizajniranja procesa. Tekući monitoring i izveštavanje rezultata je primarni cilj integrisanog modela upravljanja troškovima koji se podržava naporima upravljanja integrisanim performansama i upravljanja zasnovanim na obračunu troškova po aktivnostima.

Prethodno navedene sposobnosti se ugrađuju u model upravljanja integrisanim performansama. Povezivanjem upravljanja zasnovanog na obračunu troškova po aktivnostima i upravljanja integrisanim performansama, preduzeće je u mogućnosti da fleksibilno beleži, izveštava i analizira gepove u tekućim performansama. Integrisani model upravljanja troškovima crpi podatke i informacije iz različitih modela upravljanja troškovima i strategijskog upravljanja preduzećem, što doprinosi redukciji troškova i unapređenju dugoročne efikasnosti preduzeća.

Zaključak

Ključ ostvarenja profitabilnih performansi ogleda se u razumevanju odnosa između aktivnosti, ishoda i kreiranja vrednosti. U tom cilju, preduzeće mora da integriše svoje informacione tokove. Integracija kreira bazu znanja koja se može iskoristiti za komuniciranje odluka, zadataka, rezultata i mogućnosti od vrha nadole. Integracija informacija od esencijalnog je značaja za efektivni menadžment u dinamičnoj i turbulentnoj globalnoj ekonomiji. Sistemi upravljanja troškovima i performansama nastoje da prezentuju informacije relevantne za odlučivanje i da izveštavaju o procesu realizacije ciljeva. Menadžeri se fokusiraju na informacije o troškovima i performansama kako bi pomogli koordinaciju aktivnosti, posebno u odnosu na veće okruženje. Donosioci odluka oslanjaju se na uvide u troškove i performanse, kako bi kognitivno obojili sliku o sebi, svojim organizacijama i okruženju.

Međutim, integrisanje podataka i informacija ima svoje granice. Neophodno je identifikovati i integrisati samo one podatke koji su relevantni za većinu odluka. Integracija sistema upravljanja troškovima je putovanje, ne destinacija. Svaki put kada se dodaje novi element integrisanom modelu upravljanja troškovima, povećava se mogućnost preduzeća da zadovolji zahteve kupaca i izgradi jezgro znanja. Svaka nova informacija popunjava gep u mreži znanja. Integracija i podela znanja u integrisanom modelu upravljanja troškovima predstavljaju ključeve kreiranja superiornih performansi na globalnom tržištu. Informacije daju preduzeću moć da raste, da kontinuirano unapređuje performanse i doživi uspeh u svim svojim nastojanjima.

Integrisani model upravljanja troškovima ističe odnose između tokova informacija i odluka na različitim nivoima u organizaciji. Nastoji da identifikuje takve elemente esencijalnih podataka koji se moraju podeliti među pojedincima, timovima, departmanima, procesima i entitetima za efektivno, koordinirano odlučivanje i akciju. Fundamentalna teza integrisanog modela upravljanja troškovima je da ostvarenje profitabilnih performansi i konkurentne prednosti proizlazi iz dubljeg razumevanja odnosa među aktivnostima, ishodima i kreiranja vrednosti. Druga glavna teza je da je integracija tokova informacija osnovni element efektivnog odlučivanja, koja omogućava komunikaciju i jača veze između međusobno zavisnih funkcija, timova ili entiteta.

Pa ipak, nisu svi procesi strategijskog menadžmenta podjednako važni za odlučivanje na različitim nivoima preduzeća. Upravljanje ciljnim troškovima je dominantno za odlučivanje u domenu kupca/tržišta i proizvoda. Upravljanje troškovima na osnovu aktivnosti igra dominantnu ulogu u domenu odlučivanja o resursima. U ovom domenu, značajno je identifikovati i koristiti optimalnu količinu resursa kako bi se obezbedilo da se minimiziraju

troškovi po jedinici isporučene vrednosti za kupca. Dakle, savremeni modeli upravljanja troškovima su komplementarni i samo integriranjem informacija iz različitih modela upravljanja troškovima moguće je ostvariti konkurentnsku prednost preduzeća u dugom roku.

Reference

1. Blocher, J. E., Chen, H. K., Cokins, G. i Lin, T. W. (2005). *Cost management: a strategic emphasis*. McGraw-Hill/Irwin.
2. Cooper, R. i Slagmulder, R. (1999). *Supply chain development for the lean enterprise: interorganizational cost management*. Portland: Productivity Press.
3. Cooper, R. i Slagmulder, R. (2003). Strategic cost management: expanding scope and boundaries. *Journal of Cost Management*, January/February, str. 23-30.
4. Domanović, V. (2009). *Upravljanje zasnovano na aktivnostima i usklađena lista rezultata u funkciji unapređenja efikasnosti preduzeća*. Doktorska disertacija. Beograd: Ekonomski fakultet.
5. Domanović, V. (2010). *Balanced Scorecard – mogućnosti i efekti primene*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.
6. Hammer, M. i Champy, J. (1993). *Re-engineering the corporation*. New York: Harper Press.
7. Hilton, W. R. (2008). *Managerial accounting – creating value in a dynamic business environment*. McGraw-Hill/Irwin.
8. Hilton, W. R. i Platt, D. E. (2015). *Managerial accounting - creating value in a dynamic business environment*. McGraw-Hill/Irwin.
9. Hollmann, K. J. (ed.) (2006). *Total cost management framework: an integrated approach to portfolio, program and project management*. AACE International.
10. Janjić V. (2009). Kaizen Costing – suština i utvrđivanje kaizen troškova. *Računovodstvo*, 11-12, Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije, str. 21-29.
11. Janjić, V. (2011). Realizacija strategije troškovnog liderstva primenom Kaizen Costing - a. U R. Stojanović (ur.), *Kvalitet finansijskog izveštavanja - izazovi, perspektive i ograničenja : zbornik radova* (str. 359-378). Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije.
12. Janjić, V. (2012). Unapređenje strategije troškovnog liderstva u uslovima krize. U R. Stojanović (ur.), *Ekonomsko-finansijska kriza i računovodstveni sistem* (str. 166-185). Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije.
13. Kaplan, R. S. i Cooper, R. (1997). *Cost and effect – using integrated cost systems to drive profitability and performance*. Boston: Harvard Business School Press.
14. Milićević, V. (2003). *Strategijsko upravljačko računovodstvo*. Beograd: Ekonomski fakultet.
15. Statements on Management Accounting (2000). Designing an integrated cost management system for driving profit and organizational performance. Institute of Management Accountants. www.ima.net.org
16. Stenzel, C. i Stenzel, J. (2003). From cost to performance management – a blueprint for organizational development. John Wiley&Sons.
17. Stojanović, V. (1999). Reinženjering poslovnih procesa - mogućnost za transformaciju. U D. Grozdanović (ur.), *Efikasnost transformacije preduzeća* (str. 290-299). Niš: Ekonomski fakultet, Institut za ekonomska istraživanja.
18. Stojanović, V. (2000). Efekti reinženjeringa poslovnih procesa u preduzeću. U D. Grozdanović (ur.), *Efikasnost transformacije preduzeća* (str. 299-309). Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta, Institut za ekonomska istraživanja.
19. Wise, R. i Baumgartner, P. (1999). Go downstream: the profit imperative in manufacturing. *Harvard Business Review*, September-October, str. 133-141.
20. Zengin, Y. i Erhan, A. (2010). Cost management through product design: target costing approach. *International Journal of Production Research*, Vol. 48, No. 19, 1, October, str. 5593–5611.

UTICAJ RESTRUKTURIRANJA IMOVINE PRODAJOM POSLOVNIH SEGMENTA NA UNAPREĐENJE PERFORMANSI POSLOVANJA PREDUZEĆA

Dr Slađana Savović*

Apstrakt: U svetlu brzog tehnološkog napretka, regulatornih promena i nižeg rasta u globalnoj ekonomiji, procene strategijskog portfolia predstavljaju najvažnije sredstvo za optimiziranje alokacije kapitala. Prodaja poslovnih segmenata i preoblikovanje portfolia mogu pomoći kompanijama da se koncentrišu na mogućnosti ostvarivanja većeg rasta i kreiranja vrednosti za svoje stejkholdere. Rad ima za cilj da istraži da li restrukturiranje imovine prodajom poslovnih segmenata doprinosi unapređenju performansi poslovanja preduzeća. U radu su najpre objašnjene transakcije dezinvestiranja imovine preduzeća. U nastavku je detaljno analizirana prodaja poslovnih segmenata, kao jedna od transakcija dezinvestiranja, uz isticanje specifičnih koraka koje kompanija preduzima pre donošenja konačne odluke o prodaji. Zatim je dat pregled empirijskih istraživanja o efektima prodaje poslovnih segmenata na vrednost za akcionare, uz posebno isticanje i analiziranje mogućih pokretača kreiranja vrednosti. Rezultati istraživanja ukazuju da tržište pozitivno reaguje na ovaj tip transakcije, osim u slučaju kada se prodaja poslovnih segmenata primenjuje kao mera odbrane od preuzimanja.

Cljučne reči: restrukturiranje, dezinvestiranje, prodaja poslovnih segmenata, kreiranje vrednosti, performanse

Uvod

U savremenim uslovima poslovanja restrukturiranje postaje sve češći fenomen. Aktivnosti korporativnog restrukturiranja predstavljaju deo upravljačkih strategija koje imaju za cilj da poboljšaju efikasnost i pomognu preduzeću u procesu prilagođavanja promenama u poslovnom okruženju. U ovom procesu prilagođavanja važnu ulogu imaju i transakcije dezinvestiranja (*divestment, divestiture*), kao što su prodaja poslovnih segmenata (*sell-off*), izdvajanje poslovnih segmenata (*spin-off*) i ostale. Naime, upravljanje visoko diverzifikovanim i kompleksnim poslovnim portfolijima je zahtevno i može dovesti do toga da se poslovanje sa relativno neatraktivnim mogućnostima finansira novčanim tokovima koje generišu poslovne jedinice sa boljim investicionim mogućnostima. U takvoj situaciji, preduzeća nastoje da pojednostave svoj poslovni portfolio fokusirajući se na one poslovne jedinice koje imaju najveći potencijal, izlazeći iz poslovanja koje nije povezano sa poslovnom strategijom. Prodajom poslovnih segmenata preduzeća očekuju da revitalizuju poslovanje i unaprede poslovne performanse.

Imajući u vidu navedeno, predmet istraživanja usmeren je na analiziranje prodaje poslovnih segmenata i ispitivanje potencijalnih efekata ove mere restrukturiranja na performanse preduzeća. Cilj rada je sagledati kakve mogućnosti postoje za unapređenje performansi poslovanja preduzeća nakon prodaje određenih poslovnih segmenata. Shodno postavljenom cilju istraživanja, rad se zasniva na sledećoj ključnoj hipotezi: prodaja poslovnog segmenta koji nije od suštinskog značaja za razvoj preduzeća, a njegovo poslovanje nije dovoljno rentabilno doprinosi unapređenju performansi poslovanja preduzeća.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: ssladjana@kg.ac.rs

U radu je primenjena kvalitativna metodologija utemeljena na proučavanju i deskriptivnoj analizi istraživačkog problema. U procesu istraživanja, teorijski pristup problemu kombinovan je sa empirijskim istraživanjima različitih autora koji su se, testirajući uticaj prodaje poslovnih segmenata na performanse, dominantno oslanjali na metodologiju studija događaja (*event study*). Osnovni kriterijum za merenje performansi u ovim studijama je ispitivanje kretanja cene akcija preduzeća u periodu pre i nakon objave prodaje poslovnog segmenta. Model praćenja cena akcija baziran je na utvrđivanju tzv. kumulativnog abnormalnog prinosa (*cumulative abnormal return* – CAR).

Polazeći od definisanog predmeta, cilja i polazne hipoteze, u radu su najpre analizirane i istaknute različite transakcije dezinvestiranja imovine koje preduzeću stoje na raspolaganju u pokušaju da pregrupisavanjem postojeće imovine i resursa unapredi poslovanje. U nastavku je detaljno analizirana prodaja poslovnih segmenata, uz posebno akcentiranje specifičnih koraka koje preduzeće preduzima pre donošenja konačne odluke o prodaji. Nakon toga, predstavljeni su rezultati empirijskih istraživanja o efektima prodaje poslovnih segmenata na vrednost za akcionare. Na kraju su analizirani mogući pokretači kreiranja vrednosti prilikom prodaje poslovnih segmenata.

Dezinvestiranje imovine preduzeća – pojam i tipovi transakcija

Pregrupisavanje resursa i dezinvestiranje imovine su elementi dinamičkog procesa u kome preduzeće menja svoje poslovanje putem drugačijeg kombinovanja internih i eksternih resursa. Dezinvestiranja imovine predstavljaju transakcije kojima se izazivaju diskontinuelna i značajna smanjenja angažovanih sredstava u preduzeću, a sprovode se prodajom ili izdvajanjima poslovnih segmenata – poslovnih linija, poslovnih jedinica, divizija ili zavisnih preduzeća (Todorović, 2010, 265). Maksimovic i ostali (2011) ukazuju da preduzeća nakon preuzimanja, određuju granice svoje veličine, dezinvestirajući određene delove imovine kako bi na najbolji način iskoristila svoje komparativne prednosti i poboljšala performanse preostalih delova imovine. Do dezinvestiranja imovine preduzeća može doći odmah nakon preuzimanja, kada je preduzeće koje je izvršilo preuzimanje od početka zainteresovano samo za specifični deo poslovanja preuzetog preduzeća, koga će zadržati, a izvršiti odvajanje ili prodaju ostalih poslovnih segmenata. Pored toga, transakcije dezinvestiranja mogu da se izvrše i kasnije, ukoliko se očekivane sinergije nisu ostvarile. Preduzeća često napuštaju poslovanje koje duže vremena nema uspeha u ostvarivanju minimalnih stopa prinosa. Gole i Higler (2008) naglašavaju da ukoliko poslovni segment duže vremena ima loše performanse i umanjuje ukupnu profitabilnost preduzeća, treba razmotriti opciju dezinvestiranja. U suprotnom, samo prekid investiranja ili nedovoljno investiranje u dati poslovni segment verovatno bi izazvalo spiralu daljeg pogoršavanja performansi. Dezinvestiranja često imaju za cilj poboljšanje strategijskih, organizacionih i finansijskih ishoda, proširujući granice svojih mogućnosti i otkrivajući dodatne sinergije (Moschieri, 2011). Nguyen i ostali (2013) ističu da dezinvestiranja, omogućavajući preduzećima da izvrše optimizaciju poslovnog portfolia doprinose kreiranju vrednosti za akcionare.

Mnoge vodeće kompanije neprestano se transformišu sa aktivnim, tekućim programima dezinvestiranja i akvizicija. U Tabeli 1 predstavljeno je prvih deset kompanija u svetu prema broju implementiranih transakcija dezinvestiranja. Kompanija *Invensys* izdvaja se prema broju dezinvestiranja, a kompanija *Philips* po tome što je, u proseku, kreirala najviše vrednosti za akcionare na osnovu dezinvestiranja.

Tabela 1: Prvih deset kompanija u svetu prema broju transakcija dezinvestiranja

Rang	Kompanija	Država	Broj dezinvestiranja	Prosečni CAR (%)	Prosečno kreiranje vrednosti(%)	Broj akvizicija
1	Invensys	UK	27	1,1	0,9	18
2	BP	UK	26	1,1	1,3	3
3	Philips	Holandija	23	2,2	2,2	14
4	Exxon	SAD	22	0,2	0,2	1
5	El Paso	SAD	22	1,5	1,8	6
6	Unilever	UK	20	1,7	1,8	5
7	Siemens	Nemačka	17	0,9	1,0	14
8	Hitachi	Japan	13	1,5	1,6	3
9	AXA	Francuska	13	1,0	1,3	6
10	E.ON	Nemačka	13	0,7	0,5	3

CAR=kumulativni abnormalni prinost obračunat u sedmodnevnom periodu pre i nakon objave dezinvestiranja (+3/-3), kreiranje vrednosti je obračunato na sledeći način: suma promena tržišne vrednosti obe firme podeljeno sa sumom tržišne vrednosti obe firme pre dila; samo dilovi veći od 25 miliona \$ su uzeti u obzir

Izvor: Kengelbach, J., Klemmer, D. & Roos, A. (2012). Looking Anew at the Value of Divesting, BCG perspectives, https://www.bcgperspectives.com/content/articles/divestitures_growth_looking_anew_m_and_a_2012/

Za sve tipove dezinvestiranja zajedničko je da vrše transfer kontrole nad imovinom od matičnog preduzeća ka novim vlasnicima, delimično ili u potpunosti. Jednom kada preduzeće odluči da je pregrupisanje imovine neophodno, menadžeri treba da razmotre koje alternative im stoje na raspolaganju i koje će od njih biti najefikasnije u ostvarivanju željenih ciljeva. Tipovi i definicije različitih metoda dezinvestiranja imovine preduzeća dati su u Tabeli 2.

Tabela 2: Tipovi i definicije metoda dezinvestiranja imovine preduzeća

TIPOVI DEZINVESTIRANJA	DEFINICIJA
A. Primarne metode dezinvestiranja	
Prodaja imovine (<i>sell-off</i>)	Prodaja divizionu, zavisnog preduzeća, proizvodne linije ili druge imovine drugom preduzeću, obično za gotovinu.
Odvajanje imovine (<i>spin-off</i>)	Preduzeće svojim akcionarima na srazmernoj osnovi (pro-rata) vrši distribuciju akcija poslovnog segmenta, koji se odvaja i postaje zaseban entitet.
Javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu (ECO)	Prodaja dela vlasništva nad poslovnim segmentom putem inicijalne javne ponude akcija segmenta, koji se odvaja i postaje zaseban entitet.
B. Varijacije metoda dezinvestiranja	
Cepanje preduzeća (<i>split-up</i>)	Razdvajanje preduzeća na više delova (osamostaljenih preduzeća).
Prateće akcije	Formiranje posebne klase akcija čija je vrednost bazirana na novčanim tokovima poslovnog segmenta; ponekad mogu biti ponuđene i na finansijskom tržištu kroz javnu ponudu.

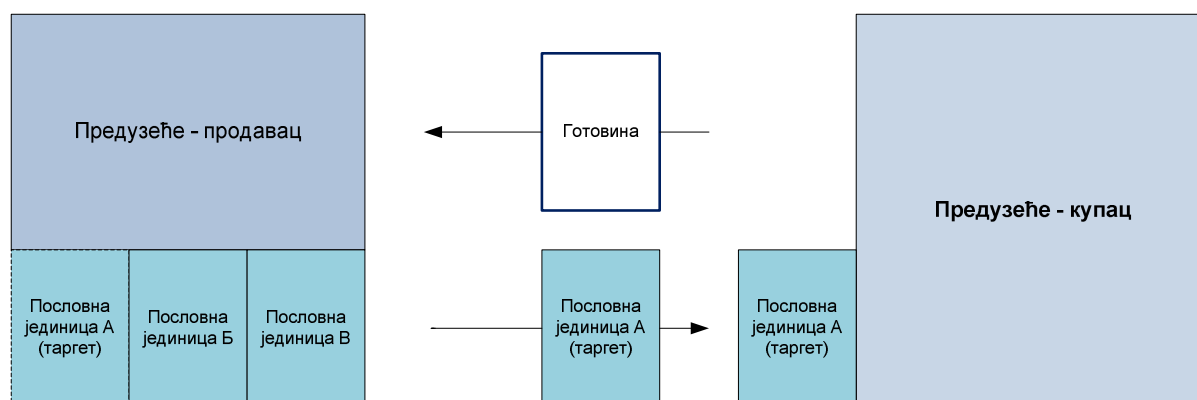
Izvor: Weston et al., 2004, 289

Upravljanje transakcijama dezinvestiranja predstavlja veliki izazov za menadžere koji treba da uporede različite metode dezinvestiranja i odaberu one za koje veruju da će predstavljati najefektivniji odgovor na osnovni motiv dezinvestiranja, a istovremeno proizvesti najveću finansijsku korist.

Prodaja poslovnih segmenata

Transakcije prodaje (*sell-off*) odnose se na prodaju diviziona, zavisnog preduzeća, proizvodne linije ili druge imovine drugom preduzeću. One predstavljaju značajan deo aktivnosti merđžera i akvizicija (M&A). U 1980-tim i ranim 1990-tim godinama, oko 35-45% transakcija M&A predstavljalo je zapravo prodaju prethodno preuzetih jedinica (Capron et al., 2001). Na primeru 33 kompanija tokom perioda od 1950. do 1986. godine, Porter (1987) je pokazao da su ove kompanije izvršile dezinvestiranja (*sell-off*) kod 53% slučajeva preuzimanja. Ravenscraft i Scherer (1987) utvrdili su da je 33% preuzimanja izvršenih tokom 1960-tih i 1970-tih godina kasnije prodato. Maksimalni nivoi aktivnosti *sell-off*-a zabeleženi su sredinom 1970-tih, početkom 1990-tih i početkom 2000-tih, sledeći periode intenzivnih aktivnosti M&A krajem 1960-tih, 1980-tih i u drugoj polovini 1990-tih.

Slika 1: Prodaja imovine (*sell-off*)



Izvor: Fogh, 2009, 9

Transakcija prodaje delova preduzeća uključuje tri strane, preduzeće koje preuzima imovinu (kupaц), preduzeće koje vrši dezinvestiranje (prodavac) i zavisno preduzeće ili divizion koji se prodaje (target), kao što je prikazano na Slici 1. Posmatrano sa aspekta preduzeća-kupca i targeta, transakcija predstavlja akviziciju, dok je to transakcija dezinvestiranja sa aspekta preduzeća koje prodaje deo imovine. Preduzeće-kupac preuzima korporativnu kontrolu nad targetom i apsorbuje ga u okviru svoje organizacione strukture.

Prodaja poslovnog segmenta generalno je teža od integrisanja preuzetog poslovanja, jer se mora obaviti pod većim vremenskim pritiskom. Dok se integracija dešava nakon transakcije preuzimanja, dezinvestiranja zahtevaju intezivno planiranje i brzu implementaciju razdvajanja poslovanja koje se prodaje pre okončanja transakcije. Ovo zahteva tim za dezinvestiranje koji će prevazići moguće probleme i pripremiti se za proces marketinga i prodaje. Dezinvestiranja podrazumevaju značajne komunikacione i upravljačke izazove, koji nisu prisutni kod akvizicija, budući da se objava buduće prodaje generalno dešava pre nego što je identitet kupaca poznat. Nakon objave, ukoliko zaposleni u delu koji se prodaje nisu informisani i motivisani, neizvesnost može dovesti do značajnog smanjenja vrednosti imovine. Znajući da je proces zatvoren, oni koji su odgovorni za dezinvestiranje treba da

internu i eksternu javnost informišu putem pažljivo planiranih i usmeravanih programa komuniciranja. Operativni izazovi i javna priroda dezinvestiranja zajedno uvećavaju potencijalne rizike i prokreću koristi transakcije. Organizacija koja efikasno planira operativne i transakcione aspekte dezinvestiranja i efikasno obavlja komuniciranje, ima mnogo bolje šanse da optimizira vrednost akcionara u poređenju sa organizacijom kojoj nedostaje pažnja, planiranje i disciplina (Gole & Hilger, 2008). U ovakvim okolnostima kompaniji koja prodaje poslovni segment, neophodna je pomoć konsultanata koji će im pomoći u implementaciji transakcije prodaje. Usluge koji tokom različitih faza ciklusa prodaje mogu pružiti konsultanti prikazane su u Tabeli 2.

Tabela 3: Konsultantske usluge tokom ciklusa prodaje

FAZA 1 4-5 NEDELJA	FAZA 2 10-12 NEDELJA	FAZA 3	FAZA 4 6-8 NEDELJA
Priprema poslovanja za prodaju i <i>due diligence</i>	Marketing poslovanja	Selekcija kupaca i <i>due diligence</i>	Zatvaranje transakcije
<ul style="list-style-type: none"> • Diskusija o ciljevima menadžmenta • Razvoj razumevanja poslovnog modela kompanije, njene konkurentске pozicije i alokacije poslovnih funkcija • Identifikovanje potencijalnih prepreka za prodaju • Priprema informacija koje će pomoći kupcu u proceni vrednosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Finalizacija liste potencijalnih kupaca /investitora i analiza kupaca • Direktno pozivanje potencijalnih kupaca • Razvoj menadžment prezentacije 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluacija pisama o zainteresovanosti i kvalifikaciji kupaca • Olakšavanje protoka informacija ka potencijalnim kupcima • Pomaganje kompaniji u traženju i vrednovanju ponuda • Procena cena, strukture, potencijalnih sinergija i uslova postavljenih od strane kupaca • Procena finansijske sposobnosti kupca da zatvori transakciju 	<ul style="list-style-type: none"> • Upravljanje finalnim procesom <i>due diligence</i> • Pružanje pomoći u pregovaranju o definitivnoj kupovini i prodaji • Pružanje pomoći u strukturiranju i zatvaranju transakcije

Izvor: Doyle, A., Wilson, A. & Clark, E. (2014). It's not easy to say goodbye, Perspectives on driving divestiture and carve out value, Deloitte M&A Institute, p. 53, Retrieved December 10, 2015, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/mergers-acquisitions/us-ma-divestiture-compendium-22315.pdf>

Finansijska procena poslovnog segmenta koji preduzeće namerava da dezinvestira treba da se sprovede na logičan način. Sledeći generalni koraci deo su opšteg procesa evaluacije (Gaughan, 2005, 280):

1. *Procena novčanih tokova poslovnog segmenta nakon plaćanja poreza.* U pitanju je početni korak procesa evaluacije. Preduzeće treba da proceni novčane tokove poslovnog segmenta nakon plaćanja poreza. Ovo zahteva prilagođavanje novčanih tokova koji nastaju od prodaja u okviru matičnog preduzeća i troškova usluga koje ono pruža. Prodaja u okviru matičnog preduzeća odnosi se na prihod poslovnog segmenta koji se ostvaruje od prodaje proizvoda ili pružanja usluga drugom poslovnom segmentu koji je u vlasništvu istog preduzeća. Preduzeće može za obračun ovog prihoda da koristi transferne cene proizvoda. Ukoliko transferne cene ne odražavaju stvarne tržišne

cene, prihod koji se ostvaruje unutar preduzeća može biti veštački visok ili nizak, tako da je neophodno da se koriguje prema stvarnim tržišnim cenama (DePamphilis, 2010).

2. *Određivanje diskontne stope poslovnog segmenta.* Neophodno je utvrditi sadašnju vrednost novčanih tokova poslovnog segmenta nakon plaćanja poreza. Da bi se to utvrdilo, neophodno je da se utvrdi specifična diskontna stopa koja se odnosi na poslovni segment, uzimajući u obzir rizik koji je karakterističan samo za dati poslovni segment. Troškovi kapitala drugih preduzeća u istoj grani (ili preduzeća u drugim granama koje imaju sličnu profitabilnost, rast i rizik) je često dobra zamena za diskontnu stopu poslovanja koje se analizira.
3. *Obračun sadašnje vrednosti poslovnog segmenta nakon plaćanja poreza.* Korišćenjem diskontne stope, obračunava se sadašnja vrednost svakog projektovanog novčanog toka nakon poreza. Suma svih ovih sadašnjih vrednosti predstavljaće sadašnju vrednost datog poslovnog segmenta.
4. *Oduzimanje obaveza od sadašnje vrednosti poslovnog segmenta.* Prethodni korak ne uzima u obračun obaveze poslovnog segmenta. Tržišnu vrednost ovih obaveza treba oduzeti od sadašnje vrednosti novčanih tokova nakon poreza. Ovaj rezultat predstavlja neto vrednost poslovnog segmenta kao dela preduzeća, pod pretpostavkom da se zadrži vlasništvo nad tim segmentom.

$$\text{NOL} = \sum_{i=1}^n \frac{\text{ATCF}_i}{(1+k)^i} - \text{MVL} \quad (6.1)$$

Gde je:

NOL – neto vrednost poslovnog segmenta koji je u vlasništvu matičnog preduzeća (*net of liability of the division*),

ATCF – novčani tokovi nakon plaćanja poreza,

MVL – tržišna vrednost obaveza.

5. *Odluka o tome da li sprovesti dezinvestiranje.* Prinos koji preduzeće može ostvariti od prodaje poslovnog segmenta (DP – *divestiture proceeds*) se upoređuje sa neto vrednošću datog segmenta (NOL- *net of liability of the division*). Ukoliko je prinos od dezinvestiranja, odnosno neto prodajna cena veća od vrednosti koju bi poslovni segment mogao da ostvari ukoliko bi nastavio da funkcioniše kao deo preduzeća, tada treba doneti odluku o prodaji. Odnosno, ukoliko je:

DP > NOL - izvršiti prodaju poslovnog segmenta,

DP = NOL - ostale faktore treba uzeti u obzir prilikom donošenja odluke,

DP < NOL - zadržati poslovni segment.

Preduzeće koje vrši prodaju imovine može na taj način da kreira vrednost za akcionare ukoliko je neto priliv od gotovine veći od sadašnje vrednosti izgubljenih novčanih tokova od datih sredstava. S druge strane, kupac može biti u stanju da ostvari dobru vrednost – posebno u situaciji kada je moguće izvršiti adekvatnu kombinaciju datog segmenta sa postojećim poslovanjem, što će dovesti do ostvarivanja sinergetskih efekata. Osim toga, sa novim sredstvima kupac može redukovati percepciju sopstvenog rizika u očima investitora, što će dovesti do smanjenja zahtevanih stopa prinosa i njegove cene kapitala (Todorović, 2010, 266).

Iako prodajna vrednost može prevazilaziti vrednost poslovnog segmenta, matično preduzeće može izabrati da zadrži dati segment iz strategijskih razloga. Na primer, matično

preduzeće može da veruje da proizvodi datog poslovnog segmenta mogu olakšati prodaju ostalih proizvoda koje preduzeće nudi. U drugom slučaju, poslovni segment može da pruža veoma kompleksne komponente koje su od ključnog značaja za sklapanje finalnih proizvoda od strane drugih poslovnih segmenta.

Finansiranje transakcije vrši se gotovinom, ali i akcijama (Weston, et al., 2004). Priliv od prodaje reinvestira se u preostali biznis, a može se i distribuirati poveriocima za izmirenje dugova ili vratiti akcionarima bilo u vidu isplate likvidacionih dividendi ili putem otkupa akcija. Iako se putem ove transakcije eliminiše deo imovine, preduzeće koje vrši *sell-off* nastavlja da egzistira u suštinski istoj formi, kao i pre prodaje, što znači da se broj akcija, akcionara i vlasnička struktura preduzeća ne menjaju. Prodaja imovine može prouzrokovati značajne poreske obaveze: razlika između prodajne i knjigovodstvene vrednosti prodane imovine predstavlja kapitalnu dobit (ili gubitak) koji se oporezuje.

Određeni autori ističu da je visoka stopa postakvizicionih prodaja imovine posledica neuspeha akvizicije (Porter, 1987; Ravenscraft & Scherer, 1987). S druge strane, veliki broj autora ima pozitivan stav o prodaji sredstava, ističući da nakon preuzimanja dolazi do toga da preduzeća raspoložu resursima koje bi se mogla uposliti u većem obimu, dok su određeni resursi suvišni. Prema ovom gledištu, dezinvestiranje je deo procesa konsolidacije koji pomaže preduzeću da poveća efikasnost putem prodaje viška kapaciteta (Jensen & Ruback, 1983; Anand & Singh, 1997).

Efekti prodaje poslovnih segmenata preduzeća na vrednost za akcionare

Objava transakcije prodaje poslovnog segmenta ima pozitivan uticaj na vrednost za akcionare, kao što je prikazano u Tabeli 4. Studije najčešće izveštavaju o kumulativnom abnormalnom prinosu akcija (CAR) u dvodnevnom intervalu (-1,0) ili trodnevnom intervalu (-2,0), gde je 0 datum objavljivanja. U svim studijama CAR je pozitivan i iznosi od 0,1% do 3,6%. Iako i prodavac i kupac ostvaruju korist od dezinvestiranja, čini se da, u proseku, najveći deo koristi izvlači prodavac. Jain (1985) na bazi velikog primera, koji je uključivao 304 preduzeća-kupca i 1062 preduzeća-prodavca došao je do zaključka da preduzeća-prodavci ostvaruju veći CAR (0,7%) u odnosu na kupce (0,3%). Dve studije procenjivale su kombinovane prinose akcionara. Rezultati studija Hanson i Song (2000) i Mulherin i Boone (2000) pokazuju da se ostvaruje pozitivan kombinovan prinos za akcionare i to 0,269% i 1,18%, respektivno (Weston et al., 2004 313).

Može se zaključiti da tržište pozitivno reaguje na ovaj tip transakcije dezinvestiranja, izražavajući time verovanje da će kupac moći efikasnije da upravlja imovinom poslovnog segmenta, a da će prodavac biti u stanju da teži boljoj strategiji kada se oslobodi datog segmenta koji nije na najbolji način usklađen sa postojećim poslovanjem. Pored toga, veruje se da će ostvareni priliv gotovine iz transakcije iskoristiti na najbolji način. Preduzeće primljenu gotovinu može iskoristiti kao investiciju u preostalo poslovanje. Ukoliko prinosi od takve investicije nisu impresivni, kao što se dešava u slučaju zrelih industrija, tada kompanija može da izabere da distribuirati gotovinu akcionarima u formi dividendi ili da izvrši otkup sopstvenih akcija uz premiju. U oba slučaja, akcionari brzo ostvaruju korist. Još jedna moguća alternativa odnosi se na upotrebu gotovine za finansiranje novih akvizicija, pri čemu treba imati u vidu da takva transakcija treba zaista da dovede do povećanja vrednosti za akcionare (Gaughan, 2005, 287).

Tabela 4: Kumulativni abnormalni prinos (CAR) nakon objave prodaje poslovnog segmenta

STUDIJA; ISTRAŽIVAČKI PERIOD I BROJ PREDUZEĆA	DANI	BENČMARKING MODEL	% CAR PRODAVCA	% CAR KUPCA
Hearth and Zaima (1984); 1979-81; 58	11	Tržišni model	3,6	
Rosenfeld (1984); 1969-81; 62	2	Prilagođen model	2,3	2,1
Jain (1985); 1976-78; 1064	1	Tržišni model	0,7	0,3
Klein (1986); 1970-79; 202	3	Tržišni model	1,1	
Hite, Owners and Rogers (1987); 1963-81; 55	2	Tržišni model	1,7	0,8
Hirschey, Slovin and Zaima (1990); 1975-82; 170	2	Prilagođen model	1,5	
Sicherman and Pettway (1992); 1981-87; 278	2	Tržišni model	0,9	0,5
Slovin, Sushka and Ferraro (1995); 1980-91; 179	2	Tržišni model	1,7	
John and Ofek (1995); 1986-89; 321	3	Tržišni model	1,5	0,4
Hanson and Song (2000); 1981-1995; 326	3		0,6	0,5
Mulherin and Boone (2000); 1990-1999; 83	3		1,75	1,34

Izvor: Autor, prema Sudarsanam, 2003, 243, i Weston et al., 2004, 313.

Loh i ostali (1995), analizirajući uzorak od 59 kompanija u periodu od 1980-1987. godine, došli su do zaključka da je prosečni kumulativni abnormalni prinos ACAR prodavaca iznosio 1,5%. Međutim, kada su uzorak podelili na dva dela, posebno posmatrajući prodaje (*sell-off*) koje su izvršene kako bi se preduzeće odbranilo od preuzimanja, a takvih je u datom uzorku bilo 13, došlo se do drugačijeg zaključka. Kada je prodaja poslovnih segmenata motivisana željom da se preduzeće odbrani od preuzimanja, tada ne dolazi do značajnih promena u vrednosti za akcionare. U ovakvoj situaciji, preduzeće, kako bi umanjilo atraktivnost preuzimanja, može prodati poslovne segmente koji, u normalnim okolnostima, ne bi bili kandidati za prodaju.

Kao dopuna metodologiji studija događaja (*event study*), Maksimovic i Phillips (2001) analizirali su efekte prodaje imovine na produktivnost i došli do zaključka da dolazi do povećanja produktivnosti nakon prodaje. Na osnovu rezultata istraživanja, ovi autori zaključuju da tržište korporativne imovine olakšava pregrupisanje imovine od firme koja nema dovoljno sposobnosti da je efikasno iskoristi ka onim firmama koji poseduju veću sposobnost.

Pokretači kreiranja vrednosti kod prodaje delova preduzeća

Smanjivanje kompleksnosti preduzeća, odnosno *uvećanje fokusa* može poboljšati prinose akcionara. Problemi upravljanja diverzifikovanim poslovnim portfolijima u velikom broju nepovezanih oblasti, kao i problemi vrednovanja ovih portfolija doveli su do raspada velikog broja konglomeratskih preduzeća 1970-tih i 1980-tih godina (Eckbo & Thorburn, 2008). Kaplan i Weisback (1990) ističu da nepovezane akvizicije u većem stepenu rezultiraju u kasnijim dezinvestiranjima, u poređenju sa povezanim akvizicijama. Njihovo istraživanje je

pokazalo da je 60% nepovezanih akvizicija, a 20% povezanih akvizicija u narednim periodima dezinvestirano.

John i Ofek (1995) proučavali su 258 prodaja tokom perioda 1986-1988. godine. Njihova studija je pokazala da $\frac{3}{4}$ dezinvestiranih aktivnosti nisu iz osnovne delatnosti preduzeća, već iz sporednih i nepovezanih delatnosti. Ovi autori dolaze do zaključka da, nakon prodaje takvih poslovnih segmenata, preduzeća povećavaju fokus i da su prinosi nakon objave prodaje u pozitivnoj korelaciji sa povećanjem fokusa. Glavni razlog za povećanje prinosa, prema ovim autorima, jeste bolje upravljanje imovinom koja je zadržana nakon transakcije dezinvestiranja imovine.

Ukoliko dezinvestirani segment ostvaruje negativne sinergije sa ostalim delovima diverzifikovanog preduzeća, dezinvestiranje će kreirati vrednost jednostavno putem *eliminisanja negativnih sinergija*. Frog (2009) ističe da dezinvestiranja poslovnog segmenta koji nije povezan sa jezgrom biznisa otklanja negativne sinergije i oslobađa resurse za koje se može pronaći bolja primena. Eckbo i Thorburn (2008) ističu da dezinvestiranja kreiraju vrednost putem reduciranja skupog unakrsnog subvencionisanja neefikasnih investicija diverzifikovanog preduzeća. Kaplan i Weisback (1992), istražujući 271 preduzeće preuzeto u periodu 1971-1982. godine, zaključuju da preduzeća koja su izvršila preuzimanja prodaju biznise koje su unapredili ili sa kojima su nekada ostvarivali sinergije, ali to više nije slučaj.

Transakcije prodaje delova preduzeća mogu kreirati vrednost zato što se vrši *transfer imovine ka preduzećima koja će njome efikasnije upravljati*. Kupac može nakon preuzimanja date imovine i njenog kombinovanja sa postojećom imovinom da ostvari značajne sinergije ili jednostavno da poseduje superiornije upravljačke veštine koje će mu omogućiti da na pravi način njome upravlja. Koristeći Tobin q ratio kako bi se izmerilo bolje upravljanje firmama, Datta i ostali (2003) proučavali su efikasnost realokacije imovine kod transakcija prodaje. Ovi autori koriste Tobin q ratio, kao odnos tržišne i knjigovodstvene vrednosti imovine, kao pokazatelj sposobnosti menadžmenta da upravlja datom imovinom. Autori pronalaze da su prinosi u periodu objave viši kod transakcija u kojima je kupac imao relativno visok Tobin q ratio, a prodavac relativno nizak. Ovo implicira da treba izvršiti transfer ka preduzeću u kojoj je bolje upravljanje.

Do kreiranja vrednosti za akcionare može doći usled *rešavanja agencijskog konflikta*. Konflikt nastaje kada se menadžment i akcionari ne slažu oko glavnih korporativnih odluka. Prodaja imovine može predstavljati takav konflikt, budući da se ona može obaviti na više različitih načina. Gotovina od prodaje može se zadržati za finansiranje ostalog poslovanja prodavca, biti isplaćena akcionarima ili iskorišćena za izmirenje dugova. Abnormalni prinosi u periodu objave dezinvestiranja imaju tendenciju da budu pozitivni kada se sredstva iskoriste za izmirenje dugova ili se distribuiraju akcionarima. Takvi rezultati su u skladu sa nepoverenjem akcionara u sposobnost menadžmenta da investira sredstva koja će ostvariti prinos na nivou ili iznad troškova kapitala (DePamphilis, 2010).

Izlazak preduzeća iz finansijskih neprilika može biti pokretač kreiranja vrednosti za akcionare. Period pre objave prodaje imovine često je karakterističan po pogoršavanju operativnih performansi. Preduzeća koja prodaju određene delove imovine često imaju manji saldo gotovine, novčane tokove i kreditni rejting obveznica u poređenju sa preduzećima koja imaju slični nivo rasta, nivo rizika i profitabilnosti. Preduzeća koja su u finansijskim problemima pre koriste prodaju poslovnih segmenta, kao deo programa restrukturiranja nego druge opcije, zato što na taj način brzo dolaze do neophodne gotovine.

Zaključak

Talasi korporativne diverzifikacije i korporativnog refokusiranja povećavaju broj dezinvestiranja tokom proteklih decenija. U savremenim uslovima poslovanja redovno preispitivanje strateškog jezgra poslovanja je od ključne važnosti za ostvarivanje vrednosti. Različite mere postakvizicionog restrukturiranja, uključujući i dezinvestiranja, kao što su prodaja delova preduzeća (*sell-off*), odvajanje delova preduzeća (*spin-off*), javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu (*equity carve-out*) i druge, usmerene su u pravcu unapređenja konkurentnosti poslovanja. Transakcije prodaje podrazumevaju prodaju divizionu, zavisnog preduzeća, proizvodne linije ili druge imovine drugom preduzeću.

Autori imaju različit stav u pogledu transakcija prodaje imovine. Dok jedni ističu da prodaja poslovnih segmenata predstavlja posledicu neuspeha akvizicije, drugi imaju pozitivniji stav naglašavajući da prodaja imovine u postakvizicionom periodu, predstavlja deo procesa konsolidacije kojim se povećava efikasnost preostalih delova preduzeća. Pregled rezultata empirijskih istraživanja o efektima prodaja poslovnih segmenata na vrednost za akcionare ukazuje da dominiraju studije koje su pokazale da nakon prodaje poslovnih segmenata dolazi do kreiranja vrednosti za akcionare. Kao pokretači kreiranja vrednosti kod prodaje delova preduzeća ističu se: uvećanje fokusa, eliminisanje negativnih sinergija, transfer imovine ka efikasnijoj upotrebi, rešavanje agencijskog konflikta i izlazak preduzeća iz finansijskih neprilika. Na osnovu toga, može se zaključiti da je osnovna istraživačka hipoteza potvrđena, odnosno da prodaja poslovnog segmenta koji nije od suštinskog značaja za razvoj preduzeća, a njegovo poslovanje nije dovoljno rentabilno doprinosi unapređenju performansi poslovanja preduzeća. Rezultati istraživanja pokazuju da transakcije prodaje poslovnih segmenata ne dovode do kreiranja vrednosti za akcionare u situaciji kada je prodaja motivisana željom preduzeća da se odbrani od preuzimanja. Dakle, ovakve transakcije tržište drugačije percipira i izostaju pozitivni efekti na vrednost za akcionare.

Reference

1. Anand, J. & Singh, H. (1997). Asset redeployment, acquisitions, and corporate strategy in declining industries. *Strategic Management Journal*, 18(Special Issue), 99-118.
2. Capron, L., Mitchell, W. & Swaminathan, A. (2001). Asset divestiture following horizontal acquisitions: a dynamic view. *Strategic Management Journal*, 22, 817-844.
3. Datta, S., M. Iskandar-Datta & Raman, K. (2003). Value Creation in Corporate Asset Sales: The Role of Managerial Performance and Lender Monitoring. *Journal of Banking and Finance*, 27, 351-375.
4. DePamphilis, D. (2010). *Mergers, Acquisitions, and Other Restructuring Activities- Integrated Approach to process, Tools, Cases, and Solutions*, Fifth Edition, Academic Press Advanced Finance
5. Doyle, A., Wilson, A. & Clark, E. (2014). It's not easy to say goodbye, Perspectives on driving divestiture and carve out value, Deloitte M&A Institute, p. 53, Retrieved December 10, 2015, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/mergers-acquisitions/us-ma-divestiture-compendium-22315.pdf>
6. Eckbo, E. & Thopbupn, K. (2008). Corporate restructuring: breakups and LBOs, p. 746. In E. Eckbo (Eds.), *Takeover Activity, Valuation Estimates and Mergers Gains- Modern Empirical Developments*, Chapter 17, Elsevier Inc (2010).
7. Fogh, L. K. (2009). The Value Creation, Motives and Drivers of Divestitures – An Event and Case Study of Danish Sell-off, Master Thesis, Copenhagen Business School
8. Gaughan, P. (2005). *Mergers – What Can Go Wrong and How to Prevent It*, Third edition, John Wiley & Sons, Inc.

9. Gole, W., Hilger, P. (2008). Managing Corporate Divestiture Transactions – Learn how to organize and oversee a common, but less popular, M&A activity, *Journal of Accountancy*, 206 (2), 48-51.
10. Hanson, R. C. & Song, M.H. (2000). Managerial Ownership, Board Structure, and the Division of Gains, *Journal of Corporate Finance*, 6, 55–70, Retrieved December 12, 2012, from https://www.bcgperspectives.com/content/articles/divestitures_growth_looking_aneu_m_and_a_2012/
11. Jain, P. (1985). Sell-Off Announcements and Shareholder Wealth. *Journal of Finance*, 40 (1), 209-224.
12. Jensen, M.C. & Ruback, R.S. (1983). The market for corporate control: the scientific evidence, *Journal of Financial Economics*, 11, 5-50.
13. John, K. & Ofek, E. (1995). Asset Sales and Increase in Focus, *Journal of Financial Economics*, 37, 105–126.
14. Kaplan, S. & Weisbach, M. (1990). The Success of Acquisitions: Evidence from Divestitures, Working Paper, No. 3484, National Bureau of Economic Research, Cambridge, pp. 1-30.
15. Kengelbach, J., Klemmer, D. & Roos, A. (2012). Looking Anew at the Value of Divesting, BCG perspectives,
16. Loh, C., Bezjak, J. R. & Toms, H. (1995). Voluntary Corporate Divestitures as Antitakeover Mechanisms. *The Financial Review*, 30 (1), 41-60.
17. Maksimovic, V. & Phillips, G. (2001). The market for corporate assets: who engages in mergers and asset sales and are there efficiency gains? *Journal of Finance*, 56, 2019-1064.
18. Maksimovic, V., Phillips, G. & Prabhala, N. (2011). Post-merger restructuring and the boundaries of the firm. *Journal of Financial Economics*, 102 (2), 317-343.
19. Moschieri, C. (2011). The implementation and structuring of divestitures: the unit's perspective. *Strategic Management Journal*, 32, 368-401.
20. Mulherin, J. H. & Boone, A. L. (2000), Comparing Acquisitions and Divestitures, *Journal of Corporate Finance*, 6, 117–139.
21. Nguyen, P. Rahman, N. & Zhao, R. (2013). Ownership structure and divestiture decisions: Evidence from Australian firms. *International Review of Financial Analysis*, 30, 170-181.
22. Porter, M. (1987). From competitive advantage to corporate strategy, *Harvard Business Review*, 43-59.
23. Ravenscraft, D. & Scherer, F. (1987). Life after Takeover. *Journal of Industrial Economics*, 36 (2), 147-156.
24. Sudarsanam, S. (2003). *Creating Value form Mergers and Acquisitions – The Challenges, An Integrated and International Perspective*, Prentice Hall.
25. Todorović, M. (2010). *Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
26. Weston, F.J., Mitchell, M.L., & Mulherin, J.H. (2004). *Takeovers, Restructuring and Corporate Governance*, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc.

UTICAJ STILOVA LIDERSTVA NA KARAKTERISTIKE ORGANIZACIONE KULTURE

Dr Vesna Stojanović Aleksić*

***Apstrakt:** Organizaciona kultura, kao sistem vrednosti, verovanja i normi ponašanja članova organizacije predstavlja jedan od ključnih faktora koji utiču na funkcionisanje i performanse preduzeća. Formiranje organizacione kulture nalazi se pod veoma izraženim uticajem lidera organizacije, koji zbog svoje specifične pozicije i uticaja koji ima na zaposlene, oblikuje njihov način razmišljanja i reagovanja na interne i eksterne podsticaje. Zbog toga se može tvrditi da postoji značajna veza između stila liderstva i tipova organizacione kulture, što je osnovni predmet istraživanja ovog rada. U radu su prikazane različite klasifikacije organizacione kulture u zavisnosti od razmatranih varijabli, kao i karakteristike najrasprostranjenijih stilova liderstva i analizirana je njihova međusobna povezanost. Cilj rada je da pokaže da postoji uticaj stila liderstva na organizacionu kulturu, odnosno, da su različiti tipovi dominantnih vrednosti i verovanja u organizaciji, rezultat razlika u primenjenim liderskim stilovima.*

***Ključne reči:** liderstvo, organizaciona kultura, organizacija, liderski stil*

Uvod

U organizacionoj i menadžerskoj teoriji i praksi rasprostranjeno je mišljenje o postojanju veoma izraženog uticaja stilova liderstva na performanse preduzeća, pri čemu mnogi autori veruju da se međuzavisnost liderskog procesa i organizacionih performansi realizuje, u najvećoj meri, preko organizacione kulture, odnosno, da se kultura pojavljuje kao najznačajniji intermedijator tog procesa (Ogbonna, Harins, 2000).

Integrativna perspektiva, koja predstavlja najčešće korišćen pristup u proučavanju međuzavisnosti liderstva i organizacione kulture, polazi od pretpostavke da u kreiranju organizacione kulture lider ima centralno mesto i ključnu ulogu (Ogbonna, Harris, 1998). Lider je osoba koja se po prirodi svoje pozicije najčešće nalazi u ulozi predlagača rešenja za probleme sa kojima se suočava organizacija. Zbog toga što raspolaze informacijama, znanjem i ključnim resursima, ili zbog činjenice da uživa najveće poverenje ostalih članova organizacije, lider ima mogućnost da predloži rešenje za određeni problem. Ukoliko se dato rešenje pokaže kao uspešno, ili ga članovi organizacije dožive na taj način, ono će vremenom biti transformisano u jednu od dominantnih vrednosti organizacije. S obzirom da predložena rešenja odslikavaju lične vrednosti i verovanja lidera i njegov specifični pogled na svet, to i organizaciona kultura predstavlja odraz individualnih vrednosti i stavova lidera koji je oblikuje.

Pored predlaganja rešenja specifičnih problema, lider može uticati na organizacionu kulturu na taj način što direktno oblikuje svest ostalih članova organizacije, namećući im svoje viđenje i tumačenje događaja i pojava koje ih okružuju. Ova mogućnost uslovljena je izraženom potrebom ljudi da razumeju realnost i tako eliminišu nesigurnost i strah od nepoznatog. Nažalost, mnogi ljudi i pored izražene potrebe nisu spremni ili sposobni da ulože dovoljno intelektualnog napora u njeno razumevanje, i zbog toga koncipiranje značenja

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vesnasa@kg.ac.rs

pojava i događaja prepuštaju onima koji za to imaju više spremnosti, usvajajući njihove ideje i poglede na svet. Ulogu strukturiranja realnosti, stoga, preuzima lider, koji nameće svoje tumačenje, oblikovano njegovim sopstvenim sistemom vrednosti.

Artikulišući značenje stvari, pojava i događaja u okruženju i oblikujući aktivnosti koje se preduzimaju, lider određuje smisao realnosti za svoje sledbenike, kreirajući na taj način njihove stavove, vrednosti, pretpostavke i način razmišljanja. Upravo se sposobnost lidera da kreira i nametne vrednost i verovanja članovima organizacije, smatra jednom od definišućih karakteristika liderstva. Kakve će karakteristike te vrednosti i verovanja imati, odnosno koji će tip kulture dominirati u organizaciji, između ostalog, zavisi i od specifičnosti preferiranog liderskog stila. Upravo je veza između stila liderstva koji dominira u organizaciji i karakteristika organizacione kulture, **predmet** istraživanja ovog rada. **Cilj** rada je da pokaže da postoji uticaj stila liderstva na organizacionu kulturu, odnosno, da su različiti tipovi dominantnih vrednosti i verovanja u organizaciji, rezultat razlika u primenjenim liderskim stilovima.

Tipologija organizacionih kultura

Organizaciona kultura, kao sistem zajedničkih vrednosti, stavova i načina razmišljanja koji dele zaposleni u organizaciji (Bratton, Gold, 2003, s. 485), definiše skup verovanja i pretpostavki o tome kako zaposleni treba da se ponašaju, šta je važno za organizaciju i kako ona treba da se pozicionira u odnosu na okruženje (Erić Nilsen, 2015).

Iz literature je moguće izdvojiti veći broj tipologija, odnosno klasifikacija organizacionih kultura, koje se razlikuju prema svojim karakteristikama. Veoma je teško izvršiti preciznu klasifikaciju koja bi bila u stanju da pokrije sve postojeće kulturne specifičnosti i omogući da se kultura svake organizacije svrsta u isključivo jednu, jasno određenu grupu. Kulturu čine njene dominantne vrednosti, pa se, sa tog aspekta posmatrano, može izdvojiti onoliko tipova kultura koliko ima različitih sistema vrednosti i verovanja (Cooke, 2003).

Smatra se da postoji sedam primarnih karakteristika na osnovu kojih se procenjuju različiti tipovi kultura (Chatman, Jeha, 2010):

- 1) *Inovativnost i sklonost riziku*. Stepen u kome kultura ohrabruje zaposlene da budu inovativni i preuzmu rizik.
- 2) *Posvećivanje pažnje detaljima*. Stepen u kome se od zaposlenih očekuje da budu precizni, analitični i da se bave detaljima.
- 3) *Orijentacija na rezultat*. Stepen u kome su članovi organizacije fokusirani na rezultate, pre nego na tehnike i procedure njihovog ostvarenja.
- 4) *Orijentisanost na ljude*. Mera u kojoj se prilikom donošenja odluka imaju u vidu moguće posledice na međuljudske odnose.
- 5) *Timska orijentacija*. Stepen u kome se radne aktivnosti obavljaju uz pomoć timova, radije nego individualno.
- 6) *Agresivnost*. Stepen u kome su članovi organizacije agresivni i takmičarski raspoloženi, radije nego kooperativni i staloženi.
- 7) *Stabilnost*. Stepen u kome svaka organizaciona aktivnost naglašava održavanje postojećeg stanja u organizaciji.

Pojedine klasifikacije organizacionih kultura uzimaju u obzir samo dve dimenzije, kao što su *asertivnost i responzivnost* (Hall, 2005).

Visoko asertivne kulture odlikuju se odlučnošću, brzinom reagovanja, dominacijom pojedinih članova, autoritarnošću, dok nisko asertivne kulture karakteriše sporije reagovanje, oprez u preuzimanju akcija, neodlučnost. Sa stanovišta responzivnosti, kulture koje su visoko responzivne se odlikuju otvorenošću, spontanošću, lojalnošću, podrškom, poverenjem, harmonijom, dok je za kulture koje se odlikuju niskim stepenom responzivnosti karakteristično nepoverenje, zatvorenost, rigidnost, rezervisanost i baratanje činjenicama, radije nego emocijama. Kombinacijom ovih dimenzija dobijaju se četiri bazična tipa kulture (sl. 1).

Sa stanovišta konteksta kreiranja komunikacionih mehanizama, razlikuju se 1) *kulture čvrstih veza (high-context cultures)* 2) *kulture slabih veza (low-context cultures)* (Senior, str. 129).

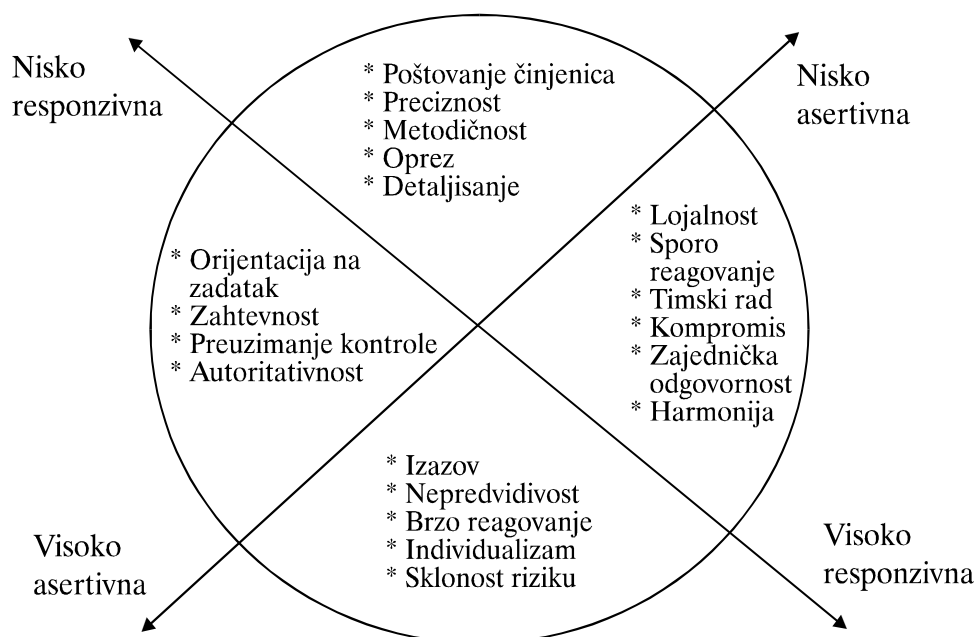
Prva grupa kultura, *kultura čvrstih veza*, odlikuje se sledećim karakteristikama (Hall, 2005):

- Dugotrajni odnosi između članova organizacije sa dubokom ličnom posvećenošću;
- Brza i efikasna komunikacija;
- Lojalnost podređenih nadređenima i međusobna lojalnost;
- Dominantno usmeno prenošenje informacija;
- Jasno izražena granica između onih koji pripadaju i onih koji ne pripadaju grupi;
- Nepostojanje sklonosti promenama.

Kulturu slabih veza karakteriše sledeće:

- Relativno labave veze između članova organizacije;
- Eksplicitne poruke i pisana komunikacija;
- Široka disperzija autoriteta;
- Nepostojanje jasno izražene granice između insajdera i autsajdera;
- Lako uklapanje članova drugih kultura u postojeći sistem vrednosti;
- Velika sklonost promenama.

Slika 1 - Četiri tipa organizacione kulture



Izvor: Hall W.,(2005).*Managing Cultures: Making Strategic Relationships Work*, Wiley, Chichester.

Pojedine studije pokazuju da se sa stanovišta odnosa prema promenama u okruženju, tj. stepena fleksibilnosti i dominantne orijentacije, odnosno, fokusa, sve organizacione kulture mogu svrstati u jednu od sledećih kategorija (McDonald, Gandl, 1999):

1) *Birokratska kultura* (interni fokus/stabilnost). Kultura koja podržava metodično, racionalno i uobičajeno rešavanje problema. Poštuje se autoritet, pravila i procedure hijerarhija i formalizam. Svaki član organizacije ima jasno definisanu ulogu, poslovanje je standardizovano, a visoko se ceni produktivnost, stabilnost, kontrolisano ponašanje i disciplina.

2) *Kultura postignuća* (eksterni fokus/stabilnost). Karakterišu je jasna vizija i ciljevi, a lideri su fokusirani na ostvarenje specifičnih dostignuća, kao što su porast prodaje, tržišnog učešća, profitabilnost i sl. Ovo je kultura orijentisana prema rezultatima, koja visoko vrednuje agresivnost, kompetitivnost, ličnu inicijativu, i spremnost da se dugo i naporno radi na ostvarivanju zadataka.

3) *Klanska kultura* (interni fokus/fleksibilnost). Kultura koja je prvenstveno orijentisana na zadovoljenje potreba svojih članova i izgradnju dobrih interpersonalnih odnosa. Lideri naglašavaju kooperaciju, integraciju, saradnju, pažljiv odnos prema sledbenicima. Podržava se timski rad, nagrađuje se participacija i inicijativa usmerena na razvoj bolje radne atmosfere, koja se percipira kao prijatna i izrazito poželjna.

4) *Adaptivna kultura* (eksterni fokus/fleksibilnost). Karakteriše se vrednostima koje podržavaju organizacionu sposobnost da interpretira i na odgovarajući način dešifruje signale iz okruženja, i transformiše ih u adekvatan organizacioni odgovor. Članovi organizacije imaju potpunu autonomiju u donošenju odluka i slobodu da predlažu nove ideje u nastojanju da se što bolje odgovori zahtevima okruženja. Ohrabuju se i nagrađuju kreativnost, eksperimentisanje, preuzimanje rizika, individualna inicijativa, preduzimljivost. Zaposleni se podstiču da budu samoinicijativni, a njihovi predlozi se razmatraju čak i onda kada su u suprotnosti sa idejama lidera. Ovaj tip kulture visoko vrednuje fleksibilnost, inovativnost, i samim tim, predstavlja izuzetno dobar kontekst za sprovođenje organizacionih promena.

Jednu od najpoznatijih klasifikacija organizacionih kultura dali su Harison i Hendi, koji su sve kulture svrstali u četiri tipa: *kultura moći*, *kultura uloga*, *kultura zadatka* i *kultura podrške* (Petković, Janićević i dr. 2014).

Kultura moći - Kultura moći je tip kulture koji nije baziran na pravilima i procedurama, nije opterećena birokratijom i odluke se mogu donositi brzo. Sistem se oslanja na centralnu figuru lidera koji je nosilac moći, što rezultira strukturom koja je u stanju da se brzo menja i odgovara na promene i spoljne pretnje. Komunikacija je intenzivna i neformalna, a politički procesi i borba za moći su vrlo izraženi i jaki. U pitanju je autokratsko vođenje, u kome je izvor moći kontrola resursa ili harizma lidera. Ova kultura se uglavnom sreće u malim organizacijama, mada se može naći u pojedinim organizacionim jedinicama većih sistema.

Kultura uloga - Često se označava i kao birokratska jer u njoj postoje jasno definisane procedure ponašanja, formalna pravila, standardi i opisi uloga. Bazira se na logici, razumu i racionalnosti. Moć lidera proizilazi iz pozicije i uglavnom je depersonalizovana. Ovo je organizacija sa jasno izraženim hijerarhijskim nivoima i inklinira centralizaciji odlučivanja. Njena prednost je u predvidivosti i stabilnosti, dok su slabosti nefleksibilnost, inercija, zatvorenost i sporo reagovanje. Ova kultura kreira visoko strukturiranu, stabilnu organizaciju, birokratski precizne opise poslova i uloga pojedinaca, u kojoj je rad kontrolisan procedurama i pravilima koja su daleko važnije od osobe koja ih nosi.

Kultura zadatka zasniva se na pretpostavci da je svrha postojanja organizacije u rešavanju zadataka. Naglasak je na rezultatima i tome da se posao uradi na najbolji mogući

način. Pojedinci imaju veliku slobodu odlučivanja i kontrolu nad poslom koji obavljaju. Ova kultura je fleksibilna i adaptivna. Organizaciona struktura je često timska, fleksibilna i može se transformisati u zavisnosti od tekućeg zadatka. Organizacija nema toliko čvrste i jasne granice između celina, kao što je slučaj sa kulturom uloga. Moć lidera proizilazi iz ekspertize, dakle mnogo više iz znanja nego iz njegove pozicije. Performanse se posmatraju u smislu ostvarenih rezultata i rešenih problema, a kao najviše vrednosti cene se uspeh i postignuća. Favorizuju se talenat, kreativnost, timsko rešavanje problema i saradnja.

Kultura podrške favorizuje interese i ciljeve pojedinca koji je centralna figura organizacije, koja egzistira upravo da bi služila kao podrška pojedincima. Najviša vrednost organizacije je individualna autonomija i njeni članovi veruju da su, u izvesnom smislu, superiorniji u odnosu na organizaciju. Individualni ciljevi dominiraju nad organizacionim, tako da opstanak organizacije može biti težak i neizvestan, zbog čega je ova kultura retko karakteristična za celu organizaciju, već se može naći u njenim manjim delovima. Karakteriše je mali broj pravila i procedura, izrazito decentralizovano odlučivanje, široka disperzija moći i insistiranje na individualnim slobodama. S obzirom na to da izvor moći leži u kompetentnosti i inventivnosti zaposlenih, njena prednost može biti u kreativnosti i inovativnosti, zbog čega se najčešće vezuje za naučno-istraživačke institucije.

Karakteristike liderskih stilova i njihov uticaj na organizacionu kulturu

Najpoznatiji stilovi liderstva bazirani su na ranim studijama koje su sprovedene krajem tridesetih godina dvadesetog veka, iz kojih je proizišla najpopularnija i najčešće korišćena klasifikacija liderstva na *autokratsko* i *demokratsko*. Mada su mnogobrojna savremena istraživanja dovela do identifikovanja velikog broja različitih liderskih stilova, činjenica je da lidersko ponašanje uvek egzistira u kontinuumu između ove dve krajnje tačke: autokratskog, sa vođom u centru (leader-centred) i demokratskog, sa podređenima u centru (subordinate-centred). Na jednom kraju ovog kontinuumu nalaze se varijante autokratskog liderstva manifestovane kroz direktivno ponašanje, dok se na drugom kraju nalaze varijante demokratskog liderstva, koje se manifestuju kroz različite modalitete participativnog i podržavajućeg ponašanja, odnosno tzv. podeljenog vođstva.

Dominacija pomenutih liderskih stilova menjala se tokom vremena i u velikoj meri uslovljena je upravo promenama u poslovnom ambijentu koje su se manifestovale kroz njegove različite dimenzije. Tradicionalno poimanje lidera, kao osobe koja svoj uticaj zasniva na dominaciji i subordinaciji (direktivno ponašanje), zamenilo je novo koje uvažava činjenicu zaposleni u modernom poslovnom okruženju prihvataju mnogo sofisticiranije liderske stilove, naročito one koji su zasnovani na saradnji i participaciji u odlučivanju (Baldoni, 2003). Promene u tehnologiji, načinu poslovanja i prirodni konkurentske borbe, nametnule su potrebu u organizacijama da liderski stil postane mekši, fleksibilniji, otvoreniji za nove ideje i znatno participativniji (Phillips, Schmidt, 2004).

Liderski stilovi predstavljaju rezultat različitih tipova ponašanja lidera. Efektivnost svakog tipa ponašanja lidera je direktno uslovljena faktorima situacione prirode kao što su karakteristike zadatka, organizacije i zaposlenih, odnosno, karakteristike poslovnog okruženja, dok se, s druge strane reflektuju na formiranje specifičnih vrednosti i verovanja, odnosno tipove organizacione kulture (Stojanović Aleksić, Erić. i dr, 2010).

Direktivni liderski stil i organizaciona kultura

Direktivno ponašanje lidera vezano je za one liderske stilove koji su prvenstveno usmereni na definisanje uloga, strukturiranje aktivnosti i saopštavanje, odnosno naređivanje

sledbenicima šta da urade u konkretnoj situaciji. Bez obzira na činjenicu da veliki broj ljudi preferira autonomiju, samoinicijativu i slobodu u obavljanju svojih zadataka, ipak je većini sledbenika povremeno neophodan izvestan stepen usmeravanja od strane lidera, što ostavlja prostor za ispoljavanje pozitivnih efekata direktivnog stila.

Obezbeđujući informacije o tome šta se očekuje od sledbenika i ukazujući im na radne metode i tehnike za ostvarenje zadataka, lideri grade jasnu predstavu o tome šta je neophodno uraditi da bi zadatak bio obavljen. Sledbenici jasno razumeju koja je njihova uloga u izvršenju zadatka, kao i kakve su njihove interpersonalne relacije sa liderom i saradnicima. Ovakva jasna slika oslobađa sledbenike tenzije i neizvesnosti, tako da oni tačno znaju kakvo se ponašanje od njih očekuje. Mnogi ljudi preferiraju određeni stepen strukture i predvidivosti, čak i u uslovima visoke neizvesnosti, kakvi vladaju u uslovima krize. Ipak, treba imati u vidu činjenicu da preterano direktivno ponašanje lidera može da proizvede kontraproaktivne efekte i utiče negativno na organizacione i individualne performanse, odnosno da postoje situacije koje povećavaju kao i one koje smanjuju efektivnost direktivnog ponašanja lidera.

Smatra se da je direktivno liderstvo najdelotvornije u uslovima visoke strukturiranosti zadatka (Howell, Costley, 2001). Radni zadatak sa jasno definisanim fazama, odnosno koracima u njihovom sprovođenju, daje mogućnost lideru da pruža precizna uputstva o načinu izvršenja, kao i da kontroliše da li se ono odvija u skladu sa datim instrukcijama. Na ovaj način sledbenici se rasterećuju dela aktivnosti i ostavlja im se više mogućnosti da se fokusiraju na izvršenje zadatka. Usled izrazite dinamičnosti okruženja, današnji zadaci su u velikom broju slučajeva nestrukturirani, pa je direktivno liderstvo u ovim situacijama neadekvatno. Direktivno liderstvo može biti efektivno i u uslovima visokog stepena međuzavisnosti sledbenika, odnosno onda kada izvršenje određenog zadatka zahteva izrazito visok stepen koordinacije (Erich, Tziner, 2015). Ovakve situacije ne ostavljaju mnogo prostora za sučeljavanje različitih mišljenja, već se mora brzo delovati pod vođstvom lidera tima. Isto važi i za izrazito stresne situacije, u kojima sledbenici nisu u stanju da potpuno racionalno rasuđuju, pa im je neophodno direktno usmeravanje od strane lidera.

Kada zaposleni rade u okviru velikih grupa, direktivni liderski stil je efektivniji nego kada se radi o manjim grupama. Smatra se da je to zbog činjenice da se u velikim grupama ispoljava relativno nizak stepen kohezivnosti i niži stepen integracije individualnih i grupnih ciljeva, što zahteva veću koordinaciju od strane lidera, odnosno više direktivnog ponašanja. Tendencije u savremenim organizacijama okrenute su formiranju fleksibilnih timova i manjih radnih grupa, pa je u ovim situacijama direktivno liderstvo neadekvatan liderski stil. Mehanistička organizaciona struktura, sa velikim brojem organizacionih nivoa i centralizovanim odlučivanjem, pogodan je ambijent za efektivnu primenu direktivnog liderstva. U takvoj organizaciji zaposleni su naviknuti na poštovanje autoriteta i odluka viših nivoa, pa se i od lidera očekuje direktivno ponašanje. U svakom slučaju, očekivanja sledbenika u odnosu na lidera mogu značajno uticati na efektivnost primenjenog liderskog stila. Konkretno, ukoliko sledbenici očekuju jasna uputstva o radu, precizno definisanje zadatka i strukturiran sistem uloga, onda će direktivno lidersko ponašanje imati pozitivne efekte na performanse.

Imajući u vidu napred pomenute karakteristike pojedinih tipova organizacionih kultura, jasno je da direktivni liderski stil pogoduje razvoju kulture moći, zbog velike zavisnosti koju članovi organizacije sa ovim tipom kulture osećaju prema lideru. Takođe, ovaj liderski stil korespondira i sa kulturom uloga, koja se bazira na precizno definisanim pravilima ponašanja, strukturiranom sistemu uloga i izraženom hijerarhijom. U kontekstu asertivnosti i responzivnosti organizacione kulture, očigledno je da direktivno liderstvo proizvodi visoko asertivnu i nisko responzivnu kulturu, a sa stanovišta kreiranja komunikacionih mehanizama, kulturu čvrstih veza (high-context culture), koju karakterišu dugotrajni čvrsti odnosi između

članova organizacije sa dubokom ličnom posvećenošću, brza i efikasna komunikacija, lojalnost podređenih nadređenima i međusobna lojalnost, dominantno usmeno prenošenje informacija i jasno izražena granica između onih koji pripadaju i onih koji ne pripadaju grupi.

Participativni liderski stil i organizaciona kultura

Participativno lidersko ponašanje vezano je za one stilove i modele vođstva u kojima je sledbenicima omogućeno da na različite načine budu uključeni u proces donošenja odluka. To su situacije u kojima je jedan deo moći sa lidera prenet na sledbenike, tako da se može govoriti o većem ili manjem stepenu podeljenog vođstva (Noves, Story, 2015). Obzirom na to da se pod participativnim liderstvom mogu smatrati sve varijante učešća zaposlenih u donošenju odluka, postoje različiti tipovi ponašanja lidera koji se mogu svrstati u kategoriju "participativnog", počevši od jednostavnog prikupljanja informacija o problemu, preko ozbiljnih konsultacija i predlaganja alternativnih rešenja, sve do potpunog prenošenja prava odlučivanja na sledbenike, odnosno delegiranja.

Pozitivni efekti participativnog liderstva na ponašanje i satisfakciju zaposlenih su višestruki. Participacija u donošenju odluka omogućuje zaposlenima da u datu odluku involviraju sopstvene interese, tako da ona bude refleksija njihovih stavova, želja i mogućnosti, što u krajnjoj konsekvenci povećava motivaciju za njeno brže sprovođenje. Osim toga, učestvovanje u donošenju značajnih odluka predstavlja mogućnost za realizaciju potreba za postignućima, napredovanjem i samodokazivanjem, što vodi razvoju potencijala zaposlenih i omogućuje im da se osećaju kompetentno, vredno i cenjeno. Zajedničko učešće u odlučivanju pojačava osećaj pripadnosti grupi, što često ima za posledicu pojačanu motivaciju i bolje radne performanse.

Jedna od svakako najznačajnijih prednosti participacije sledbenika u odlučivanju, odnosi se na veću posvećenost, odnosno zainteresovanost da se donete odluke sprovedu u delo, što se, između ostalog, ogleda u smanjenom otporu promenama koje bi sprovođenje odluke donelo, kao i u nastojanjima da se uklone prepreke na putu njenog sprovođenja. Učešće zaposlenih u odlučivanju povećava kvalitet odluke, jednostavno zbog činjenice da se u opticaju nalazi više informacija i veći broj alternativa. Savremeno poslovno okruženje odlikuje se izrazitom dinamičnošću i kompleksnošću informacija pa je nemoguće očekivati da jedna osoba (lider) koncentriše sva znanja potrebna za donošenje odluka (Domanović, 2010). Osim toga, uključivanje zaposlenih u proces generiranja, ocene i izbora alternativa, dovodi do razvoja njihovih sposobnosti odlučivanja, što predstavlja jednu od pretpostavki razvoja ostalih veština bitnih za celokupni odnos lider-sledbenik.

Najveća efektivnost participativnog liderstva ispoljava se onda kada je za sprovođenje odluke od esencijalnog značaja njeno prihvatanje od strane sledbenika, kao i u situacijama kada je zadatak na koji se odluka odnosi posebno značajan za celu grupu, odnosno organizaciju. Druga značajna kontingentna karakteristika koja povećava efektivnost participativnog ponašanja lidera, vezana je za visok stepen neizvesnosti sa kojim se susreće organizacija u svom poslovnom okruženju. U ovom slučaju, participativno liderstvo predstavlja efikasan način prikupljanja što većeg broja relevantnih informacija i ideja, koje bi pomogle redukciji neizvesnosti i rizika.

Posebnu varijantu participativnog liderstva čini podržavajuće ponašanje lidera. Podržavajuće ponašanje lidera sastavna je komponenta svih liderskih stilova koji podrazumevaju pažnju, brigu, razumevanje, poštovanje i pomoć sledbenicima. Ovakvo ponašanje najčešće rezultira većom satisfakcijom zaposlenih, boljom komunikacijom, povećanim zadovoljstvom liderom i poslom, visokom organizacionom posvećenošću,

grupnom kohezijom i smanjenjem stresa, što dovodi do povećanja individualnih i grupnih performansi. Efektivnost podržavajućeg ponašanja raste u situacijama kada zaposleni rade na stresnom poslu kojim nisu sasvim zadovoljni, kada su sledbenici novi na poslu i nesigurni u svoje sposobnosti ili rade na zadatku koji zahteva visoku kreativnost i savladavanje specifičnih veština (Mc Kenna, 2015).

Frustrirajući zadaci koji su povezani sa striktnim poštovanjem rokova, kao i mogućim konfliktima sa članovima drugih grupa, takođe zahtevaju veći stepen podržavajućeg ponašanja. Sledbenici koji su suočeni sa kompleksnim zadacima koji zahtevaju donošenje netipičnih odluka, kao i oni koji se susreću sa novim i nepoznatim problemima, često pokazuju bolje rezultate kada su vođeni liderom koji iskazuje podršku i poverenje, nego autokratsko direktivno ponašanje. Ispoljavanje razumevanja i ohrabivanje podređenih od strane lidera, pomaže da se prevaziđe anksioznost prouzrokovana novim, kompleksnim zadatkom i da se energija usmeri na postizanje boljih performansi. Grupe koje se suočavaju sa konfliktnim situacijama unutar ili izvan organizacije su, uglavnom, veoma responzivne na uticaj podržavajućeg liderskog ponašanja, zbog toga što svaki član grupe ceni ohrabivanje od lidera i njegovo razumevanje težine situacije. Pored toga, smatra se da poseban značaj podržavajuće ponašanje ima za one delove organizacije koji dolaze u kontakt sa velikim brojem klijenata i koji su usmereni na pružanje kvalitetnih vidova usluga. Podržavajuće i brižno ponašanje participativnog lidera, može biti dobar model ponašanja zaposlenima u njihovoj interakciji sa klijentima i poslužiti kao model za uspostavljanje interpersonalnih relacija, po uzoru na odnose uspostavljene sa liderom.

Promene u savremenom poslovnom okruženju dovele su do toga da bez obzira na izražene liderske sposobnosti, niko ne može u svakoj situaciji da raspolaže svim neophodnim znanjima i informacijama za efikasno upravljanje organizacijom. Ovo je dovelo do pojave fenomena podeljenog vođstva, koji, na izvestan način, objedinjuje participativno i podržavajuće ponašanje lidera. Esencijalni preduslov uspostavljanja podeljenog vođstva bazira se na podeli moći, koja predstavlja jednu od ključnih dimenzija liderstva. S obzirom da moć predstavlja sposobnost da se menja ponašanje, da se prevaziđu otpori i ljudi nateraju da rade stvari koje, inače, ne bi radili (Pralhad, 2003), to znači da lider pokazuje spremnost da lidersku poziciju privremeno prenosi na druge članove organizacije u zavisnosti od zahteva konkretne situacije, i imajući u vidu njihove specifične sposobnosti. Dakle, podeljeno vođstvo podrazumeva neprekidni proces prepoznavanja liderskih potencijala među zaposlenima i njihovo podsticanje da te potencijale razvijaju, kako bi se povremeno i sami našli u ulozi lidera.

Imajući u vidu karakteristike različitih varijanti participativnog liderstva, može se zaključiti da ono pogoduje razvoju kulture zadatka, a u specifičnim okolnostima i kulture podrške. Kao što je napred rečeno, ove kulture karakteriše potreba za individualnom autonomijom, slobodom u odlučivanju i kontrolom nad poslom koji pojedinci obavljaju. Često je zbog izražene kompleksnosti i kreativnosti zadatka, i nedostatka jasne strukture, pravila i procedura, neophodna dodatna podrška i ohrabivanje zaposlenih, što su tipične karakteristike participativnog liderskog stila.

U kontekstu asertivnosti i responzivnosti organizacione kulture, očigledno je da participativno liderstvo proizvodi nisko asertivnu i visoko responzivnu kulturu, a sa stanovišta kreiranja komunikacionih mehanizama, kulturu slabih veza (low-context culture). U kontekstu Harison-Hendi klasifikacije, participativni liderski stil favorizuje kulturu podrške, naročito varijantu podeljenog vođstva. Ovaj stil, takođe je vezan i za kulturu zadatka, u kojoj se kao najvažnije vrednosti cene znanje, kreativnost i inventivnost članova organizacije, timski rad i nezavisnost u donošenju odluka, zbog čega je logično očekivati da članovima ovakve organizacije ne odgovara direktivno, odnosno autokratsko, ponašanje lidera.

Zaključak

Kao sistem zajedničkih vrednosti, verovanja, stavova i načina ponašanja, koji dele zaposleni u organizaciji, organizaciona kultura ima veoma značajnu ulogu u svakodnevnom funkcionisanju organizacije. Ona determiniše kreiranje kognitivnih šema zaposlenih, način donošenja odluka, podstiče njihovu internu integraciju, identifikaciju sa organizacionim vrednostima, timski rad, ali utiče i na način definisanja ciljeva i vizije organizacije. Organizaciona kultura se može posmatrati sa više različitih aspekata, u zavisnosti od toga da li su u fokusu istraživanja dominantne vrednosti organizacije, odnos prema promenama u okruženju, intenzitet interpersonalnih relacija zaposlenih ili neka druga dimenzija, na osnovu čega se izdvajaju različiti tipovi organizacione kulture, sa svojim karakterističnim obeležjima.

Kao posledica specifične uloge lidera, vezane za mobilisanje i inspirisanje zaposlenih u procesu realizacije definisanih ciljeva, javlja se i veoma značajna uloga u kreiranju organizacione kulture. Zbog dominantne uloge u predlaganju rešenja u procesu suočavanja organizacije sa problemima interne integracije i eksterne adaptacije, lider je u prilici da svoje individualne vrednosti i verovanja inkorporira u vrednosti i verovanja organizacione kulture, čime vrednosni sistem članova organizacije postaje refleksija vrednosnog sistema samog lidera. Zbog toga je i dominantan tip organizacione kulture, zapravo refleksija dominantnog stila vođstva preferiranog od strane lidera u organizaciji. U tom kontekstu, može se zaključiti da postoji povezanost između stila liderstva i organizacione kulture u preduzeću.

Proteklih godina, istraživanje je pokazalo da je najveći broj lidera u domaćim organizacijama prvenstveno usmeren na izdavanje naredbi i kontrolisanje obavljanja zadatka, dok je mnogo manji broj usmeren na pružanje podrške i razvoj boljih međuljudskih odnosa, ili na nastojanje da sve zaposlene uključi u proces zajedničkog rešavanja problema (Stojanović Aleksić, 2011). Može se zaključiti da u našim preduzećima dominira direktivno lidersko ponašanje, dok je participativni stil delimično zastupljen, što su odlike stilova karakterističnih za kulturu moći i birokratsku kulturu, odnosno kulturu uloga.

Reference

1. Baldoni, J., (2003), *Great Communication Secrets of Great Leaders*, McGraw-Hill, New York., deo 3.
2. Bratton, J., Gold, J. (2003). *Human Resource Management: Theory and Practice*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
3. Chatman J.A., Jeha K.A., (2010) *Assessing the Relationship Between Industry Characteristics and Organizational Culture: How Different Can You Be?*, citirano prema Robbins S., *Managing today*, Prentice Hall, New York.
4. Cooke R.A., Szumal J.L., (2003) *Measuring Normative Beliefs and Shared Behavioral Expectations in Organizations: The Reliability and Validity of the Organizational Culture Inventory*, *Psychological Reports, Vol.3, No2., pp. 1299-1330*
5. Domanović, V. (2010), *Balanced Scorecard – mogućnosti i efekti primene*, Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, Kragujevac.
6. Erić Nilsen J., (2015), *Unapređenje preduzetničkog potencijala preduzeća u procesu pridruživanja Evropskoj uniji*, monografija Ekonomsko socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji, Ekonomski fakultet, Kragujevac.
7. Erich C, Tziner A., (2015), *Considering the gap between implicit leadership theories and expectations of actual leader behavior*, *Journal for East European Management Studies*, Vol.20, No 1. Pp. 68-85.
8. Hall W., (2005) *Managing Cultures: Making Strategic Relationships Work*, Wiley, Caichester.
9. Howell J. P., Costley D. L., (2001) *Understanding Behaviors For Effective Leadership*, Prentice Hall, New Jersey

10. Phillips, J.J., & Schmidt, L., (2004), *The Leadership Scorecard*, Elsevier Butterworth–Heinemann, Oxford.
11. McDonald P., Gandl J., (1999), *Getting Value from Shred Values*, citirano prema Daft R., *Leadership: Theory and Practice*, The Dryden Press, Forth Nort.
12. McKenna, P.(2015). *Leadership truths we don't talk about*, Of Counsel, Vol. 34, No. 3, pp.1-10
13. Nadler D., Tushman M., (1999), Beyond the Charismatic Leader: Leadership and Organizational Change, California Management Review, Winter 1999, pp. 78.
14. Noves P, Story J., (2015), *Ethical leadership and reputation: combined indirect effects on organizational deviance*, Journal of Bus Ethics , Vol. 127 pp. 165–176
15. Ogbonna E., Harris L., (1998), *Organizational Culture: It's Not What You Think*, Journal of General Management, Vol. 23, No. 3, Spring 1998, pp.96-101.
16. Ogbonna E., Harris L., (2000), *Leadership style, organizational culture and performance: empirical evidence from UK companies*, International journal of Human Resource Management, Vol. 11, No. 4.
17. Prahalad, C. K. (1998), *Managing Discontinuities: The Emerging Challenges* , *Research Technology Management* 41(3): 14-22.
18. Senior, B.,(1997), *Organizational change*, Prentice Hall, Harlow, str.150.
19. Stojanović Aleksić V., (2011), The follower's role in the leadership process. Contemporary Issues in Economics, Business and Management, Faculty of Economics University of Kragujevac, pp.307-313.
20. Stojanović Aleksić V., Erić J., Šapić S., (2010), *Uticaj organizacione i nacionalne kulture na prihvatanje organizacionih promena: istraživanje u srpskim preduzećima*, Sociologija, Vol. 51, no.4.

PODSTICANJE PREDUZETNIČKOG POTENCIJALA KROZ KOOPERATIVNE ARANŽMANE I EFEKTI NA ORGANIZACIONO UČENJE

Dr Jelena Erić Nielsen *

Aleksandra Bošković

Apstrakt: *Savremeni tržišni uslovi, koje karakteriše visok nivo dinamičnosti i neizvesnosti, nameću potrebu stalnog prilagođavanja organizacije okruženju, i to kroz razvoj preduzetničkog potencijala i organizaciono učenje. U takvim uslovima, usled nemogućnosti da samostalno kapitalizuju poslovne šanse, organizacije se odlučuju za različite oblike kooperacije. Međuzavisnost kooperativnih aranžmana i organizacionog potencijala da podstakne preduzetničke inicijative, kao i povratnih efekata na proces organizacionog učenja predstavlja predmet proučavanja u radu. Polazeći od opredeljenog predmeta, cilj rada jeste da se ukaže na značaj korporativnog preduzetništva, u kontekstu uticaja različitih poslovnih aranžmana, koje preduzeće ostvaruje na preduzetnički potencijal, kao i na proces organizacionog učenja. Kako bi se ostvario postavljeni cilj, u radu je korišćen relevantan naučni instrumentarijum, baziran na kvalitativnoj metodologiji, kroz primenu analize i sinteze i induktivno-deduktivnog metoda. Rad za rezultat ima definisanje odgovarajućih zaključaka o pozitivnom uticaju različitih kooperativnih aranžmana, a posebno nove paradigme kooperacije kroz model otvorenog inoviranja, na preduzetnički potencijal i organizaciono učenje. Ovi zaključci doprinose unapređenju baze znanja i širenju domaće literature iz oblasti korporativnog preduzetništva, što predstavlja osnovni teorijski doprinos rada. S druge strane, implementacija korporativnog preduzetništva kroz kooperativne aranžmane predstavlja još uvek nedovoljno istraženo područje, čiji značaj se ogleda u dugoročnim pozitivnim efektima na organizacione performanse. Stoga, rad ukazuje na neophodnost bavljenja ovim problemskim područjem i pruža smernice za buduća istraživanja.*

Ključne reči: *korporativno preduzetništvo, strategije kooperacije, model otvorenog inoviranja, organizaciono učenje*

Uvod

U poslednjoj deceniji, korporativne performanse preduzeća sve više zavise od njihove sposobnosti da inoviraju proizvode i procese. U toku je korporativna “revolucija”, prouzrokovana promovisanjem preduzetničkog razmišljanja u velikim birokratskim strukturama kroz fenomen korporativnog preduzetništva. Korporativno preduzetništvo je vizijom vođena organizaciona aktivnost nameravane i kontinuirane preduzetničke inicijative, koja revitalizuje organizaciju i oblikuje poslovanje putem prepoznavanja i eksploatacije preduzetničkih prilika (Ireland, Covin, & Kuratko, 2009). To je proces koji omogućava preduzeću da stalno diktira promene na tržištu ili da im se blagovremeno prilagođava, što znači da je on neophodan svim preduzećima koja teže da se razvijaju i napreduju.

Neizvesnost okruženja implicira verovatnoću da će se desiti značajne promene, ali ne i kakve će one tačno biti, odnosno u kom pravcu će se odvijati. Stojanović-Aleksić (2007: 206-207) ističe da je kriza, bilo u internom ili eksternom okruženju, najčešći uzrok organizacionih promena, a da ona nastaje usled nemogućnosti preduzeća da, na vreme i na adekvatan način, reaguje na izmenjene interne ili eksterne okolnosti. U takvim uslovima, organizacija će retko biti u poziciji da samostalno kapitalizuje uočene poslovne šanse, jer su one u domenima koji

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: jelena_eric@kg.ac.rs

su često odmaknuti od jezgra kompetentnosti. Obično postoji značajno odstupanje u postojećem i potrebnom organizacionom znanju za njihovu punu eksploataciju. Povećanje poslovnih rizika i globalizacija konkurencije doprineli su pojačavanju spremnosti preduzetnika da se povezuju sa poslovnim partnerima u različitim oblicima zajedničkih poslovnih aranžmana. Veza između mogućih strategija kooperacije i organizacionog potencijala da podstakne preduzetničke inicijative, kao i kakvi se povratni efekti na proces organizacionog učenja mogu očekivati, u literaturi nije dovoljno analizirana, što predstavlja razlog za pokretanje novog istraživanja i *predmet proučavanja* u ovom radu.

Saglasno opredeljenom predmetu istraživanja, *cilj rada* je da bolje osvetli koncept korporativnog preduzetništva, u kontekstu uticaja različitih poslovnih aranžmana koje preduzeće ostvaruje tokom poslovanja. Kritički će biti preispitane pojedinačne strategije saradnje, sa posebnim osvrtom na novu paradigmu korporativnog preduzetništva, oličenu kroz model otvorenog inoviranja. Cilj istraživanja je da se proširi baza znanja i stekne bolji uvid u prirodu navedene međuzavisnosti. Osim toga, smisao rada je i da ukaže na značaj koji pristup bazama znanja drugih preduzeća, kroz poslovnu saradnju, ima na podizanje kvaliteta procesa organizacionog učenja.

Polazeći od definisanog predmeta i cilja istraživanja, koncipirane su sledeće naučne hipoteze:

H1: Primena alternativnih strategija kooperacije pozitivno utiče na preduzetnički potencijal organizacije.

H2: Primena modela otvorenog inoviranja, kao nove paradigme korporativnog preduzetništva, pozitivno utiče na preduzetnički potencijal organizacije.

H3: Primena alternativnih strategija kooperacije, uključujući i model otvorenog inoviranja, pozitivno utiče na proces organizacionog učenja.

Imajući u vidu opredeljeni predmet, definisani cilj i hipoteze istraživanja, u radu će biti korišćen relevantan naučni instrumentarijum. Kako bi se na adekvatan način opisala svojstva posmatranih fenomena i detaljno analizirala njihova međuzavisnost, primenjena je kvalitativna metodologija, prevashodno bazirana na deskriptivnoj analizi, sintezi, indukciji i dedukciji. Istraživanjem relevantne domaće i strane literature, formirana je osnova za izvođenje originalnih zaključaka od strane autora. Sagledane su osnovne karakteristike različitih tipova kooperativnih aranžmana, načina na koje oni doprinose razvoju preduzetničkog potencijala, kao i ključnih efekata na proces organizacionog učenja. Takođe, primenom dedukcije, opšta saznanja o odnosima razmatranih varijabli poslužila su kao osnov za zaključivanje o efektima pojedinačnih strategija kooperacije na razvoj preduzetničkog potencijala i organizacionog učenja, dok su putem induktivne metode, na osnovu posmatranja pojedinačnih slučajeva, izvedena su opšta saznanja o razmatranoj problemskoj situaciji.

Kako bi definisani ciljevi bili ostvareni, rad je strukturiran iz tri dela, praćena odgovarajućim zaključnim razmatranjima. Nakon uvoda, u drugom delu predmet analize predstavljaju različite strategije kooperacije, i to: zajednički poduhvati, strategijske alijanse, mreže i akvizicije. Pri tome, objašnjene su njihove karakteristike, ključne prednosti, u kojima se ogleda i njihov pozitivan uticaj na razvoj preduzetničkog potencijala, eventualni problemi u njihovoj primeni, kao i faktori od kojih zavisi uspeh, odnosno neuspeh navedenih strategija. Kao posebno značajna, u trećem delu rada, definisana je nova paradigma kooperacije kroz model otvorenog inoviranja. Objašnjena je suština samog modela i razmatrani su benefiti koje organizacija može ostvariti pomeranjem fokusa sa internih na eksterne izvore ideja za inoviranje, a koji zapravo predstavljaju ključne razloge zbog kojih se preduzeće može

odlučiti za primenu ovog modela. Četvrti deo rada se odnosi na definisanje koncepta organizacionog učenja, osnovnih komponenti i isticanje njegovog značaja za poslovanje organizacija u savremenim tržišnim uslovima. Takođe, analizirani su efekti različitih tipova kooperativnih aranžmana, sa posebnim akcentom na novu paradigmu kooperacije kroz model otvorenog inoviranja, na proces organizacionog učenja i istaknuti načini na koje se, putem ovakve saradnje sa poslovnim partnerima, omogućavaju takve promene u organizaciji koje doprinose njenom boljem prilagođavanju okruženju i unapređenju jezgra kompetentnosti. U okviru zaključnih razmatranja kritički su vrednovane postavljene hipoteze, ukazano je na teorijski doprinos rada, navedena osnovna ograničenja i istaknuta otvorena pitanja koja mogu predstavljati potencijalne smernice za buduća istraživanja.

Strategije kooperacije

Saradnja između organizacija predstavlja sve značajniji način poslovanja, koji usled intenzivne razmene informacija i ideja, doprinosi širenju baze znanja i stvaranju kreativnog i fleksibilnog poslovnog ambijenta. Stoga se sve veći broj preduzeća odlučuje za sklapanje različitih kooperativnih aranžmana u cilju unapređenja sopstvenog preduzetničkog potencijala. Kooperativni aranžmani mogu biti takvi da podrazumevaju ulaganje kapitala (npr. zajednička ulaganja) ili različiti oblici zajedničkih istraživačko-razvojnih sporazuma, koji ne podrazumevaju ulaganje kapitala (Jepma & Rheon, 1996). U nastavku su analizirani neki od najčešćih oblika kooperativnih aranžmana i istaknute njihove osnovne karakteristike i prednosti koje mogu pozitivno uticati na preduzetnički potencijal organizacije.

Zajednički poduhvat je samostalni poslovni entitet koji najčešće nastaje kroz partnerstvo dva ili više preduzeća. Oni se često nazivaju i strateška savezništva, a mogu se sklapati i sa investitorima, neprofitnim organizacijama i javnim sektorom. Ugovorom se partneri obavezuju da u novi zajednički poduhvat usmere resurse koji reprezentuju njihove jake strane. Zajednički poduhvati postaju sve popularniji način unapređivanja preduzetničkih potencijala. Novi poduhvat je samostalan u odnosu na matičnu organizaciju, jer se tako može adekvatno prilagođavati, bez tereta organizacione birokratije i političkih procesa. On matičnim organizacijama pruža mogućnost zajedničke implementacije inovativnih aktivnosti, koje one pojedinačno ne bi mogle da izvedu. Tako zajednički poduhvat obezbeđuje kontekst u kome se postojeća baza znanja svih partnera širi i time razvija jezgro kompetentnosti.

Zajednički poduhvat predstavlja investiciju u identifikovanu poslovnu šansu, iz koje je mnogo jeftinije povući se, u poređenju sa akvizicijom. Isto tako, moguće je da inovativna ideja evoluirala na nepredvidive načine, izvan jezgra kompetentnosti organizacija, tako da one dolaze u poziciju da odlučuju da li da dalje investiraju ili ne. Zajednički poduhvat reducira rizik povezan sa veoma neizvesnim tehnološkim inovacijama, kod kojih se zalazi u nova područja znanja (Hoskisson & Busenitz, 2002). Kroz ovakav aranžman menadžment dobija vreme za evaluaciju preduzetničke prilike, prikupljanje informacija i učenje, radi donošenja odluke o eventualnom narednom koraku, akviziciji. Mnogo je manji broj potencijalnih problema koji se javljaju zbog tzv. *moralnog hazarda*, što znači da u dugim pregovorima dolazi do izgradnje atmosfere poverenja, čime se može predupređiti rivalstvo u korist saradnje, što je naročito poželjno u neizvesnim područjima visokih tehnologija.

Najčešći razlog kreiranja zajedničkih poduhvata je obezbeđivanje pristupa inostranim tržištima, ali postoje i drugi značajni motivi. Partneri mogu saradivati u samo jednoj aktivnosti lanca vrednosti da bi ostvarili ekonomiju obima u proizvodnji ili distribuciji. Ovaj tip saradnje je posebno poželjan kod razvoja novih proizvoda ili usluga. Nekada kod zajedničkog poduhvata pozicije partnera nisu simetrične, a ciljevi mogu da se razlikuju. Zajednički poduhvati koje kreiraju preduzetnički orijentisana preduzeća obično imaju za cilj

da kapitalizuju prilike za inoviranje i učenje. Zajednički poduhvati koji se kreiraju između konkurentskih preduzeća imaju najveću verovatnoću propasti, jer se njihovi proizvodi i tržišta preklapaju. Ova okolnost otežava partnerima da definišu granice zajedničkog ulaganja, što vodi neslaganjima i razlazu.

Da bi zajednički poduhvat uspeo, moraju se uzeti u obzir ključni faktori od kojih zavisi konačni ishod. Potrebno je da se sprovede analiza partnera, da bi se procenilo kako najbolje upravljati novim poslovnim entitetom. Osim toga, poželjno je da među partnerima postoji simetrija u pogledu zajedničkih ciljeva i pojedinačnih doprinosa poduhvatu. Razumna očekivanja predstavljaju imperativ saradnje. Isto tako, važno je tempirati vreme za saradnju. Konkurencija povećava rizike, okruženje se neprekidno menja, a tržišta evoluiraju, tako da menadžment mora da proceni da li će novi poduhvat ojačati ili potencijalno oslabiti matičnu organizaciju.

Zahvaljujući zajedničkom poduhvatu, menadžment ima priliku da posmatra proces sticanja i razvijanja znanja, bez opasnosti da ugrozi organizaciju. Osim toga, može se analizirati potencijal razvijene tehnologije i mogućnost njene tržišne eksploatacije mimo zajedničkog poslovnog poduhvata. Ipak, postoje značajni problemi koji se mogu pojaviti, a koji se pre svega odnose na zajedničku kontrolu (Yoshino & Rangan, 1995). Vrlo često se javljaju problemi korporativnog upravljanja, što dovodi do novih pregovora, a situaciju dodatno komplikuje činjenica da je često razlog prekida saradnje akvizicija koju jedan partner sprovede nad drugim. To znači da nekada za jednog partnera zajednički poduhvat predstavlja samo test atraktivnosti preduzetničke šanse (Hoskisson & Busenitz, 2002), a pravi strategijski planovi sun a drugoj strani.

Neki zajednički poduhvati nastaju kako bi se sprovodila zajednička istraživanja. Poseban vid saradnje, osim univerzitetskih *spin-off* poduhvata, podrazumeva partnerstvo između preduzeća i univerziteta, kreirano u svrhu razvoja novih proizvoda, procesa i tehnologija. Postoje, međutim, dve velike prepreke koje stoje na putu bržem širenju ove vrste zajedničkih poduhvata. Preduzeće želi opipljive rezultate svojih istraživanja, kao što su patenti i vlasnička prava na njih. Sa druge strane, cilj univerziteta je da učestvuje u finansijskoj dobiti od patenata, ali i da nova znanja postanu javno dostupna. Kompromis se pronalazi u dogovoru kojim se univerzitetskim istraživačima omogućava objavljivanje rezultata istraživanja, izuzimajući ključne informacije koje bi mogle ugroziti patent (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2008, 553-555). Zajednički poduhvati mogu biti vrlo povoljan aranžman, posebno ako uključuju kasniju eksploataciju znanja kroz kreiranje patenata.

Tri četvrtine preduzeća u oblasti razvoja tehnologija su aktivni učesnici *strategijskih alijansi*. One imaju tendenciju da budu neformalne i ne podrazumevaju kreiranje novog poslovnog poduhvata. Alijanse često nastaju između manjih preduzetničkih organizacija i velikih renomiranih preduzeća. Istraživanja pokazuju da manje organizacije pretežno imaju da ponude nova tehnološka rešenja, dok velike obezbeđuju finansijske resurse, proizvodne kapacitete, marketinške i distributivne kanale za nove proizvode.

Preduzetničke organizacije su te koje iniciraju i kreiraju tehnološki diskontinuitet, a velike ulažu dalje u istraživanje i razvoj. Dakle, one se povezuju na bazi komplementarnosti resursa i kapaciteta. Kroz alijanse, one stiču nove sposobnosti i prilagođavaju se novoj tehnologiji. Ovakva praksa povezivanja je posebno zastupljena u visokotehnološkim delatnostima, naročito biotehnologiji i farmaciji (Rothaermel, 2001). Tehnološke alijanse su zasnovane na saradnji u oblasti istraživanja i razvoja, inženjeringu i proizvodnji. One obično okupljaju preduzetnička preduzeća sa specifičnim tehničkim veštinama i veće, zrelije kompanije sa iskustvom u razvoju i marketingu. Povezujući resurse, ova preduzeća zajedno brže i jeftinije lansiraju novi proizvod na tržište. Osim tehnoloških, postoje i marketinške

alijanse, u kojima se obično povezuju kompanija koja ima jake distributivne kanale i kompanija koja ima proizvod koji želi da proda. I tehnološke i marketinške alijanse omogućavaju kompanijama da se fokusiraju na sopstveno područje ekspertize, dok je partner tu da pokrije ostale aspekte poslovanja. Ovakav pristup je posebno atraktivan za preduzetnička preduzeća, jer ona često nemaju sve neophodne resurse da bi novi proizvod lansirali na tržište (Barringer & Ireland, 2006: 345-347).

Podaci pokazuju da više od polovine strategijskih alijansi doživi neuspeh, uglavnom zahvaljujući problemima koji nastaju prilikom transferisanja veština (Bleeke & Ernst, 1995; Whipple, 2000). Značajan faktor od koga zavisi uspešnost novog poduhvata je *opseg znanja* (engl. *learning distance*). On se odnosi na pitanje u kom stepenu su postojeće organizaciono znanje i sistem vrednosti, odnosno ukupni kapaciteti usaglašeni sa potencijalima potrebnim da bi se implementirala inovativna ideja. Preduzetničke šanse koje se nalaze u neposrednoj blizini, odnosno užem opsegu postojećih znanja i kapaciteta, su manje rizične, ali imaju manji potencijal da unaprede organizacione performanse. One samo bolje iskorišćavaju postojeće kapacitete, dok inovacije koje nameću širi opseg učenja dovode do naprezanja potencijala u pravcu iskorišćenja atraktivnijih šansi (Hoskisson & Busenitz, 2002). Kod takvih inovacija postojeći organizacioni kapaciteti često predstavljaju samo deo potrebnih, što predstavlja pokretač ulaska u različite oblike partnerstva sa drugim preduzećima. Zajedničko ulaganje je dobar izbor kada tržište odlikuje visoka neizvesnost i potrebno je steći nova tehnološka znanja, neophodna za eksploataciju identifikovane preduzetničke šanse.

Kreiranje novog nezavisnog poduhvata je često zasnovano na *mreži* kontakata preduzetnika kao pojedinca ili grupe preduzetnika, kada se radi o većem preduzeću. Ove mreže često predstavljaju izvor novih ideja, a samim tim i preduzetničkih šansi. Neki od kritičnih resursa potrebnih za kreiranje i upravljanje novim poduhvatom se kroz mreže mogu pribaviti, što dovodi do zaključka da je broj i razgranatost mreža pozitivno koreliran sa performansama preduzetničke organizacije. Strategijske alijanse i mreže su nastale kao odgovor na potrebu organizacije da stekne resurse i kapacitete neophodne za ostvarenje konkurentске prednosti. One mogu omogućiti organizacijama da steknu resurse koje je teško imitirati, na bazi kojih zatim kreiraju konkurentsku poziciju. Ovo je posebno važno preduzetnički orijentisanim organizacijama koje se nadmeću sa drugim, podjednako ambicioznim konkurentima. Alijanse i mreže pružaju pristup informacijama, resursima, tehnologiji i tržištu. Manje preduzetničke organizacije mogu steći značajan legitimitet na bazi saradnje sa renomiranim kompanijama, što je posebno važno za nove poduhvate koji su usmereni na kreiranje novog tržiša.

Još jedan način preuzimanja eksternih preduzetničkih inicijativa je *akvizicija*, tj. preuzimanje. Akvizicija omogućava brz ulazak na nova tržišta ili poslovno područje kroz kupovinu druge organizacije ili jednog njenog dela. Preduzeće koje je predmet akvizicije se potpuno apsorbuje, što znači da više ne postoji kao samostalno pravno lice. Za preduzetnički orijentisano preduzeće, ključno je da se preduzeće koje je predmet akvizicije uklapa u dugoročni strategijski plan. Prednosti akvizicije su značajne, posebno kada se radi o inovativnom preduzeću koje ima izuzetan potencijal rasta, a već je prepoznatljivo i ima ostvarene rezultate. Ovakvo preduzeće je potencijalno atraktivno za preuzimanje, posebno ako je trenutno ima potcenjenu vrednost. Postojeće ima jak motiv da se upusti u akviziciju kada menadžment proceni da je troškovno opravdanije kupiti preduzeće nego samostalno preduzimati preduzetničke inicijative. Opasnosti akvizicije leže u precenjivanju preduzeća, njegovih potencijala, finansijskog boniteta i sl. Iako organizacija kupac donosi nove ideje i kvalitete u upravljanju, poslovni poduhvat će možda biti neuspešan, i to usled okolnosti na koje nije moguće uticati, kao što su često nepremostive kulturne barijere. Osim toga, prilikom preuzimanja preduzeća, neretko se događa da ključni zaposleni iz njega odluče da odu. Na taj

način opada vrednost preduzeća, koja upravo predstavlja odraz kvaliteta rada njegovih zaposlenih, što je posebno uočljivo kod uslužnih delatnosti (Hisrich, et al., 2008: 555-557).

Koju će od pomenutih alternativa menadžment eventualno implementirati zavisi od niza faktora i zahteva sveobuhvatnu i detaljnu analizu, imajući u vidu ključne strategijske prioritete organizacije.

Nova paradigma kooperacije kroz model otvorenog inoviranja

Poslovni model predstavlja model usluživanja koji bolje zadovoljava potrebe kupaca, snižava troškove ili na drugi način unapređuje poslovni proces i tako obezbeđuje kompaniji konkurentsku prednost. Ukoliko je uspešno kreiran, konkurencija ne može da ga razume, niti iskopira, tako da on sam postaje ključni izvor konkurentske prednosti. Poslovni model odgovara na nekoliko ključnih pitanja (Morris, Schindehutte, & Allen, 2005):

- *Kako organizacija kreira vrednost?*
- *Za koga organizacija kreira vrednost?*
- *Šta je glavni izvor interne prednosti, odnosno jezgro kompetencija?*
- *Kako se organizacija diferencira u odnosu na druge na tržištu?*
- *Kakve su ambicije menadžmenta u pogledu rasta i u kom vremenskom okviru će biti ostvarene?*

Odluke o ovim pitanjima se donose na tri nivoa. Prvi je *fundamentalni* nivo, na kome menadžment donosi odluku o tome šta je suština posla i daje vrednosne stavove u odgovorima na navedena pitanja. Održiva konkurentska prednost preduzeća zavisi od njegove sposobnosti da na jedinstven način pristupi *implementaciji* fundamentalnih pretpostavki. Da li će prodavati svoje proizvode samo poslovnim korisnicima, da li će strategija prodaje biti ostvarenje visoke profitne marže i nižeg volumena prodaje, samo su neka od konkretnih primera na koja korporativni preduzetnici treba da daju odgovor. Dok je fundamentalni nivo više generički, strategijski je znatno specifičniji. Zato je konkurentima mnogo lakše da iskopiraju fundamentalne pretpostavke, nego način njihove implementacije. Primenljivost svakog izabranog modela je ograničena ako ne obezbedi jasna uputstva i ne nametne disciplinu na nivou poslovnih operacija. Treći nivo se zato odnosi na *pravila* koja odslikavaju ključne principe koji usmeravaju sprovođenje odluka donetih na prethodnim nivoima i odražavaju strategijski pravac organizacije.

Suočavajući se sa imperativom inoviranja, organizacije se sve više oslanjaju na tzv. *model otvorenog inoviranja* (Chesbrough, 2003). Otvoreno inoviranje se odnosi na generalni pristup inovacijama, a ne na specifičnu formu korporativnog preduzetništva. Ovaj pristup podrazumeva da se preduzeće ne oslanja isključivo na sopstvene inovativne potencijale u razvoju tehnologije, proizvoda ili poslovnog modela. Ono prikuplja inpute kritične za inoviranje iz eksternih izvora, a sopstvene inovativne ideje komercijalizuje kroz spoljašnje kanale.

Kroz otvoreno inoviranje preduzeće se pomera od tradicionalnog zatvorenog modela inovacija, gde ono samo generiše, razvija i komercijalizuje sopstvene inovativne ideje, ka ideji da su organizacione granice porozne i da inovativne ideje treba da ulaze i izlaze iz nje bez prepreka. Model otvorenog inoviranja podstiče preduzeće da iskoristi kreativne ideje kroz različite modele inovacija. Oni mogu obuhvatiti licenciranje, kojim preduzeće prodaje sopstvenu tehnologiju, ali i kupovinu tehnologije od drugih preduzeća, zajednička ulaganja, korporativne *spin-off* poduhvate, investicije smelog kapitala, kao i učešće u eksternim konzorcijumima/alijansama posvećenim istraživačko-razvojnim aktivnostima. Ukratko,

ovakav pristup omogućava tuđim inovativnim idejama da postanu deo internog inoviranja, kao i implementaciju inovativnih ideja van organizacionih granica, bilo da ih implementira samo preduzeće ili neko drugi.

Neki od razloga zbog kojih se preduzeća odlučuju da implementiraju model otvorenog inoviranja su (Rigby & Zook, 2002):

- *Prihvatanje tuđih novih ideja je dobar način da se ojača sopstvena inovativnost.* Tako, npr. usvajanjem tuđe tehnologije putem licenciranja potencijalno se može unaprediti razvoj novih proizvoda.
- *Prodaja ideja, odnosno intelektualne svojine, je efikasan način da se ostvare finansijski efekti, a sačuvaju talentovani kadrovi.* Inovativne ideje, kao što je npr. razvoj novog tehnološkog rešenja, na tržištu mogu imati značajnu vrednost. Prodajom se istovremeno izbegava efekat obeshrabrivanja korporativnih preduzetnika koji dobijaju satisfakciju, iako samo preduzeće ne razvija njihovu ideju.
- *Prodaja ideja je efikasan način da se izmeri realna vrednost inovacije i proceni da li je dalje investiranje svrsishodno.* Iznošenje na tržište inovacije može biti dobar lakmus test njene stvarne vrednosti, jer je ona često potcenjena ili precenjena, na bazi interne procene.
- *Prodaja i kupovina ideja pomaže preduzeću da razgraniči šta je to što radi najbolje.* Ovim putem može se otkriti gde leži istinska osnova konkurentске prednosti i prema tome kako treba definisati domen poslovanja.

Model otvorenog inoviranja nudi novu paradigmu koja teži da razjasni proces i izazove inoviranja. Ipak, kao što je uočio Denning (2005, s.8), otvoreno inoviranje je "*dopuna koracima neophodnim da se razjasni osnovni problem inoviranja, a ne rešenje samo po sebi. Fundamentalni problem inoviranja nije pronalaženje novih ideja; problem je način upravljanja organizacijom koji je otvoren za istraživanje novih ideja i spremnost da se najperspektivnije podrže neophodnim resursima.*"

Efekti kooperativnih aranžmana na proces organizacionog učenja

Navedeni načini ostvarivanja saradnje sa poslovnim partnerima nude značajne mogućnosti podizanja inovativnih kapaciteta i sticanja novih znanja. Ulaskom u neki od oblika kooperacije, organizacija ne samo da može ostvariti lakši pristup novim tržištima ili resursima, već postaje otvorena i za nove izvore informacija i ideja, što omogućava širenje njenog jezgra kompetentnosti i predstavlja osnovu za razvoj novih znanja.

Organizaciono učenje se može definisati kao promena u kognitivnim strukturama i ponašanju članova organizacije, koja obezbeđuje povećanje sposobnosti organizacije da se prilagodi svome okruženju (Reinhardt, Boremann, Pawlovsky, & Shneider, 2003). Ovako definisan koncept učenja može biti posmatran kroz svoje dve komponente sadržaja: kognitivnu i biheviorističku (Janićijević, 2008). Naime, proces učenja dovodi do promena u mentalnim mapama zaposlenih, na način koji podrazumeva formiranje novog znanja i razumevanja poslovnih procesa. Međutim, promena svesti mora posledično izazvati i promenu ponašanja ljudi u organizaciji da bi se moglo zaključiti da je došlo do organizacionog učenja.

Značaj organizacionog učenja ogleda se u činjenici da u savremenim uslovima poslovanja, u kojima dinamičnost i turbulentnost okruženja nameću potrebu stalnog praćenja i prilagođavanja promenama, uz razvoj kreativnosti i unapređenje inovativnih kapaciteta,

sposobnost preduzeća da uči i stiče nova znanja predstavlja ključni preduslov za opstanak, rast i razvoj. Da bi se izgradila konkurentna prednost neophodno je izgraditi jezgro kompetentnosti, koje omogućava postizanje superiornijih rezultata u odnosu na konkurenciju, a to je moguće samo putem znanja. Upravo zato, savremene organizacije teže da postanu tzv. „organizacije koje uče” (engl. *learning organization*). Reč je o organizaciji koja ima sposobnost da relativno brzo i lako unapređuje i menja svoje rutine, gradeći na taj način nove kompetencije koje će joj omogućiti da opstane u promenljivom okruženju (Janićijević, 2008, s. 383). Proces formiranja „organizacije koja uči” vrlo je kompleksan i zahteva niz aktivnosti u okviru organizacionog dizajniranja, a jedan od faktora koji može pozitivno uticati na ovaj proces jeste angažovanje organizacije u različitim oblicima saradnje sa poslovnim partnerima, odnosno primena nekih od strategija kooperacije.

Efekti *zajedničkih poduhvata* na organizaciono učenje su brojni. Samim tim što se preduzeće udružuje sa jednim ili više partnera, formirajući novi poslovni entitet, dolazi do integracije različitih znanja, veština i sposobnosti, čime se unapređuje jezgro kompetentnosti. Ovakva saradnja predstavlja mogućnost da organizacija ostvari pristup informacijama koje su ranije bile nedostupne u internom okruženju, kao i da internalizuje veštine i sposobnosti koje je partner već razvio. Partneri koji formiraju zajednički poduhvat imaju međusobne sličnosti i razlike, a njihove razlike ili određena područja nekompatibilnosti predstavljaju osnov za organizaciono učenje (Inkpen & Crossan, 1995) U zavisnosti od toga da li su ti gepovi u kompatibilnosti identifikovani i razrešeni zavisi da li će doći do učenja, a ono je moguće jedino ukoliko postoji transparentnost, tj. otvorenost i želja partnera da dele stečeno znanje (Hamel, 1991). Ipak, transparentnost sama po sebi nije dovoljna, već je za organizaciono učenje neophodno i da organizacija razvije *apsorpcioni kapacitet*, koji predstavlja sposobnost prepoznavanja i vrednovanja novog znanja, kao i njegovog integrisanja u postojeće poslovne procese (Cohen & Levintal, 1990). Dakle, ukoliko prilikom zajedničkih poduhvata ne dođe do organizacionog učenja, veoma je važno identifikovati pravi uzrok, odnosno da li je problem bio u nedovoljnoj transparentnosti partnera ili nedovoljno razvijenom apsorpcionom kapacitetu posmatrane organizacije.

Iako *strategijske alijanse i mreže* najčešće ne podrazumevaju kreiranje novog poslovnog entiteta, one pružaju brojne mogućnosti za organizaciono učenje. Određeni autori čak ističu da je formiranje strategijskih alijansi motivisano upravo benefitima koji se ostvaraju na osnovu organizacionog učenja i transfera znanja (Janczak, 2008). Posledično, učenje u okviru alijansi, ukoliko postoji razvijena kreativnost i apsorpcioni kapacitet, može predstavljati značajan faktor za razvoj inovacija u okviru alijansi, kao što je razvoj novih ili modifikovanih proizvoda ili usluga, inovacije u pogledu proizvodnih, administrativnih ili marketinških metoda i tehnika i slično (Bucic & Ngo, 2013). Kao posebno značajni mogu se istaći pozitivni efekti *spin-off* poduhvata između preduzeća i univerziteta na organizaciono učenje. Ovaj vid saradnje može biti vrlo uspešan, imajući u vidu brojne razlike u pogledu znanja, veština i iskustva između partnera, koje, kao što je već objašnjeno, predstavljaju ključni osnov za razvoj organizacionog učenja. *Akvizicije*, kao oblik kooperativnog aranžmana, pružaju značajan potencijal za organizaciono učenje. Ove prednosti se najpre ostvaruju ukoliko je predmet akvizicije inovativno preduzeće, koje ima značajan potencijal za rast, ali je iz određenih razloga podcenjeno na tržištu. U takvom preduzeću-meti postoji formiran know-how, koji je moguće preuzeti i na adekvatan način prilagoditi i iskoristiti u postojećim poslovnim procesima.

Nova paradigma kooperacije kroz *model otvorenog inoviranja* suštinski je usmerena ka razvoju organizacionog učenja, odnosno kreiranju organizacionog znanja. Ovaj model sugerise neophodnost pomeranja fokusa sa internih izvora inovacija na korišćenje ideja koje dolaze iz eksternog okruženja, a to je najlakše moguće ostvariti putem različitih oblika

kooperativnih aranžmana. Dakle, usvajanjem ovog, generalnog pristupa inovacijama, a primenom neke od specifičnih strategija, podstiče se otvorenost organizacije i spremnost da primenom tuđih i prodajom sopstvenih ideja unapredi sopstveno jezgro kompetentnosti i postane „organizacija koja uči.“

Zaključak

Polazeći od izložene teorijske diskusije, moguće je zaključiti da primena različitih strategija kooperacije doprinosi razvoju kreativnosti, inventivnosti i unapređenju inovacionog kapaciteta organizacija. Ovi benefiti nastaju kao rezultat udruživanja znanja, veština i sposobnosti partnera, kao i međusobne razmene relevantnih informacija. Sve to utiče na razvoj preduzetničkog potencijala, što predstavlja teorijsku potvrdu hipoteze H1. Takođe, usvajanje nove paradigme kooperacije kroz model otvorenog inoviranja, omogućava savremenim organizacijama da iz nove perspektive posmatraju ovaj problem, tako što će napustiti tradicionalni zatvoreni model, gde kompanija samo generiše, razvija i komercijalizuje sopstvene inovativne ideje i unaprediti svoj preduzetnički potencijal kroz otvaranje granica organizacije, omogućavajući da ideje ulaze i izlaze bez prepreka. Ovakva argumentacija predstavlja podršku tvrdnji iznetoj hipotezom H2. Pomeranjem fokusa sa tradicionalnog ka savremenom pristupu otvorenog inoviranja, kao i sklapanjem sporazuma o alternativnim oblicima kooperacije, ne samo da dolazi do unapređenja preduzetničkog potencijala, već ukoliko postoji razvijen apsorpcioni kapacitet, dolazi do transfera novih znanja i veština između partnera, što omogućava organizaciji da menja svoje rutine i gradi nove kompetencije. U pozitivnom smislu se menja i svest i ponašanje ljudi u organizaciji, a posledično i unapređuje njeno jezgro kompetentnosti i omogućava formiranje tzv. „organizacije koja uči“. Polazeći od teorijskih razmatranja koja podržavaju tezu da primena alternativnih strategija kooperacije, uključujući i model otvorenog inoviranja, pozitivno utiče na proces organizacionog učenja, može se konstatovati da je hipoteza H3 teorijski potvrđena.

Teorijski doprinos rada se ogleda u širenju baze znanja o načinima na koje različite strategije kooperacije mogu doprineti razvoju preduzetničkog potencijala i unapređenju organizacionog učenja, što će doprineti proširivanju domaće literature iz ove oblasti. S druge strane, ograničenje rada se ogleda u nedostatku empirijske potvrde testiranih hipoteza, što ujedno predstavlja mogućnost za produblјivanje analize posmatranog problemskog područja u budućim istraživanjima. Korporativno preduzetništvo može biti implementirano kroz različite strategijske pristupe, a najpogodniji zavisi od niza faktora kao što su raspoloživosti resursa, podrška menadžmenta, ali i stepena u kome je organizacija kao celina spremna da uči, saraduje sa stejkholderima i da se prilagođava. Otvorenost prema inicijativama i traganje za novim izvorima konkurentske prednosti podrazumeva kontinualne napore i promišljanje o mogućim inovativnim načinima njihove implementacije. Implementacija korporativnog preduzetništva kroz kooperativne aranžmane predstavlja još uvek nedovoljno istraženo područje koje zasluđuje detaljniju pažnju u budućnosti i sveobuhvatna empirijska longitudinalna istraživanja, posebno imajući u vidu potencijalne dugoročne pozitivne efekte na organizacione performanse.

Reference

1. Barringer, B. R. & Ireland, R. D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*, New York: Pearson Education Inc., Upper Saddle River.
2. Bleeke, J. & Ernst, D. (1995). Is your alliance really a sale? *Harvard Business Review*, 73 (1), 97-105.
3. Bucic, T. & Ngo, L.V. (2013). Achieving alliance innovation via alliance learning: An empirical study, *International Journal of Innovation Management*, 17 (4), 1-17.
4. Chesbrough, H. W. (2003). The era of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44 (3), 35-41.
5. Cohen, W. M. & Levintal, D. A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152. Preuzeto sa: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/2393553.pdf>, 12.11.2015.
6. Denning, S. (2005). Why the best and brightest approaches don't solve the innovation dilemma. *Strategy & Leadership*, 33 (1), 4-11.
7. Hamel, G. (1991). Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances, *Strategic Management Journal*, 12 (specijalni broj), 83-104.
8. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship*, 7th ed., New York, NY: McGraw-Hill.
9. Hoskinsson, R. E. & Busenitz, L. W. (2002). Market uncertainty and learning distance in corporate entrepreneurship entry mode choice. In M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton (Eds.), *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (151-172), Oxford: Blackwell Publishers.
10. Inkpen, A.C. & Crossan, M. M. (1995). Believing is seeing: Joint ventures and organizational learning, *Journal of Management Studies*, 32, 595-618.
11. Janczak, S. (2008). Knowledge and learning in strategic alliances: how to learn with cooperation. *Problems and Perspectives in Management*, 6 (1), Preuzeto sa: http://businessperspectives.org/journals_free/ppm/2008/PPM_EN_2008_1_Janczak.pdf, 19.11.2015.
12. Janićijević, N. (2008), *Organizaciono ponašanje*, Beograd: DataStatus.
13. Jepma, C. & Rheon, A. (1996). *International Trade: a Business Perspective*, London and New York: Longman.
14. Morris, M. H., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58 (6), 726-735.
15. Reinhardt, R., Boremann, M., Pawlovsky, P., & Shneider, U. (2003). Intellectual Capital and Knowledge Management: Perspectives on Measuring Knowledge, in M. Dierkes, A. Berthoin Antal, J. Child, & Nonaka, I. (Eds.), *Handbook of Organizational Learning and Knowledge* (794-823), Oxford: Oxford University Press.
16. Rigby, D. & Zook, C. (2002). Open-market innovation. *Harvard Business Review*, 80 (10), 80-89.
17. Rothaermel, F. T. (2001). Incumbent's advantage through exploiting complementary assets via interfirm cooperation. *Strategic Management Journal*, 22 (specijalni broj), 687-699.
18. Stojanović – Aleksić, V. (2007), *Liderstvo i organizacione promene*, Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
19. Whipple, J. M. (2000). Strategic alliance success factors. *Journal of Supply Chain Management*, 36 (3), 21-28.
20. Yoshino, M. Y. & Rangan, U. S. (1995). *Strategic alliances: An entrepreneurial approach to globalization*, Boston, MA: Harvard Business School Press.

UTICAJ RAZVOJA LJUDSKIH RESURSA NA UNAPREĐENJE KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE

Marko Slavković*

Apstrakt: Brojna istraživanja koja su sprovedena u prethodnom periodu pokazala su da kvalitet ljudskih resursa u jednoj nacionalnoj ekonomiji ima značajan uticaj na njenu konkurentsku sposobnost, a samim tim i na održive stope privrednog rasta u budućnosti. Stanje ljudskih resursa odnosno kvalitet humanog kapitala moguće je analizirati korišćenjem različitih varijabli i indikatora. S obzirom na to da se važna karakteristika ljudskog kapitala odnosi na permanentno usavršavanje znanja, veština i kompetencija, različiti parametri koji se odnose na obrazovanje se posmatraju kao jedan od mogućih indikatora stanja ljudskog kapitala. Drugi pristup je baziran na setu većeg broja pokazatelja čijim se zbrajanjem dobija stanje kvaliteta ljudskog kapitala u jednoj ekonomiji. Osnovni cilj rada je da identifikuje i dimenzionira uticaj razvoja ljudskih resursa odnosno ljudskog kapitala na konkurentnost nacionalne privrede, da identifikuje moguće indikatore kvaliteta ljudskog kapitala i da na bazi stanja odabranih indikatora dimenzionira tekuću poziciju Republike Srbije u domenu odnosa kvaliteta ljudskih resursa i konkurentne sposobnosti nacionalne ekonomije. Svrha rada je da se kroz analizu tekućeg stanja posmatranih indikatora utvrdi veza između stanja ljudskog kapitala i konkurentne pozicije Republike Srbije i identifikuju mogućnosti za unapređenje postojećeg stanja. U radu su za analizu korišćeni sekundarni podaci relevantnih svetskih institucija u čijim je izveštajima obuhvaćena i Republika Srbija.

Ključne reči: Ljudski resursi, ljudski kapital, talenti, konkurentnost, privredni rast.

Uvod

Brojna istraživanja koja su sprovedena u prethodnom periodu su pokazala da su ljudski resursi najvrednija aktiva svake organizacije. Svaka poslovna funkcija u okviru organizacije je usmerena na određene poslovne procese i nije primarno usmerena na ljudske resurse, ali i upravljanje finansijama ili zalihama obavlja se od strane zaposlenih koji mogu da naprave značajnu razliku u izvršavanju tih procesa. Praksa upravljanja ljudskim resursima usvojena od strane organizacije može pozitivno da utiče na poboljšanje performansi zaposlenih, a samim tim i na organizacionu efikasnost. Cilj upravljanja ljudskim resursima je da obezbedi konstantno unapređenje veština zaposlenih da bi se na taj način povećao stepen njihove posvećenosti koji treba da dovede do poboljšanja učinka, efikasnosti i organizacionih performansi (Delaney i Huselid, 1996). S druge strane, performanse zaposlenih zavise od načina na koji organizacije regrutuju, selektuju, obučavaju i ocenjuju učinak zaposlenih (Dessler, 2014). Beardwell, Holden i Claydon (2004) opisali su upravljanje ljudskim resursima kao moderan način za unapređenje poslovanja koji stalno redizajnira radne odnose unutar organizacije.

Transformacija raspoloživih resursa u ekonomsku vrednost zahteva angažovanje ljudi, zbog čega svi resursi osim ljudskih resursa imaju karakter pasivnosti. Uticaj ljudskih resursa odnosno njihovog znanja se može valorizovati na tržištu hartija od vrednosti na kome je često prisutna pojava da tehnološke kompanije imaju nekoliko puta veću tržišnu vrednost od knjigovodstvene vrednosti (Fitz-enz, 2000). Brojne studije poznatih konsultantskih firmi su pokazale da se razlika u profitabilnosti kompanija može objasniti kvalitetom ljudskih resursa.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mslavkovic@kg.ac.rs

Jedna od sprovedenih studija je na uzorku od 750 kompanija listiranih na berzi analizirala uticaj prakse upravljanja ljudskim resursima, vrednovane preko indeksa ljudskog kapitala (HCI - Human Capital Index) i pokazala postojanje značajne korelacije između indeksa ljudskog kapitala i ukupnog prinosa za vlasnike kapitala. Takođe, longitudinalna analiza je pokazala indeks ljudskog kapitala može biti prediktor ukupnog prinosa za vlasnike kapitala, dok u obrnutom slučaju to nije nužno (Pfau i Kay, 2002), što sugerise na zaključak da uspešne kompanije sa aspekta vlasnika kapitala proaktivnim pristupom mogu da doprinesu povećanju vrednosti kompanija, dok vrednost same kompanije na berzi nije nužno povezana sa njihovom praksom upravljanja ljudskim resursima.

I pored činjenice da vodeće svetske kompanije posmatraju ljudske resurse odnosno ljudski kapital kao poseban izvor konkurentske prednosti utisak je da se na nivou nacionalnih ekonomija ovom faktoru poklanja manje pažnje. Društveni sistemi usmereni na ljude, kao što su obrazovanje, zdravstvena zaštita, socijalna zaštita ili radni odnosi su u velikoj meri zavisni od budžetskih ograničenja i odluka vladajućih političkih garnitura. S druge strane, njihov uticaj na ekonomske performanse nacionalne ekonomije, životni standard i društveno blagostanje često nije dovoljno jasno i transparentno predstavljen.

Raspoloživost dovoljnog broja kvalifikovanih talenata u nekoj zemlji posmatra se kao ključni faktor njene konkurentnosti. Na taj način se koncept konkurentske prednosti transponuje sa nivoa organizacije na makroekonomski nivo, naglašavajući značaj ljudskih resursa za unapređenje ekonomskih performansi nacionalnih ekonomija. Uzimajući u obzir tu činjenicu došlo se do zaključka o nužnosti permanentnog praćenja stanja ljudskog kapitala u nekoj zemlji kroz sposobnost te zemlje da stvori, razvije, privuče i zadrži talente unutar svojih granica. U praktičnom smislu to ne znači samo potencijal za stvaranje talenata u sociodemografskom smislu, već i kreiranje okruženja i definisanje uslova u kome talenti mogu da ostvare svoje potencijale (Economic Intelligence Unit, 2011).

Teorijska osnova

Globalizacija i uslovi na tržištu radne snage u značajnoj meri su doprineli povećanom fokusiranju na ljudski kapital. Uviđajući značaj ovog faktora za konkurentnost nacionalne ekonomije i ostvarivanje privrednog rasta mnoge zemlje pokušavaju da ubrzaju ekonomski rast kroz razvoj ljudskog kapitala koristeći sistematski pristup i jasno formulisanu strategiju.

Ljudski kapital je skup nematerijalnih resursa koji su sadržani u radnoj snazi i koji poboljšavaju njenu produktivnost. Oni se odnose na znanja i veštine stečene kroz obrazovanje, iskustvo i zdravstvenu zaštitu (Schultz, 1961; Becker, 1962). Ljudski kapital je od vitalnog značaja za organizaciju i nacionalnu ekonomiju jer ističe neophodnost permanentnog usavršavanja zaposlenih u domenu znanja, veština i kompetencija (Marimuthu, Arokiasamy i Ismail, 2009). Slično akumulaciji fizičkog kapitala, sticanje veština i znanja je specifičan način akumulacije kapitala u kojem se kroz odlaganje potrošnje i ulaganjem u unapređenje veština i kompetencija zaposlenih (na nivou organizacije) ili populacije (na nivou nacionalne ekonomije) očekuje povećanje prihoda ili odgovarajuće stope privrednog rasta u budućnosti. Ljudski kapital unapređuje kvalitet radne snage, uz istovremeno povećanje njene produktivnosti (Woessmann, 2003; Bodman i Le, 2013).

Pojedinac i organizacija su dve glavne komponente ljudskog kapitala. Ljudski kapital ima četiri karakteristike: fleksibilnost i prilagodljivost, unapređivanja individualnih kompetencija, razvoj organizacionih sposobnosti i individualno zapošljavanje (Garavan i ostali, 2001). Ove karakteristike mogu povećati vrednost i učinak pojedinca i organizacije,

unaprediti konkurentsku prednost ili dovesti do većeg nivoa organizacione posvećenosti i niže stope fluktuacije u organizaciji.

U poređenju sa fizičkom radnom snagom, ljudski kapital podrazumeva i četiri dodatne karakteristike: proširivanje, samogenerisanje, prenosivost i deljivost (Crawford, 1991). Prve dve karakteristike, proširivanje i samogenerisanje, su usko povezani sa mogućnošću da određeni kvantum znanja povećava ljudski kapital svakog pojedinca. Povećenje ljudskog kapitala može se dešavati dejstvom endogenih ili egzogenih faktora. U praktičnom smislu to znači da inicijalno znanje može biti predmet kontinuiranog preispitivanja i razvoja kroz odnos između eksternog znanja, informacija, veština, iskustva i ostalih faktora baziranih na znanju.

Prenosivost i deljivost kao karakteristike ljudskog kapitala znače da neko ko poseduje znanje, svoje znanje može da distribuira drugima. Ekskluzivitet posedovanja znanja nije favorizovana karakteristika, uprkos činjenici da znanje predstavlja moć i da njegov prenos podrazumeva volju imaoca da ga deli sa drugima, zbog čega se u značajnoj meri aktuelizuje odnos razmene između nosioca znanja i primaoca znanja. Prve dve karakteristike proširuju „volumen“ znanja, a druge dve ekspaniraju „širinu“ znanja.

Suština koncepta ljudskog kapitala je stvaranje i održavanje konkurentске prednosti (Collis i Montgomery, 1995). Investiranje u ljudski kapital predstavlja odličan način da se kroz stvaranje jedinstvenih znanja, veština i kompetencija zaposlenih minimizira rizik ulaganja i obezbedi produktivnije korišćenje postojećih resursa. Razvoj ljudskih resursa (HRD – Human Resource Development), kao posebna disciplina u okviru menadžmenta ljudskim resursima, usmeren je na učenje, razvoj i potrebe za obukom u cilju poboljšanja efikasnosti pojedinaca, tima i cele organizacije. Pored analize i sprovođenja programa razvoja na organizacionom nivou, razvoj ljudskih resursa preuzima i odgovornost u domenu predviđanja dugoročne sposobnosti učenja na radu za svakog pojedinca. Osnovni cilj razvoja ljudskih resursa je obuka zaposlenih i razvoj njihovih veština i kompetencija na način koji omogućava pojedincima da postignu najbolje moguće rezultate (Kumpikaite, 2004). Razvoj ljudskih resursa se fokusira na aktivnosti koje podstiču sposobnost svih ljudskih bića da postižu maksimalni učinak, čime se prevazilaze granice organizacije i koncept razvoja prenosi na nacionalni nivo. Na ovaj način razvoj ljudskih resursa uspostavlja vezu između pojedinaca, organizacija i društva u celini u smislu sposobnosti svakog od navedenih činilaca da doprinese ostvarivanju kontinuiranog ekonomskog razvoja.

Ljudski kapital je pokretač istraživanja i razvoja (R&D – Research and Development) koje povećava inovacije i tehnološki progres, što dovodi do povećanja produktivnosti i kreiranja novih proizvoda (Teixeira i Fortuna, 2011; Bodman i Le, 2013). U praktičnom smislu ovo znači da više obrazovana radna snaga na nivou zemlje dovodi do većih mogućnosti za istraživanje i razvoj, a samim tim i ekonomski rast. Uobičajeno je mišljenje da dodatna školska godina povećava produktivnost i efikasnost radnika, a samim tim i njihova primanja (Hall i Jones, 1998). Drugim rečima, različite pojedinačne zarade su povezane sa različitim nivoima ulaganja u obrazovanje (Voessmann, 2003). Slično tome, razlike u prosečnoj dužini školovanja na nivou zemalja su povezane sa različitim stopama ekonomskog rasta. Nizak nivo privrednog rasta u afričkim zemljama se u određenoj meri objašnjava i niskim stopama školovanja pojedinaca u tim zemljama.

Kroz podsticanje istraživanja i razvoja, ljudski kapital ima pozitivan uticaj na promenu ekonomske strukture putem nabavke i korišćenja savremene opreme i tehnologije (Benhabib i Spiegel, 1994; Bodman i Le, 2013). Na ovaj način ljudski kapital može doprineti većim investicijama u fizički kapital. Ulaganje u unapređenje znanja, veština i kompetencija

zaposlenih može da stimuliše potrebu za boljim sredstvima za rad što podstiče nabavku opreme i tehnologije čime se stimulišu investicije u fizički kapital.

Pored navedenog, ljudski kapital može da generiše i određene indirektne ekonomske koristi. To se u prvom redu odnosi na unapređenje opšteg nivoa zdravlja pojedinaca, uslova okruženja, stope kriminala, socijalne kohezije i građanske participacije (Sianesi i Reenen, 2003). Ove varijable takođe dodatno stimulišu produktivnost kod radnika sa višim nivoima obrazovanja. Iz ovog razloga svako ulaganje u obrazovanje ima pozitivan uticaj na pojedinca, ali se taj efekat prelijeva i na društvo kao celinu.

Ulaganje u ljudski kapital može imati različite oblike koji pored formalnog obrazovanja uključuju i neformalno obrazovanje, obuke na poslu, unapređenje zdravlja i učenje kroz rad. Formalno obrazovanje obično stvara suštinski doprinos akumulaciji ljudskog kapitala koji može biti dopunjen, ali ne može biti supstituisan ostalim oblicima ulaganja u ljudski kapital. Činjenica da formalno obrazovanje generiše ključni doprinos akumulaciji ljudskog kapitala podstaklo je istraživače da uticaj ljudskog kapitala u ekonomskim modelima uglavnom dimenzioniraju preko tri nivoa obrazovanja: primarnog, sekundarnog i tercijarnog. Dostupnost ovih podataka na svetskom nivou je dodatna prednost koja omogućava praćenje procesa akumulacije ljudskog kapitala.

Mnogi teorijski modeli ekonomskog rasta (Nelson i Phelps, 1966; Lucas, 1988) naglašavaju značaj ljudskog kapitala u formi nivoa obrazovanja. Makroekonomski podaci pokazuju da ljudski kapital ima pozitivan uticaj na ekonomski rast (Barro, 1997; Krueger i Lindhal, 2003).

Ljudski kapital kao pokretač ekonomskog rasta dugo nije zavređivao puno pažnje u zemljama u razvoju u domenu nivoa obrazovanja. Ove zemlje su napravile značajne promene u prethodnom periodu i uspele su da smanje zaostajanje u odnosu na razvijene zemlje. Međutim, skorija istraživanja ističu značaj kognitivnih veština za ekonomski rast što menja fokus sa nivoa obrazovanja na kvalitet obrazovanja. Procena je da zemlje u razvoju imaju manje šansi da zatvore gap u ovom domenu u odnosu na razvijene zemlje, ali suštinski moraju na tome da rade jer bez unapređenja kvaliteta obrazovanja neće biti u stanju da obezbede dugoročne pozitivne ekonomske performanse (Hanushek, 2013).

Definisanje indikatora

Ekstenzivno definisanje ljudskog kapitala stvara problem određivanja parametara ili indikatora koji mogu služiti kao njegov reprezent i kao takvi biti predmet različitih analiza i ekonomskih modela. Zbog toga se nameće potreba izbora odgovarajućih indikatora. Polazeći od činjenice da je ljudskom kapitalu imanentno kontinuirano ulaganje u unapređenje znanja, veština i kompetencija, koje podrazumeva novčane izdatke, sasvim je očekivano da se ljudski kapital iskaže u monetarnim oblicima. S druge strane, ovakav vid iskazivanja ljudskog kapitala je veoma osetljiv sa aspekta dostupnosti podataka, relevantnosti podataka i njihovog praćenje i vrednovanja u dužem vremenskom periodu. Imajući u vidu činjenicu o neophodnosti praćenja stanja ljudskog kapitala tokom vremena kao najpopularniji način za njegovo izražavanje, koristi se pristup zasnovan na obrazovanju. Podaci o obrazovanju uglavnom su lako dostupni, mogu se pratiti u dužem vremenskom intervalu i zasnovani su na formalnom obrazovanju (na primer stope upisa određenih nivoa obrazovanja ili stopa pismenosti).

U literaturi i istraživanjima koja se odnose na ljudski kapital u kontekstu uticaja na konkurentnost ili ekonomski rast, pristup zasnovan na obrazovanju opredeljuje nekoliko varijabli koje se koriste kao indikatori stanja odnosno kvaliteta ljudskog kapitala u nekoj

nacionalnoj ekonomiji, među kojima se izdvajaju: stopa pismenosti odraslih, stopa upisa škola, prosečan broj godina školovanja ili prosečan broj godina obrazovanja (Van Leeuwen & Foldvari, 2008). Svaki od navedenih indikatora ima svoje prednosti, ali i ozbiljne nedostatke u primeni u određenim modelima i istraživanjima. Uprkos tome, brojna istraživanja su usmerena na korekciju njihovih nedostataka kako bi se u narednom periodu povećala njihova tačnost i upotrebna vrednost u merenju i izražavanju stanja ljudskog kapitala.

Alternativa ovakvom pristupu u iskazivanju ljudskog kapitala oslanja se na nešto šire sagledavanje pojma „ljudski kapital“ i disperziju stanja ljudskih resursa na veći broj parametara čija zajednička opservacija i ocena dovodi do merljivog stanja ljudskog kapitala u nekoj ekonomiji. Jedan od alternativnih pristupa razvio je Kwon (2009) za potrebe OECD-a i on stanje ljudskog kapitala opservira kroz veći broj indikatora i subindikatora:

1. Ulaganje u ljudski kapital
 - 1-1. Broj visoko kvalifikovanih
 - 1-1-1. Rast u kvalifikacijama univerzitetskog nivoa
 - 1-1-2. Rast upisa u različitim naučnim poljima
 - 1-2. Završetak školovanja i stopa upisa
 - 1-2-1. Trend završetka studija
 - 1-2-2. Učešće internacionalnih studenata u ukupnom broju diplomiranih
 - 1-2-3. Stopa upisa na tercijarni nivo obrazovanja
 - 1-2-4. Odnos broja ljudi u populaciji sa tercijarnim obrazovanjem i ukupne populacije
 - 1-3. Vreme provedeno u obrazovanju
 - 1-3-1. Broj časova nastave tokom godine
 - 1-3-2. Broj nedeljnih sati provedenih u samostalnom učenju kod kuće
 - 1-4. Ulaganje u obrazovanje
 - 1-4-1. Troškovi po učeniku/studentu na različitim nivoima obrazovanja
 - 1-4-2. Procenat BDP-a koji se izdvaja za obrazovanje
 - 1-4-3. Privatni i javni troškovi obrazovanja
 - 1-4-4. Državne subvencije za obrazovanje
 - 1-4-5. Troškovi suštinskih usluga u obrazovanju, pomoćnih usluga i istraživanja i razvoja
 - 1-4-6. Promena u broju studenata, troškovima, demografskim predviđanjima i slično
2. Unapređenje kvaliteta investicija u ljudski kapital
 - 2-1. Rezultati PISA testiranja
 - 2-2. PUIAAC – Program međunarodne procene kompetencija odraslih
3. Rezultati obrazovanja
 - 3-1. Usklađivanje obrazovanja i zanimanja
 - 3-2. Ponuda na tržištu rada prema broju godina, polu i obrazovnom nivou
 - 3-3. Stopa povraćaja u obrazovanje onih koji su napustili školovanje

Pored OECD-ove metodologije za iskazivanje stanja ljudskog kapitala veoma popularna je i metodologija koju prezentuje Svetski ekonomski forum (World Economic Forum, 2015) koja je još ekstenzivnija u smislu uključivanja nekih dodatnih elemenata kao što je tržište rada, a bazirana je na sledećim indikatorima:

Ljudski kapital

1. Zdravlje i primarno obrazovanje
 - 1-1. Zdravlje
 - 1-1-1. Uticaj malarije na biznis
 - 1-1-2. Stopa obolelih od malarije
 - 1-1-3. Uticaj tuberkuloze na biznis

- 1-1-4. Stopa obolelih od tuberkuloze
- 1-1-5. Uticaj side na biznis
- 1-1-6. Prevencija od side
- 1-1-7. Stopa smrtnosti novorođenčadi
- 1-1-8. Dužina životnog veka
- 1-2. Primarno obrazovanje
 - 1-2-1. Kvalitet primarnog obrazovanja
 - 1-2-2. Stopa upisa na primarno obrazovanje
- 2. Visoko obrazovanje i obuka
 - 2-1. Kvantitet obrazovanja
 - 2-1-1. Stopa upisa na sekundarno obrazovanje, muškarci
 - 2-1-2. Stopa upisa na sekundarno obrazovanje, žene
 - 2-1-3. Stopa upisa na tercijarno obrazovanje
 - 2-2. Kvalitet obrazovanja
 - 2-2-1. Kvalitet obrazovnog sistema
 - 2-2-2. Kvalitet matematičkog i naučnog obrazovanja
 - 2-2-3. Kvalitet upravljanja obrazovnim institucijama
 - 2-2-4. Pristup internetu za obrazovne institucije
 - 2-3. Obuka na poslu
 - 2-3-1. Raspoloživost usluga istraživanja i obuke na lokalnom nivou
 - 2-3-2. Raspoloživost obuke za zaposlene
- 3. Socijalna kohezija
 - 3-1. Očekivani stepen zavisnosti
 - 3-2. Gini indeks
 - 3-3. Stopa nezposlenosti mladih
 - 3-4. Obim sive ekonomije
- Tržišni uslovi
- 4. Efikasnost tržišta rada
 - 4-1. Uspostavljanje odnosa između radne snage i poslodavaca
 - 4-2. Fleksibilnost u determinisanju zarada
 - 4-3. Rigidnost zapošljavanja
 - 4-4. Zapošljavanje i davanje otkaza praktikantima
 - 4-5. Redundantnost troškova zapošljavanja
 - 4-6. Obim i efekat poreza na zarade
- 5. Efikasnost korišćenja talenata
 - 5-1. Zarade i produktivnost
 - 5-2. Prisustvo profesionalnog menadžmenta u firmama
 - 5-3. Odlazak talenata iz zemlje
 - 5-4. Participacija žena u radnoj snazi

Veza između razvoja ljudskih resursa kroz obrazovanje i ekonomskog razvoja se ostvaruje na tržištu rada. Znanja i veštine stečene u obrazovnom sistemu treba da budu korišćene od strane firmi u stvaranju proizvoda i usluga tako da radnici budu plaćeni u skladu sa svojom produktivnošću. Bez ove veze čak i obrazovni radnici neće ostvariti zarade koje su u skladu sa njihovim obrazovnim nivoom, dok sa druge strane, nacionalna ekonomija neće povećati ulaganje u obrazovanje na osnovu veće produktivnosti.

Empirijski podaci za Srbiju

Pozicija Republike Srbije u domenu ljudskog kapitala može se najpre posmatrati u odnosu na neke jednostavne indikatore koji su bazirani na obrazovnom pristupu. Jedan od osnovnih je broj visoko kvalifikovanih u odnosu na ukupnu populaciju i prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (2012) oni čine 7,5 % ukupne populacije, što je u poređenju sa podacima iz Evropske Unije jako nisko, u kojoj visoko kvalifikovani čine 27,7 % ukupne populacije (Cedefop, 2009). Takođe, izdvajanja iz budžeta za sve nivoe obrazovanja ne prelaze 3,5 % BDP-a, dok se u Danskoj za sve nivoe obrazovanja izdvaja 8,51 % BDP-a (European Commission, 2010).

Kompleksniji pristup iskazivanja stanja ljudskog kapitala je već opisan i koristeći podatke iz godišnjeg izveštaja Svetskog ekonomskog foruma o stanju ljudskog kapitala može se konstatovati da Srbija zauzima 50. mesto od 124 posmatrane zemlje sa vrednošću opšteg indeksa od 70,97 (World Economic Forum, 2015). Iako se ne koristi direktno kao indikator stanja ljudskog kapitala, važan izveštaj koji se odnosi na Indeks globalne konkurentnosti talenata Srbiju svrstava na 50. mesto od 109 posmatranih zemalja (INSEAD, 2015). On je baziran na šest parametara prema kojima se ocenjuje sposobnost svake zemlje da privlači talente, zadrži talente, omogući razvoj talenata, pruži mogućnosti za usavršavanje i zapošljavanje, kao i ocenu stručnih znanja i veština i ocenu kompetencija visokoobrazovnih.

S druge strane, konkurentnost nacionalne ekonomije Republike Srbije jasno je iskazana u izveštaju Svetskog ekonomskog foruma (World Economic Forum, 2015). Srbija je pozicionirana na 94. mestu od 144 posmatrane zemlje, što je svrstava u trećinu svetskih zemalja koje imaju naslabiju konkurentsku sposobnost nacionalne ekonomije.

Zaključna razmatranja

Prethodno navedeni podaci ne uspostavljaju direktnu vezu između kvaliteta ljudskih resursa odnosno stanja ljudskog kapitala i konkurentne sposobnosti privrede Republike Srbije, ali svakako predstavljaju veoma značajnu indicaciju međusobne povezanosti i uslovljenosti, naročito ako se imaju u vidu rezultati već sprovedenih istraživanja na primeru drugih zemalja gde su korišćeni isti ili slični indikatori i varijable.

Sumirajući rezultate sprovedenih istraživanja, stanje pojedinih indikatora koji se odnose na ljudske resurse u Srbiji i tekuće ekonomske performanse nacionalne ekonomije moguće je izvesti nekoliko zaključaka. Prvo, ljudski kapital odnosno ulaganje u obrazovanje i unapređenje znanja, veština i kompetencija ima pozitivan uticaj na konkurentnu sposobnost nacionalne ekonomije, kao i njenu sposobnost da u dugom roku generiše održive stope ekonomskog rasta. U posmatranom odnosu konkurentnost nacionalne ekonomije je zavisna varijabla, dok je stanje ljudskih resursa nezavisna varijabla. Drugo, obrazovanje i obuka predstavljaju siguran način za unapređenje konkurentne pozicije nacionalne ekonomije i generisanje privrednog rasta kroz podizanje kvaliteta ljudskog kapitala. Istraživanje sprovedeno od strane OECD-a (2001) potvrdilo je pozitivan uticaj investicija u ljudski kapital na stopu privrednog rasta, pri čemu je taj uticaj dodatno utvrđen kroz rezultate koji su pokazali da u zemljama članicama OECD-a jedna dodatna godina obrazovanja, shvaćena kao investicija u ljudski kapital, rezultuje na dugi roku u prosečnom rastu BDP per capita od 4 % do 7 %. To jasno navodi na zaključak o potrebi ulaganja u obrazovanje. Treće, analiza stanja ljudskih resursa u Republici Srbiji i konkurentne pozicije nacionalne ekonomije na globalnom nivou ukazuju na inferiornu poziciju koja zahteva sprovođenje reformi neophodnih za promenu tog stanja. Četvrto, povećanje kvaliteta ljudskih resursa putem većih ulaganja u obrazovanje predstavlja ozbiljan izazov u situaciji jakih budžetskih ograničenja.

Na kraju treba imati u vidu da je određenim inkrementalnim poboljšanjima moguće unaprediti obrazovni sistem bez enormnih troškova, na primer putem ozbiljne reforme obrazovnog sistema, za koju je važnija dobrovoljnost socijalnih aktera nego dodatna budžetska izdavanja. Pored navedenog, u značajnoj meri se može uticati i na opšte okruženje koje ne deluje dovoljno privlačno talentovanim pojedincima zbog čega postoji izražen efekat odliva talenata iz zemlje.

Reference

1. Barro, R.J. (1997). *Determinants of Economic Growth: A cross-country Empirical Study*. Cambridge: MIT Press.
2. Beardwell, I., Holden, L. and Claydon, T. (2004). *Perspectives in Management and the genesis of Human Resource Management* (4th edition). Harlow: Prentice Hall Publications.
3. Becker, G. (1962). Investment in human capital: a theoretical analysis. *The Journal of Political Economy*, 70 (5), 9-49.
4. Benhabib, J., and Spiegel, M.M. (1994). The role of human capital in economic development Evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary Economics*, 34 (1), 143-173.
5. Bodman, P. and Le, T. (2013). Assessing the roles that absorptive capacity and economic distance play in the foreign direct investment-productivity growth nexus. *Applied Economics*, 45 (8), 1027-1039.
6. Cedefop (2009). *Future skill supply in Europe - Medium-term forecast up to 2020: Key Findings*, Cedefop Publications Office: Luxembourg.
7. Collis, D. and Montgomery C.A. (1995). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73 (July-August), 118-128.
8. Crawford, R. (1991). *In the Era of Human Capital*. New York: Harpercollins.
9. Delaney, J. T. and Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of performance in for-profit and nonprofit organizations. *Academy of Management Journal*, 39 (4), 949-969.
10. Dessler, G. (2014). *Human Resource Management*. New Jersey: Prentice Hall.
11. Economist Intelligence Unit (2011). *The global talent index report: The outlook to 2015*. Chicago, IL: Heidrick & Struggles.
12. Hanushek, E.A. (2013). Economic Growth in Developing Countries: The Role of Human Capital. *Economics of Education Review*, 37 (4), 204–212.
13. European Commission (2010). *National actions to implement Lifelong Learning in Europe*, Directorate-Generale for Education and Culture: Brussels.
14. Fitz-enz, J. (2000). *The ROI of human performance: Measuring the economic value of employee performance*. New York: AMACOM.
15. Garavan, T.N., Morley, M., Gunnigle, P., and Collins, E. (2001). Human Capital Accumulation: The Role of Human Resource Development. *Journal of European Industrial Training*, 25 (2), 48-68.
16. Hall, R. E. and Jones, C. I. (1999). Why do some countries produce so much more output per worker than others. *The Quarterly Journal of Economics*, 114 (1), 83-116.
17. INSEAD (2015). *The Global Talent Competitiveness Index 2015-2016*. Fontainebleau, France.
18. Krueger, A. and Lindahl, M. (2001). Education for growth: why and for whom? *Journal of Economic Literature*, XXXIX, 1101-1136.
19. Kumpikaite, V. (2004). Human resource development in learning organization. *Journal of Business Economics and Management*, 9(1), 25-31.
20. Kwon, D.B. (2009). *Human Capital and Its Measurement*. The 3rd OECD World Forum on "Statistics, Knowledge and Policy": Busan, Korea.
21. Lucas, R. E. (1988). On the Mechanics of Development Planning. *Journal of Monetary Economics*, 2 (1), 3-42.
22. Marimuthu, M., Arokiasamy, L., and Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: Evidence from developmental economics. *The Journal of International Social Research*, 2(8), 265-272.

23. Nelson, R.R. and Phelps, E.S. (1966). Investment in Humans, Technological Diffusion, and Economic Growth. *American Economic Review, Papers and Proceedings* 56 (1), 69-75.
24. OECD (2001). *The Well-being of Nations: The Role of Human and Social Capital*, Centre for Educational Research and Innovation: Paris.
25. Pfau, B.N., and Kay, I.T. (2002). *The Human Capital Edge: 25 People Management Practices Your Company Must Implement (or Avoid) to Maximize Shareholder Value*. New York: McGraw-Hill.
26. Republički zavod za statistiku Srbije (2012). *Statistički godišnjak Srbije*, RZZS: Beograd.
27. Schultz, T.W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51 (1), 1-17.
28. Sianesi, B. and Reenen, J. V. (2003). The returns to education. *Macroeconomics*, 17 (2), 157-200.
29. Teixeira, A.A.C. and Fortuna, N. (2011). Human capital, R&D, trade, and long-run productivity. Testing the technological absorption hypothesis for the Portuguese economy, 1960–2001. *Research Policy*, 39 (3), 335-350.
30. Van Leeuwen, B., and Foldvari, P. (2008). Human Capital and Economic Growth in Asia 1890–2000: A Time-series Analysis. *Asian Economic Journal*, 22(3), 225-240.
31. Woessmann, L. (2003). Specifying human capital. *Journal of Economic Survey*, 17 (3), 239-270.
32. World Economic Forum (2015). *The Global Competitiveness Report 2015–2016*, WEF: Geneva.
33. World Economic Forum (2015). *The Human Capital Report 2015*, WEF: Geneva.

PRILAGODAVANJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI U FUNKCIJI POBOLJŠANJA TRŽIŠNE POZICIJE PREDUZEĆA

Dr Milan Kocić*

Katarina Radaković

Apstrakt: U procesu stremljenja preduzeća ka ostvarenju definisanih ciljeva i zadovoljavanju zahteva ciljne javnosti, kao nezaobilazni korak javlja se objedinjavanje poslovnih funkcija koje omogućavaju pozitivne poslovne rezultate. Proizvodnja i finansije ne mogu doprineti ostvarenju postavljenih ciljeva ukoliko ne postoji pravilno kreirana tražnja. Upravo marketing u preduzeću dobija sve značajniju ulogu, jer se primenom aktivnosti iz njegovog domena uspostavlja spona preduzeća sa zahtevima potrošača, koji predstavljaju srž poslovanja svakog privrednog subjekta. U radu će biti elaboriran značaj marketinških aktivnosti za ostvarenje poslovnih performansi i poboljšanje konkurentne pozicije preduzeća. Takođe, kao bazične determinante poboljšanja poslovnih rezultata, istaći će se marketing odnosa sa potrošačima, kao i savremeni elektronski mediji.

Cljučne reči: marketing, poslovne performanse, marketing odnosa sa potrošačima, tržišno pozicioniranje, elektronski mediji

Uvod

U savremenim tržišnim uslovima i nestabilnim privrednim tokovima preduzeća konstantno tražaju za novim načinima ostvarivanja konkurentne prednosti i zadovoljavanja potreba i zahteva potrošača. Rastuća globalizacija, digitalizacija, kao i sve zahtevniji standardi potrošača pred preduzeća postavljaju nove izazove čije uspešno prevazilaženje doprinosi afirmaciji i jedinstvenoj poziciji na tržištu. Kao jedna od nezaobilaznih funkcija u preduzeću kojom se uspostavljaju relacije sa potrošačima, ali i drugim delovima ciljne javnosti navodi se upravo marketing. Tradicionalni marketing koncept sve se više modifikuje, podležući stalnoj evoluciji. Od pristupa usmerenog na prodaju proizvoda, fokus se pomera na uspostavljanje dugoročnih odnosa sa potrošačima, koji omogućavaju prepoznatljivost na konkurentnoj sceni. Marketing funkcija, u koordinaciji sa ostalim poslovnim funkcijama doprinosi poboljšanju poslovnih performansi, unapređenju tržišne pozicije preduzeća i maksimiziranju profita.

Integrirani marketinški naponi na području određivanja politike cena, upravljanja kanalima distribucije, promotivnim aktivnostima znatno olakšavaju uspešno funkcionisanje i napredovanje privrednih subjekata. Kako se tendencije na tržištu menjaju, imperativ u poslovanju preduzeća na području marketinga postaje primena elektronskih medija, pa se marketinške strategije zasnivaju na intenzivnijem korišćenju ovih modaliteta.

Značaj marketinga za savremeno poslovanje

Savremeni privredni ambijent karakterišu brojne promene koje se manifestuju izmenjenim pravilima ponašanja, mogućnostima i strategijama koje je potrebno primeniti.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mkocić@kg.ac.rs,

Neki od najznačajnijih faktora koji se reflektuju i na proces implementacije marketinškog koncepta jesu sledeći:¹

- Izmenjena tehnologija – u vremenu za koje je karakteristična elektronska revolucija, modifikovane su i potrebe potrošača kao i načini na koje se obezbeđuje njihovo zadovoljavanje. Savremeni koncepti omogućavaju nepotrebno gomilanje zaliha, bolje usklađivanje ponude i tražnje, kao i lakše formiranje cena. Sa pristupa masovnog marketinga sve se više pažnja usmerava ka pojedinačnom potrošaču, odnosno veći je stepen individualizacije i personalizacije.
- Globalizacija - doprinosi da je potrošačima znatno olakšano da kupuju i koriste proizvode iz drugih zemalja.
- Snažnija pozicija potrošača – usled sve većeg stepena obrazovanosti potrošača, izraženije potrebe za cenovnim pogodnostima, kao i manje lojalnosti prema brendovima, proizvođači i marketari prinuđeni su da obezbeđuju veću diverzifikaciju proizvoda i usluga, ali i niz drugih pogodnosti koje omogućavaju distinkciju u odnosu na konkurentske brendove.

Kao i većina poslovnih procesa i marketinška orijentacija podložna je konstantnom razvoju i usavršavanju. U cilju nastojanja da se adaptiraju intenzivnim promenama na tržištu, bilo da se radi o tehnološkim, kulturološkim, psihološkim izmenama, pred preduzeća se kao glavni izazov stavlja koncipiranje i vrednovanje marketinških strategija koje su prilagođene savremenim tržišnim uslovima. Za razliku od tradicionalnog, savremeni marketinški pristup treba da bude usmeren na kreiranje dugoročne vrednosti i oblikovanje tržišne ponude koja će realizovati ciljeve marketing plana. Neke od najznačajnijih preporuka koje bi trebalo slediti prilikom primene marketinških aktivnosti odnose se na sledeće:²

- marketing napori ne bi smeli da se odnose samo na aktivnosti u okviru marketing sektora, već bi svi zaposleni trebalo da imaju svest o tome koliko je ovaj koncept značajan za poboljšanje poslovnih rezultata,
- uočavanje da veliki deo tržišne vrednosti preduzeća čini neopipljiva imovina i intelektualni kapital,
- kreiranje i valorizacija brendova trebalo bi da se vrši primenom koncepta integrisanih marketinških komunikacija,
- fokus bi sa profitabilnih transakcija trebalo da bude usmeren na doživotnu vrednost kupca,
- potrebno je obezbediti koristi svim ključnim stejkholderima, a ne samo stvaranje vrednosti za akcionare.

Drucker smatra da se, u skladu sa težnjom preduzeća da privuče i zadrži potrošače, kao ključne funkcije u preduzeću javljaju marketing i inovacije.³ Primenom ovih koncepata stvara se vrednost i kreiraju uslovi za dalje profilisanje ključnih grupa sa kojima preduzeće saraduje i usklađuje svoje poslovne poteze.

Koncipiranje marketinških strategija i delovanje u skladu sa zahtevima koji se nameću kao neophodnost u turbulentnim uslovima poslovanja omogućava realizaciju sledećih ciljeva:

- identifikovanje potreba potrošača,
- pripremu i implementaciju poslovnih strategija,

¹ Kotler, P. Keller, K. (2006), *Marketing menadžment*, Data status, Beograd, str. 13

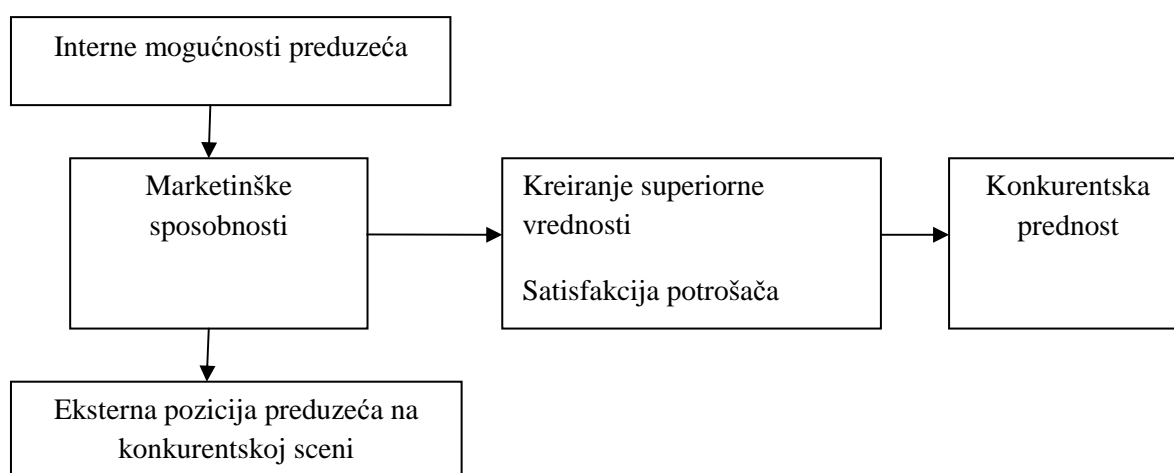
² Kotler, P. Keller, K. (2006), *op.cit.*, str. 27-29

³ Maciariello, J. (2009), Marketing and innovation in the Drucker Management System, *Journal of the Academy of Marketing Science*, str. 35-43

- kreiranje i održanje konkurentske prednosti,
- primenu savremenih IT rešenja,
- razvoj prepoznatljivih brendova,
- stvaranje bolje tržišne pozicije.

Postoje brojni načini za ostvarenje konkurentske prednosti, međutim za potrebe ovog rada naglasiće se da je objedinjeni pristup koji obuhvata kako internu, tako i eksternu perspektivu veoma značajan za kreiranje i implementaciju marketinških strategija. Kako bi se ostvarila održiva konkurentska prednost, za preduzeće je od neprocenjivog značaja da njegove marketinške sposobnosti budu utemeljene na koordinaciji internih i eksternih faktora. Sagledavanjem šansi i pretnji iz okruženja, ali prvenstveno razmatranjem internih mogućnosti, kreira se superiorna vrednost koja stvara uslove za prelazak iz zone satisfakcije u zonu lojalnosti potrošača (slika 1).

Slika 1: Marketinške sposobnosti kao izvor konkurentske prednosti preduzeća



Izvor: Prilagođeno prema: Aghazadeh, H. (2015), *Strategic Marketing Management, achieving superior business performance through intelligent marketing strategy, Social and Behavioral Sciences*, str. 125 – 134

U postupku pozicioniranja preduzeća i zauzimanja prestižne konkurentske pozicije, postoji niz odluka koji se postavljaju kao izazov za marketing menadžere. Od njihove realizacije može zavisiti i uspeh preduzeća. To su:⁴

- razvoj, pozicioniranje i upravljanje ključnim brendovima,
- kreiranje novog proizvoda,
- implementacija marketinških strategija,
- sprovođenje poslova oglašavanja,
- odluke o ceni proizvoda,
- upravljanje kanalima prodaje,
- identifikovanje ključnih ciljnih segmenata,
- razvoj promotivne strategije,
- menadžment odnosa sa potrošačima,
- povećanje prinosa na investicije.

⁴ Roberts, J., Kayande, U., Stremerch, S. (2014), From academic research to marketing practice: exploring the marketing science value chain, *International Journal of Research in Marketing*, No. 31, str. 127-140

Iako je u postupku poboljšanja tržišne pozicije preduzeća otežano izmeriti doprinos marketinških aktivnosti, njihov značaj je nesumnjivo porastao proteklih godina. Marketinške implikacije sagledavanja nivoa ostvarenog tržišnog učešća i porasta prodaje mogu se posmatrati sa kratkoročnog i dugoročnog aspekta. Ukoliko izdvajanja za oblast marketinga u dugom roku omogućavaju povećanje prodaje, profita, to će imati pozitivne implikacije i na pozicioniranje preduzeća na konkurentnom tržištu i tada takva izdvajanja imaju karakter investicija.

Ukoliko je veća vrednost informacija koje marketinško odeljenje obezbeđuje, utoliko je veća i marketing ekspertiza. Naravno, analizirajući pomenuti koncept u preduzeću u cilju poboljšanja poslovnih rezultata potrebno je sagledati i mogućnost nepravilnog skeniranja okruženja, nedostatka potpunih i pravovremenih informacija, kao i nedovoljnu količinu resursa. Kao ključna tri faktora koja određuju marketing ekspertizu navode se: mogućnost da nastupi greška, profit ostvaren od ulaganja u alternativnu strategiju, kao i mogući gubitak usled pogrešnog sprovođenja marketinške strategije.⁵ Identifikovanjem mogućnosti na tržištu i sagledavanjem tržišnih sposobnosti doprinosi se lakšoj realizaciji cenovnih i promotivnih strategija, a samim tim, unapređuje se marketing ekspertiza i stiče naklonost potrošača.

Umesto usmeravanja na ostvarivanje kratkoročnih, trenutno vidljivih rezultata, neophodno je primeniti marketinški koncept koji će imati strategijsku osnovu i doneti vidljive napretke u poslovnom ambijentu. Neke od osnovnih karakteristika najboljih poslovnih praksi koje na marketing gledaju kao na strategijsko sredstvo za ostvarenje konkurentske prednosti odnose se na sledeće:⁶

- na marketing je potrebno gledati kao na investiciju, a ne kao na izdatak,
- identifikovati one mogućnosti koje imaju najveći uticaj na tržišnu poziciju preduzeća,
- prilagoditi marketinški pristup nivou razvoja preduzeća,
- razmišljati o ciljevima preduzeća, a ne o individualnom aspektu.

Kako se pozicija preduzeća često ogleda u poslovnim performansama, jedan od ciljeva rada je da se identifikuje u kojoj meri marketinške aktivnosti doprinose njihovom unapređenju, pa će u narednom delu biti objašnjeni suštinski aspekti relacije između ova dva pojma.

Marketinške aktivnosti u funkciji poboljšanja poslovnih performansi

Postoji veliki broj radova koji istražuju međuzavisnost marketinške funkcije i drugih poslovnih jedinica. Za kreiranje uspešnog nastupa na tržištu potrebno je primeniti holistički pristup koji doprinosi stvaranju komparativnih prednosti i objedinjuje napore različitih delova preduzeća. Doprinos marketinške orijentacije poslovnim rezultatima utoliko je više očigledan ako među kreatorima poslovne politike i predstavnici top menadžmenta shvataju značaj ove funkcije za prosperitet preduzeća. Ove tendencije postaju naročito evidentne u uslovima intenzivnih promena u okruženju.⁷ Marketing predstavlja nezaobilazan koncept kada je u pitanju sagledavanje tržišnih prilika i upravljanje ključnim stejkholderima, s obzirom na činjenicu da je funkcija marketinga zadužena za analiziranje stavova potrošača i konkurenata.⁸ Za ostvarenje održive maksimizacije profita koja je povezana sa rastom

⁵ Pasa, M., Shugan, S. (1996), The value of marketing expertise, *Management Science*, Vol. 42, No 3, str. 370-388

⁶ http://www.mckinsey.com/insights/marketing_sales/building_marketing_and_sales_capabilities_to_beat_the_market, datum pristupa 14.12.2015.

⁷ Moorman, C., Rust, R. T. (1999), The Role of Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 63, str 180–197

⁸ Lovelock, C., Wirtz, J. (2011), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 7th ed.,

prodaje, prinosom na investicije i povećanjem zaposlenosti trebalo bi usmeriti veću pažnju na pravilnu primenu marketinških strategija koja je u pozitivnoj relaciji sa maksimiziranjem profitabilnosti.⁹ Marketing ima značajno učešće u ostvarenju ne samo rasta prodaje i tržišnog učešća, već se njegov doprinos može sagledati i kada je u pitanju novčani tok.¹⁰ O značaju marketing funkcije u poslovanju preduzeća i ostvarenju poslovnih performansi govori i istraživanje sprovedeno na teritoriji Severne Amerike, Evrope i Azije. Naime, prema ovom istraživanju, marketing ima nezaobilaznu ulogu kada su u pitanju neke od oblasti kao što su: brendiranje, razvoj novih proizvoda, analiza konkurentskog okruženja i mnogi drugi aspekti, tako da se bolje poslovne performanse ostvaruju ukoliko je značajniji uticaj marketinškog sektora u preduzeću.¹¹

Iako su marketinške aktivnosti od izuzetnog značaja za postizanje korporativnih ciljeva, u preduzećima ne postoji dovoljna svest o neophodnosti primene ovog koncepta. Često se dešava da uspešnija i veća preduzeća smatraju da marketing doprinosi u većoj meri sprovođenju i pozicioniranju na konkurentskoj sceni, nego što je to slučaj sa preduzećima manje veličine. Marketinške sposobnosti koje unapređuju poziciju preduzeća i ostvarenje bazičnih ciljeva poslovanja, ali i povećavaju profitabilnost, mogu se razmatrati iz različitih vizura:¹²

- Specijalizovane marketinške sposobnosti – najčešće predstavljaju operacionalizaciju svakodnevnih marketinških odluka koje se vezuju za osnovne instrumente marketing miksa u bazične determinante marketinških strategija. Neretko se za implementaciju odluka o ovim sposobnostima zahtevaju specifična znanja iz drugih oblasti, ali jezgro kompetentnosti nalazi se upravo u marketinškom sektoru. Ove sposobnosti odnose se na odluke o proizvodu, ceni, kanalima distribucije, ali i svim aktivnostima koje pospešuju komunikaciju sa eksternim ciljnim grupama i osnažuju značaj koncepta integrisanih marketinških komunikacija.
- Kros-funkcionalne marketinške sposobnosti – pod ovim pojmom podrazumeva se nešto veći stepen involviranja saznanja iz različitih oblasti, što samo govori u prilog činjenici da je za pozicioniranje preduzeća i ostvarivanje prinosa na investicije neophodno integrisati brojne kompetencije. Neretko se razvoj novog proizvoda, kao i inovacije mogu analizirati sa aspekta marketinga kao vredan izvor tržišnih informacija. Neki od najčešćih tipova inovacija koji su karakteristični za marketinški ambijent jesu sledeći: modifikovani pristupi marketing istraživanja, izmenjeni načini prodora na tržište, izmene u pakovanju i dizajnu proizvoda, savremeni oblici komuniciranja sa tržištem. Ipak, nedovoljno razvijena usmerenost na inovacije u marketing samo je još jedan od činilica koji doprinose slabijoj konkurentnosti preduzeća. Prethodno izneta konstatacija reflektuje se i u razmatranju konkurentnosti Srbije sa aspekta inovacija u marketingu.

Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, str. 393-394

⁹ Pratono, A., Mahmood, R. (2015), Mediating effect of marketing capability and reward philosophy in the relationship between entrepreneurial orientation and firm performance, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5:5, str. 2-12

¹⁰ Doyle, P. (2009), Value-based marketing: Marketing strategies for Corporate growth and shareholder value, John Wiley&Sons, citirano u <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814020205>, datum pristupa 12.11. 2015.

¹¹ Wirtz, J., Tuzovic, S., Volker, G. (2014), "The role of marketing in today's enterprises", *Journal of Service Management*, Vol. 25, Iss 2, str. 171 - 194

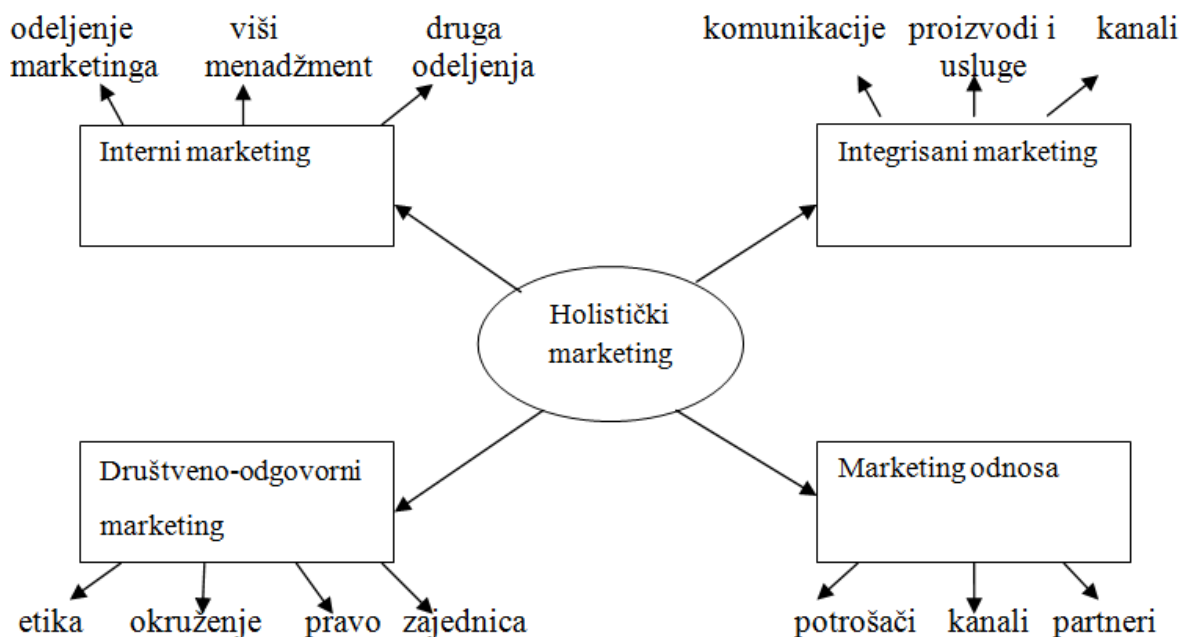
¹² Morgan, N. (2012), Marketing and business performance, *Journal of the Academic Marketing Science*, vol. 40, str. 102-119

Prema indikatoru koji se odnosi na razvoj i primenu marketinškog koncepta, Srbija značajno zaostaje u odnosu na zemlje iz okruženja.¹³

- U uslovima adaptacije preduzeća tržišnim tendencijama primenjuju se dinamičke marketinške sposobnosti. Njihovom primenom istražuje se značaj prilagođavanja resursa i kompetentnosti kako bi se ostvarila konkurentska prednost. Sposobnost da reaguje proaktivno, elaborirajući najznačajnije tendencije u ponašanju potrošača, skenirajući okruženje i primenjujući koncept baza podataka doprinosi tome da preduzeće ide u korak sa promenama.

Često sukobljeni interesi preduzeća ukazuju na potrebu inoviranja i primene savremenih koncepata koji usmeravaju poslovanje. Ranije primenjeni marketinški pristupi u uslovima konstantnih promena i prepreka koje otežavaju kretanje uzlaznom putanjom impliciraju potrebu sagledavanja činjenica iz drugačije perspektive. Kao jedno od mogućih rešenja navodi se pristup holističkog marketinga koji prevazilazi tradicionalne granice marketinških aktivnosti. Ovaj koncept je sveobuhvatan i uključuje nekoliko komponenti (slika 2). Sagledavanjem uloge koju pre svega zaposleni u preduzeću imaju za implementaciju marketing koncepta, pravilnim osmišljavanjem i integrisanjem aktivnosti kojima se stvara vrednost za potrošače, ali i uočavanjem etičkih, pravnih i društvenih okvira u eksternom okruženju postiže se jedinstveni cilj i unapređenje pozicije preduzeća. Razmatranje marketinške strategije sastoji se od velikog broja međuzavisnih faktora, koji zahtevaju holistički pristup vrednovanja različitih varijabli.¹⁴

Slika 2. Dimenzije holističkog marketinga



Izvor: Kotler, P., Keller, K. (2007), *Marketing menadžment*, Data Status, Beograd, str. 18

¹³ Stanković, Lj., Đukić, S., Popović, A. (2014), Marketing inovacije kao izvor konkurentske prednosti preduzeća, *Marketing*, str. 272-280

¹⁴ Vorhies, D., Morgan, N. (2003), A configuration theory assessment on marketing organization fit with business strategy and its relationship with marketing performance, *Journal of Marketing*, Vol. 67, No 1, str.100-115

Neposredno pre finalizacije poslovnih odluka u cilju ostvarivanja pozitivnih poslovnih rezultata neophodno je istaknuti sve relevantne parametre i izvršiti planiranje marketinških aktivnosti, organizovanje i alokaciju resursa.¹⁵ Samo ovakvim pristupom mogu se realno sagledati raspoloživi faktori i omogućiti prilagođavanje poslovnih aktivnosti izmenjivim uslovima u okruženju. Usled sve intenzivnijih promena marketing koncept sve češće podleže integraciji sa drugim poslovnim funkcijama u cilju ostvarenja povoljnih rezultata. Uloga marketinga u odnosu na tri ključna procesa u preduzeću može se ilustrovati tabelom 1.

Tabela 1. Integrisanje marketinga u podprocese preduzeća u cilju poboljšanja poslovnih performansi

Proces upravljanja razvojem novog proizvoda	Proces upravljanja lancem vrednosti	Proces upravljanja odnosima sa potrošačima
Utvrđivanje potreba potrošača	Dizajn i upravljanje ulaznom logistikom	Identifikovanje novih potencijalnih potrošača
Razvoj novih prototipova rešenja	Dizajn i upravljanje izlaznom logistikom	Razvoj i upravljanje promotivnim aktivnostima
Identifikovanje i upravljanje inter-funkcionalnim odnosima	Osmišljavanje i kreiranje tehnološkog procesa	Kreiranje prodajnih programa
Uspostavljanje povezanosti sa eksternim organizacijama	Instaliranje i održavanje tehnološke podrške	Kreiranje baza podataka o potrošačima
Koordinacija aktivnosti dizajna proizvoda	Upravljanje postprodajnim aktivnostima radi lakšeg korišćenja od strane potrošača	Obezbeđivanje satisfakcije potrošača i kreiranje lojalnosti

Izvor: Srivastava, R., Shervani, T., Fahey, L. (1999), Marketing, Business Processes, and shareholder Value, An organizationally Embedded view of marketing activities and the discipline of marketing, Journal of marketing, Vol. 63, 168-179

Jedno od ključnih saznanja studije koja je istraživala značaj marketinških aktivnosti za poslovanje preduzeća Marketing 2020 ukazuje na činjenicu da je za preduzeća koja na pravi način anticipiraju promene u okruženju i omogućue pravilno pozicioniranje i brendiranje prizvoda znatno olakšano stvoriti konkurentsku prednost koja teško može postati predmet kopiranja najvećih konkurenata.¹⁶ Kao fundamentalni koncepti koji doprinose unapređenju poslovne konkurentnosti sa marketinškog aspekta biće istaknuti marketing odnosa kao i inteligentne marketing strategije, odnosno upotreba elektronskih medija koja poslednjih godina beleži jedan od najbrže rastućih trendova.

Marketing odnosa kao determinanta stvaranja vrednosti za potrošače

Konvencionalni marketing pristup koji zastupa stavove da je potrebno ostvariti prodaju sve više se zamenjuje shvatanjem značaja uspostavljanja pravovremenih i adekvatnih odnosa sa potrošačima, čije potrebe zadovoljene na adekvatan način predstavljaju oličenje superiorne vrednosti preduzeća. U okviru izučavanja marketinške problematike i apostrofiranja njenog doprinosa konkurentnosti preduzeća kao jedan od krucijalnih zadataka navodi se tržišna orijentacija. Samo ona preduzeća koja su okrenuta potrebama potrošača, uvažavaju zahteve brojnih stejkholdera i nastoje da isporuče vrednost imaju mogućnost da opstanu na tržištu. U

¹⁵ Yankah, J., Dadzie, D. (2015), Explication of the need for developing Marketing function of professional service organizations, *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol 15., str. 187-196

¹⁶ <http://www.forbes.com/sites/mdeswaanarons/2015/05/20/building-marketing-capabilities-to-fuel-growth/>, datum pristupa 14.11.2015.

suprotnom, izloženost visokoj konkurenciji dovodi do istiskivanja ovih preduzeća i njihovog nestajanja u senci onih koji su uspješni. Mnogi autori dali su pregled najznačajnijih aspekata tržišne orijentacije. Sumiranjem prethodnih istraživanja kao neke od odrednica koje opredeljuju uspeh preduzeća i doprinose kreiranju njegovog identiteta mogu se navesti sledeće:

- skeniranje relevantnih informacija iz okruženja,
- analiza finalnih potrošača,
- strategijske marketinške odluke usmerene prema brojnim ciljnim grupama,
- analiza konkurenata,
- inter-funkcionalna koordinacija odluka i strategija.

Primena marketinških strategija, odnosno tržišna orijentisanost jedan je od ključnih faktora za uspešnu implementaciju koncepta marketing odnosa sa potrošačima, koji se u krajnjoj instanci reflektuju i na ekonomske performanse preduzeća i njihovu tržišnu pozicioniranost. Pred marketinške stručnjake postavlja se sve veći izazov u smislu kvantifikovanja rezultata na koji način ulaganje u marketinške aktivnosti omogućava stvaranje vrednosti. Jedna od bazičnih strategija za poboljšanje poslovnih performansi jeste koncept lojalnosti potrošača. Spremnost potrošača da plate veću cenu proizvoda, da obave ponovo kupovinu ili da favorizuju brend preduzeća u odnosu na konkurentske brendove doprinosi i poboljšanju ekonomskih performansi.¹⁷ Marketing odnosa sa potrošačima predstavlja predmet istraživanja mnogih marketinških stručnjaka, naročito poslednje decenije jer je uočen nesumnjiv doprinos favorizovanja ovog koncepta za ostvarenje korporativnih ciljeva. Fokus je pomeren sa kratkoročnih efekata kao što je veći rast prodaje na povećanje lojalnosti potrošača i kreiranje prijateljskih odnosa sa njima. Marketing odnosi mogu se razmatrati sa tri ključna aspekta:¹⁸

- finansijski programi marketing odnosa,
- socijalni programi marketing odnosa,
- strukturalni programi marketing odnosa.

Kombinovanjem sva tri programa u zavisnosti od specifičnosti tržišta i karakteristika i zahteva potrošača može se ostvariti značajan ekonomski rast i stvoriti vidljiva konkurentska prednost.¹⁹ Održavanje odnosa sa potrošačima ima efekte na profit preduzeća tako što: dovodi do generisanja prihoda zahvaljujući potrošačima sa kojima preduzeće tek inicira saradnju, nastoji da produži životni vek postojećih potrošača, povećava novčani tok na osnovu saradnje sa njima, smanjuje stopu odlazećih potrošača.²⁰

U savremenom poslovnom ambijentu fokus se sa tehničkih karakteristika često premešta akcentirajući značaj psiholoških faktora i stvaranja dodatnih pogodnosti za potrošača. Različite promotivne aktivnosti, koncept integrisanih marketinških komunikacija, brendiranja proizvoda ili usluga samo su neke od relevantnih strategija koje naglašavaju značaj marketinga za unapređenje poslovnog ambijenta i stvaranje lojalnosti potrošača.

¹⁷ Olivares, A., Lado, N. (2003), Market orientation and business economic performance, A mediated model, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 3, str. 284-309

¹⁸ Palmatier, R., Scheer, L., Houston, M., Evans, K., Gopalakrishna, S. (2007), Use of relationship marketing programs in building customer–salesperson and customer–firm relationships: Differential influences on financial outcomes

¹⁹ Robert W. Palmatier, Gopalakrishna, S., Houston, M. (2006), Returns on Business to business Relationship marketing investments: Strategies for leveraging profits, *Marketing Science*, str. 477-493

²⁰ Roland, R., Lemon, K., Zeithaml, V. (2004), Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy, *Journal of Marketing*, 68(1), str. 109-127

Ipak, za realizaciju ovih aktivnosti koje će imati pozitivne efekte i u budućem periodu koji predstoji u oštroj konkurentskoj borbi potrebno je prilagoditi marketinške strategije uslovima izmenjene tehnologije i kupovnih navika potrošača. Zbog toga se akcenat u radu stavlja i na primenu savremenih elektronskih medija kao jednu od determinanti uspešnosti poslovanja i anticipiranja aktuelnih trendova u eri informacionih i komunikacionih tehnologija.

Uloga savremenih elektronskih medija u postupku tržišnog pozicioniranja preduzeća

U uslovima dominantnih promena na tržištu, internet i primena savremenih elektronskih medija ne samo da olakšavaju komunikaciju među ljudima, razmenu informacija i znanja, već predstavljaju veoma važno marketinško sredstvo čiji značaj nesumnjivo počinju da prepoznaju preduzeća i organizacije. Primenom elektronskih medija komunikacije privlače se novi potrošači, olakšava se identifikacija ciljnih segmenata i podiže svest o brendu koja predstavlja krucijalan faktor uspeha i napretka preduzeća. Internet kao noviji vid komuniciranja između preduzeća i potrošača utiče na dinamizam uspostavljenih odnosa i primenu savremenih marketinških strategija. Sve veća mogućnost izbora potrošača, pritisak na smanjivanje cena, kao i njihova transparentnost ukazuju na činjenicu da je za pozicioniranje preduzeća i isporučivanje dodate vrednosti potrošačima potrebno implementirati savremene marketinške strategije koje se pre svega odnose na digitalni marketing, marketing zasnovan na bazama podataka, kao i marketing društvenih medija.

Kako bi se kreirala konkurentna prednost kombinovanjem faktora koji čine da preduzeće bude uspešnije u odnosu na konkurente i koja otežava njihovo kopiranje, neretko se primenjuju savremene inteligentne marketing strategije. One predstavljaju izvor kreativnosti, inovacija i znanja i doprinose ostvarenju rezultata koje je moguće kvantifikovati, odnosno poboljšavaju poslovne performanse. Njima se utiče na stavove potrošača, koji postaju lojalni prema brendovima preduzeća i na taj način stvaraju uslovi za dalje napredovanje. O značaju upotrebe ovog savremenog koncepta marketinga govore i brojna istraživanja. Naime, 92% marketara navelo je da za njihovo poslovanje i pozicioniranje na konkurentnoj sceni ovaj vid marketinga od nesumnjivog značaja. Doprinos ovog savremenog medija komunikacije ostvarenju ciljeva poslovanja može se sagledati analizom sledećih relevantnih pokazatelja:²¹

- doprinosa prepoznatljivosti brenda,
- pospešivanja lojalnosti prema brendu,
- više stopa konverzacije,
- smanjivanja marketing troškova,
- boljih mogućnosti pretrage i optimizacije,
- većeg iskustva potrošača,
- dobijanja povratnih informacija i mogućnosti učenja iz prethodnog iskustva.

Usled sve većeg broja dostupnih podataka i digitalizacije, pred marketing menadžere stavlja se neophodnost poznavanja informacionih tehnologija kojima su potrošači svakodnevno izloženi. Efektivno marketing planiranje predstavlja esencijalnu karakteristiku ostvarivanja profitabilnog rasta i pozicioniranja na konkurentnom tržištu. Jedan od dominantnih koncepata koji beleži rastući trend jeste marketing putem društvenih medija. Implementacijom navedenog programa preduzeća su uvidela da će ovaj vid komuniciranja sa

²¹ <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-media-marketing/2/>, datum pristupa 10.12.2015.

potrošačima, usled svoje rastuće kompleksnosti imati nesumnjiv doprinos za ostvarenje poslovnih ciljeva. Bilo da se govori o ispitivanju ponašanja potrošača i njihovih preferencija, sprovođenju marketing istraživanja, razvoju novih ili modifikaciji postojećih proizvoda, ovaj oblik imaće značajne implikacije na kreiranje marketinških strategija u budućnosti.²²

O značaju digitalnih medija i njihovoj primeni u savremenom konceptu marketinške teorije može se zaključiti i na osnovu nedavno sprovedenog istraživanja. Naime, sve dok potrošači prilikom razmatranja informacija o proizvodima i njihovim karakteristikama koriste elektronske medije, marketari će povećavati budžet za ova sredstva i pridavati im sve veći značaj kao kanalu komuniciranja sa ciljnom javnošću. Ukoliko razmotrimo izdvajanja na digitalno oglašavanje u zemljama širom sveta, može se uočiti tendencija rasta za godine koje predstoje, što znači da će ovaj vid komuniciranja sa ciljnom javnošću svakako opredeljivati i marketinške strategije. U ukupnom učešću marketinškog budžeta koji se izdvaja na digitalno oglašavanje, zabeležen je rast tokom prethodnih godina, ali se ova uzlazna tendencija nastavlja, implicirajući pre svega značaj ovih medija za penetraciju novih proizvoda na tržištu.

Tabela 3. Učešće oglašavanja putem digitalnih medija kao procenat ukupnog oglašavačkog budžeta po zemljama

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Velika Britanija	47,1	49,6	51,9	54,0	55,9	57,5
Danska	42,1	44,6	47,0	49,3	51,3	53,0
Kina	38,0	43,7	49,1	53,7	57,4	59,9
Australija	39,8	43,3	46,5	49,3	51,7	53,9
Norveška	38,4	42,6	45,6	48,0	50,5	53,0
Holandija	34,6	36,6	38,4	40,2	41,9	43,5
Kanada	30,8	34,0	36,2	38,3	40,1	41,7
Švedska	30,8	33,3	34,8	36,1	36,9	37,9
SAD	28,3	31,6	34,4	37,0	39,2	41,4
Nemačka	26,6	27,8	29,0	30,1	31,0	31,8
Rusija	23,4	26,6	28,7	29,4	29,8	30,3
Finska	23,3	25,6	27,6	29,5	31,4	33,4
Japan	22,5	24,2	25,7	27,1	28,5	29,7
Francuska	22,5	23,9	25,0	26,1	27,1	28,0
Meksiko	19,5	22,6	24,9	26,9	28,1	29,1
Španija	21,1	21,8	22,6	23,3	24,0	24,5
Italija	16,5	18,0	19,3	20,5	21,5	22,4

Izvor: <http://www.emarketer.com/Article/How-Global-Digital-Ad-Spending-Vary-by-Region-Industry/1013360>

Zaključak

Razvoj prepoznatljivih brendova, uspostavljanje dugoročnih odnosa sa potrošačima, kao i unapređenje finansijskih i nefinansijskih merila uspeha preduzeća zahtevaju svakodnevnu usmerenost na nove poslovne odluke. Marketing funkcija, bilo da je ona nezavisna u preduzeću, ili objedinjena sa drugim poslovnim funkcijama determiniše poziciju preduzeća na tržištu. Skeniranjem okruženja i identifikovanjem tržišnih mogućnosti koje imaju najznačajniji uticaj na pozicioniranje preduzeća, marketing funkcija, možemo slobodno

²² Wang, Z., Zhao, H., Wang, Y. (2015), Social Networks in Marketing Research 2001-2014, a co-word analysis, *Scientometrics*, 105, str. 65-82

reći, predstavlja investiciju koja omogućava poboljšanje poslovnih rezultata. Iako je marketinške rezultate teško kvantifikovati, kao što je istaknuto u radu, većina autora deli mišljenje da je marketing koncept jedan od glavnih uslova stvaranja vrednosti. Ipak, u preduzećima u Srbiji još uvek ne postoji dovoljna usmerenost na razmatranje uzročno-posledične veze između primene tržišne orijentacije, kao suštine marketinškog koncepta i nacionalne konkurentnosti. Stavljajući akcenat na savremene marketinške koncepte, kao što su inteligentne marketing strategije, gerila marketing, upravljanje integrisanim marketing komunikacijama i valorizovanjem vrednosti za sve poslovne subjekte, marketing će i u budućnosti nastaviti da beleži rastuću tendenciju i da postaje jedan od glavnih pokretača zaslužnih za pozicioniranje i napredovanje preduzeća.

Reference

1. Aghazadeh, H. (2015), Strategic Marketing Management, achieving superior business performance through intelligent marketing strategy, *Social and Behavioral Sciences*, str. 125 – 134
2. Doyle, P. (2009), Value-based marketing: Marketing strategies for Corporate growth and shareholder value, John Wiley&Sons, citirano u <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814020205>
3. <http://www.emarketer.com/Article/How-Global-Digital-Ad-Spending-Vary-by-Region-Industry/1013360>
4. <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-media-marketing/2/>
5. <http://www.forbes.com/sites/mdeswaanarons/2015/05/20/building-marketing-capabilities-to-fuel-growth/>
6. http://www.mckinsey.com/insights/marketing_sales/building_marketing_and_sales_capabilities_to_beat_the_market
7. Kotler, P. Keller, K. (2006), *Marketing menadžment*, Data status, Beograd
8. Lovelock, C., Wirtz, J. (2011), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, str. 393-394
9. Maciariello, J. (2009), Marketing and innovation in the Drucker Management System, *Journal of the Academy of Marketing Science*, str. 35-43
10. Moorman, C., Rust R. T. (1999), The Role of Marketing, *Journal of Marketing*, Vol. 63, str 180–197
11. Morgan, N. (2012), Marketing and business performance, *Journal of the Academic Marketing Science*, vol. 40, str. 102-119
12. Olivares, A., Lado, N. (2003), Market orientation and business economic performance, A mediated model, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 3, str. 284-309
13. Palmatier, R., Scheer, L., Houston, M., Evans, K., Gopalakrishna, S. (2007), Use of relationship marketing programs in building customer–salesperson and customer–firm relationships: Differential influences on financial outcomes
14. Pasa, M., Shugan, S. (1996), The value of marketing expertise, *Management Science*, Vol. 42, No 3, str. 370-388
15. Pratono, A., Mahmood, R. (2015), Mediating effect of marketing capability and reward philosophy in the relationship between entrepreneurial orientation and firm performance, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5:5, str. 2-12
16. Robert W. Palmatier, Gopalakrishna, S., Houston, M. (2006), Returns on Business to business Relationship marketing investments: Strategies for leveraging profits, *Marketing Science*, str. 477-493
17. Roberts, J., Kayande, U., Stremerch, S. (2014), From academic research to marketing practice: exploring the marketing science value chain, *International Journal of Research in Marketing*, No. 31, str. 127-140

18. Roland, R., Lemon, K., Zeithaml, V. (2004), Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy, *Journal of Marketing*, 68(1), str. 109-127
19. Srivastava, R., Shervani, T., Fahey, L. (1999), Marketing, Business Processes, and shareholder Value, An organizationally Embedded view of marketing activities and the discipline of marketing, *Journal of marketing*, Vol. 63, 168-179
20. Stanković, Lj., Đukić, S., Popović, A. (2014), Marketing inovacije kao izvor konkurentne prednosti preduzeća, *Marketing*, str. 272-280
21. Vorhies, D., Morgan, N. (2003), A configuration theory assessment on marketing organization fit with business strategy and its relationship with marketing performance, *Journal of Marketing*, Vol. 67, No 1, str.100-115
22. Wang, Z., Zhao, H., Wang, Y. (2015), Social Networks in Marketing Research 2001-2014, a co-word analysis, *Scientometrics*, 105, str. 65-82
23. Wirtz, J., Tuzovic, S., Volker G. (2014), "The role of marketing in today's enterprises", *Journal of Service Management*, Vol. 25, Iss 2, str. 171 – 194
24. Yankah, J., Dadzie, D. (2015), Explication of the need for developing Marketing function of professional service organizations, *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol 15., str. 187-196

KIBERNETSKA METODOLOGIJA KAO PODRŠKA UNAPREĐENJU KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA

Dr Dejana Zlatanović*

Apstrakt: Kao relevantna kibernetiko-sistemska metodologija, Organizaciona kibernetika je omogućila razvoj modela, čijom se primenom u upravljanju savremenim preduzećima, može unaprediti njihova konkurentnost. Osnovu Organizacione kibernetike, tj. njen ključni metodološki instrument, predstavlja Model sistema sposobnog da opstane (SSO model). Reč je o instrumentu menadžmenta kojim se obezbeđuje kreiranje efikasne i adaptibilne organizacije i, shodno tome, unapređenje konkurentnosti preduzeća. Predmet istraživanja u radu su ključna teorijsko-metodološka određenja Organizacione kibernetike i mogućnosti njene primene u unapređenju konkurentnosti preduzeća. U konceptijski okvir SSO modela ugrađene su neke od fundamentalnih kibernetičkih ideja: feedback, feedforward, black box, varijetnost i rekurzija. Povezujući pet ključnih podsistema koji reprezentuju funkcije implementacije, koordinacije, kontrole, razvoja i identiteta, SSO model se može kreativno primeniti u validnom dijagnostikovanju i (re)dizajniranju savremenih organizacija. Iako se primenom ovog modela može kreirati efikasna i adaptibilna organizacija, ne mogu se obuhvatiti različita, često suprotstavljena shvatanja i percepcije relevantnih stakeholder-a. Dati model predstavlja, pre svega, efikasno sredstvo kontrole, ali ne i instrument obezbeđivanja adekvatne participacije relevantnih stakeholder-a.

Ključne reči: Kibernetika, Organizaciona kibernetika, SSO model, Efikasna i adaptibilna organizacija, Unapređenje konkurentnosti preduzeća

Uvod

Globalne ekonomske okolnosti, posebno globalna ekonomska kriza, kao i brojni drugi izazovi sa kojima se savremena preduzeća suočavaju, ugrožavaju njihovu konkurentnost, opstanak i razvoj. Navedeno implicira potrebu za stalnim unapređivanjem konkurentnosti i istraživanjem odgovarajućih mehanizama kojima se to može postići. Budući da je reč o izrazito složenom, dinamičnom i višeznačnom području, konkurentnost preduzeća može biti istražena sa različitih aspekata. U tom smislu, postoje različiti pristupi istraživanju konkurentnosti preduzeća i načina njenog unapređenja, kao i različite metodologije, metodi, modeli koji mogu biti podrška u procesu unapređenja konkurentnosti preduzeća.

Vodeći računa o rastućoj kompleksnosti i izazovima sa kojima se suočavaju, savremena preduzeća su fokusirana na to kako da unaprede kvalitet svojih proizvoda ili usluga, kako da racionalizuju svoje procese ili kako da ubrzaju delovanje, da bi bila konkurentnija. Odnosno, preduzeća se u potrazi za ostvarivanjem konkurentne prednosti oslanjaju na različite pristupe, poput kvalitetnijih proizvoda i usluga, ostvarivanja troškovne konkurentne prednosti nad konkurentima, tehnološke superiornosti, fokusiranja na ograničenu tržišnu nišu, ili razvoja određenih kompetencija i znanja koje konkurenti teško mogu kopirati. Međutim, u savremenim okolnostima, jedno od ključnih pitanja je kako preduzeća da budu *'inteligentnija'* od svojih konkurenata.

Neka od ključnih svojstava koja razlikuju *'inteligentne'* organizacije su: sposobnost adaptacije, tj. sposobnost menjanja kao odziv na eksterne stimuluse, sposobnost oblikovanja

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: dejanaz@kg.ac.rs

relevantnog okruženja, sposobnost opstanka i razvoja, kao i doprinos sposobnosti opstanka i razvoju sistema višeg reda čiji su deo (Schwaninger, 2003, 54; Shwaninger 2006a, 7). Navedena svojstva su povezana sa procesima učenja, razvoja i samo-organizacije na kojima su zasnovani odgovarajući kibernetički modeli i metodologije. Naime, da bi se na adekvatan način izborili sa rastućom kompleksnošću, menadžerima je neophodna podrška određenih kibernetičkih metodologija i modela, poput Organizacione kibernetike i Modela sistema sposobnog da opstane kao njenog ključnog metodološkog instrumenta, koji može da im pomogne da se izbore sa kompleksnim problemima sa kojima se suočavaju.

Predmet istraživanja u radu je Organizaciona kibernetika, odgovarajuća kibernetičko-sistemska metodologija, kao podrška unapređenju konkurentnosti preduzeća. Cilj je pokazati na koji način relevantan kibernetički instrumentarijum može pomoći u unapređenju konkurentnosti preduzeća. Zapravo, cilj je preciziranje načina na koji Organizaciona kibernetika i njen ključni metodološki instrument - SSO model, mogu da pomognu menadžerima u celovitom razumevanju i korišćenju fundamentalnih kibernetičkih principa upravljanja kompleksnim, adaptivnim sistemima. U radu se pošlo od sledeće ključne hipoteze: Primena Organizacione kibernetike, tj. SSO modela u upravljanju preduzećem, može doprineti izgradnji efikasne i adaptibilne organizacije kojom se može unaprediti konkurentnost.

Shodno tome, u radu su, pre svega, razmatrane teorijske osnove Organizacione kibernetike, odnosno Modela sistema sposobnog da opstane (SSO model). Zatim su predstavljeni elementi SSO modela, tj. razmatrana su relevantna metodološka određenja Organizacione kibernetike, kao i primena SSO modela u unapređenju konkurentnosti preduzeća. Na osnovu teorijsko-metodoloških određenja, prikazan je odgovarajući kritički osvrt na SSO model, tj. identifikovane su prednosti i nedostaci Organizacione kibernetike i SSO modela u unapređenju konkurentnosti preduzeća.

Teorijske osnove Organizacione kibernetike

Kao funkcionalistički sistemski prilaz, Organizaciona kibernetika podrazumeva da u organizacijama postoji opšta saglasnost o neposrednim i posrednim ciljevima kojima treba težiti. Insistira se na istraživanju unutrašnjosti sistema kako bi se otkrila ona svojstva dizajna sistema koja su potrebna da bi oni tokom vremena, bili efikasni, tj. sposobni da opstanu i da se razvijaju u turbulentnim okruženjima. Koncept efikasnosti funkcionisanja sistema se odnosi na to da je istraživani sistem sposoban da odredi i implementira odgovarajući način sopstvenog funkcionisanja i izabere i upotrebi ona sredstva koja su pogodna za ostvarivanje utvrđenih posrednih i neposrednih ciljeva njegovog funkcionisanja (Petrović, 2010, 270). Organizaciona kibernetika je oslonjena na bazne kibernetičke ideje poput *feedback-a*, *black box-a*, *feedforward-a*, itd.

U teorijskom smislu, za Organizacionu kibernetiku je od ključnog značaja Zakon potrebne varijetetnosti koji predstavlja jednu od fundamentalnih teorema i generalno glasi: "Samo varijetetnost može uništiti varijetetnost" (Ashby, 1966, 207). Zakon potrebne varijetetnosti, podrazumeva sledeće: Da bi se kompleksan sistem držao pod kontrolom, kontrola sistema mora da raspolaže makar istom varijetetnošću kao što je varijetetnost sistema koji je predmet kontrole. Zapravo, uravnoteženje varijetetnosti dva sistema koja su u interakciji se naziva upravljanjem varijetetnošću. Odnosno, ukoliko su varijetetnost sistema i varijetetnost kontrolora neuravnotežene, prema Zakonu potrebne varijetetnosti, postoje dva moguća načina njihovog uravnoteženja. Reč je o smanjivanju varijetetnosti sistema i podizanju varijetetnosti kontrolora (Beer, 1975, 158).

Primenjen na organizacije Zakon potrebne varijetetnosti znači da (Espejo, 1989, 80-81; Petrović, 2010, 389): varijetetnost upravljanja organizacijom treba biti barem jednaka varijetetnosti same organizacije, a varijetetnost organizacije treba biti barem jednaka varijetetnosti okruženja. Međutim, po pravilu, okruženje je znatno kompleksnije od organizacije koja u njemu funkcioniše, a organizacija je, zauzvrat, kompleksnija od procesa koji njome upravlja. U tom smislu, za organizaciju je bitna samo tzv. rezidualna varijetetnost, tj. ona varijetetnost koja nije apsorbovana delatnošću posrednika i na koju sama organizacija mora da odgovori (Espejo *et al*, 1996, 106-107). Takođe, menadžment bi trebalo da se bavi rezidualnom varijetetnošću, odnosno onom varijetetnošću koju podsistemi ne mogu autonomno da prerade, tj. koja nije apsorbovana procesima samoorganizacije i samoregulacije (Schwaninger, 2000, 211). Pri tome se mogu upotrebiti pojačivači procesa upravljanja – na primer, delegiranje obaveza drugima, i oslabljivači - na primer, 'vanredna izveštavanja'. Neki od mogućih načina uravnoteženja varijetetnosti su prikazani **Tabelom 1**.

Iz prethodno elaboriranog Zakona potrebne varijetetnosti, kao i neophodnosti raspolaganja odgovarajućim modelima, proizilazi druga fundamentalna teorema Organizacione kibernetike – Conant-Ashby-jeva teorema, koja glasi (Beer, 1994c, 114): "Svaki dobar regulator sistema mora biti model tog sistema." Navedeno znači da rezultat nekog sistema ne može biti bolji od modela na kome je zasnovano upravljanje tim sistemom (Scwaninger, 2000, 212). U kontekstu procene upravljačkih odluka, ova teorema podrazumeva da će kvalitet odluka biti ograničen kvalitetom modela koji koriste (Peréz Ríos, 2010, 1531), odnosno, može se uočiti da efektivnosti menadžera sve više zavisi od modela koji koriste (Scwaninger, 2015, 564). Navedeno nameće potrebu istraživanja odgovarajućih modela, koji mogu efektivno da se izbere sa dinamičkom kompleksnošću organizacija. Organizaciona kibernetika je omogućila izgradnju takvih modela, a pre svega Modela sistema sposobnog da opstane.

Tabela 1: *Mogući načini uravnoteženja varijetetnosti organizacije i procesa upravljanja*

Povećanje varijetetnosti upravljanja	Smanjenje varijetetnosti organizacije
Veći broj menadžera i delegiranje obaveza	Više pravila
Zapošljavanje konsultanata	Disciplina
Obuke menadžera	Obeshrabrivanje inovacija
Veći broj sastanaka	Ustaljeni način rada

Izvor: Azadeh et al, 2012, 67

Od odgovarajuće važnosti za razumevanje Organizacione kibernetike i SSO modela je i princip rekurzije. Koncept rekurzivne organizacije podrazumeva da sve autonomne jedinice u preduzeću treba da imaju strukturu koja im daje sposobnost za kreiranje određene politike, upravljanje tom politikom i njenu implementaciju. Princip rekurzije se tiče činjenice da su svi sistemi sastavljeni od niza podsistema, od kojih svaki ima sopstvenu organizaciju i sopstvene karakteristike regulacije. Istovremeno, ti sistemi su deo nekog supra sistema, tj. sistema višeg reda. Svaki od podsistema, takođe je sastavljen od odgovarajućih podsistema i tako dalje do najnižih nivoa (Beer, 1994a, 228). Bitno je napomenuti da su ti sistemi, bez obzira na kom se nivou nalaze, po definiciji autonomni, tj. poseduju sposobnost da se prilagode promenama u okruženju i da se suoče sa kompleksnošću koja je za njih relevantna.

Dakle, prema principu rekurzije, čitav sistem se ponavlja u svojim podsistemima, što znači da isti principi SSO-a mogu biti upotrebljeni da bi se modelirali podsistemi

organizacije, sama organizacija i supra sistem, čiji je organizacija deo. Odnosno, jedna od ključnih pretpostavki SSO modela je da sposobnost opstanka, kohezija i samo-organizacija zavise od funkcije implementacije, kao i ključnih funkcija menadžmenta (koordinacije, kontrole, izveštavanja i identiteta), koje su međusobno povezane i rekurzivno raspoređene na svim nivoima organizacije (Schwaninger, 2004, 518). Drugim rečima, može se reći da je princip rekurzije više-dimenzionalan. Jedna ista organizacija ili organizaciona jedinica mogu da funkcionišu simultano i kao podsistem i kao sistem višeg reda u okviru različitih organizaciono rekurzivnih konfiguracija (Schwaninger, 2006a, 86).

Ključni elementi SSO modela

Sposobnost opstanka generalno podrazumeva sposobnost da se održi nezavisna egzistencija (Beer, 1994a, 113). Da bi neki sistem bio sposoban da opstane i da se uspešno razvija mora, pre svega, posedovati sposobnost rešavanja problema, tj. sposobnost odziva ne samo na neke uobičajene događaje, već i na neke netipične događaje, poput pojave novih tehnologija. Takođe, sistem sposoban da opstane mora biti povezan sa relevantnim okruženjem, ali i njegovi podsistemi moraju biti međusobno povezani.

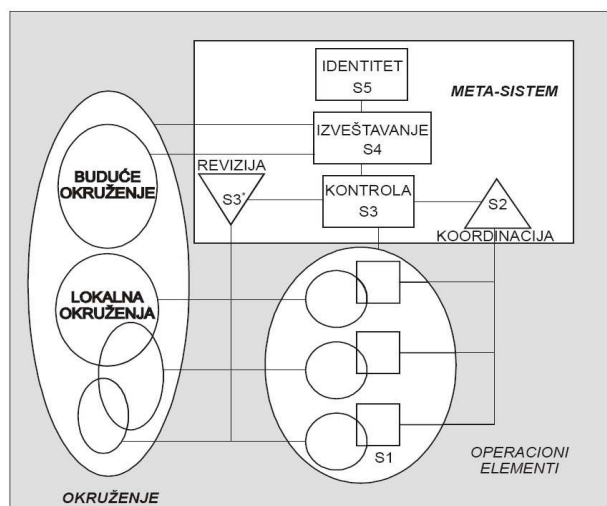
Izvorno razvijen u S. Beer-ovoj trilogiji o Modelu sistema sposobnog da opstane (Beer, 1994a; Beer 1994b; Beer 1994c), SSO model obuhvata sledećih pet ključnih podsistema (Azadeh, 2012, 67-68; Brocklesby & Cummings, 1996, 51):

- podsistem S_1 koji reprezentuje funkciju implementacije, odnosno operacione elemente koji se direktno suočavaju sa eksternim okruženjem;
- podsistem S_2 ili funkcija koordinacije koja obezbeđuje harmonično delovanje operacionih elemenata;
- podsistem S_3 - funkcija kontrole koja održava i alokira resurse na operacione elemente;
- podsistem S_4 - funkcija izveštavanja koja posmatra sistem kao celinu – njegove strateške mogućnosti, pretnje i buduća usmeravanja i
- podsistem S_5 ili funkcija identiteta kojom se opredeljuje svrha sistema.

Važan element SSO modela su odgovarajući komunikacioni kanali i informacioni tokovi koji su predstavljeni: linijama naredbi i kontrole, kanalima revizije, bitnim informacijama o problemima u operacijama i relevantnim informacijama o mogućnostima i pretnjama iz okruženja (Clemson, 1991, 143). Navedeno se može ilustrovati **Slikom 1**.

Na **Slici 1** se može uočiti da osnovu SSO modela čine pet funkcionalnih, međusobno povezanih podsistema ili segmenata S_1 , S_2 , S_3 , S_4 i S_5 , kao i odgovarajuće informacione i kontrolne petlje. Takođe, simboli prikazani na slici imaju određena značenja (Clemson, 1991, 142): Krugovi reprezentuju procese pojedinih operacionih elemenata, a kvadrati upravljanje dotičnim elementima. Elipse predstavljaju lokalna okruženja svakog pojedinog operacionog elementa. Za razumevanje SSO modela, potrebno je precizirati bitna određenja pet međusobno povezanih, funkcionalnih podsistema (Beer, 1994a, 167-224; Azadeh, 2012, 67-68; Jackson, 2003, 90-96; Petrović, 2010, 395-396):

Slika 1: Konceptijski okvir SSO modela



Izvor: Brocklesby & Cummings, 1996, 50

Podsystem S_1 sastavljen je od operacionih elemenata sistema, koji obavljaju funkciju implementacije. Operacioni elementi predstavljaju jezgro rekurzivnog modela i odgovorni su za stvaranje nove vrednosti sistema u fokusu i realizovanje njegove osnovne svrhe. Prema principu rekurzije, svaki operacioni element je relativno autonoman i sam za sebe predstavlja sistem sposoban da opstane sa svim pripadajućim karakteristikama i specificiranim funkcijama. Jedino ograničenje autonomije segmenta S_1 tiče se činjenice da oni predstavljaju samo jedan deo organizacije kao celine. Dodeljivanje autonomije podsystemu S_1 je osnova za upravljanje varijetetnošću, zato što se na taj način apsorbira deo varijetetnosti okruženja i rasterećuju viši nivoi menadžmenta. Procesi operacionih elemenata i upravljanje njima označavaju primarnu aktivnost sistema. Ovi procesi, tj. aktivnosti se mogu podeliti na različite načine: prema prirodi procesa, prema prirodi rezultata koje stvaraju, ili prema geografskoj lokaciji output-a.

Segment S_2 vrši koordinaciju operacionih elemenata, čime se obezbeđuje njihovo harmonično delovanje. Funkcija koordinacije se sastoji od različitih pravila i regulacija koji treba da obezbede da delovi segmenta S_1 funkcionišu kao kohezivna celina. Vrlo često se termin koordinacija pogrešno upotrebljava kao supstitut za hijerarhijsku kontrolu i naređivanje. Nasuprot tome, u SSO modelu termin koordinacija označava međusobno usklađivanje autonomnih jedinica, što se postiže dvosmernom komunikacijom i mehanizmima za međusobno usklađivanje. Jedan od ključnih zadataka ovog segmenta tiče se upravljanja konfliktima koji mogu da nastanu između operacionih elemenata sistema. Cilj segmenta S_2 je da redukuje ili spreči prekid funkcionisanja elemenata. Na taj način, obezbeđuje se sinergija koja je neophodna za funkcionisanje sistema. Naime, ukoliko operacioni elementi dele zajedničke standarde i vrednosti veća je mogućnost za ostvarivanje sinergije i manja je potreba za kontrolom. Takođe, u segment S_2 stižu i informacije vezane za kratkoročne probleme nastale u funkcionisanju operacionih elemenata. Jedan od mogućih koordinacionih problema nastaje kada se, na primer, dva departmana iste organizacije nadmeću da bi pridobili istog kupca ili šalju kontradiktorne informacije istom tržištu.

Kontrolna funkcija je predstavljena segmentom S_3 i zadužena je za održavanje interne stabilnosti kroz: efikasnu implementaciju odluka donetih na višim nivoima menadžmenta, alokaciju resursa na operacione elemente i bavljenje dugoročnim problemima u operacionim elementima sa kojima ne može da se izbori funkcija koordinacije. Uloga podsystema S_3 je da

obavlja operativnu kontrolu podsistema S_1 . U organizacijama, ovu funkciju najčešće sprovode funkcija upravljanja ljudskih resursa i finansijska funkcija. Postoje različite vrste informacija koje se spajaju u segmentu S_3 . Prva pripada vertikalnoj liniji komande, tj. podsistem S_3 je sastavni deo korporativnog menadžmenta i samim tim prenosnik instrukcija viših nivoa menadžmenta operacionim elementima. Takođe, prima i informacije iz internog okruženja sa kojima upravlja na tri načina: kao meta-sistemska kontrolor nižih nivoa, kao filter informacija ka višim nivoima, kao *algedonic* signal. Druga vrsta informacija se odnosi na to što podsistem S_3 predstavlja jednog primaoca filtriranih informacija iz podsistema S_2 (Beer, 1994a, 176). Kao dopuna funkciji kontrole javlja se segment S_3^* koji prati funkcionisanje operacionih elemenata, njihove međusobne, kao i interakcije sa okruženjem i o tome periodično izveštava više upravljačke nivoe. Odnosno, ovaj segment pomoću svojih revizionih kanala, omogućava funkciji kontrole da obavlja neophodne revizije funkcionisanja operacionih elemenata. Aktivnosti revizije obavljaju se na regularan i rutinski način, što omogućava višim upravljačkim nivoima da budu u toku sa događajima.

Segmenti S_1 , S_2 i S_3 čine, tzv. autonomni menadžment organizacije. On je zadužen za održavanje interne stabilnosti. Autonomni menadžment, međutim, ne može da obezbedi shvatanje organizacionog okruženja, i samim tim, nema mogućnost da odgovori na pretnje i šanse prilikom razmatranja korporativne strategije. Upravo zato su neophodni segmenti S_4 i S_5 .

Segmentom S_4 je reprezentovana funkcija izveštavanja ili funkcija razvoja. Ova funkcija je neophodan uslov adaptibilnosti sistema zato što: prikuplja sve relevantne informacije iz okruženja, kako iz internog tako i eksternog, i šalje organizacioni odgovor okruženju. Prikupljene informacije tiču se tržišnih uslova, promena tehnologije i svih ostalih eksternih faktora koji su relevantni za sistem, tj. određenih mogućnosti i pretnji iz okruženja. Međutim, organizaciona sposobnost opstanka podrazumeva i odgovarajući odgovor na mogućnosti i pretnje iz okruženja. Shodno tome, funkcija izveštavanja prikuplja informacije i o snagama i slabostima datog sistema. Iz navedenog se može zaključiti da funkcija izveštavanja predstavlja neku vrstu SWOT analize kojom se prikupljaju informacije o šansama i pretnjama iz eksternog okruženja, kao i o snagama i slabostima internih procesa sistema. Na taj način segment S_4 povezuje interne i eksterne informacije s ciljem donošenja razvojnih odluka. Dakle, funkcija izveštavanja, tj. razvoja je okrenuta budućnosti. Aktivnosti koje obavlja funkcija izveštavanja su u organizacijama uglavnom u nadležnosti strategijskog planiranja, funkcije marketinga, istraživanja i razvoja i odnosa sa javnošću. Da bi funkcija izveštavanja mogla da obavi svoju ulogu neophodan je čitav skup aktivnosti poput: istraživanja eksternog okruženja i identifikovanja promena ili potencijalnih budućih promena, kao i istraživanje strategijskih rizika, eksterne komunikacije (drugačije od one koja se sprovodi u operacionim elementima), inoviranja, upravljanja promenama, i slično (Hoverstadt, 2010, 113).

Funkcija identiteta ili podsistem S_5 opredeljuje politiku organizacije i njenu eventualnu modifikaciju. Opredeljenom politikom se utvrđuju odluke koje su od strategijskog značaja za organizaciju, uslovi organizacione efektivnosti, kao i stil upravljanja datom organizacijom. Odluke se donose na bazi informacija dobijenih iz podsistema S_4 i S_3 . Jedan od ključnih zadataka ovog podsistema je da balansira između konfliktnih zahteva podsistema S_3 i podsistema S_4 , odnosno da omogući da se organizacija prilagođava okruženju, ali samo ako uspeva da održi i internu stabilnost. Ovaj segment opredeljuje svrhe i identitet čitavog sistema prema sistemu višeg reda čiji je on deo. Važno je istaći i da segment S_5 obavlja tri različite, ali povezane funkcije: Pre svega, reč je funkciji upravljanja čitavim sistemom, tj. obezbeđivanja da organizacija funkcioniše kao sistem sposoban da upravlja samim sobom i

da održi ravnotežu između organizacije i okruženja. Zatim, mora da kreira, održi ili ponovo kreira identitet organizacije. Konačno, mora da održava i razume odnos između sistema u fokusu i meta-sistema (Howerstadt, 2010, 124).

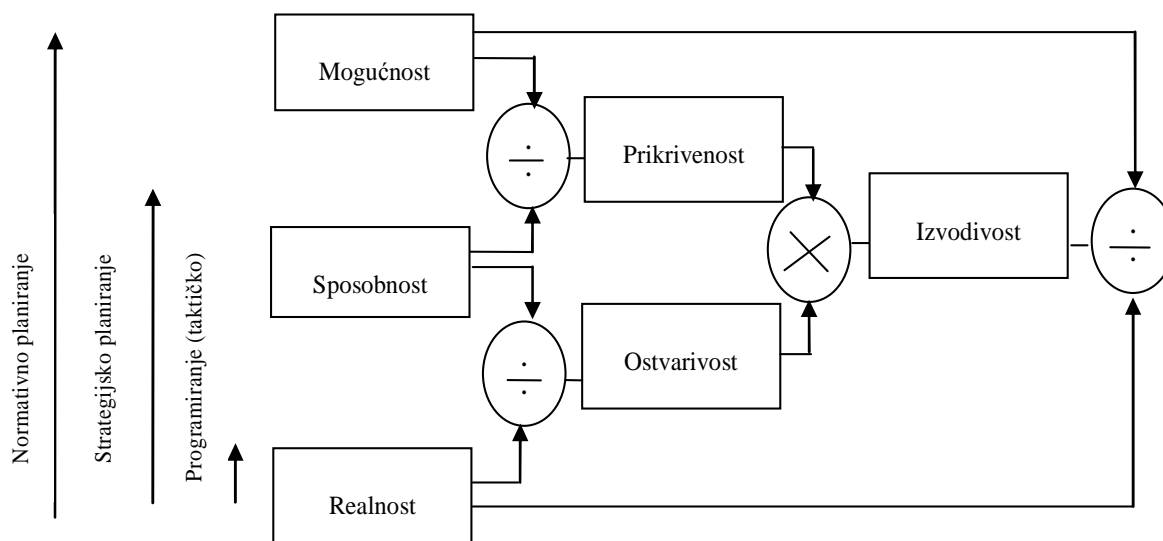
Dakle, za funkcionisanje SSO modela od ključne važnosti su tri entiteta i to: okruženje, operacioni elementi i meta sistem koji se sastoji iz četiri upravljačke funkcije: koordinacija, kontrola, izveštavanje i identitet. Sva tri relevantna entiteta modela odlikuje odgovarajuća, drugačija varijetetnost. Takođe, može se zaključiti da segmenti S_1 , S_2 i S_3 konstituišu operativni menadžment, segment S_4 u interakciji sa segmentom S_3 strategijski menadžment, a segment S_5 tzv. normativni menadžment (Schwaninger, 2004, 518). Aktivnosti segmenata S_1 , S_2 i S_3 obezbeđuju optimalnu upotrebu resursa u procesu funkcionisanja organizacije, segment S_4 zadužen je za prilagođavanje organizacije zahtevima okruženja i institucionalizaciju procesa učenja, a segment S_5 za održavanje ravnoteže između "unutrašnjosti i sadašnjosti" i "spoljašnjosti i budućnosti". Reč je o neophodnoj ravnoteži između sadašnje strukture i funkcionisanja sistema i budućim, mogućim promenama u okruženju na koje sistem mora da odgovori da bi bio sposoban da opstane.

Vodeći računa o činjenici da su organizacije determinisane odgovarajućim posrednim i neposrednim ciljevima i svrhama, važno je ispitati da li organizacije funkcionišu u skladu sa postavljenim ciljevima. Iz tog razloga se u konceptijskom okviru SSO modela izdvajaju tri nivoa ostvarivanja ciljeva, a to su: realnost, sposobnost i mogućnost (Beer, 1994a, 163-164; Petrović, 2010, 397-399).

Pod realnošću se, u datom kontekstu, podrazumeva ono što organizacija danas čini, a tiče se realizacije ciljeva organizacije sa postojećim resursima i postojećim ograničenjima. Pod sposobnošću se podrazumeva ono što organizacija može uraditi sada, u smislu moguće realizacije ciljeva imajući u vidu resurse sa kojima raspolaže, kao i data ograničenja. Svaka organizacija bi trebalo da ispita i svoje mogućnosti, odnosno ono što može postići razvijanjem resursa i otklanjanjem ograničenja. Dakle, treba imati u vidu ne samo ono što se može, već i šta bi trebalo raditi. Iz prethodno izloženih ciljeva slede tri pokazatelja funkcionisanja organizacije (Beer, 1994a, 164): ostvarivost, izvodivost i prikrivenost. Ostvarivost, kao jedan od pokazatelja funkcionisanja organizacije, dobija se stavljanjem u odnos realnosti i sposobnosti, odnosno onih rezultata koje organizacija ostvaruje sa postojećim resursima i onih koje može ostvariti sa postojećim resursima i datim ograničenjima. Zatim, pod prikrivenošću se podrazumeva odnos između sposobnosti i mogućnosti, odnosno onoga što organizacija može ostvariti sa postojećim resursima i ograničenjima i onoga što može postići razvijanjem dotičnih resursa i otklanjanjem ograničenja. Konačno, izvodivost predstavlja odnos između realnosti, tj. onoga što organizacija ostvaruje sa postojećim resursima i mogućnosti, tj. onoga što organizacija može postići eventualnim razvijanjem resursa i otklanjanjem ograničenja. Navedeni nivoi ostvarivanja ciljeva i pokazatelji funkcionisanja predstavljeni su **Slikom 2**.

Prema Beer-u (1994a, 163) planiranje koje se sprovodi na osnovu realnosti kao odgovarajućeg nivoa ostvarivanja ciljeva se naziva programiranje, planiranje na osnovu sposobnosti se može označiti kao planiranje posredstvom ciljeva ili strategijsko planiranje, a planiranje na bazi mogućnosti se naziva normativnim planiranjem.

Slika 1: Sistem merenja pokazatelja funkcionisanja organizacije



Izvor: Beer, 1994a, 164

Primena SSO modela u unapređenju konkurentnosti preduzeća

Predstavljeni SSO model se, kao odgovarajući dijagnostički instrument pomoću koga se mogu identifikovati problemi u strukturi i funkcionisanju preduzeća, može primeniti u unapređivanju konkurentnosti preduzeća. Naime, dati model se može primeniti u procesu (re)dizajniranja organizacije i u tom postupku se mogu izdvojiti tri relevantna potprocesa (Petrović, 2010, 399): identifikovanje sistema, dijagnosticiranje sistema i redizajniranje (kada je to potrebno). Identifikacija sistema započinje preciziranjem svrhe ili razloga postojanja organizacije. Identifikacijom se mogu uočiti sledeći entiteti trostrukog rekurzivnog nivoa: *sistem u fokusu* – rekurzivni nivo 1, *supra sistem sistema u fokusu* – rekurzivni nivo 0, *operacioni elementi sistema u fokusu* – rekurzivni nivo 2. Na primer, u istraživanju konkurentnosti preduzeća, navedeni rekurzivni nivoi mogu biti opredeljeni na sledeći način: istraživano preduzeće – *rekurzivni nivo 1*, tj. sistem u fokusu; privredna grana ili nacionalna ekonomija kojoj pripada istraživano preduzeće – *rekurzivni nivo 0*, tj. supra sistem sistema u fokusu; organizacioni delovi, divizioni, podsistemi istraživanog preduzeća, tj. operacioni elementi istraživanog preduzeća – *rekurzivni nivo 2*.

Posle sprovedene identifikacije u procesu korišćenja SSO modela sledi potproces dijagnoze tog sistema. On se sprovodi analizom, pre svega, segmenata S_1 , S_2 , S_3 , S_4 i S_5 sistema u fokusu, a zatim i analizom svih informacionih kanala, prenosnika i kontrolnih petlji (Flood, 1995, 149-157; Petrović, 2010, 399-403; Petrović, 2014, 276-278): Počinje se sa proučavanjem segmenta S_1 , čiji su delovi predstavljeni operacionim elementima sistema, odnosno organizacionim divizionima. Da bi dijagnoza bila uspešno sprovedena u okviru proučavanja segmenta S_1 potrebno je: za svaki operacioni element precizirati operacije, okruženje i lokalno upravljanje; detaljno ispitati ograničenja nametnuta operacionim elementima od strane viših upravljačkih nivoa; utvrditi koji se od pokazatelja funkcinisanja karakterističnih za SSO model koristi; ispitati primenu odgovornosti u svakom operacionom elementu.

U proučavanju segmenta S_2 polazi se od činjenice da je koordinaciona funkcija neophodna u slučaju kada operacioni elementi ne mogu sami da se adekvatno odazovu na promene nastale u okruženju, već se mora vršiti koordinacija njihovih procesa sa procesima

drugih operacionih elemenata. Neka od ključnih pitanja u dijagnozi ovog segmenta su: ispitati da li su koordinacione procedure razumljive i usgalašene za sve operacione elemente, istražiti moguće izvore konflikata između operacionih elemenata; utvrditi kakav je stav organizacije prema ovom segmentu.

U istraživanju podsistema S_3 kojim je predstavljena kontrolna funkcija se mora respektovati činjenica da je kontrola naredna upravljačka funkcija, neophodna kada koordinacija ne uspeva u dužem roku upravljati izvesnom izmenljivom situacijom. Dijagnozom ovog segmenta potrebno je: ispitati načine na koje se vrši alokacija rsursa; ispitati način na koji ovaj segment primenjuje autoritet; identifikovati odgovarajuće revizijske preglede koji se obavljaju u ovom segmentu, tj. njegovom dodatku S_3^* , itd.

Istražujući segment S_4 koji predstavlja funkciju izveštavanja, mora se uvažavati činjenica da se ovom funkcijom prikupljaju sve relevantne informacije kako iz eksternog tako i iz internog okruženja. Na taj način, ona sprovodi neku vrstu SWOT analize (Strengths – snage, Weaknesses – slabosti, Opportunities – mogućnosti, Threats – pretnje). Dijagnozom ove funkcije istražuje se: da li je ovaj segment otvoren za novitete; da li obezbeđuje adaptibilnost organizacije, itd.

Dijagnozom mora biti obuhvaćen i segment S_5 , odnosno funkcija identiteta. S obzirom da je zadužena za formulisanje svrhe i posrednih ciljeva organizacije, od posebnog je značaja onda kada se ti ciljevi ne ostvaruju. U oviru istraživanja ovog podsistema potrebno je: utvrditi da li postoji vizija i definisani pravac delovanja; da li je identitet projektovan ovom funkcijom primeren sistemu u fokusu, i slično. Istraživanjem ovog segmenta završava se proces dijagnoze sistema.

Samo korišćenje SSO modela u dizajniranju nekog sistema ili organizacije, ne znači da je on lišen svih nedostataka i grešaka. Dijagnozom se te greške otkrivaju i specificiraju. Greške mogu da nastanu u svim segmentima i na svim nivoima. Na primer, dijagnozom mogu biti identifikovani sledeći problemi (Jackson, 1989, 419; Peréz Ríos, 2010, 1544-1547): pogrešno opredeljeni nivoi rekurzije, neadekvatno opredeljen identitet, što podrazumeva da dve ili više različitih koncepcija identiteta produkuju konflikte unutar organizacije; segment S_4 ne postoji uopšte ili ako postoji ne funkcioniše adekvatno; neadekvatan stil upravljanja, kojim se ograničava autonomija segmenta S_1 ; autoritaran segment S_2 ; dominantnost segmenta S_1 , tj. slab meta-sistem; nekontrolisani rast i aktivnost određenih delova organizacije, tj. neadekvatna ravnoteža između "unutrašnjosti i sadašnjosti" i "spoljašnjosti i budućnosti", komunikacioni kanali u sistemu i između sistema i okruženja ne korespondiraju informacionim tokovima, itd.

Kada se u organizaciji otkriju neke od pomenutih grešaka, pristupa se redizajniranju sistema, kao poslednjem potprocesu u korišćenju SSO modela (Flood, 1995, 159). Prvi korak u redizajniranju sistema je dijagramska prezentacija identifikovanih problema organizacije. Dalje se vrši njihovo proučavanje i analiza. Prihvaćena svrha je polazna tačka za formiranje dijagrama kojim se ljudi postavljaju na funkcije, vrši njihovo premeštanje i uspostavljaju željeni informacioni tokovi. Pri tome je od velikog značaja formulisanje određenih procedura i to: procedura za procese operacionih elemenata i procedura za upravljačke funkcije. Za procedure upravljačkih funkcija važi pravilo da ne smeju ograničavati autonomiju operacionih elemenata, odnosno drugih upravljačkih funkcija. Dakle, dijagnoza i rezultirajuća analiza, tj. opisani redizajn, obezbeđuju odgovarajući kibernetičko-sistemski instrumentarijum koji se bavi problemom dizajniranja efikasne organizacije (Zlatanović, 2012, 107).

Sa aspekta onih koji su koristili SSO model, koristi i rezultati primene SSO modela se mogu opredeliti na sledeći način (Pfiffner, 2010, 1624):

- brza i ispravna procedura dijagnostikovanja i otklanjanja problema u funkcionisanju organizacija,
- izgradnja relativno jednostavne i jasne strukture koja je sposobna da se izbori sa rastućom kompleksnošću,
- koristi od osnovnih pravila i prirodnih kibernetičkih zakona funkcionisanja koji se mogu sresti u sistemima u prirodi;
- kreiranje organizacionih preduslova za sticanje udela na tržištu, zato što je okruženje/tržište perspektiva sastavni deo modela;
- integrisanje spoljašnjosti i unutrašnjosti, sadašnjosti i budućnosti, strukture i procesa, funkcionisanja i upravljanja u odgovarajući holistički model.

Uprkos uspešnim primenama, postoje brojne teškoće u primeni SSO modela u praksi. Teškoće sa primenom SSO modela proizilaze, pre svega, iz činjenice da se participanti suočavaju sa sistemskim karakterom organizacije, odnosno od participanata se očekuje potpuno novo, drugačije viđenje organizacija. Prema Stephens & Haslett (2005) za uspešnu primenu SSO modela menadžeri moraju, pre svega, da na pravi način shvate ključne kibernetičke koncepte i ideje, poput *black box*-a i varijetetnosti. Sistemski način razmišljanja podrazumeva da participanti počnu da razmišljaju u cirkularnim relacijama, umesto klasičnih lanaca uzroka i posledica. Neke razlike između tradicionalnih prilaza strukturalnom dizajnu i Organizacione kibernetike prikazane su u **Tabeli 2**.

Tabela 2: Razlike između tradicionalnih prilaza dizajniranju strukture i Organizacione kibernetike

	Tradicionalni prilazi	Kibernetički prilaz
Identifikacija relevantnih varijabli	Fokus na relevantnim karakteristikama varijabli svakog identifikovanog diskretnog entiteta (pojedince, porodice, institucija, industrije, eko-sistema)	Identifikuje kako entitete tako i relevantne segmente (okruženja) koji ističu esencijalne međusobno povezane varijable
Weltanschauung	Sistemi koji su u interakciji se posmatraju kao diskretni entiteti sa jednostavnim <i>input/output</i> vezama	Razumevanje interne dinamike sistema u smislu segmenta (okruženja) sa kojim je povezan, tj. u smislu <i>feedback</i> petlji
Viđenje organizacije	Fokus je na internim odnosima – hijerarhijsko/piramidalna struktura	Fokus je na odnosu između operacija (aktivnosti) posmatrane organizacije i relevantnog segmenta (okruženja)
Viđenje kontrole Uloga autoriteta	Autoritet/Poslušnost Kontrola je u isključivo u nadležnosti top menadžmenta Kontrola vrh-dno – bez <i>feedback</i> -a	Kontrola kao odgovornost pojedinaca na svim nivoima Dobrovoljno prihvatanje zajedničkih pravila i komunikacionih procedura
Uloga participacije	Znanje je funkcija moćnih pre nego ostalih aktera	Kompleksne interakcije sa okruženjem podrazumevaju rastuću odgovornost i svesnost
Finansijska kontrola	Arbitraran karakter kontrole – procena pre nego operacionalna efektivnost	Interaktivna (participativna) kontrola; ciklus učenja zasnovan na dinamičkim rezultatima sistema merenja; predviđanje se odvija u kontekstu identifikovanja budućih smernica
Odnos sa okruženjem	Posmatra se u smislu ograničenja nametnutih od strane menadžmenta	Razmatra se i njime se upravlja na svim nivoima rekurzije, sa posebnim fokusom na veze operacionih elemenata sa lokalnim okruženjem, i <i>feedback</i> -om na svim nivoima organizacije
Odgovor na promene u okruženju	Spor, posledice mogu da stignu do viših nivoa pre nego što se donesu odluke; osetljivost na promene okruženja – posredstvom menadžera na svakom nivou	Prosečan: ljudi na operativnom nivou imaju autonomiju da deluju i da odgovore na promene; zatvorene <i>feedback</i> petlje u svim interakcijama

Prednosti i nedostaci kibernetskog SSO modela

Prednosti Organizacione kibernetike, odnosno SSO modela, se mogu razmatrati sa različitih aspekata (Jackson, 1988, 557-559; Jackson, 2003, 107): Pre svega, prednost SSO modela može biti istraživana sa stanovišta činjenice da organizacionim delovima mora biti dodeljen visok stepen autonomije da bi mogli da absorbuju makar deo ogromne varijetnosti okruženja. Pored navedenog, model pretpostavlja blisku povezanost organizacije sa relevantnim okruženjem. Prezentirani model, organizaciju posmatra kao sposobnu da utiče na okruženje i da mu se prilagodi. Zapravo, SSO model obezbeđuje održivu ravnotežu između organizacije i njenog relevantnog okruženja. Takođe, model predstavlja veoma dobru polaznu osnovu za dizajniranje informacionih sistema u organizaciji, zato što akcenat stavlja na identifikaciju ključnih operacionih elemenata i razjašnjenje uloge upravljačkih funkcija koje podržavaju njihov rad.

Prednosti SSO modela mogu biti razmatrane i sa sledećih aspekata (Schwaninger, 2004b, 518):

- Generalnost modela, koja se tiče činjenice da je model primenljiv na bilo koji tip društvenog sistema i organizacije, kao i na različitim nivoima jednog istog društvenog sistema ili organizacije.
- Rigoroznost modela, koja proizilazi iz toga da je model zasnovan na analogiji sa ljudskim nervnim sistemom. Ipak, izvan te izvorne analogije, može se identifikovati određena matematička nepromenljivost. Naime, model je, po svojoj prirodi, homomorfan i izomorfan, tj. podržan je određenim organskim i neurokibernetским metaforama.
- Validnost modela se posebno ogleda u originalnosti teorije, koja mu obezbeđuje izuzetnu dijagnostičku moć proisteklu, pre svega, iz principa rekurzije.

Posebno važno svojstvo SSO modela tiče se njegove aplikativnosti. Odnosno, model je uspešno primenjen u različitim organizacionim okolnostima. Naime, brojne studije slučajeva elaborirane u radovima različitih autora, pokazale su široku primenljivost modela u organizacijama različitih veličina i svojstava (na primer, Azadeh *et al.*, 2012; Espinosa & Walker, 2011; Jackson, 2003; Preece *et al.*, 2013; Pérez Ríos *et al.*, 2012; Schwaninger, 2006c; Stephens & Haslett, 2011; Zlatanović, 2012), ali i u upravljanju državom (Beer, 1975, 423-452).

Međutim, kao i bilo koji drugi model, i Model sistema sposobnog da opstane predstavlja pojednostavljenu verziju realnosti, pa se u tom smislu moraju istaći i određena ograničenja njegove primene. U istraživanju nedostataka datog modela treba, pre svega, početi od činjenice da su ključne komponente društvenih sistema ljudska bića, čije je ponašanje determinisano prvenstveno sopstvenim interesima. Dakle, akcenat se mora staviti na upravljanje procesima pregovaranja između različitih interesnih grupa u organizacijama, njihovih gledišta i vrednosnih sistema. Iako se modelom, u određenoj meri, ističe autonomija i demokratija, ipak se ne poklanja dovoljna pažnja motivaciji pojedinaca i načinu na koji demokratija i participacija moraju biti uređene. Zapravo, načini upravljanja zajedničkim vrednostima i uverenjima se zanemaruju u SSO modelu, što znači da je model znatno snažniji u bavljenju kompleksnošću, nego u bavljenju organizacionom kulturom. Uprkos pokušaju da se modelom promoviše decentralizacija i autonomija, on, ipak, pre predstavlja efikasno sredstvo kontrole moćnih donosioca odluka (Jackson, 2003, 108).

Osim navedenog, u kontekstu istraživanja SSO modela kao instrumenta sprovođenja organizacionih promena i unapređenja konkurentnosti, mogu se navesti sledeće kritike: SSO model specificira ponašanje koje je poželjno u smislu realizacije željenih efekata, ne

specificira odnos između strukturalnog dizajna i željenog organizaciog ponašanja (Van Caspel, 2011, prema Achterberg & Vriens, 2010, 215). Zapravo, sa aspekta SSO modela važno je da li istraživana organizacija poseduje određene funkcije neophodne za sposobnost opstanka. U tom smislu, bilo koji problem dijagnostikovani SSO modelom se odnosi na to da li su date funkcije prisutne i na kom nivou, pri čemu takva analiza ne objašnjava zašto određena struktura ne produkuje željene efekte. Shodno tome, Van Caspel, (2011) smatra da SSO model nije dovoljan instrument sprovođenja organizacionih promena.

Dalje, model može biti kritikovan i sa stanovišta činjenice da se njime organizacija nastoji učiniti sposobnom da opstane u smislu da postavljene ciljeve ostvari što efikasnije, odnosno sa što manje utrošenih resursa, što znači da se akcenat stavlja pre na efikasnost, nego na efektivnost. Navedeno predstavlja posledicu funkcionalističkog prilaza rešavanju problema u organizacijama (Jackson, 2003, 108). Isto tako, iako je reč o dobrom dijagnostičkom instrumentu u otkrivanju strukturalno-funkcionalističkih problema u organizaciji, model se ne bavi pitanjima moći, kao ni načinima na koje je moć distribuirana u organizaciji.

Dakle, može se zaključiti da se prezentiranom modelu najčešće zamera to što akcenat stavlja na organizacionu strukturu i komunikacione procese i ne uvažava, u dovoljnoj meri, osmišljenu ulogu pojedinaca u organizacijama.

Zaključak

Organizaciona kibernetika, tj. SSO model, pomaže menadžerima da dizajniraju organizacije koje su pripremljene za budućnost, jer im omogućava da sve neophodne funkcije za dugoročnu sposobnost opstanka budu uključene; pomaže im i da se organizacija pripremi za rastuću kompleksnost i dinamična tržišta bez neophodnosti da se stalno reorganizuje; omogućava da se rasterete viši nivoi menadžmenta i da samim tim povećaju svoju kompleksnost; obezbeđuje integrisanje spoljašnjosti i unutrašnjosti, sadašnjosti i budućnosti, strukture i procesa, funkcionisanja i upravljanja u odgovarajući holistički model. Dakle, može se zaključiti da Organizaciona kibernetika, oslonjena na SSO model, doprinosi boljem razumevanju organizacione kompleksnosti, kao i kompleksnosti relevantnog okruženja. Zapravo, u pitanju je izuzetno moćan način promišljanja o savremenim organizacijama koji bi menadžeri trebalo da koriste kako bi kreirali efikasne i adaptibilne organizacije koje se mogu suočiti sa rastućom kompleksnošću, odnosno kako bi unapredili konkurentnost preduzeća. Na taj način može se zaključiti da je potvrđena ključna hipoteza u radu. Međutim, SSO model u praksi često nailazi na izvesne teškoće, budući da se često tretira jedino kao efikasno sredstvo kontrole, što otežava njegovu implementaciju. Shodno tome, kritike upućene SSO modelu ukazuju na neophodnost da se veća pažnja posveti načinu na koji se donose odluke i povećava efektivnost odlučivanja.

U tom smislu, od odgovarajuće je važnosti istaći da su u radu, kroz identifikovanje ključnih teorijsko-metodoloških određenja, razmatrane mogućnosti Organizacione kibernetike u unapređenju konkurentnosti preduzeća. Odnosno, identifikovani su načini na koji prezentirana kibernetička metodologija može pomoći menadžerima u suočavanju sa različitim kompleksnim pitanjima, kojima se može unaprediti konkurentnost. Međutim, u radu nisu razmatrane mogućnosti neposredne primene ove metodologije u preduzećima u Republici Srbiji, što predstavlja relevantno ograničenje rada i smernice za buduća istraživanja. Osim individualne primene Organizacione kibernetike u preduzećima, u okviru budućih istraživanja, važno je istražiti mogućnosti njene kombinovane upotrebe sa nekim drugim sistemskim metodologijama. Pre svega, respektujući navedena ograničenja Organizacione kibernetike i SSO modela, od odgovarajuće je važnosti istražiti pretpostavke,

uslove, domete i ograničenja kombinovane upotrebe Organizacione kibernetike i nekih interpretativnih sistemskih metodologija, poput metodologije Identifikovanja i testiranja strategijskih pretpostavki. Osim toga, polazeći od ograničenja Organizacione kibernetike koje se tiče pitanja moći, važno je istražiti kombinovanu upotrebu ove metodologije sa određenim emancipatornim sistemskim metodologijama, kao što je Metodologija sinergijski integrisanog tima.

Reference

1. Achterbergh, J. & Vriens, D. (2002). Managing Viable Knowledge. *Systems Research and Behavioral Science*, 19 (3), 223-241.
2. Ashby, W. R. (1966). *An Introduction to Cybernetics*, New York: John Wiley and Sons, Inc.
3. Azadeh, A., Darivandi, K. & Fathi, E. (2012). Diagnosing, Simulating and Improving Business Process Using Cybernetic Laws and the Viable System Model: The Case of a Purchasing Process. *Systems Research and Behavioral Science*, 29, 66-86.
4. Beer, S. (1975). *Platform for Change*, John Wiley and Sons, Chichester
5. Beer, S. (1994a). *Brain of the Firm*, Chichester: John Wiley and Sons
6. Beer, S. (1994b). *Diagnosing the System for Organization*. Chichester: John Wiley and Sons
7. Beer, S. (1994c). *The Heart of Enterprise*, Chichester: John Wiley and Sons
8. Brocklesby, J. & Cummings, S. (1996). Designing a Viable Organization Structure. *Long Range Planing*, 29 (1), 49-57.
9. Clemson, B. (1991). *Cybernetics: A New Management Tool*. Philadelphia: Gordon & Breach Science Publishers S. A.
10. Espejo, R. (1989). The VSM Revisited. In Espejo, R. & Harnden, R. (Eds.). *The Viable System Model: Interpretations and Applications of Stafford Beer's VSM (77-103)*. Chichester: John Wiley and Sons
11. Espejo, R., Schuhmann, W., Schwaninger, M. & Bilello, U. (1996). *Organizational Transformation and Learning – A Cybernetic Approach to Management*. Chichester: John Wiley and Sons
12. Espinosa, A., Harnden, R. & Walker, J. (2008). A complexity approach to sustainability – Stafford Beer revisited. *European Journal of Operational Research*, 187, 636-651.
13. Espinosa, A. & Walker, J. (2011). *A Complexity Approach to Sustainability: Theory and Application*. London: Imperial College Press
14. Flood, R. L. (1995). *Solving Problem Solving – A Potent force for Effective Management*, Chichester: John Wiley and Sons
15. Howerstadt, P. (2010). The Viable System Model. In Reynolds, M. & Holwell, S. (Eds.), *Systems Approaches to Managing Change: A Practical Guide (191-242)*. London: Springer
16. Jackson, M. C. (1988). An Appreciation of Stafford Beer's 'Viable system' Viewpoint on Managerial Practice. *Journal of Management Studies*, 25 (6), 557-573.
17. Jackson, M. C. (1989). Evaluating the managerial significance of the VSM. In: Espejo R. & Harnden, R. (Eds). *The Viable Systems Model: Interpretations and Applications of Stafford Beer's VSM (407-440)*. London: Wiley
18. Jackson, M. C. (2003). *Systems Thinking: Creative Holism for Managers*, New York: John Wiley and Sons
19. Petrović, S. P. (2010). *Sistemsko mišljenje, Sistemske metodologije*, Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
20. Petrović, S. P. (2014). Sistemski pristup unapređivanju efikasnosti funkcionisanja lokalne samouprave grada Kragujevca. U Maksimović, Lj. i Stanišić, N. (red.) *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca (267-282)*, Kragujavac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
21. Pérez Ríos, J. (2010). Models of organizational cybernetics for diagnosis and design. *Kybernetes*, 39 (9/10), 1529-1550.

22. Pérez Ríos, J., Martínez Suárez, H. L. & Velasco Hímenez, I. (2012). Design and diagnosis for viable organizations in practice: university urban planning. *Kybernetes*, 41 (3/4), 291-317.
23. Pfiffner, M. (2010). Five experiences with the viable system model. *Kybernetes*, 39 (9/10), 1615-1626.
24. Preece, G., Shaw, D. & Hayashi, H. (2013). Using the Viable System Model (VSM) to structure information processing complexity in disaster response. *European Journal of Operational Research*, 224, 209–218.
25. Schwaninger, M. (2000). Managing Complexity – The Path Toward Intelligent Organization. *Systemic Practice and Action Research*, 13 (2), 207-241.
26. Schwaninger, M. (2003). A Cybernetic Model to Enhance Organizational Intelligence. *Systems Analysis Model Simulation*, 43 (1), 53-65.
27. Schwaninger, M. (2004). What Can Cybernetics Contribute to the Concious Evolution of Organization and Society? *Systems Research and Behavioral Science*, 21 (5), 515-527.
28. Schwaninger, M. (2006a). *Intelligent Organizations – Powerful Models for Systemic Management*. Berlin: Springer
29. Schwaninger, M. (2006c). Design for viable organizations: The diagnostic power of the viable system model, *Kybernetes*, 35 (7/8), 955-966.
30. Shwaninger, M. (2015). Model-based Management: A Cybernetic Concept. *Systems Research and Behavioral Science*, 32 (6), 564-578.
31. Stephens, J. R., & Haslett T. (2005). From Cybernetics and VSD to Management and Action. *Systemic Practice and Action Research*, 18 (4), 395-407.
32. Stephehns, J. & Haslett, T. (2011). A Set of Conventions, a Model: An Application of Stafford Beer's Viable System Model to the Strategic Planning Process. *Systemic Practice and Action Research*, 24 (5), 429-452.
33. Van Caspel, F. *VSM as a Tool for Organizational Change: A Critical Examination*, Retrieved July 2013 from: <http://frankvancaspel.nl/wp-content/uploads/2011/05/Van-Caspel-MT-VSM-as-a-Tool-for-Organizational-Change-a-Critical-Examination>
34. Zlatanović, D. (2012). Model sistema sposobog da opstane u redizajniranju organizacije – Studija slučaja. *Ekonomске teme*, 50 (1), 101-120.

UTICAJ FUNKCIONALNIH I EMOCIONALNIH ELEMENATA KVALITETA USLUGA NA KORPORATIVNU REPUTACIJU PREDUZEĆA

Veljko Marinković*

Apstrakt. Korporativna reputacija je važan preduslov sticanja održive konkurentske prednosti preduzeća. Prilikom izgradnje korporativne reputacije, preduzeća moraju obratiti pažnju na niz relevantnih interesnih grupacija, od kojih se posebna pažnja posvećuje potrošačima. U tom smislu, korporativna reputacija predstavlja celokupnu evaluaciju poslovnih aktivnosti preduzeća od strane potrošača. U funkciji razvoja dugoročnih odnosa sa ciljnim potrošačima, neophodno je da preduzeća identifikuju ključne pokretače korporativne reputacije. Poslednjih godina, kvalitet usluga zaokuplja pažnju brojnih istraživača iz oblasti marketinga zbog činjenice da se u mnogim studijama on ističe kao važan faktor kreiranja satisfakcije potrošača i korporativne reputacije preduzeća. Cilj rada je utvrđivanje jačine uticaja dve ključne komponente kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. U pitanju su funkcionalna i emocionalna komponenta kvaliteta usluga. U tom kontekstu, sprovedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 246 ispitanika. Za prikupljanje primarnih podataka upotrebljen je metod ankete. Validnost koncipiranog istraživačkog modela procenjena je primenom konfirmativne faktorske analize, dok je u cilju testiranja direktnih efekata nezavisnih na zavisnu varijablu korišćen model strukturalnih jednačina.

Ključne reči. Kvalitet usluga, Korporativna reputacija preduzeća, Orijehtacija na potrošače, Model strukturalnih jednačina.

Uvod

Osnovni cilj marketinških aktivnosti je stvaranje dugoročne profitabilnosti uz zadovoljavanje potreba i želja potrošača. Važno je da preduzeća kontinuirano istražuju preferencije potrošača kako bi bila u stanju da kreiraju i isporuče vrednost koja će obezbediti odgovarajući stepen satisfakcije i dugoročnu lojalnost potrošača (Maričić, 2011). Orijehtacija na potrošače je, uz orijentaciju na konkurente i interfunkcionalnu koordinaciju, ključni element tržišne orijentacije preduzeća (Stanković, Đukić i Popović, 2014). U savremenim tržišnim uslovima, korporativna reputacija preduzeća značajno zavisi od stepena razvoja odnosa sa potrošačima. Korporativna reputacija se opisuje kao celokupna impresija o preduzeću koja je stvorena u mislima javnosti (Barich i Kotler, 1991). Ovakav pristup definisanju korporativne reputacije ističe potrošače kao veoma važne tržišne aktere. Pozitivna korporativna reputacija, percipirana od strane relevantnih interesnih grupa doprinosi postizanju poslovnog uspeha (Bravo, Montaner i Pina, 2009).

Istraživanje potrošača i usklađivanje marketing miksa sa njihovim potrebama i željama poboljšava tržišnu poziciju i korporativnu reputaciju preduzeća. U tom smislu, značajno je da se identifikuju ključne antecedente korporativne reputacije preduzeća. U brojnim studijama kvalitet usluga se izdvojio kao značajan pokretač satisfakcije potrošača (Hurley i Estelami, 1998; Hu, Kandampully i Juwaheer, 2009; Jamal i Antasasiadou, 2009). Osim toga, kvalitet usluga doprinosi i poboljšanju korporativne reputacije preduzeća (Hu, Kandampully i Juwaheer, 2009; Aydin i Ozer, 2005).

Cilj rada je utvrđivanje uticaja kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. Konkretno, u sprovedenoj studiji kvalitet je posmatran preko funkcionalne i emocionalne

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vmarinkovic@kg.ac.rs

dimenzije. U tom smislu, rad pokazuje koja od pomenute dve dimenzije u većoj meri doprinosi stvaranju jake korporativne reputacije. Uprkos jednostavnom modelu koji sadrži samo dve potencijalne antecedente korporativne reputacije, rad doprinosi postojećoj literaturi upravo zbog specifičnih elemenata kvaliteta usluga koji se u njemu ispituju. U brojnim studijama, kvalitet je posmatran preko 5 SERVQUAL komponenti ili preko njegove opipljive i neopipljive dimenzije. Izdvajanje funkcionalne i emocionalne dimenzije kvaliteta usluga predstavlja specifičan i redak istraživački pristup. Uostalom, prethodna istraživanja su u znatno većoj meri bila fokusirana ka ispitivanju uticaja kvaliteta usluga na satisfakciju potrošača, a manje na korporativnu reputaciju preduzeća.

Pregled literature

Kvalitet usluga predstavlja značajno istraživačko polje u domenu marketinga usluga i istraživanja potrošača. Palmer i O'Neill (2003) ističu da je kvalitet usluga jedan od ključnih preduslova razvoja dugoročnih odnosa sa potrošačima. Kvalitet usluga zapravo predstavlja rasuđivanje potrošača o ukupnoj superiornosti određene usluge (Zeithaml, 1988). Reč je o kompleksnom, višedimenzionalnom konceptu koji nije lak i jednostavan za razumevanje. Problem leži u činjenici da kvalitet usluga zavisi od subjektivnih stavova i percepcija potrošača, zbog čega različiti ljudi mogu različito percipirati kvalitet posmatrane usluge. Važno je istaći i to da potrošači nisu izolovani od uslužnog procesa i da su neki od njih značajno uključeni u proces kreiranja usluge, što dodatno utiče na stvaranje njihovih percepcija o kvalitetu usluga.

Radi lakšeg razumevanja kompleksne suštine kvaliteta usluga, istraživači su do sada koncipirali izvestan broj modela za merenje kvaliteta usluga. U datim modelima, kvalitet usluga se posmatra kao višedimenzionalni koncept. Svaki model pokazuje koje su to osnovne dimenzije kvaliteta usluga. Osim toga, dati modeli su korišćeni u velikom broju istraživačkih studija od strane brojnih autora, sa ciljem utvrđivanja jačine uticaja ovih dimenzija na satisfakciju, lojalnost ili korporativnu reputaciju preduzeća. Najpoznatiji od svih modela je svakako SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml i Berry, 1988). U datom modelu ističu se sledeće osnovne dimenzije kvaliteta usluga: opipljivost, pouzdanost, sigurnost, spremnost da se odgovori i empatija. Svaka od pomenutih dimenzija meri se preko nekoliko pitanja, pri čemu SERVQUAL ukupno sadrži 22 konstatacije za merenje kvaliteta usluga. SERVQUAL je predstavljao osnovu za kreiranje brojnih istraživačkih modela od kojih mnogi, u većoj, ili manjoj meri, predstavljaju samo njegovu adaptaciju. Naročito veliki broj modela sličnih SERVQUAL-u razvijen je u oblasti hotelijerstva i ugostiteljstva (LODGSERV, DINESERV, HOLSERV, TANGSERV i DINESCAPE). Interesantno je pomenuti i model koji su razvili Sharma, Govindaluri i Gattoufi (2015) u kojem se izdvajaju četiri osnovne komponente kvaliteta elektronskih vladinih usluga (e-government services). Date komponente su efikasnost, bezbednost, pouzdanost i spremnost da se odgovori na zahteve građana. Ukoliko se pogleda osnovna koncepcija navedenih modela, može se konstatovati da sve dimenzije kvaliteta usluga po svojoj prirodi mogu biti opipljive ili neopipljive prirode. U tom kontekstu, Santos (2002) je identifikovala opipljivost i neopipljivost kao dve ključne dimenzije kvaliteta usluga.

Korporativna reputacija predstavlja rezultat odgovora potrošača na ponudu određenog preduzeća. To je skup verovanja, ideja i impresija potrošača o konkretnoj organizaciji (Kotler, Haider, Rein, 1993). Korporativni imidž uključuje ime, strukturu, raznolikost proizvoda i usluga, tradiciju, ideologiju i način komunikacije zaposlenih sa klijentima (Nguyen i Leblanc, 2001). Korporativna reputacija se može definisati i kao celokupna evaluacija poslovnih

aktivnosti određenog preduzeća od strane potrošača. Pri tome, ova evaluacija obuhvata procenu proizvoda, usluga, komunikacionih aktivnosti i odnosa između menadžera i zaposlenih sa potrošačima (Walsh i Beatty, 2007). Goldring (2015) ističe da prilikom izgradnje korporativne reputacije, preduzeća moraju obratiti pažnju na čitav niz relevantnih interesnih grupacija, a posebno na potrošače.

Slično kvalitetu usluga i korporativna reputacija može sadržati više dimenzija. Kennedy (1977) razlikuje funkcionalnu dimenziju korporativne reputacije koju čine opipljivi elementi i emocionalnu dimenziju koja se manifestuje kroz stavove i osećanja potrošača o određenom preduzeću. U skladu sa rezultatima pomenute studije i uz uvažavanje koncepcije modela koji su predložili Deng, Lu, Wei i Zhang (2010) u radu je testiran uticaj kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. Pri tome, kvalitet usluga je posmatran preko dva ključna elementa koji čine nezavisne varijable istraživačkog modela (funkcionalni i emocionalni kvalitet usluga), dok je korporativna reputacija (zavisna varijabla modela) tretirana kao jedinstvena celina.

Empirijska analiza uticaja kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća

Osnovni cilj rada je merenje uticaja funkcionalnih i emocionalnih elemenata kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. Naime, bilo je važno utvrditi koja od pomenute dve komponente predstavlja snažniju antecedentu korporativnog imidža. U tom smislu, sprovedeno je terensko anketno istraživanje na uzorku od 246 ispitanika. Svi ispitanici su korisnici usluga mobilnih operatera koji posluju na području Republike Srbije, što znači da je ovo istraživanje sprovedeno na tržištu mobilne telefonije. Prethodno je pomenuto da korporativna reputacija jednog preduzeća zavisi od odnosa sa raznim interesnim grupacijama, ali da su u tom spektru posebno važni potrošači. Upravo ovo istraživanje bavi se analizom korporativne reputacije mobilnih operatera iz ugla njihovih potrošača, tj. korisnika.

Upitnik putem kojeg su prikupljeni podaci od korisnika usluga mobilnih operatera obuhvatio je ukupno 12 konstatacija. Svaka od tri latentne varijable modela (funkcionalni kvalitet usluga, emocionalni kvalitet usluga, korporativna reputacija) merena je preko četiri pitanja, tj. konstatacije. Pri tome ispitanici su iskazivali stepen slaganja sa konstatacijama na sedmostepenoj Likertovoj skali. Konstatacije su odabrane na osnovu pregleda relevantne literature. Osnovu za izbor tvrdnji putem kojih su mereni funkcionalni i emocionalni kvalitet činile su studije koje su sprovedeli Roig, García i Tena (2009) i Deng, Lu, Wei i Zhang (2010). Korporativna reputacija je merena putem konstatacija koje su preuzete i adaptirane od Jeng-a (2011).

Analiza podataka sprovedena je u Statističkom paketu za društvene nauke (Statistical Package for Social Sciences – SPSS) i u AMOS-u. Konkretno, u prvom koraku implementirane su tri analize u cilju testiranja skladnosti i validnosti istraživačkog modela (korelacija svake konstatacije sa varijablom kojoj je pridružena, analiza pouzdaosti i konfirmativna faktorska analiza). U drugom koraku, primenom modela strukturalnih jednačina ispitan je uticaj funkcionalne i emocionalne dimenzije kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća.

Anketiranje je sprovedeno ispred prostorija mobilnih operatera u gradu Kragujevcu. Pri tome, klijenti su pri izlasku iz zgrade mobilnog operatera čije usluge koriste bili zamoljeni za učešće u istraživanju. Klijentima je pružena mogućnost da upitnike ponesu svojim kućama, kako bi imali dovoljno vremena za njihovo popunjavanje. U tom slučaju, klijenti su brojeve mobilnih telefona ostavljali anketarima koji su ih tri dana kasnije kontaktirali u cilju preuzimanja upitnika. Na kraju je prikupljeno 246 validno popunjenih anketnih upitnika.

Važno je istaći, da su, pre same distribucije, upitnici preliminarno testirani na malom uzorku od 30 studenata i razmatrani od strane nekoliko profesora Univerziteta u cilju uočavanja i otklanjanja eventualnih nejasnoća i nepreciznosti u formulisanju konstatacija.

Svi ispitanici u uzorku bili su podeljeni u segmente na osnovu tri demografske karakteristike. To su pol, starost i školska sprema. Uzorak sadrži nešto veći broj žena (131) u odnosu na muškarce (115). Najmlađih ispitanika koji imaju do 32 godine u uzorku ima 83, dok se 101 ispitanik nalazi u starosnom intervalu 32-45 godina. Starijih ispitanika koji imaju preko 45 godina ima ukupno 62. Ukoliko se osvrnemo na školsku spremu, najviše ispitanika ima završen fakultet (114), zatim slede ispitanici sa završenom srednjom školom (85) i sa završenom višom školom (47).

U prvom koraku statističke analize, izmeren je stepen korelacije između konstatacija i varijabli kojima su one pridružene. U cilju dobijanja bolje skladnosti modela, na osnovu rezultata ove analize, isključena je jedna konstatacija putem koje je merena korporativna reputacija. Time se ova varijabla u konačnom modelu meri putem tri tvrdnje. Primenom analize pouzdanosti utvrđen je stepen interne konzistentnosti konstatacija koje su upotrebljene za merenje latentnih varijabli. U slučaju sve tri varijable, dobijen je visok stepen pouzdanosti. O tome svedoče vrednosti koeficijenta Cronbach's alpha. Rezultati analize pouzdanosti prikazani su u tabeli 1. Kao što se u tabeli može videti, kod sve tri varijable nivo pouzdanosti prevazilazi minimalno potrebni prag od 0.7 (Nunnally, 1978).

Tabela 1. Analiza pouzdanosti

Varijable modela	Cronbach's alpha
Funkcionalna komponenta kvaliteta usluga	0.90
Emocionalna komponenta kvaliteta usluga	0.90
Korporativna reputacija preduzeća	0.87

Tabela 2. Indeksi skladnosti istraživačkog modela

Indeksi skladnosti	Adekvatne vrednosti	Vrednosti u modelu
χ^2 / df	< 3	2.92
AGFI	> 0.85	0.88
GFI	> 0.85	0.92
NFI	> 0.90	0.94
RFI	> 0.90	0.92
CFI	> 0.90	0.96
TLI	> 0.90	0.95
IFI	> 0.90	0.96
RMSEA	< 0.1	0.09

Radi dodatnog procenjivanja skladnosti modela, primenjena je konfirmativna faktorska analiza. U tom smislu, izračunate su vrednosti serije indeksa koje svedoče o validnosti koncipiranog istraživačkog modela (tabela 2). U slučaju svih posmatranih indeksa dobijeni su adekvatni rezultati. Tako su vrednosti AGFI i GFI indeksa više od 0.85, dok vrednosti NFI, CFI, TLI, RFI i IFI indeksa prevazilaze prag 0.9 (Byrne, 1998). Vrednost RMSEA indeksa je niža od 0.1, što dodatno svedoči o adekvatnoj validnosti istraživačkog modela (Steiger, 1990). Važno je istaći i da je vrednost racija χ^2 / df niža od praga 3 (Carmines and McIver, 1981).

Tabela 3. Rezultati modela strukturalnih jednačina (zavisna varijabla: korporativna reputacija)

Relacija	B	p
Funkcionalni kvalitet usluga → Korporativna reputacija	0.446	0.007 < 0.01
Emocionalni kvalitet usluga → Korporativna reputacija	0.191	0.045 < 0.05

Budući da su analiza pouzdanosti i konfirmativna faktorska analize potvrdile skladnost i validnost koncipiranog modela, prešlo se na konkretno utvrđivanje značajnosti i jačine uticaja funkcionalne i emocionalne komponente kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. Ovi efekti su testirani putem modela strukturalnih jednačina (tabela 3). Veoma je bilo interesantno utvrditi koja od ove dve komponente kvaliteta usluga u većoj meri doprinosi stvaranju jake korporativne reputacije. Rezultati pokazuju da su oba efekta statistički značajna, pri čemu je uticaj funkcionalnog kvaliteta usluga jači od uticaja emocionalnog kvaliteta usluga. Dati rezultat ukazuje da pouzdano i profesionalno pružanje usluga predstavlja snažniju antecedentu korporativne reputacije od psihološke povezanosti klijenata sa aktivnostima kompanije.

Zaključak

Izgradnja snažne korporativne reputacije preduzeća zavisi od impresija koje o preduzeću imaju različite interesne grupacije. Može se reći da korporativna reputacija predstavlja sliku preduzeća viđenu očima javnosti. Kada je reč o marketinški orijentisanim preduzećima, menadžeri posebnu pažnju usmeravaju na potrošače kao ključne partnere preduzeća. U tom smislu, važno je da preduzeća sprovode istraživanja potrošača kako bi na bazi dobijenih rezultata bila u mogućnosti da identifikuju one elemente uslužne ponude koji, prema stavovima i percepcijama potrošača, doprinose razvoju pozitivne korporativne reputacije.

Efikasna primena marketing orijentacije zavisi od stepena u kojem preduzeće prikuplja i analizira podatke o potrošačima, formuliše i implementira strategiju njihovog privlačenja i zadržavanja. Orijetacija na potrošače podrazumeva da ukupna poslovna aktivnost počinje razumevanjem i anticipiranjem potreba i želja potrošača, a završava se isporukom vrednosti i satisfakcijom potrošača. Istraživanje stavova i ponašanja potrošača pruža korisnu informacionu osnovu za koncipiranje adekvatnog marketing miksa koji će uspeti da ispuni ili prevaziđe prethodna očekivanja potrošača. Obezbeđenje satisfakcije u dužem vremenskom periodu implicira visok stepen lojalnosti potrošača i vodi ka snažnoj korporativnoj reputaciji preduzeća.

Prethodno iznete činjenice jasno i nedvosmisleno ukazuju na značaj obezbeđenja i merenja kvaliteta usluga koji će biti usklađen sa potrebama i željama potrošača. Zbog toga je i fokus sprovedene studije na merenju jačine uticaja kvaliteta usluga na korporativnu reputaciju preduzeća. Rad polazi od pretpostavke da su potrošači veoma važan tržišni akter od čijih stavova u velikoj meri zavisi korporativni imidž preduzeća. Rad pruža doprinos postojećoj literaturi zbog specifične koncepcije istraživačkog modela koji sadrži dve komponente kvaliteta usluga (funkcionalnu i emocionalnu). Do sada je sproveden manji broj empirijskih studija sa sličnim istraživačkim modelima na tržištu mobilnih operatera u Republici Srbiji.

Rezultati su pokazali da obe komponente pozitivno utiču na korporativnu reputaciju, pri čemu je uticaj funkcionalne komponente snažniji od uticaja emocionalne komponente. Naime, funkcionalna komponenta opisuje pouzdanost i sigurnost usluga koje pružaju mobilni

operateri, kao i profesionalnost i stručnost zaposlenih. S druge strane, emocionalna komponenta predstavlja specifičnu vrstu psihološke, tj. afektivne povezanosti i identifikacije potrošača sa aktivnostima kompanije čije usluge koriste. Emocionalna komponenta se u pojedinim istraživanjima isticala kao važan faktor stvaranja afektivne lojalnosti potrošača. Od velike je važnosti za organizacije da potrošači usklade svoj stil života, sistem vrednosti i aspiracije sa aktivnostima preduzeća čiji su korisnici. U tom smislu, emocionalna komponenta doprinosi stvaranju povezanosti između dve strane i izgradnji dugoročnih odnosa, a samim tim ova komponenta predstavlja stub snažne korporativne reputacije. Uostalom, ovakav rezultat je potvrđen i u sprovedenom empirijskom istraživanju.

Bez obzira na važnost emocionalnog kvaliteta usluga, uticaj funkcionalne komponente se izdvojio kao snažnija antecedenta korporativne reputacije. Očito, na tržištu mobilnih operatera klijenti u prvi plan ističu aspekte sigurnosti i pouzdanosti kao presudne elemente stvaranja pozitivnog imidža. Zbog toga je važno da mobilni operateri posebnu pažnju usmere na funkcionalne elemente kvaliteta usluga. Međutim, zbog činjenice da se nikako ne sme zapostaviti emocionalna komponenta, određene društveno odgovorne aktivnosti, kao što su razne vrste donacija i stipendiranje studenata mogu pomoći stvaranju bolje psihološke povezanosti ovih kompanija sa njihovim ciljnim potrošačima.

Na kraju, važno je ukazati i na određena ograničenja sprovedenog istraživanja. U radu je korišćen relativno jednostavan istraživački model koji obuhvata dve antecedente korporativne reputacije. Poželjno je da se u budućim istraživanjima koncipiraju kompleksniji istraživački modeli koji bi obuhvatili veći deo komponenti kvaliteta usluga. Važno je da se testira i uticaj društvene odgovornosti na korporativnu reputaciju. Analiza bi svakako bila sveobuhvatnija da je ona uključila i poređenje stavova različitih demografskih segmenata ispitanika. Istraživanje je sprovedeno među korisnicima usluga mobilnih operatera, tako da je važno da se slične analize primene i u drugim delatnostima (bankarstvo, osiguravajuće kompanije, turističke agencije) u cilju temeljnijeg ispitivanja relacija između posmatranih varijabli.

Reference

1. Aydin, S., Ozer, G. (2005). The analysis of antecedents of consumer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 910-925.
2. Barich, H., Kotler, P. (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94-104.
3. Bravo, R., Montaner, T., Pina, J. (2009). The role of bank image for customers versus non-customers. *International Journal of Bank Marketing*, 27(4), 315-334.
4. Byrne, B. M. (1998). *Structural equation modelling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
5. Carmines, E., McIver, J. (1981). Analyzing models with unobserved variables: Analysis of covariance structures. In G. Bohmstedt & E. Borgatta (Eds.), *Social measurement: Current issues*, 56-77. Beverly Hills, CA: Sage.
6. Deng, Z., Lu, Y., Wei, K.K., Zhang, J. (2010). Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289-300.
7. Goldring, D. (2015). Reputation orientation. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(5), 784-803.
8. Hu, H. H., Kandampully, J., Juwaheer, T. D. (2009). Relationships and impact of service quality, perceived value, customer satisfaction and image: an empirical study. *The Services Industries Journal*, 29(2), 111-125.
9. Hurley, R.H., Estelami, H. (1998). Alternative indices for monitoring customer perceptions of service quality: A comparative evaluation in a retail context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(3), 201-221.

10. Jamal, A., Anastasiadou, K. (2009). Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty. *European Journal of Marketing* 43(3/4), 398–420.
11. Jeng, S.P. (2011). The effect of corporate reputations on customer perceptions and cross-buying intentions. *The Service Industries Journal*, 31(6), 851–862.
12. Kotler, P., Haider, D.H., Rein, I. (1993), *Marketing Places*. New York: The Free Press.
13. Maričić, B. (2011). *Ponašanje potrošača*. Beograd: CID.
14. Nguyen, N., Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services* 8, 227-236.
15. Nunnally, J.C. (1978). *Introduction to Psychological Measurement*. New York: McGraw-Hill.
16. Palmer, A., O'Neill, M. (2003). The effects of perceptual processes on the measurement of service quality. *Journal of Services Marketing*, 17(3), 254-74.
17. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.
18. Roig, J.C.F, García, J.S., Tena, M.Á. (2009). Perceived value and customer loyalty in financial services. *The Service Industries Journal*, 29(6), 775–789.
19. Santos, J. (2002). From intangibility to tangibility on service quality perceptions: a comparison study between consumers and service providers in four service industries. *Managing Service Quality*, 12, 292–302.
20. Sharma, S.K., Govindaluri, S.M., Gattoufi, S. (2015). Understanding and predicting the quality determinants of e-government services. *Journal of Modelling in Management*, 10 (3), 325 – 340.
21. Steiger J H. (1990). Structural model evaluation and modification: an interval estimation approach. *Multivariate Behavioral Research*, 25, 173-180.
22. Stanković, LJ., Đukić, S., Popović. A. (2014). Marketing inovacije kao izvor konkurentske prednosti preduzeća. *Marketing*, 45(4), 271-281.
23. Walsh, G., Beatty, S.E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35 (1), 127–143.
24. Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

DEO III

TROŠKOVI FINANSIJSKIH TEŠKOĆA I VREDNOST PREDUZEĆA

Dr Predrag Stančić*

Dr Milan Čupić

Apstrakt: Predmet teorijskog istraživanja u ovom radu je uticaj odluka o strukturi kapitala i upravljanju rizikom na troškove finansijskih teškoća i vrednost preduzeća. Cilj rada je da se, pregledom i analizom zaključaka prethodnih teorijskih istraživanja, ukaže na strukturu troškova finansijskih teškoća i moguće načine za kontrolu njihove visine i njihovog uticaja na vrednost preduzeća. U radu je analizirana struktura direktnih i indirektnih troškova finansijskih teškoća, a istaknuto je da finansijske teškoće mogu doneti i koristiti u vidu boljeg nadzora menadžera i iniciranja promena organizacione strukture i strategije. Analiza kompromisne teorije strukture kapitala je pokazala da preduzeće treba da se zadužuje do nivoa na kojem se izjednačavaju očekivana vrednost poreskih ušteda zbog korišćenja pozajmljenih izvora finansiranja i očekivani troškovi finansijskih teškoća. U radu je istaknuto da preduzeće može smanjiti troškove finansijskih teškoća i povećati kapacitet zaduživanja ukoliko upravlja rizikom. S tim u vezi, upravljanje rizikom finansijskih teškoća se može smatrati faktorom koji kompenzira nedostajući sopstveni kapital i doprinosi povećanju vrednosti preduzeća u meri u kojoj je cena pozajmljenog kapitala niža od cene sopstvenog kapitala.

Cljučne reči: troškovi finansijskih teškoća, stečaj, vrednost preduzeća, struktura kapitala, upravljanje rizikom.

Uvod

Stečaj je formalno pravna procedura koju, nad preduzećem koje je postalo trajno nesposobno da izmiruje svoje obaveze, sprovodi sud u cilju isplate poverilaca. Može se sprovesti likvidacijom (bankrotstvom), koja rezultira u okončanju poslovne egzistencije preduzeća, ili reorganizacijom, koja za rezultat ima prevazilaženje teškoća i nastavak poslovanja preduzeća. Uzroci stečaja mogu da budu faktori eksternog (ekonomskog, tehnološkog, političkog, društvenog i dr.) okruženja, narušeni odnosi sa interesnim grupama (kupci, dobavljači, konkurenti, kreditori, akcionari i dr.), loše upravljanje (direktora ili vlasnika), neodgovarajuće poslovne politike (ulaganja, korporativnog upravljanja, marketinga i dr.) i osobine preduzeća (veličina, zrelost, delatnost, fleksibilnost i sl.) (Ooghe and Prijcker, 2008). Stečaj može da bude pokrenut u različitim fazama životnog ciklusa – od početne do faze zrelosti, a najčešći uzrok za njegovo pokretanje su greške menadžmenta (Altman and Hotchkiss, 2006, p. 13).

Simptomi koji neposredno ukazuju na neophodnost pokretanja stečaja su finansijske teškoće, koje mogu imati sledeće osnovne pojavne oblike: a) trajnija nesposobnost plaćanja, b) prezaduženost (gubitak iznad visine sopstvenog kapitala) i preteća nelikvidnost (Škarić-Jovanović i Spasić, 2014, str. 292-293). Smatra se da je preduzeće u finansijskim teškoćama kada novčani tok iz poslovne aktivnosti nije dovoljan da pokrije finansijske izdatke preduzeća, dok se vrednost preduzeća stalno smanjuje (Stančić, 1998; Pindado et al., 2008). Verovatnoća da preduzeće neće moći da odgovori na obaveze prema kreditorima i da će zapasti u finansijske teškoće raste sa povećanjem stepena zaduženosti. Međutim, pri istom stepenu zaduženosti, smanjenje iznosa i povećanje promenljivosti slobodnog novčanog toka

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: pstancic@kg.ac.rs

uslovljavaju povećanje verovatnoće zapadanja preduzeća u finansijske teškoće (Todorović, 2012, str. 403-405).

Predmet teorijskog istraživanja u ovom radu je uticaj odluka o strukturi kapitala i upravljanju rizikom na troškove finansijskih teškoća i vrednost preduzeća. Cilj rada je da se, pregledom i analizom zaključaka prethodnih teorijskih istraživanja, ukaže na strukturu troškova finansijskih teškoća i moguće načine za kontrolu njihove visine i njihovog uticaja na vrednost preduzeća. Na taj način se želi stvoriti osnova za razvoj smernica koje će menadžerima pomoći da donesu prave odluke u vezi sa strukturom kapitala i upravljanjem rizikom, kako bi maksimizirali vrednost preduzeća. U skladu sa utvrđenim predmetom i ciljem istraživanja, u prvom delu rada su predstavljani i analizirani troškovi finansijskih teškoća, da bi se u nastavku fokus pomerio na analizu odnosa troškova finansijskih teškoća i vrednosti preduzeća u skladu sa postavkama kompromisne teorije strukture kapitala. Treći deo rada je usmeren na razmatranje uticaja upravljanja rizikom na troškove finansijskih teškoća i vrednost preduzeća. U poslednjem delu su predstavljani zaključci teorijskog istraživanja sprovedenog u radu.

Direktni i indirektni troškovi finansijskih teškoća

Ako preduzeće na savršenom tržištu zapadne u finansijske teškoće zato što ne može na vreme i u punom iznosu da izmiri obaveze prema poveriocima, postupak stečaja će omogućiti besplatan transfer imovine od preduzeća (stečajnog dužnika) ka poveriocima. U stvarnosti je tržište nesavršeno, tako da finansijske teškoće i stečaj izazivaju troškove, što može usloviti smanjenje tržišne vrednosti preduzeća (Čupić, 2015). Stavovi u pogledu visine troškova finansijskih teškoća se razlikuju – dok neki autori ističu da oni nisu visoki jer poverioci mogu lako ugovoriti nove uslove odobrenih kredita, dotle drugi autori ističu da oni mogu biti veoma visoki zbog sukoba između poverilaca i negativnog uticaja stečaja na poslovanje preduzeća (Hoshi et al., 1990). Stančić (2006, str. 384-385) ističe da stečaj neće izazvati visoke troškove ako preduzeće u finansijskim teškoćama preuzmu poverioci i ono nastavi sa normalnim poslovanjem ili se sredstva preduzeća rasprodaju po njihovoj stvarnoj vrednosti, iz koje se mogu u celosti obešteti poverioci i vlasnici.

Uobičajena je podela troškova finansijskih teškoća na direktne i indirektno. Direktni troškovi nastaju u vezi sa stečajem i uključuju troškove sudskog postupka, advokata, računovođa, finansijskih savetnika i druge administrativne troškove. U Zakonu o stečaju Republike Srbije ("Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011 - dr. zakon, 71/2012 - odluka US i 83/2014) se ističe da troškovi stečajnog postupka obuhvataju: 1) sudske troškove stečajnog postupka (sudske takse, veštačenja, dnevnice svedocima i dr.); 2) nagrade i naknade stečajnom upravniku i/ili privremenom stečajnom upravniku; 3) druge izdatke za koje je zakonom predviđeno da se namiruju kao troškovi stečajnog postupka (stvarni i nužni troškovi predsednika i članova odbora poverilaca; uplaćeni predujam od strane predlagača stečajnog postupka, troškovi prethodnog stečajnog postupka, troškovi angažovanja nezavisnog stručnog lica i dr.). Direktni troškovi su visoki u apsolutnom iznosu, pa mogu predstavljati značajno finansijsko opterećenje za mala preduzeća, a zanemarljivo za velika preduzeća u kojima čine svega 1-6% ukupne vrednosti imovine preduzeća neposredno pre otvaranja stečajnog postupka (Altman and Hotchkiss, 2006, pp. 94-98).¹

¹ Ukupne provizije plaćene savetnicima (pravnicima, računovođama i dr.) u postupku stečaja nad Enronom su iznosile oko milijardu američkih dolara, dok je ukupna imovina ovog preduzeća neposredno pre pokretanja stečaja imala knjigovodstvenu vrednost od oko 65,5 milijardi američkih dolara (Brealey, 2011, p. 450 i 837). Radulović (2009) navodi da se troškovi stečajnog postupka u Srbiji kreću od cca 10% stečajne mase (za

Indirektni troškovi nastaju prevashodno zbog negativnog stava interesnih grupa prema preduzeću u finansijskim teškoćama ili stečaju. Tako, zbog mogućih problema sa obezbeđenjem rezervnih delova i ispunjenjem uslova iz garancija, kupci traže alternativne izvore snabdevanja, što uslovljava troškove propuštenih prihoda od prodaje; zbog mogućih problema sa naplatom, poverioci utvrđuju strožije kreditne uslove, što uslovljava povećanje troškova trgovačkih i bankarskih kredita; zbog nesigurnosti radnog mesta, zaposleni traže više plate ili napuštaju preduzeće, što uslovljava povećanje troškova zaposlenih; budući da puno vremena posvećuju rešavanju finansijskih problema, menadžeri propuštaju investicione mogućnosti, što uslovljava rast troškova propuštenih prinosa i slabljenje konkurentske pozicije preduzeća. Indirektne troškove je teško objektivno proceniti jer često imaju oblik oportunitetnog troška (propušteni prinos), a empirijska istraživanja otkrivaju da su oni viši od direktnih troškova i da čine 10-20% vrednosti imovine velikih preduzeća (Altman and Hotchkiss, 2006, pp. 99-101).

Očekivani troškovi finansijskih teškoća su proizvod troškova i verovatnoće nastupanja finansijskih teškoća (Aretz et al., 2007). Za dati stepen zaduženosti, verovatnoća nastupanja finansijskih teškoća raste sa smanjenjem vrednosti i povećanjem promenljivosti slobodnog novčanog toka preduzeća. Promenljivost slobodnog novčanog toka je veća u preduzećima sa cikličnim ili sezonskim prihodima i relativno fiksnim izdavanjima u poslovnoj i finansijskoj aktivnosti, koja posluju u granama sa izrazitom konkurencijom (Todorović, 2010, str. 405). Troškovi finansijskih teškoća su viši u preduzećima koja prodaju proizvode a) sa značajnim postprodajnim uslugama, b) čiji je kvalitet teško unapred proceniti i/ili c) čija prodaja zavisi od proizvoda drugih proizvođača. Takođe su visoki u preduzećima koja imaju a) visokospecijalizovana sredstva, b) sredstva koja nemaju aktivno tržište, i/ili c) usko specijalizovane zaposlene (Todorović, 2010, str. 405).

Andrade i Kaplan (Andrade and Kaplan, 1998) ističu da finansijske teškoće ne izazivaju samo troškove, već mogu doneti koristi preduzeću, kao što su: a) smena lošeg menadžmenta, b) poslovna unapređenja i smanjenje troškova poslovanja i c) prodaja imovine ili prestanak obavljanja aktivnosti sa niskom stopom prinosa. Vruk (Wruck, 1990) ističe da finansijske teškoće često vode iniciranju organizacionih promena u domenu upravljanja, strategije i strukture, koje mogu unaprediti upotrebu raspoloživih resursa i povećati vrednost preduzeća. Tako, preduzeća u opadajućim granama mogu biti sklona dodatnim ulaganjima u održavanje osnovne delatnosti, iako ekonomska logika nalaže smanjenje kapaciteta. Finansijske teškoće daju kreditorima pravo da od menadžmenta zahtevaju da preispita poslovne politike i strategijske odluke, kao i da smanje nepotrebne kapacitete, što vodi oslobađanju resursa neophodnih za ulaganja u finansijski isplative poslovne aktivnosti. Takođe, Vruk ističe da će kreditori veoma zaduženog preduzeća u finansijskim teškoćama verovatno pravovremeno inicirati brzu i efikasnu stečajnu reorganizaciju, kako bi zaustavili dalje smanjenje vrednosti preduzeća i vratili najveći deo kapitala uloženog u preduzeće.

Kompromisna teorija strukture kapitala

Problem iznalaženja optimalnog odnosa u strukturi kapitala, za datu strukturu ulaganja, u konkretnim tržišnim uslovima (konstantan poslovni rizik), već je dugo predmet analize finansijske teorije i prakse. Problem se svodi na dilemu da li je promenama odnosa u strukturi kapitala moguće uticati na ponderisanu prosečnu cenu kapitala (K_p) i tržišnu vrednost preduzeća (V). Cilj je utvrditi da li, pri datoj strukturi i prinornoj snazi sredstava preduzeća i

preduzeća čija se stečajna masa kreće od 500.000 do milion evra) do 100% stečajne mase (za mala preduzeća).

tržišnim stopama kapitalizacije pojedinih izvora, postoji optimalni odnos sopstvenog i pozajmljenog kapitala koji obezbeđuje minimalnu k_e i maksimalnu V (Stančić, 2006, str. 370). Osnove teorije strukture kapitala postavio je Durand (Durand, 1952), formulišući dve ekstremne hipoteze odnosa strukture kapitala i vrednosti preduzeća, i to:

- hipotezu nezavisnosti (*Independence hypothesis - Net operating income (NOI) theory*), koja isključuje vezu finansijskih odluka i vrednosti preduzeća i
- hipotezu zavisnosti (*Dependence hypothesis - Net income (NI) theory*), koja vrednost preduzeća vidi kao direktnu posledicu finansijskih odluka.

Obe hipoteze treba shvatiti kao dva moguća suprotstavljena teorijska pristupa problemu odnosa strukture kapitala i vrednosti preduzeća, koji su predstavljali bazu za kasnija istraživanja i formulisanje celovitih teorija strukture kapitala.

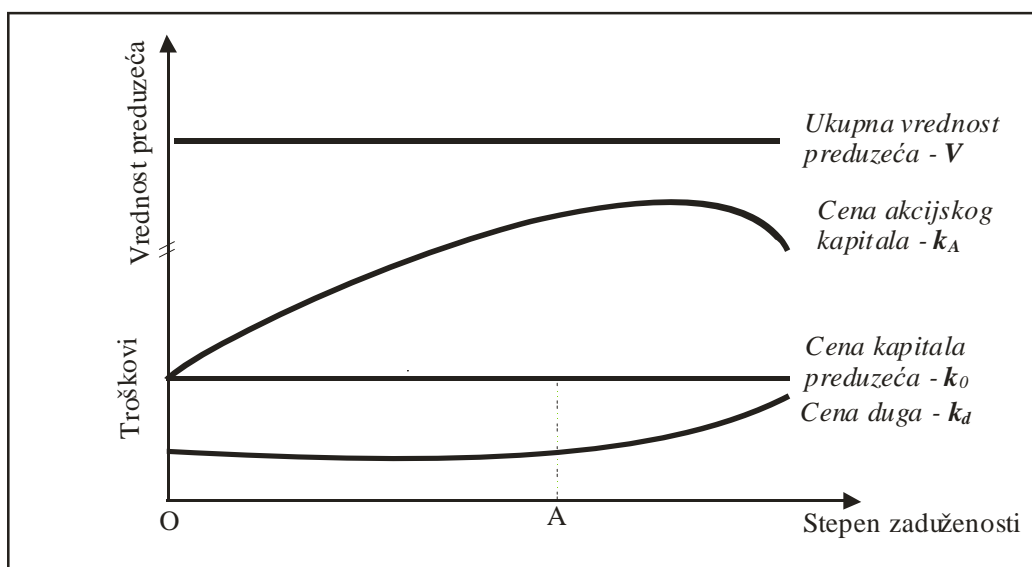
Počeci tzv. moderne teorije strukture kapitala se vezuju za 1958. godinu, kada su poznati američki profesori i nobelovci Modigliani i Miler (Modigliani and Miller, 1958) svojom teorijom irelevancije prvi razradili celovit model o uticaju stepena zaduženosti na ponašanje troškova kapitala i V u uslovima neizvesnosti. Bazični zaključak teorije irelevancije je blizak hipotezi nezavisnosti (metodu kapitalizacije poslovnog dobitka), jer ukazuje na to da su, pod određenim pretpostavkama,² odluke o strukturi kapitala irelevantne sa aspekta V i k_e , odnosno da dva preduzeća identična u svim aspektima, izuzev u strukturi kapitala, imaju iste V i k_e . Sa Slike 1 se može uočiti kako cene pojedinačnih i ukupnih izvora finansiranja, u skladu sa teorijom irelevancije, utiču na V pri različitim nivoima zaduženosti. Cena sopstvenog kapitala (k_e) se brzo povećava, dok cena pozajmljenog kapitala (k_d) ostaje relativno nepromenjena sa povećanjem stepena zaduženosti od 0 do A. Sa povećanjem stepena zaduženosti preko nivoa A raste verovatnoća da preduzeće neće moći da izmiri obaveze prema kreditorima, tako da se k_d brzo povećava, dok se k_e smanjuje jer vlasništvo počinju da preuzimaju investitori skloni riziku, koji su spremni da plate visoku cenu za sticanje vlasničkog udela, kako bi eventualno ostvarili visoke buduće prinose. Pri ekstremnim nivoima zaduženosti, uticaj k_e na k_e se smanjuje, tako da k_e i V ostaju nepromenjeni.

Iako teorija irelevancije zvuči logično i konzistentno u okviru pretpostavki na kojima počiva, svestrana empirijska provera i teorijska kritika njenih zaključaka je pokazala da prva pretpostavka o savršenom tržištu kapitala nije izdržala sučeljavanje sa stvarnošću. Pošto je stvarno tržište neizvesno i nesavršeno (podrazumeva oporezivanje, troškove finansijskih teškoća, troškove transakcija sa hartijama od vrednosti, razna institucionalna i zakonska ograničenja u njihovom prometu itd.) ozbiljno su dovedene u sumnju i ostale pretpostavke na kojima teorija počiva, a time i zaključak o nezavisnosti troškova kapitala i vrednosti preduzeća od nivoa zaduženosti. Tvorci teorije irelevancije, svesni njenih praktičnih nedostataka, pokušali su da amortizuju kritiku i potkrepe svoje prvobitne tvrdnje. Intervencije su se svodile na osavremenjivanje i uključivanjem nekih stvarnih tržišnih fenomena u

² Te pretpostavke su u najkraćem sledeće: 1) tržište kapitala je savršeno (sve relevantne informacije su besplatne i na raspolaganju svim tržišnim učesnicima, nema troškova transakcija, sve hartije od vrednosti su beskonačno deljive, ulagači su ekonomski racionalni, svi mogu pozajmljivati i kreditirati pod istim uslovima); 2) nema oporezivanja (eliminiraju se koristi za preduzeće nastale redukcijom poreske osnovice zbog kamata); 3) očekivana vrednost verovatnoće ostvarenja budućih poslovnih prihoda je ista za sve učesnike, iako se pojedinci mogu razlikovati po svojim subjektivnim gledištima; 4) stepen rizika povraćaja se može objektivno determinisati, tj. sva preduzeća se mogu klasifikovati u homogene "klase rizika" u okviru kojih su preduzeća savršeni supstituti (daće isti očekivani povraćaj po jedinici finansiranja, jednak prosečnim troškovima kapitala).

inicijalni model (oporezivanje), što je vodilo razvoju tzv. kompromisne teorije strukture kapitala (eng. *static trade-off theories*).

Slika 1. Cena kapitala, vrednost preduzeća i zaduženost - teorija irelevancije

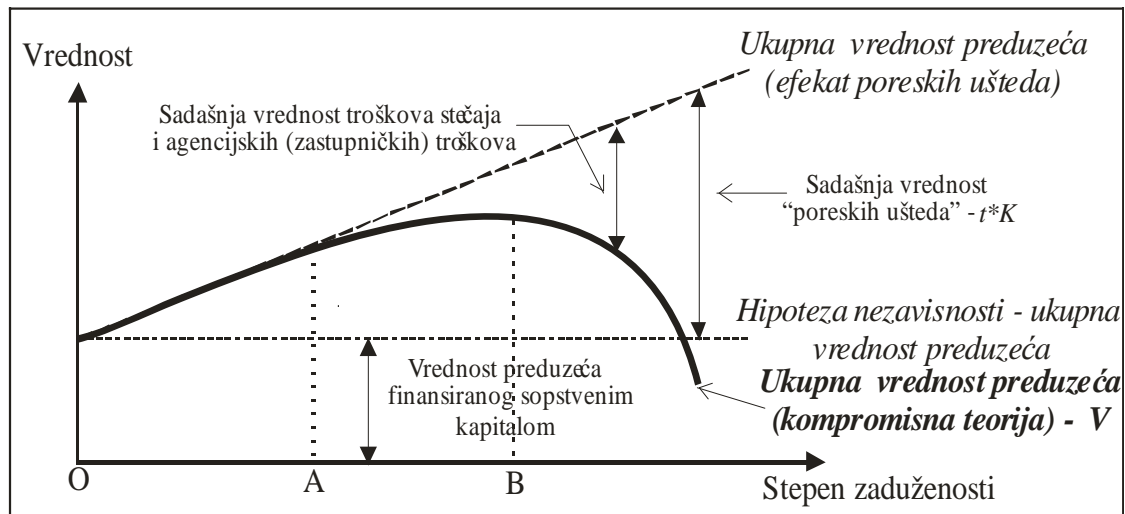


Izvor: Stančić (2006, str. 380)

Kompromisnom teorijom se ukazuje na to da se optimalna struktura kapitala može uspostaviti uravnoteženjem koristi i troškova duga (Myers, 1983; Fama & French, 2005). Budući da rashodi kamate u poreskom zakonodavstvu imaju tretman rashoda perioda, koji umanjuju oporezivi dobitak, osnovna korist od korišćenja duga su poreske uštede. Sa druge strane, povećanje stepena zaduženosti utiče na rast verovatnoće nastupanja i visine troškova finansijskih teškoća, što dovodi do povećanja k_0 i smanjenja V (Jensen and Mackling, 1976). Na Slici 2 je predstavljen uticaj promena stepena zaduženosti na kretanje V u skladu sa kompromisnom teorijom strukture kapitala.

Porast nivoa zaduženosti preduzeća uslovljava povećanje rashoda na ime kamate (K), što umanjuje oporezivi dobitak i izdavanja za porez na dobitak. Iznos poreske uštede je moguće utvrditi kao proizvod K i stope poreza na dobitak (t) – tK . S tim u vezi će porast nivoa zaduženosti u uslovima oporezivanja usloviti smanjenje k_d i k_0 . Ovakvo kretanje k_0 čini da V postane monotono rastuća funkcija stepena zaduženosti. Tada je V jednako zbiru tržišne vrednosti preduzeća finansiranog sopstvenim kapitalom (V_u) i sadašnje vrednosti budućih poreskih ušteta ($SV(tK)$), odnosno $V = V_u + SV(tK)$. Proizlazi, da će efekat oporezivanja, pod ostalim jednakim uslovima, favorizovati preduzeća sa visokim učešćem duga u strukturi kapitala jer će poreske uštede smanjiti k_0 i povećavati V (videti isprekidanu liniju Ukupna vrednost preduzeća (efekat poreskih ušteta) na Slici 2).

Slika 2. Vrednost preduzeća i zaduženost - kompromisna teorija



Izvor: Stančić (2006, str. 387)

Zaključak o opravdanosti zaduživanja i optimalnoj strukturi kapitala pri visokom stepenu zaduženosti relativizira nekoliko bitnih faktora. Pre svega, poreske uštede je moguće ostvariti samo pri poslovnom dobitku koji prevazilazi rashode na ime kamata. Poslovanje sa poslovnim gubitkom ili poslovnim dobitkom manjim od rashoda na ime kamate u potpunosti poništava pozitivan efekat poreskih ušteda na V . Ako se tome doda mogućnost promene stope poreza na dobitak, onda efekat poreskih ušteda ne mora biti u potpunosti izvestan. Osim toga, kako ističu Diandelo i Masulis (DeAngelo and Masulis, 1980), postoji niz tzv. poreskih zaklona (lizing, investicije u nematerijalna sredstva, terminski ugovori), koji su efikasniji od poreskih ušteda vezanih za emisiju obveznica ili preuzimanje bankarskih kredita.

Takođe, pri visokom stepenu zaduženosti raste verovatnoća nastupanja finansijskih teškoća i stečaja, tako da pozitivni uticaj poreskih ušteda može biti potpuno neutralisan. Verovatnoća nastupanja finansijskih teškoća i stečaja obično nije linearna funkcija zaduženosti, budući da do određenog nivoa vlasnici hartija od vrednosti preduzeća neće primećivati opasnosti od povećanja zaduženosti. Problemi počinju u trenutku kada iznos ugovorenih plaćanja poveriocima prevaziđe očekivani iznos poslovnog dobitka. Posle te tačke, dalje povećanje stepena zaduženosti povećava verovatnoću nastupanja teškoća i gubitaka vlasnika hartija od vrednosti što će uzrokovati prelazak k_D u zonu progresije i srazmerno smanjenje V .

Saglasno učinjenim napomenama, tržišna vrednost preduzeća finansiranog kombinacijom sopstvenog i pozajmljenog kapitala može da se utvrdi na sledeći način (Brealey et al., 2011, p. 447):

$$V = V_u + SV(tK) - SV(C_b) \quad (1)$$

gde je C_b izraz troškova finansijskih teškoća. Izraz 1 grafički reprezentuje konkavna linija Ukupna vrednost preduzeća (kompromisna teorija) – V na Slici 2. Analiza kretanja ove linije pokazuje da efekat poreskih ušteda dominantno utiče na rast V na nivoima zaduženosti OA . Posle tačke A , narastajući troškovi finansijskih teškoća postepeno poništavaju pozitivan uticaj poreskih ušteda, uslovljavajući da V iz faze rasta pređe u fazu stagnacije (zona AB), a zatim u fazu opadanja (nivoi zaduženosti posle tačke B). Tačka B na Slici 2 definiše suštinski

cilj upravljanja strukturom kapitala – iznalaženje kombinacije dugoročnih izvora finansiranja za koju je V maksimalno, odnosno izbor optimalne strukture kapitala.

Analogno izrazu 1, Altman i Hočkis (Altman and Hotchkiss, 2006, p. 139) ističu da je preduzeće dostiglo optimalni stepen zaduženosti pri jednakosti očekivanih troškova finansijskih teškoća i očekivane vrednosti poreskih ušteda, tj. za $SV(C_b) = SV(tK) \times (1 - P_{B,t})$, gde je $P_{B,t}$ izraz verovatnoće nastupanja finansijskih teškoća u trenutku t . Kada je $SV(C_b) < SV(tK) \times (1 - P_{B,t})$, preduzeće treba da poveća stepen zaduženosti, jer će to usloviti povećanje njegove tržišne vrednosti. Vruk (Wruck, 1990) smatra da izraz 1 zanemaruje neporeske koristi duga (npr. dugovi kao alternativni mehanizam korporativnog upravljanja) i koristi koje donose finansijske teškoće (smena lošeg menadžmenta, promene organizacione strukture i strategije i sl.), tako da utiče na smanjenje optimalnog nivoa zaduženosti.

Upravljanje rizikom i troškovi finansijskih teškoća

Upravljanje rizikom može smanjiti verovatnoću nastupanja i iznos troškova finansijskih teškoća, budući da utiče na smanjenje promenljivosti očekivanih novčanih tokova i verovatnoće da će se smanjiti toliko da preduzeće neće moći da izmiri obaveze prema poveriocima. Smit i Štulc (Smith and Stulz, 1985) ističu da će, pod realnom pretpostavkom da se C_b smanjuje sa povećanjem V u uslovima kada je stopa poreza konstantna ili rastuća funkcija V , očekivana tržišna vrednost preduzeća nakon oporezivanja umanjena za C_b porasti ukoliko preduzeće koristi besplatne instrumente upravljanja rizikom, čija je vrednost pozitivna kada preduzeće zapadne u finansijske teškoće. Ako nije besplatno, upravljanje rizikom može doprineti povećanju očekivane vrednosti preduzeća nakon oporezivanja, mada vlasnici treba da uzmu u obzir troškove alternativnih načina upravljanja rizikom. Upravljanje rizikom posredno povećava kapacitet zaduživanja preduzeća i smanjuje k_d (kreditori su spremni da odobre viši iznos ukupnih kredita), što uslovljava smanjenje k_o (kriterijuma isplativosti ulaganja), tako da više alternativa ulaganja može da doprinese povećanju V (Froot, Scharfstein & Stein, 1993). Prema tome, upravljanje rizikom omogućava preduzeću da se dodatno zaduži i istovremeno smanji verovatnoću nastupanja finansijskih teškoća (Čupić, 2015), tj. utiče na smanjenje $SV(C_b)$ i povećanje $SV(tK)$. U tom smislu se upravljanje rizikom označava zamenom za korišćenje sopstvenog kapitala, pri čemu se upravljanje rizikom isplati samo u meri u kojoj je sopstveni kapital skuplji od pozajmljenog (Stulz, 1996).

Kako bi upravljanje rizikom doprinelo povećanju vrednosti za vlasnike, preduzeće treba da uveri potencijalne kreditore da će upravljati rizikom nakon odobrenja kredita i da $SV(C_b)$ neće značajno porasti nakon preduzimanja nameranih ulaganja. Naime, vlasnici mogu odustati od upravljanja rizikom nakon odobrenja kredita, iako ono povećava V , ako veruju da će ono istovremeno usloviti redistribuciju bogatstva od vlasnika ka kreditorima. Najmanje su dva načina na koje tržište primorava vlasnike preduzeća da nastave da upravljaju rizikom (Smith and Stulz, 1985). Prvo, ako se često zadužuje, preduzeće može imati koristi od reputacije da upravlja rizikom, budući da mu to omogućava da se zaduži pod povoljnijim uslovima (niža k_d). Ipak, kada je verovatnoća nastupanja finansijskih teškoća visoka, koristi od odluke da više ne upravlja rizikom mogu biti veće od oportunitetnog troška gubitka reputacije, jer je reputacija vredna samo ako je verovatno da će preduzeće izbeći finansijske teškoće. Drugo, upravljanje rizikom smanjuje indirektno troškove finansijskih teškoća u vezi sa restriktivnim klauzulama ugovora o kreditu, kojima se ograničavaju određene aktivnosti (npr. izbor izvora finansiranja, ulaganja određenog nivoa rizika) vlasnika preduzeća.

Nans i saradnici (Nance et al., 1993) navode da veličina preduzeća može značajno odrediti verovatnoću da će ono upravljati rizikom kako bi smanjilo C_b . Mala preduzeća mogu biti motivisana da upravljaju rizikom, budući da finansijske teškoće mogu usloviti pokretanje stečaja, čiji su troškovi jako visoki i mogu prevazići likvidacionu vrednost imovine. Sa druge strane, velika preduzeća mogu biti motivisana da upravljaju rizikom zato što mogu: a) lakše ostvariti pristup relevantnim tržišnim informacijama i zaposliti menadžere sa specijalizovanim znanjima neophodnim za upravljanje rizikom i b) koristiti ekonomije obima kako bi smanjila transakcione troškove trgovanja instrumenatima upravljanja rizikom (forvardi, svopovi, fjučersi, opcije i dr.). Bartram (Bartram, 2000) ističe da većina empirijskih istraživanja otkriva pozitivnu vezu veličine preduzeća i upravljanja rizikom, tj. potvrđuju da velika preduzeća imaju više razloga da upravljaju rizikom.

Upravljanje rizikom može doprineti smanjenju $SV(C_b)$ i povećanju V , ali, po pravilu, izaziva eksplicitne i/ili implicitne troškove. Kao tipični eksplicitni trošak upravljanja rizikom, Damodaran (Damodaran, 2008, pp. 320-321) navodi premiju osiguranja, kao cenu koja se plaća radi zaštite od različitih rizika. Ovaj trošak je viši ako osiguranje pruža potpunije pokriće rizika i ako su verovatnoća nastupanja i očekivani uticaj rizika veći. Preduzeća koja koriste finansijske opcije plaćaju eksplicitni trošak premije (cena opcije). Kod finansijskih forvarda i fjučersa situacija je nešto drugačija, pošto ne izazivaju eksplicitne troškove, ali se preduzeća suočavaju sa potencijalnim implicitnim troškom korišćenja ovih instrumenata. Tako, kupovina fjučersa radi zaštite od pada cena sopstvenih proizvoda izlaže preduzeće riziku da propusti ostvarenje povećanog dobitka za slučaj porasta cene na tržištu. U finansijskoj literaturi se ističe da su troškovi upravljanja rizikom raznovrsni, ali relativno niski, čak i na veoma neefikasnim tržištima (Bartram, 2000).

Nans i saradnici ističu da preduzeća mogu smanjiti $SV(C_b)$ u vezi sa korišćenjem dugoročnih pozajmljenih izvora, ako emituju konvertibilne obveznice i preferencijalne akcije, kao alternativne instrumente upravljanja rizikom. Konvertibilne obveznice ublažavaju sukob interesa vlasnika i kreditora, jer sadrže opciju na imovinu preduzeća (mogućnost da kreditori postanu vlasnici preduzeća), koja povećava osetljivost vrednosti obaveza na promene V , a posredno smanjuje osetljivost vrednosti sopstvenog kapitala na promene V . Preferencijalne akcije imaju osobine slične obveznicama, ali ne stvaraju fiksnu obavezu plaćanja kamate, već plaćanja određenog (limitiranog) iznosa dividende. Ako vlasnicima preferencijalnih akcija ne isplati dividendu, zato što nije ostvarilo neto dobitak, preduzeće neće zapasti u finansijske teškoće. Froot i saradnici (Froot et al., 1993), međutim, upozoravaju da investitori vide konvertibilne obveznice i preferencijalne akcije kao oblik zaduženja, što ograničava pristup preduzeća spoljnim izvorima finansiranja i smanjuje potencijale za povećanje V .

Zaključak

Finansijske teškoće se obično vezuju za veoma zadužena preduzeća, koja zbog malog iznosa i značajne promenljivosti slobodnog novčanog toka, ne uspevaju da u punom iznosu i na vreme izmire obaveze prema poveriocima. Mada mogu biti izazvane različitim faktorima, najčešće se ukazuje na faktore eksternog okruženja, narušene odnose sa interesnim grupama, loše upravljanje, neodgovarajuće poslovne politike i osobine preduzeća. Kompromisna teorija strukture kapitala u analizu optimalnog stepena zaduženosti neposredno uključuje očekivane troškove finansijskih teškoća, čija visina zavisi od verovatnoće nastupanja i iznosa troškova finansijskih teškoća. U skladu sa ovom teorijom, preduzeće treba da se dodatno zadužuje sve dok se očekivana vrednost poreskih ušteda zbog korišćenja pozajmljenog kapitala ne izjednači sa očekivanim troškovima finansijskih teškoća. Osnovni nedostatak ovog pristupa je što

zanemaruje druge koristi koje donose pozajmljeni izvori (npr. bolji nadzor menadžera) i finansijske teškoće (npr. smena lošeg menadžmenta), čime smanjuje optimalni nivo zaduženosti preduzeća.

Odluke o strukturi kapitala i stepenu zaduženosti se često analiziraju zajedno sa odlukama o upravljanju rizikom finansijskih teškoća. Upravljanje rizikom je finansijski opravdano ako značajno smanjuje verovatnoću nastupanja finansijskih teškoća i doprinosi povećanju finansijske fleksibilnosti (kapaciteta zaduživanja) preduzeća neophodne za realizaciju nameranih ulaganja. Ono se često označava zamenom za korišćenje sopstvenog kapitala, tj. preduzeća koja upravljaju rizikom mogu da koriste više pozajmljenih izvora, bez povećanja verovatnoće nastupanja finansijskih teškoća. Pri tome se upravljanje rizikom finansijskih teškoća isplati samo u meri u kojoj je sopstveni kapital skuplji od pozajmljenog, odnosno preduzeće treba da oceni koliko može smanjiti učešće sopstvenog kapitala u strukturi kapitala ako donese odluku da upravlja rizikom. To znači da menadžment treba istovremeno da donosi odluke o upravljanju rizikom i strukturi kapitala, kako bi minimizirao troškove finansiranja i maksimizirao vrednost preduzeća.

Reference

1. Altman, E. I., and Hotchkiss, E. (2010). *Corporate financial distress and bankruptcy: Predict and avoid bankruptcy, analyze and invest in distressed debt*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
2. Andrade, G., and Kaplan S. (1998). How Costly Is Financial (Not Economic) Distress? Evidence from Highly Leveraged Transactions That Became Distressed. *Journal of Finance* 53(5), 1443-1493.
3. Aretz, K., Bartram, S. M., and Dufey, G. (2007). Why hedge? Rationales for corporate hedging and value implications. *Journal of Risk Finance*, 8(5), 434-449.
4. Bartram, S.M. (2000). Corporate Risk Management as a Lever for Shareholder Value Creation. *Financial Markets, Institutions and Instruments*, 9(5), 279-324.
5. Brealey, R. A., Stewart C. M., and Allen, F. (2011), *Principles of corporate finance*. New York, NY: McGraw-Hill.
6. Čupić, M. (2015). Upravljanje rizikom i vrednost korporacije. *Ekonomski horizonti*, 17(3): 215-228.
7. Damodaran, A. (2008). *Strategic Risk Taking: A Framework for Risk Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
8. DeAngelo, H., and Masulis, R. W. (1980). Optimal capital structure under corporate and personal taxation. *Journal of financial economics*, 8(1), 3-29.
9. Durand, D. (1952). Costs of debt and equity funds for business: trends and problems of measurement. In *Conference of research in business finance, National Bureau of Economic Research*, pp. 215-262.
10. Fama, F.E., & French, K.R. (2005). Financing decisions: who issues stock? *Journal of Financial Economics*, 76(3), 549-582.
11. Froot, K. A., Scharfstein, D. S., and Stein, J. C. (1993). Risk management: coordinating corporate investment and financing policies. *Journal of Finance*, 48(5), 1629-1658.
12. Jensen, M.C., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
13. Myers, S. C. (1983). The Capital Structure Puzzle. *Journal of Finance*, 39(3): 575-592.
14. Modigliani, F., and Miller, M. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *American Economic Review*, 48(3), 261-297.
15. Nance, D. R., Smith, C. W., and Smitson, C. W. (1993). On the determinants of corporate hedging. *Journal of Finance*, 48(1), 267-284.
16. Ooghe, H., and De Prijcker, S. (2008). Failure processes and causes of company bankruptcy: a typology. *Management Decision*, 46(2), 223-242.
17. Pindado, J., Rodrigues, L., and de la Torre, C. (2008). Estimating financial distress likelihood. *Journal of Business Research*, 61(9), 995-1003.

18. Radulović, B. (2009). Novi zakon o stečaju - logika odsustva kolektivne akcije. *Fokus - Kvartalni izveštaj o institucionalnim reformama*, 2(4), 33-38.
19. Smith, C. W., and Stulz, R. M. (1985). The determinants of firms' hedging policies. *Journal of financial and quantitative analysis*, 20(04), 391-405.
20. Stančić, P. (1998). Alternative za izlazak iz finansijskih teškoća preduzeća. U *Zbornik radova sa II Simpozijuma SRR Republike Srpske* (28-40). Banja Luka: Savez računovođa i revizora Republike Srpske.
21. Stančić, P. (2006). *Savremeno upravljanje finansijama preduzeća*. Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
22. Stulz, R. M. (1996). Rethinking Risk Management. *Journal of Applied Corporate Finance*, 9(3), 8-24.
23. Škarić-Jovanović, K. i Spasić, D. (2014). *Specijalni bilansi*. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu.
24. Todorović, M. (2010). *Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća*. Beograd: Ekonomski fakultet u Beogradu.
25. Wruck, K. H. (1990). Financial distress, reorganization, and organizational efficiency. *Journal of Financial Economics*, 27(2), 419-444.
26. Zakonu o stečaju Republike Srbije, "Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011 - dr. zakon, 71/2012 - odluka US i 83/2014.

ULOGA I ZNAČAJ INFORMATIVNE ASIMETRIJE SA GLEDIŠTA EFIKASNOSTI TRŽIŠTA HARTIJA OD VREDNOSTI

Dr Dragan Stojanović*

Dr Dragomir Dimitrijević*

***Apstrakt:** Postojanje informativne asimetrije u finansijskom računovodstvu predstavlja jedno od nedovoljno istraženih pitanja, naročito u domaćoj stručnoj literaturi. Upoznavanje sa osnovnim odrednicama ovog pojma omogućava detaljnije razmatranje pojavnih manifestacija informativne asimetrije koje ukazuju na probleme korišćenja informacija u takvim okolnostima. U mnoštvu realnih slučajeva u praksi posebno se može apostrofirati uloga i značaj informativne asimetrije sa gledišta efikasnosti tržišta hartija od vrednosti, što predstavlja predmet razmatranja u ovom radu. Suštinski posmatrano, odvajanjem funkcije upravljanja od funkcije vlasništva došlo je do stvaranja problema informativne asimetrije i samim tim prestanka važenja idelanih uslova poslovanja. Takva situacija dovela je stvaranja informacionog jaza između internih i eksternih korisnika finansijskih informacija, jer određene informacije ostaju nedostupne eksternim korisnicima. Usled toga u prvom delu rada razmotriće se osnovne odrednice informativne asimetrije u finansijskom računovodstvu. Drugi deo rada analizira povezanost koncepta informativne asimetrije i efikasnosti tržišta hartija od vrednosti dok se u trećem delu rada analizira regulacija kao reakcija na problem informativne asimetrije.*

***Ključne reči:** informativna asimetrija, nepovoljna selekcija, moralni hazard, efikasnost, tržište hartija od vrednosti.*

Uvod

Radi ispravnog sagledavanja uloge i značaja informativne asimetrije sa gledišta efikasnosti tržišta hartija od vrednosti neophodno je, pre svega, detaljnije se upoznati sa osnovnim odrednicama ovog pojma, problemima koji se u vezi sa tim javljaju i naporima koje je neophodno preduzeti u cilju njihovog neutralisanja.

Efikasnost tržišta hartija od vrednosti predstavlja veoma složen zahtev u praksi i u idealnim uslovima poslovanja, kada su, između ostalog, sadašnja i tržišna vrednost novčanih tokova po osnovu procenjivanja sredstava i obaveza jednake. Problem efikasnosti tržišta hartija od vrednosti se znatno više komplikuje u savremenoj praksi koja se nalazi dosta daleko od idealnih uslova poslovanja. U takvim okolnostima i pred finansijskim računovodstvom se postavljaju sve složeniji zahtevi u pogledu pružanja odgovarajućih informacija, kako za ekterne tako i za interne potrebe.

Posebnu ulogu i značaj za efikasno funkcionisanje tržišta hartija od vrednosti u savremenim uslovima poslovanja predstavlja detaljno razmatranje problema u vezi sa pojavom informativne asimetrije u takvim okolnostima. To zahteva od računovodstva ne samo pravilno izučavanje problema koji se u vezi sa tim javljaju, već i preduzimanje odgovarajućih mera sa gledišta njihove regulative.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu

** Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: dimitrijevicd@kg.ac.rs

Osnovne odrednice informativne asimetrije u finansijskom računovodstvu

Informativna asimetrija nastaje u okolnostima kada pojedini delovi poslovnih transakcija imaju informativnu prednost u odnosu na ostale. U takvim situacijama ekonomiju odlikuje informativna asimetrija. Pri tome postoje dva osnovna tipa informativne asimetrije, nepovoljna selekcija i moralni hazard.

Nepovoljna selekcija je vid informativne asimetrije koji nastaje kada jedan ili više učesnika jedne ili više poslovnih transakcija ima izvesnu prednost u odnosu na ostale učesnike (Scott, 2003., str. 8). Odnosno, nepovoljna selekcija nastaje kada pojedinci, kao što su menadžeri i ostali zaposleni u firmi, znaju više o postojećem stanju i perspektivama firme od ostalih investitora. Postoje različiti načini da menadžeri i ostali interni korisnici koriste svoje informacije sa prednošću u odnosu na troškove eksternih korisnika, na primer, putem pristrasnosti ili drugačije obaveštenosti upravljanja informacijama upućenim investitorima. Ovo može uticati na sposobnost investitora da donese odgovarajuću investicionu odluku. Pored toga, ukoliko investitori sumnjaju u mogućnost pristrasnosti emitovanja informacija, biće zabrinuti u vezi sa kupovinom hartija od vrednosti, što će uticati na to da tržište kapitala i rada ne funkcionišu na pravi način. U takvim okolnostima se može postaviti pitanje poverenja u finansijsko računovodstvo i izveštavanje kao mehanizam kontrole nepovoljne selekcije u vezi sa kredibilitetom konvertovanja interne u eksternu informaciju.

Moralni hazard je vrsta informativne asimetrije kada jedan ili više učesnika jedne ili više poslovnih transakcija može posmatrati sopstvene aktivnosti u sprovođenju transakcije, dok ostali učesnici to ne mogu (Scott, 2003., str. 8). Ovaj problem se javlja zbog razdvajanja privatne svojine i kontrole koja postoji u većim poslovnim entitetima. U tom smislu je praktično nemoguće za vlasnike i kreditore da posmatraju direktno stepen i kvalitet napora top menadžera u pogledu njihove korisnosti. Osim toga, menadžer može biti nastrojen da manipuliše, unazadujući pogoršanje pozicije firme u pogledu faktora van njegove kontrole. Očigledno, ukoliko se ovo događa, javiće se ozbiljne posledice i za investitore i za poslovanje preduzeća. Pored toga, može se posmatrati računovodstveni neto dobitak kao mera upravljačkog vršenja dužnosti. To podstiče kontrolu moralnog hazarda na dva komplementarna načina. Prvo, neto dobitak može poslužiti u vršenju kompenzacije ugovora radi motivisanja upravljačkog vršenja dužnosti. Drugo, neto dobitak može informisati tržišta akcija i radne snage, tako da će menadžer koji ne obavlja dovoljno dobro posao biti odgovoran za pad dobitka, reputacije i tržišne vrednosti tokom vremena (Stojanović, 2005., str. 63-64).

Pri razmatranju fenomena informativne asimetrije treba imati u vidu da se isti ne javlja u idealnim uslovima poslovanja, odnosno u ekonomiji koju karakterišu perfektna i kompletna tržišta. U takvim okolnostima procenjivanje sredstava i obaveza se sprovodi na osnovu očekivanih sadašnjih vrednosti budućih novčanih tokova, pri čemu su sadašnja i tržišna vrednost jednake. Uz to, finansijski izveštaji su zajedno potpuno relevantni i potpuno pouzdani, pa investitori i menadžeri nemaju razloga za nesaglasnost u vezi sa izborom računovodstvene politike i nema inicijativa za regulacijom.

Međutim, idealni uslovi se veoma retko sreću u praksi. Sa odsustvom idealnih uslova, između ostalog, i nastaje problem informativne asimetrije u finansijskom računovodstvu. Suština problema se javlja u pogledu različitih zahteva investitora i menadžera u pogledu relevantnosti i pouzdanosti informacija koje pruža finansijsko računovodstvo u savremenim (neidealnim) uslovima poslovanja.

Ako se pretpostavi da je za informisanje investitora najkorisnija mera neto dobitka kontrola nepovoljne selekcije, isto ne bi trebalo da bude i najpovoljnija mera za motivaciju

upravljačkog učinka, jer je to kontrola moralnog hazarda. Naime, interesi investitora su najbolje izraženi informacijom koja omogućava udruženo dejstvo relevantnosti i pouzdanosti, kada relevantna informacija omogućava investitoru da proceni buduće ekonomske izgled preduzeća, a pouzdana informacija je precizna i oslobođena pristrasnosti ili neke druge upravljačke manipulacije. S druge strane, upravljački interesi su najbolje prikazani stabilnom informacijom¹ koja je značajno povezana sa njihovim naporom upravljanja preduzećem. Međutim, informacija koja je relevantna za investitore, kao što je fer vrednost sredstava i obaveza, može imati veoma nestabilno značenje za obračunati neto dobitak. Takođe, ukoliko pouzdane tržišne vrednosti nisu na raspolaganju, informacija zasnovana na fer vrednosti može biti predmet pristrasnosti i manipulacije u većoj meri od informacije zasnovane na istorijskom trošku. Zajedno ovi efekti smanjuju količinu informacija uz menadžerske napore. Uzimajući sve to u obzir, postoji samo jedna najniža linija, osnovni problem finansijskog računovodstva je kako pomiriti ove različite uloge računovodstvene informacije.

Koncept informativne asimetrije i efikasnost tržišta hartija od vrednosti

U savremenim uslovima tržišnog poslovanja koji se odlikuju značajnom neizvesnošću i brojnim rizicima u donošenju i sprovođenju velikog broja poslovnih odluka, zahtevi za relevantnim i pouzdanim informacijama iz domena finansijskog računovodstva i izveštavanja imaju posebnu specifičnu težinu. Ovo je posebno izraženo kod investitora koji u cilju donošenja adekvatnih odluka u pogledu plasiranja sopstvenih finansijskih sredstava moraju često u veoma kratkom roku da pribave čitav set odgovarajućih informacija kako bi na vreme, pre drugih, i na odgovarajući način reagovali na tržištu hartija od vrednosti. Jer, u suprotnom, neki drugi investitori će reagovati ranije i umanjiti ili eliminisati benefite od najnovijih informacija.

Kada se dovoljan broj investitora ponaša na ovaj način tržište postaje efikasno. Otuda se pod efikasnim tržištem hartija od vrednosti smatra takav model tržišta hartija od vrednosti na kome se trguje u svakom trenutku na bazi "pravog promišljanja" svih informacija o tim hartijama od vrednosti koje su javno poznate (Scott, 2003., str. 93). Dakle, u suštini zahteva za obezbeđenjem efikasnog tržišta hartija od vrednosti nalazi se uslov javne raspoloživosti odgovarajućih informacija od uticaja na njegovo funkcionisanje.

Međutim, pretpostavka o podjednako javnoj raspoloživosti informacijama svih zainteresovanih učesnika na tržištu nije u praksi uvek prisutna. Naprotiv, mnogo je češći slučaj da jedna od kategorija učesnika na tržištu (na primer, prodavci) zna nešto o sredstvima kojima se trguje što druga kategorija učesnika (kupci) ne zna. U takvim okolnostima smatra se da se tržište karakteriše informativnom asimetrijom.

Kao jedan od primera za tržište koje karakteriše informativna asimetrija može poslužiti tržište polovnih automobila. Vlasnik auta znaće više o stvarnom stanju istoga, o njegovom budućem toku benefita, nego što to može znati kupac. Vlasnik može pokušati da ostvari prednost za sebe donoseći "limun" na tržište u nadi da će ostvariti više nego što je njegova vrednost od kupca koji nije sumnjičav. Svakako, kupci će biti svesni svog iskušenja i sve dok nemaju informaciju o razlici između "limuna" i dobrog auta će snižavanjem cena plaćati za bilo koji korišćeni auto. Kao rezultat, mnogi automobili će imati i nižu tržišnu vrednost od realne vrednosti njihovih budućih tokova benefita. Arbitražni efekat, kada se automobili sličnog servisnog potencijala moraju prodati i po sličnim cenama, deluje manje efikasno kada je teško proceniti tačno šta je servisni potencijal korišćenog auta. Dakle, tržište polovnih automobila ne funkcioniše tako dobro kao što deluje.

¹ Poteškoće manipulacije finansijskim izveštajima od strane osoba zainteresovanih za ove izveštaje.

U ekstremnim slučajevima, tržište može zadesiti i kompletni kolaps kao rezultat informativne asimetrije. Na primer, posmatrajmo tržište polisa osiguranja. Kupovina osiguranja se može izvršiti kako bi se obezbedili za slučaj mogućnosti neuspeha na univerzitetu ili školi ili profesionalnog računovodstvenog imenovanja. Može se proceniti da je bolje imati polisu, pogotovu ako su troškovi fer. Ozbiljna bolest ili nesrećan slučaj, na primer, mogu sprečiti završetak ciklusa studiranja, pa se na ovaj način može eliminisati rizik, ukoliko se ima ova polisa koja nadoknađuje nekome troškove za gubitak sadašnje vrednosti povećanih budućih dobitaka koji mogu nastati uspešnim završetkom školovanja. Svakako, ko je vlasnik ovakve polise, verovatno je zabašio svome studiranju, sve dok je potpuno zdrav. Zbog čega trošiti vreme i snagu u pogledu završetka studija kada se, mereno neuspehom, može primiti ekvivalentna kompenzacija po osnovu polise osiguranja?

Kao rezultat, ni jedna osiguravajuća kompanija neće prodati polisu nekome kojom se nadoknađuje u potpunosti njegov gubitak dobitka po osnovu neuspeha u pogledu završetka školovanja. U suštini, problem leži u informativnoj asimetriji. Pojedinaac ima značajnu informativnu prednost u odnosu na kompaniju, zato što kompanija može jedino posmatrati da li je neko neuspešan, a ne da li je bolest razlog njegove neuspešnosti. Po svojoj prirodi ovo se označava problemom moralnog hazarda, jer je u pitanju nečije nastojanje da prevari kompaniju putem zabašavanja na studijama. Dopis kojim bi se zahtevalo medicinsko uverenje ne bi u takvim okolnostima bio mnogo od koristi, zbog poteškoća u utvrđivanju da li je to bila bolest koja uzrokuje neuspeh.

Druga poteškoća sa kojom se osiguravajuća kompanija može suočiti je da se osobe koje su bile bolesne mogu sjetiti da upišu univerzitetske programe, što se može označiti kao vrsta nepovoljne selekcije, zato što ljudi čije je zdravlje nepovoljno za obezbeđenje najboljih interesa kompanije sami sebe biraju za kupovinu osiguranja. Onda, kada njihova bolest dovede do njihovog neuspeha, oni mogu pokupiti svoje polise i još uživati u monetarnim pogodnostima diplomiranja.

Suočenoj sa informativnim smetnjama ovih dimenzija, kompaniji odgovara da ne izdaje polise osiguranja za opisane slučajeve. Dakle, nema razvoja tržišta. Očigledno, ukoliko nema tržišta za neko sredstvo, nemoguće je vrednovati to sredstvo koristeći tržišnu vrednost. Interesantno je primetiti da raznolikost instrumenata koje tržište koristi smanjuje efekte informativne asimetrije. Tako, tržišta polovnih automobila se karakterišu garancijama, sertifikatima sigurnosti, testovima vožnje, dilerima koji nastoje da suprotstave dobru reputaciju itd. Tržište osiguranja se karakteriše medicinskim pregledima za životno osiguranje, koosiguranjem i odbitnim klauzulama za osiguranje od požara, umanjenjem premija za dobre vozačke dosijee itd. Svakako, pošto koštaju, ovi instrumenti ne eliminišu problem u potpunosti. Međutim, oni mogu biti dovoljno efikasni da u najmanjoj meri olakšaju tržištu da radi, mada ne tako uspešno kao da informativne asimetrije nema.

Prisustvo rizika, kao što je uticaj bolesti na zarađivačku moć, kada pojedinci žele da zaštite sebe od toga ali ne uspevaju jer tržište nije razvijeno, je posledica nekompletnosti tržišta. Nekompletnost rezultira kada problemi procene štite tržišne cene od razvoja. Dakle, informativna asimetrija je drugi izvor nekompletnosti.

Nekompletnost tržišta takođe nastaje kada tržišta postoje, ali ne funkcionišu uspešno. Na primer, uprkos prethodno pomenutim instrumentima koji omogućavaju tržištu polovnih automobila da funkcioniše, kupac ovih automobila još špekuliše rizik nekog od automobila različitog kvaliteta od onog za koji je spreman da plati. Tako, ako cena ne odražava u potpunosti kvalitet robe, pojedinci nisu u stanju da plate određeni kvalitet koji žele, tako da špekulišu veći rizik nego što žele. Kao rezultat, oni žele da vide smanjenu nekompletnost tržišta. Ali, zbog nepovoljne selekcije i troškova instrumenata koji to prevazilaze, možda

neće biti moguće ovo prevazići u potpunosti zbog efikasnog merenja troškova. Međutim, može se dokazati da finansijsko računovodstvo ima za cilj da odigra ulogu u poboljšanju tržišnih operacija, pomoću u najmanjoj meri reduciranja problema nekompletnosti.

Jedan od razloga zbog čega informativna asimetrija ima takav značaj za teoriju računovodstva je da su tržišta hartija od vrednosti izložena problemima informativne asimetrije. Ovo nastaje zbog prisustva unutrašnje informacije i spoljnog trgovanja. Čak i ako cene na tržištu hartija od vrednosti u potpunosti odražavaju sve javno raspoložive informacije, uključujući da neke mogu biti interne zbog računovodstvene politike firme i obelodanjivanja odluka, još uvek se čini da interni korisnici znaju više od eksternih korisnika o pravom kvalitetu firme. Ako je tako, interni korisnici mogu imati prednost da na bazi sopstvenih informacija ostvare više profita. Ovo je drugi primer problema nepovoljne selekcije, sve dok interni korisnici budu privlačeni sopstvenim oportunitetom, koji je nepovoljan za interese investitora. Naravno, investitori će biti svesni ove mogućnosti i trošiće manje nego inače na kupovinu hartija od vrednosti, što odražava njihove očekivane gubitke u rukama insajdera. Otuda, efikasnost tržišta hartija od vrednosti na tržištu polovnih automobila ne funkcioniše tako dobro kao što bi to moglo.

Dakle, finansijsko računovodstvo se može posmatrati kao instrument za reduciranje problema nepovoljne selekcije, time što poboljšava rad tržišta hartija od vrednosti i smanjuje njegovu nekompletnost. U cilju smanjenja nepovoljne selekcije računovođe su usvojili politiku potpunog obelodanjivanja, u cilju širenja seta informacija koje su javno dostupne. Takođe, blagovremenost izveštavanja umanjuje mogućnost insajdera da profitiraju na bazi sopstvene informativne prednosti. Naravno, sve dok je finansijsko izveštavanje skupo, ne treba očekivati da se problem insajderskih informacija može eliminisati. Međutim, potpuno i blagovremeno obelodanjivanje će povećati korisnost finansijskog izveštavanja za investitore kroz proširenje seta javno dostupnih informacija.

Regulacija kao reakcija na osnovni problem

Razmatrajući navedene probleme, jasno se uočava osnovni problem teorije finansijskog računovodstva, ispoljen u vidu računovodstvene asimetrije. U načelu postoje dve osnovne reakcije na suštinski problem. Jedna reakcija se odnosi na regulaciju nepovoljne selekcije i moralnog hazarda putem tržišnog mehanizma, u okviru kojeg tržišne snage ponude i tražnje mogu uspešno kontrolisati zaštitu interesa investitora, pri čemu tržište rada i hartija od vrednosti funkcioniše zadovoljavajuće dobro (Stojanović, 2006., str. 45). Druga reakcija je usmerena ka zaštiti investitora, kada je informacija tako složena i artikal značajan da tržišni mehanizmi ne vrše odgovarajuću kontrolu moralnog hazarda i nepovoljne selekcije. Ovo vodi direktno ka računovodstvenoj standardizaciji kao obliku regulacije u čijoj osnovi se nalaze opšte prihvaćeni računovodstveni principi.

Ne zalazeći u razmatranje problema koja je od ove dve reakcije na osnovni problem ispravna kao i to da li je nju uvek moguće sprovesti, treba imati u vidu da deregulacija podrazumeva relaciju trošak – faktor, koju često previđaju oni koji donose standard. Pri tome, odgovor na pitanje da li koristi od regulacije prevazilaze troškove nije unapred poznat. Naime, fer vrednosti sredstava i obaveza imaju veći značaj za investitore od njihovih istorijskih troškova, sve dok fer vrednosti obezbeđuju bolju raspoloživu indeksaciju budućeg učinka firme. Svakako, menadžeri mogu osetiti da dobiti i gubici od usaglašavanja tekućih vrednosti sredstava i obaveza ne odražavaju njihov sopstveni učinak. Otuda se računovodstvena tela za standarde moraju u takvim okolnostima brzo uključiti u medijaciju između konfliktnih interesa investitora i menadžera.

Zaključak

Problem informativne asimetrije u teoriji računovodstva javlja se kao posledica odvajanja funkcije upravljanja od funkcije vlasništva i samim tim prestanka važenja idealnih uslova poslovanja. U novonastalim okolnostima javlja se informacioni jaz između unutrašnjih i spoljnih korisnika informacija finansijskog računovodstva, jer deo informacija kojima raspolazu interni korisnici ostaje nepoznat eksternim korisnicima informacija.

Informativna asimetrija u finansijskom računovodstvu manifestuje se u vidu njene dve osnovne odrednice, kroz nepovoljnu selekciju i moralni hazard. Kao posledica ovih pojava javlja se nepodudarnost između tržišne i sadašnje vrednosti, za razliku od idealnih uslova poslovanja kod kojih su ove dve vrednosti izjednačene. U ovakvim okolnostima od finansijskog knjigovodstva se zahteva da reducira probleme koji se javljaju u praksi, kao što je to prikazano na primeru efikasnosti tržišta hartija od vrednosti.

U nastojanjima da se problemi koje izaziva informativna asimetrija minimiziraju što je moguće više, neophodno je posegnuti za regulacijom. Pri tome se mere regulacije mogu ostvariti kako putem funkcionisanja odgovarajućih tržišnih mehanizama, tako i primenom određene računovodstvene standardizacije.

Reference

1. Akerlof, G. A., (1970), *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, Quarterly Journal of Economics, pp. 488-500;
2. Beaver, W. H., (1989), *Financial Reporting: An Accounting Revolution*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New York;
3. Scott, W. R., (2003), *Financial Accounting Theory*, Pearson, Prentice Hall, Toronto;
4. Stojanović, D., (2005), *Informativna asimetrija u savremenoj teoriji finansijskog računovodstva*, Računovodstvo, Savez računovođa i revizora Srbije, Beograd, br. 3-4;
5. Stojanović, D., (2006), *Informativna asimetrija u finansijskom računovodstvu: karakteristike, posledice i reakcija*, Računovodstvo, Savez računovođa i revizora Srbije, Beograd, br. 11-12.

KONKURENTNOST STRANIH I REVIZORSKIH FIRMI U REPUBLICI SRBIJI

Dr Snežana Ljubisavljević

Dr Biljana Jovković*

Rezime: Svrha rada je analiza poslovanja domaćih i stranih preduzeća za reviziju. Cilj ovog istraživanja je prikaz strukture, porekla, koncentracije i zarađivačke sposobnosti preduzeća u revizorskoj delatnosti radi ukazivanja na konkurentnost domaćih nasuprot stranih revizorskih preduzeća. Istraživanjem je obuhvaćena ukupna populacija registrovanih revizorskih preduzeća (66 preduzeća u 2014. godini). Tržištem revizorskih usluga dominiraju mikro preduzeća (66.7%) dok mala preduzeća čine 30.8% i srednja čine svega 2.6% registrovanih revizorskih preduzeća. U posmatranom periodu najveća svetska revizorska preduzeća poznata kao «velika četvorka», imala su najveće učešće u poslovnim prihodima od revizije u RS. Visok iznos pokazatelja ROA je uslovljen visokim prihodima i neto dobitkom u odnosu na angažovanu aktivu. Istraživanje je pokazalo da je revizija visokospecijalizovana intelektualna kompetentna usluga sa relativno niskim troškovima što omogućava ovim preduzećima ostvarivanje visokih ROA u odnosu na druge uslužne delatnosti (bankarstvo i osiguranje).

Ključne reči: preduzeća za reviziju, konkurentnost revizorskih preduzeća, revizorske usluge, pokazatelji rentabilnosti, ROA (return on assets)

Uvod

Finansijsko izveštavanje treba da pruži informacije koje su istinite i korisne za donosiocje odluka. Da bi bili korisni i pouzdani, finansijski izveštaji preduzeća treba da budu blagovremeni i podvrgnuti profesionalnoj reviziji (Stefanović, 2007, p. 1). U Republici Srbiji, kao i u većini zemalja sa višim nivoom razvoja revizorske profesije i prakse, licencirani ovlašćeni revizori obavljaju nezavisnu reviziju finansijskih izveštaja, kao samostalni revizori ili u okviru preduzeća za reviziju. Oni su članovi organa upravljanja preduzeća za reviziju i moraju da budu zaposleni u njemu sa punim radnim vremenom.

U RS revizija se obavlja u skladu sa Zakonom o reviziji (Zakon o reviziji, Sl. Glasnik 62/2013), Međunarodnim standardima revizije i Kodeksom profesionalne etike revizora. Eksternu reviziju, prema navedenom zakonu, mogu da obavljaju:

- društva za reviziju (preduzeća za reviziju) koja imaju u radnom odnosu sa punim radnim vremenom zaposlenog najmanje jednog licenciranog ovlašćenog revizora – za reviziju srednjih preduzeća (za reviziju velikih preduzeća najmanje 4 ovlašćena licencirana revizora);
- samostalni revizori kao preduzetnici, koji imaju važeću dozvolu za obavljanje revizije i
- revizorska društva države članice EU, treće zemlje, kao i revizori države članice ili treće zemlje koji su za obavljanje revizije dobili dozvolu i važeću licencu izdatu od nadležnog organa u RS.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: bjovkovic@kg.ac.rs

Obveznici revizije u RS su velika i srednja pravna lica, sva javna društva i sva pravna lica (kao i preduzetnici) čiji poslovni prihod ostvaren u prethodnoj poslovnoj godini prelazi 4 400 000 EUR u dinarskoj protivvrednosti. Skupština, odnosno organ utvrđen opštim aktom pravnog lica kod kojeg se vrši revizija, bira preduzeće za reviziju najkasnije do 30. septembra poslovne godine na koju se odnosi revizija. Privredna društva od javnog interesa dužna su da obrazuju komisiju za reviziju (odbor za praćenje poslovanja/komitet za reviziju), sa najmanje tri člana. Ovaj komitet je pododbor upravnog odbora sa nadzornom ulogom jer ima funkciju da nadgleda finansijsko izveštavanje i eksternu reviziju u preduzećima. Pored preduzeća od javnog interesa u RS, kao i u gotovo svim zemljama sa dužom revizorskom tradicijom, trebalo bi takođe propisati da sva velika i srednja preduzeća formiraju u svom sastavu komitet za reviziju.

Komora ovlašćenih revizora je profesionalna organizacija licenciranih ovlašćenih revizora zaposlenih u preduzećima za reviziju, kao i samostalnih revizora i samih preduzeća za reviziju u RS. Nadzor nad radom Komore obavlja Ministarstvo finansija i Odbor za javni nadzor koji usled nezakonitog poslovanja mogu da preduzmu sledeće mere: izdavanje naloga za otklanjanje nepravilnosti, javnu opomenu, uslovno oduzimanje licence i trajno oduzimanje licence. Odbor za javni nadzor nad obavljanjem revizije osniva Vlada u cilju zaštite javnog interesa u radu Komore, preduzeća za reviziju, samostalnih revizora i licenciranih ovlašćenih revizora.

Ovaj rad sadrži sledeća četiri dela: 1) teorijski okvir i metodologiju istraživanja; 2) opšte karakteristike revizorskih preduzeća; 3) ocenu konkurentnosti revizorskih preduzeća; i 4) ocenu stanja i perspektive tržišta revizorskih usluga u RS.

Teorijski okvir i metodologija istraživanja

Rentabilnost predstavlja relativni odnos efekata aktivnosti (dobitka) i uloženog kapitala, kao najznačajnijeg ograničavajućeg faktora ostvarenja efekata. Rentabilnost, u apsolutnom smislu, postoji samo ukoliko se kroz proces aktivnosti generiše vrednost veća od vrednosti uložene u proces aktivnosti (Stančić, 2006, str.17). Sva preduzeća, pa tako i preduzeća za reviziju teže maksimiranju rentabilnosti poslovnih ulaganja. Ocena finansijskih performansi preduzeća za reviziju u ovom radu je bazirana samo na indikatorima koji neposredno odražavaju rezultat preduzeća. „Kao osnovnu prednost profita kao najsvodnijeg merila performansi Doupnik i Perera (2007) ističu da profit odražava aktivnosti svih poslovnih funkcija počev od prodajne funkcije, preko proizvodne i nabavne funkcije, do finansijske funkcije“ (Bogićević and Stojanović, 2014, p. 461).

Za ocenu finansijskih performansi preduzeća za reviziju mogu da se koriste parcijalni i globalni racio indikatori zarađivačke sposobnosti, kao što su stopa poslovnog dobitka, stopa neto dobitka, stopa prinosa na ukupna poslovna sredstva i stopa prinosa na sopstvena sredstva. Prva dva parcijalna pokazatelja utvrđuju se isključivo na bazi pozicija uspeha, za izračunavanje poslednja dva navedena globalna indikatora koriste se i stavke uspeha i pozicije stanja. U analizi konkurentnosti revizorskih preduzeća razmatrana je njihova uspešnost prema ukupnoj aktivni i učešću u ukupnoj aktivni pojedinih preduzeća, ukupnim prihodima i učešću pojedinih preduzeća u ukupnim prihodima ostvarenih pružanjem revizorskih usluga kao i prema ukupnom dobitku i učešću u ukupnom dobitku pojedinih preduzeća.

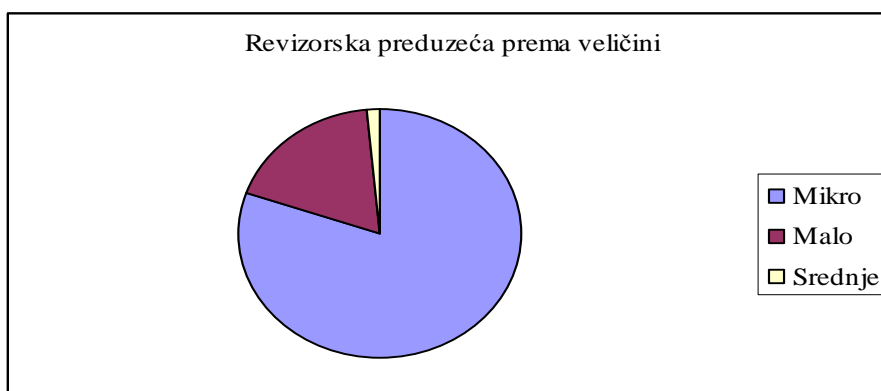
Podaci koji su korišćeni za izračunavanje pokazatelja preuzeti su sa sajta Komore ovlašćenih revizora (http://www.kor.rs/registri_preduzeca.asp) i Agencije za privredne registre (<http://pretraga2.apr.gov.rs/ObjedinjenePretrage/Search/Search>). Vreme pregleda

ovih sajtova je novembar 2015. godine. Osnovni podaci o revizorskim preduzećima preuzeti su sa sajta Komore ovlašćenih revizora dok su podaci o uspešnosti poslovanja, visini kapitala i broju angažovanih radnika preuzeti sa sajta Agencije za privredne registre. Prikupljeni podaci sistematizovani su i obrađeni u Microsoft Excel programu radi tabelarnog i grafičkog prikaza.

Opšte karakteristike revizorskih preduzeća

Na kraju 2014. godine u RS poslovalo je ukupno 66 preduzeća za reviziju pravne forme društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.). Dominantno učešće imaju mikro preduzeća 53 (80.3%), zatim slede mala preduzeća 12 (18.2%) i svega jedno revizorsko preduzeće je srednje veličine (1.5%). "Velika četvorka" obuhvata četiri najveća preduzeća u svetu koja imaju kancelarije u gotovo svim glavnim gradovima država, pa tako i u Beogradu: *Deloitte d.o.o*, *KPMG d.o.o.*, *Ernst & Young d.o.o* i *PWC d.o.o*.

Grafikon 1: Revizorska preduzeća prema veličini



Izvor: Kalkulacija autora na osnovu podataka preuzetih sa www.apr.rs

Sedišta preduzeća za reviziju pretežno su u Beogradu. Manji broj njih osnovan je u drugih gradovima u RS: Novom Sadu, Kragujevcu, Šapcu, Zrenjaninu i dr. U toku 2014. i 2015. godine osnovana su 13 novih preduzeća od toga jedno je u stranom vlasništvu. Najveći broj novoosnovanih preduzeća imaju jednog ili dva osnivača. U narednoj tabeli dat je pregled preduzeća koja su osnovana tokom poslednje dve godine.

Tabela 1: Novoosnovana preduzeća tokom 2014. i 2015. godine u Republici Srbiji

R.B.	NOVOOSNOVANA PREDUZEĆA	POREKLO	BR. OSNIVAČA	DATUM OSNIVANJA
1.	ASW Financial Consulting	domaće	1	31.03.2015.
2.	Ekonomsko- finansijska revizija	domaće	2	02.06.2015.
3.	I&V Audit	domaće	2	12.08.2015.
4.	IB Interbilanz Consulting & Audit	strano	1	10.12.2014.
5.	InterAudit	domaće	1	08.08.2014.
6.	KLS REVIZIJA	domaće	3	11.03.2015.
7.	PETERHOF AUDIT	domaće	1	09.05.2014.
8.	Revizori i savetnici	domaće	1	22.08.2014.
9.	Roedl & Partner Audit	strano	1	12.08.2015.
10.	SALDO REVIZIJA	domaće	1	25.09.2014.
11.	TDM Audit & Consulting	domaće	4	12.08.2015.
12.	CODEX AUDIT	domaće	3	22.04.2014.
13.	Crowe Horwath BDM Audit	domaće	2	05.08.2014.

Izvor: www.kor.rs/registar_preduzeca

Fizička lica su osnivači najvećeg broja preduzeća za reviziju i to uglavnom jedan osnivač. Pravna lica su osnivači manjeg broja revizorskih preduzeća. Tokom 2015. godine šest revizorskih preduzeća je izgubilo dozvolu za rad (tabela br. 2). Dva preduzeća nisu navedena u registru Komore ovlašćenih revizora ali postoje u registru Agencije za privredne registre kao aktivna preduzeća (Nova revizija d.o.o. i PL Auditor d.o.o.)

Tabela 2: Revizorska preduzeća koja su izgubila dozvolu za rad tokom 2015. godine

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	POREKLO	BR. OSNIVAČA
1.	NDP d.o.o.	Mešovito	1
2.	PAN audit d.o.o.	Domaće	4
3.	Pan revizija d.o.o.	Domaće	3
4.	SBV - Janković d.o.o.	Domaće	2
5.	Stanojević auditing d.o.o.	Domaće	1
6.	Nova revizija d.o.o.	Domaće	1

U cilju sagledavanja konkurentnosti domaćih i stranih revizorskih preduzeća potrebno je razmotriti vlasničku strukturu ovih preduzeća. Revizorka preduzeća su prema poreklu kapitala dominantno domaća. Naime, 57 preduzeća osnovana su domaćim kapitalom što čini 86.36% svih osnovanih preduzeća u ovoj delatnosti. Manje od 10% su preduzeća stranog vlasništva (6 preduzeća) dok je najmanji procenat (4.55%) preduzeća u mešovitom vlasništvu (3). Vlasnička struktura preduzeća koja se bave pružanjem revizorskih usluga predstavljena je na sledećem grafikonu.

Grafikon 2: Revizorska preduzeća prema vlasništvu



Izvor: Kalkulacija autora

Ocena konkurentnosti revizorskih preduzeća

Analiza konkurentnosti revizorskih preduzeća obuhvata analizu revizorskih preduzeća prema visini ukupne aktive i učešća pojedinačnih preduzeća u sumi aktive svih revizorskih preduzeća, analizu visine ukupnih prihoda i učešća u sumi prihoda ostvarenih pružanjem revizorskih usluga i neto dobitku i učešću u neto dobitku sektora revizorskih usluga. Analiza rentabilnosti takođe obuhvata stopu prinosa na ukupnu aktivu preduzeća za reviziju. Dobijena stopa je upoređena sa prethodnim godinama i sa prosečnom stopom prinosa u sektoru revizorskih usluga. Osnovni faktori koji utiču na visinu stope prinosa na ukupnu aktivu preduzeća za reviziju su: obim prodaje i prodajne cene revizorskih usluga, efikasnost upravljanja pojedinačnim i ukupnim troškovima. Delovanjem na ove faktore može se

povećati rentabilnost, odnosno sprečiti njen pad (Ivanišević, 2008, p. 41). Promena stope prinosa na ukupna poslovna sredstva posledica je promene stope poslovnog dobitka ili je uzrokovana promenom efektivnosti korišćenja ukupnih sredstava. Iz prethodnog nedvosmisleno proizlazi da se maksimiranje ovog indikatora rentabilnosti može postići maksimiranjem stope poslovnog dobitka i/ili povećanjem koeficijenta obrta ukupnih poslovnih sredstava. Analitičko dekomponovanje stope prinosa na sopstvena poslovna sredstva na stopu neto dobitka i koeficijent obrta sopstvenih poslovnih sredstava implicira da se povećanje ovog globalnog pokazatelja rentabilnosti može postići povećanjem učešća neto dobitka u prihodima od prodaje i/ili smanjenjem vremena obrta sopstvenih poslovnih sredstava. U narednoj tabeli rangirana su pravih deset revizorskih preduzeća prema ukupnoj aktivi i učešću u ukupnoj aktivi.

Tabela 3: Revizorska preduzeća prema ukupnoj aktivi i učešću u ukupnoj aktivi 2012-2014.
- 000 din.

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	Σ aktiva 2012	učešće u Σ aktivi 2012	Σ aktiva 2013	učešće u Σ aktivi 2013	Σ aktiva 2014	učešće u Σ aktivi 2014
1.	Ernst & Young	malo	strano	359,206	16.16%	435,622	16.41%	523,989	16.31%
2.	Auditor	malo	domaće	272,868	12.28%	282,578	10.64%	445,288	13.86%
3.	KPMG	srednje	strano	290,130	13.05%	362,598	13.66%	394,511	12.28%
4.	Deloitte	malo	strano	238,986	10.75%	234,903	8.85%	286,561	8.92%
5.	PWC	malo	strano	338,137	15.21%	226,303	8.52%	235,585	7.34%
6.	Euroaudit	malo	domaće	111,873	5.03%	141,613	5.33%	144,701	4.51%
7.	Finodit	malo	domaće	74,059	3.33%	77,494	2.92%	142,976	4.45%
8.	IEF	malo	domaće	128,096	5.76%	130,865	4.93%	136,580	4.25%
9.	Stanišić-audit	mikro	domaće	20,851	0.94%	20,799	0.78%	122,895	3.83%
10.	BDO	malo	domaće	72,707	3.27%	84,938	3.20%	98,999	3.08%

Najveće učešće u aktivi sektora revizorskih usluga ima stano revizorsko preduzeće „Ernst & Young“ dok je na drugom mestu domaće preduzeće „Auditing“ koje je ispred tri strana preduzeća. Preduzeća sa stranim kapitalom koja su u prvih deset preduzeća prema veličini aktive učestvuju sa 44.86% aktive sektora revizorskih usluga. U prvih deset preduzeća nalazi se šest preduzeća sa učešćem od 32.02% u ukupnoj aktivi ove delatnosti. Poslovni prihodi prvih deset preduzeća za reviziju su pretežno rasli u analiziranom periodu, a po učešću u poslovnim prihodima na prvom mestu se nalazi "Velika četvorka" koju čine strana revizorska preduzeća: *Deloitte*, *KPMG*, *Ernst & Young* i *PWC*. Ova četiri preduzeća prisvojila su 68.596% poslovnih prihoda ostvarenih pružanjem revizorskih usluga u RS, preostalih 6 preduzeća od prvih 10 14.02% poslovnih prihoda, dok je zbirno učešće ostalih revizorskih preduzeća u poslovnim prihodima iznosilo svega 17.42%.

Najveći neto dobitak u 2014. godini ostvarilo je strano preduzeće za reviziju „Deloitte“ u iznosu od 54 659 hiljada dinara, što je činilo 14,77% ukupnog neto dobitka svih revizorskih preduzeća. U prethodne dve godine najveće učešće u neto dobitku imalo je domaće preduzeće „BDO“ ali je u poslednjoj posmatranoj godini zauzelo osmo mesto. Preduzeća „Velike četvorke“ koja su prva po učešću u poslovnim prihodima nisu podjednako uspešna kada je reč o učešću u neto dobitku. Preduzeće „KPMG“ koje je prvo preduzeće po učešću u prihodima nalazi se na drugom mestu kada se uspešnost meri učešćem u neto dobitku, „PWC“ nalazi se na desetom mestu sa učešćem od 3.9% iako je po učešću u prihodima na četvrtom mestu, dok „Ernst & Young“ nije u prvih deset preduzeća po ostvarenom neto dobitku. „Deloitte“ iako je po učešću u poslovnim prihodima zauzeo treće mesto najprofitabilnije je revizorsko preduzeće u RS. U prvih deset preduzeća strana revizorska preduzeća generisala su 27.45%

neto dobitka ostvarenog u RS dok su 44.8% neto dobiti ostvarila domaća preduzeća. Tabela br. 5 prikazuje prvih deset revizorskih preduzeća prema neto dobitku i učešću u neto dobitku ostvarenom pružanjem revizorskih usluga.

Tabela 4: Revizorska preduzeća prema poslovnim prihodima i učešću u poslovnim prihodima 2012-2014.

- 000 din

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	Poslovni prihodi 2012	Učešće u posl.prih. 2012	Poslovni prihodi 2013	Učešće u posl.prih. 2013	Poslovni prihodi 2014	Učešće u posl.prih. 2014
1.	KPMG	srednje	strano	991,608	20.32%	1,154,829	23.04%	1,143,847	21.81%
2.	Ernst & Young	malo	strano	805,695	16.51%	839,207	16.74%	998,821	19.04%
3.	Deloitte	malo	strano	1,028,959	21.09%	863,041	17.22%	934,699	17.82%
4.	PWC	malo	strano	667,006	13.67%	508,358	10.14%	518,582	9.89%
5.	BDO	malo	domaće	227,544	4.66%	254,186	5.07%	239,937	4.57%
6.	Moore Stephens revizija i računov.	malo	domaće	133,513	2.74%	147,601	2.95%	142,915	2.72%
7.	Euroaudit	malo	domaće	91,952	1.88%	97,641	1.95%	110,490	2.11%
8.	PKF	malo	domaće	70,759	1.45%	75,986	1.52%	89,681	1.71%
9.	Finodit	malo	domaće	101,259	2.08%	91,326	1.82%	76,431	1.46%
10.	Baker tilly WB revizija	malo	domaće	70,373	1.44%	69,356	1.38%	75,700	1.44%

Tabela 5: Revizorska preduzeća prema neto dobitku i učešću u neto dobitku 2012-2014. god.

- 000 din

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	ND 2012.	učešće u ND 2012	ND 2013.	učešće u ND 2013	ND 2014	učešće u ND 2014
1.	Deloitte	malo	strano	11,426	4.23%	20,414	6.78%	54,659	14.77%
2.	KPMG	srednje	strano	18,211	6.75%	14,957	4.97%	32,493	8.78%
3.	Euroaudit	malo	domaće	27,840	10.32%	20,748	6.89%	30,373	8.21%
4.	HLB DST-Revizija	mikro	domaće	24,594	9.12%	27,425	9.11%	26,761	7.23%
5.	Kreston MDM Revizija	mikro	domaće	4,306	1.60%	10,247	3.40%	25,297	6.84%
6.	Auditor	malo	domaće	1,178	0.44%	2,805	0.93%	22,868	6.18%
7.	Baker tilly WB revizija	malo	domaće	12,385	4.59%	23,661	7.86%	22,805	6.16%
8.	BDO	malo	domaće	31,141	11.54%	30,532	10.14%	22,680	6.13%
9.	PKF	malo	domaće	16,170	5.99%	11,689	3.88%	15,029	4.06%
10.	PWC	malo	strano	5,206	1.93%	4,024	1.34%	14,421	3.90%

Preduzeća "Velike četvorke" su po veličini mala i srednja preduzeća i zapošljavaju najveći broj radnika u posmatranom periodu. U sektoru revizorskih usluga zaposleno je ukupno 1123 radnika u 2014. godini od čega 48.36% pripada upravo nevedenoj četvorci koja su u stranom vlasništvu. Iako su većina revizorskih preduzeća u domaćem vlasništvu (grafikon 2) svega 9% preduzeća sa stranim vlasništvom zapošljava skoro polovinu angažovanih radnika na pružanju revizorskih usluga. U narednoj tabeli data su pravih deset preduzeća prema broju zaposlenih.

Tabela 6: Revizorska preduzeća prema broju zaposlenih u periodu 2012-2014. god.

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	Br. zap. 2012.	učešće u br. zap. 2012	Br. zap. 2013	učešće u br. zaposl. 2013	Br. zap. 2014	učešće u br. zap. 2014
1.	KPMG	srednje	strano	150	14.15%	169	15.62%	181	16.12%
2.	Ernst & Young	malo	strano	136	12.83%	146	13.49%	162	14.43%
3.	Deloitte	malo	strano	150	14.15%	145	13.40%	140	12.47%
4.	BDO	malo	domaće	77	7.26%	78	7.21%	85	7.57%
5.	PWC	malo	strano	85	8.02%	66	6.10%	60	5.34%
6.	Moore Stephens revizija i računov.	malo	domaće	49	4.62%	43	3.97%	46	4.10%
7.	Finodit	malo	domaće	33	3.11%	33	3.05%	37	3.29%
8.	PKF	malo	domaće	26	2.45%	27	2.50%	29	2.58%
9.	Euroaudit	malo	domaće	29	2.74%	29	2.68%	27	2.40%
10.	Baker tilly WB revizija	malo	domaće	22	2.08%	22	2.03%	27	2.40%

U prvih deset preduzeća prema broju zaposlenih nalazi se 6 domaćih preduzeća koja zapošljavaju 22.35% ukupno zaposlenih u pružanju revizorskih usluga. Konkurentnost domaćih i stranih revizorskih preduzeća može se sagledati prema njihovoj sposobnosti stvaranja većeg neto dobitka po zaposlenom. Prema ovom pokazatelju u prvih deset preduzeća ne nalazi se nijedno strano revizorsko preduzeće. Najveći neto dobitak po zaposlenom ima preduzeće „Kreston MDM Revizija“ sa 3162 hiljada dinara po zaposlenom. Na drugom mestu nalazi se „DIJ Audit“ sa 2172.17 hiljada dinara neto dobiti/zaposlenom, dok je treće rangirano preduzeće „Auditor“ sa 1905.67 hiljada dinara neto dobiti/zaposlenom.

Tabela 7: Revizorska preduzeća prema neto dobitku po zaposlenom u periodu 2012-2014.

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	ND 2012	Br. zap. 2012	ND/zap. 2012	ND 2013	Br. zap. 2013	ND/zap. 2013	ND 2014	Br. zap. 2014	ND/zap. 2014
1.	Kreston MDM Revizija	mikro	domaće	4,306	8	538.25	10,247	7	1,463.86	25,297	8	3,162.13
2.	DIJ - Audit preduzeće za reviziju	mikro	domaće	18,170	10	1,817.00	4,534	7	647.71	13,033	6	2,172.17
3.	Auditor	malo	domaće	1,178	9	130.89	2,805	10	280.50	22,868	12	1,905.67
4.	HLB DST- Revizija	mikro	domaće	24,594	15	1,639.60	27,425	19	1,443.42	26,761	19	1,408.47
5.	Euroaudit	malo	domaće	27,840	29	960.00	20,748	29	715.45	30,373	27	1,124.93
6.	Kapital revizija	mikro	domaće		3	0.00	7,671	6	1,278.50	7,658	7	1,094.00
7.	Auditing	mikro	domaće	13	4	3.25	3,236	4	809.00	3,628	4	907.00
8.	Baker tilly WB revizija	malo	domaće	12,385	22	562.95	23,661	22	1,075.50	22,805	27	844.63
9.	Revizija plus pro	mikro	domaće	4,825	6	804.17	6,630	9	736.67	7,895	10	789.50
10.	Revizija	mikro	domaće	11	7	1.55	12,405	5	2,481.00	3,771	5	754.20

Preduzeće „Deloitte“ koje je imalo najveći neto dobitak u sektoru revizorskih usluga (tabela 5) treće je po broju zaposlenih (140) i po pokazatelju neto dobiti/zaposlenom ne nalazi se u prvih deset preduzeća. Rentabilnost revizorskih preduzeća merena ROA raciom izložena je u narednoj tabeli.

Tabela 8: Revizorska preduzeća prema ROA u periodu 2012-2014. god.

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	Σ aktiva 2012	ND 2012	ND/ Σ aktiva 2012	Σ aktiva 2013	ND 2013	ND/ Σ aktiva 2013	Σ aktiva 2014	ND 2014	ND/ Σ aktiva 2014
1.	Kreston MDM Revizija	mikro	domaće	5,707	4,306	75.45%	11,242	10,247	91.15%	29,632	25,297	85.37%
2.	Rang	mikro	domaće	581	519	89.33%	742	316	42.59%	623	480	77.05%
3.	Auditing	mikro	domaće	1,765	13	0.74%	4,829	3,236	67.01%	4,937	3,628	73.49%
4.	Kapital revizija	mikro	domaće	1,689		0.00%	11,500	7,671	66.70%	11,307	7,658	67.73%
5.	Milinković audit	mikro	domaće	3,307	2,612	78.98%	5,795	4,949	85.40%	4,116	2,754	66.91%
6.	ACA professional audit company	mikro	domaće	2,087	752	36.03%	4,196	2,140	51.00%	4,216	2,621	62.17%
7.	Revizija plus pro	mikro	domaće	9,608	4,825	50.22%	11,812	6,630	56.13%	13,639	7,895	57.89%
8.	HLB DST-Revizija	mikro	domaće	32,024	24,594	76.80%	33,232	27,425	82.53%	46,469	26,761	57.59%
9.	Vinčić	mikro	domaće	10,820	2,539	23.47%	7,848	3,222	41.06%	8,180	4,663	57.00%
10.	Libra audit	mikro	domaće	3,082	1,632	52.95%	4,902	2,861	58.36%	3,454	1,645	47.63%

Dobijeni podaci pokazuju da su najveći ROA ratio imala mikro domaća novoosnovana preduzeća sa skromnom aktivom u odnosu na ostvareni neto dobitak. Ovaj pokazatelj je kod prvih deset preduzeća daleko iznad proseka za sektor revizorskih usluga koji u 2014. godini iznosi 11,52% (tabela 10). Podaci za strana preduzeća „Velike četvorke“ nisu prikazani u prethodnoj tabeli jer nisu u prvih deset preduzeća i vrednosti ROA racia su: KPMG 8.24%, Deloitte 19.07%, PWC 6.12% i Ernest & Young 0.12%.

Tabela 9: Revizorska preduzeća prema ROE u periodu 2012-2014. god.

R.B.	NAZIV PREDUZEĆA	VELIČINA	POREKLO	Σ Kapital 2012	ND 2012	ND/ Σ kapital 2012	Σ kapital 2013	ND 2013	ND/ Σ kapital 2013	Σ kapital 2014	ND 2014	ND/ Σ kapital 2014
1.	ACA professional audit company	mikro	domaće	776	752	96.91%	1,719	2,140	124.49%	1,199	2,621	218.60%
2.	Auditing	mikro	domaće	167	13	7.78%	3,402	3,236	95.12%	3,402	3,628	106.64%
3.	Kapital revizija	mikro	domaće	310		0.00%	7,892	7,671	97.20%	7,701	7,658	99.44%
4.	Kreston MDM Revizija	mikro	domaće	4,077	4,306	105.62%	10,285	10,247	99.63%	25,573	25,297	98.92%
5.	Libra audit	mikro	domaće	1,679	1,632	97.20%	2,908	2,861	98.38%	1,692	1,645	97.22%
6.	Rang	mikro	domaće	520	519	99.81%	586	316	53.92%	505	480	95.05%
7.	Vinčić	mikro	domaće	5,811	2,539	43.69%	3,611	3,222	89.23%	5,053	4,663	92.28%
8.	BDO	malo	domaće	33,768	31,141	92.22%	33,159	30,532	92.08%	25,307	22,680	89.62%
9.	RPS Audit & Consulting	mikro	domaće	412	309	75.00%	1,174	1,119	95.32%	453	398	87.86%
10.	HolCom Audit	mikro	domaće	36		0.00%	46		0.00%	199	157	78.89%

Mikro revizorska preduzeća koja imaju skroman kapital i mali revizorski staž uglavnom zauzimaju prvih deset mesta prema vrednosti ROE ratio, odnosno sposobnosti da sa što manje kapitala ostvare veći neto dobitak. Najuspešnije preduzeće „Kreston MDM Revizija“ mereno neto dobitkom/zaposlenom zauzima prema ovom pokazatelju četvrto mesto a preduzeće „Deloitte“ koje je ostvarilo najveći neto dobitak u 2014. godini ne nalazi se u prvih deset preduzeća.

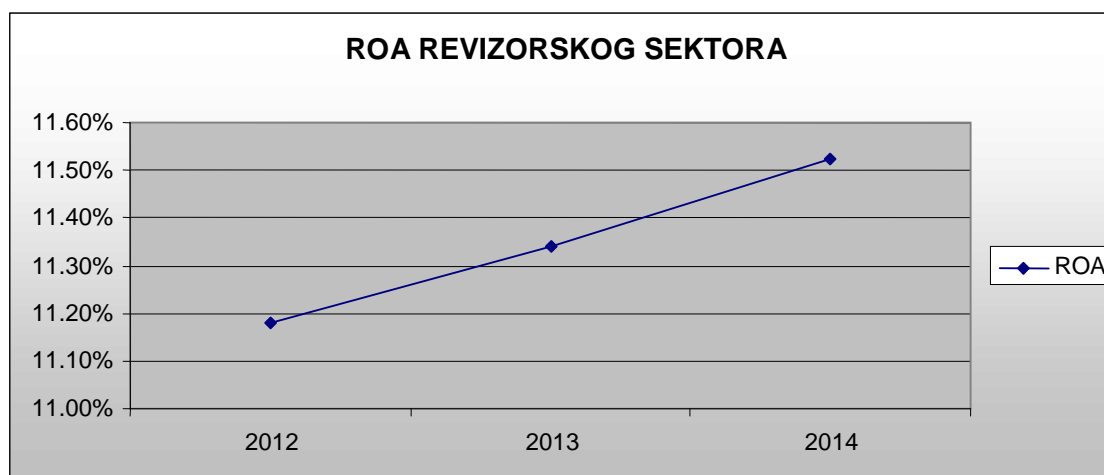
Ocena stanja i perspektive tržišta revizorskih usluga

Ocena stanja, kao i perspektive tržišta revizorskih usluga analizirane su putem sagledavanja promena stanja u sektoru revizorskih usluga za period uzet u analizu (merenjem ukupne aktive, ukupnog kapitala, ukupnog broja zaposlenih, ukupnog prihoda, ukupnog dobitka/gubitka i ROA sektora revizorskih usluga), kao i putem ROA pokazatelja pojedinih uslužnih delatnosti (bankarstva i osiguranja) za posmatrani period.

Tabela 10: Stanje sektora revizorskih usluga u periodu 2012-2014. god.

SEKTOR REVIZORSKIH USLUGA	2012.	2013.	2014.
UKUPNA AKTIVA	2,279,624	2,654,956	2,454,668
UKUPAN KAPITAL	789,313	1,176,017	1,175,966
UKUPNO ZAPOSLENI	1,098	1,082	1,123
UKUPNI PRIHODI	4,942,994	5,011,818	5,244,847
UKUPAN DOBITAK	262,887	301,073	370,087
UKUPAN GUBITAK	7,913	3,652	15,157
ROA SEKTORA	11.18%	11.34%	11.52%

U posmatranom periodu sektor revizorskih usluga beležio je rast ukupnih prihoda i ukupnog dobitka. Ukupan kapital u poslednjoj godini beleži pad iako je u godini koja prethodi beležio rast u odnosu na 2012. godinu. Ukupan broj zaposlenih sektora ima tendenciju pada u 2013. godini ali se broj zaposlenih povećao u poslednjoj analiziranoj godini. Sve tri godine ostvareni gubitak ima konstantan rast. Pokazatelj prinosa na angažovanu aktivu (ROA) ima tendenciju rasta iz godine u godinu i predstavljen je na sledećem grafikonu.

Grafikon 3: Kretanje ROA racia sektora revizorskih usluga

Porast broja zaposlenih od skoro 4% u 2014. godini znatno je veći nego što je iznosio pad broja zaposlenih u 2013. godini od 1.5% u odnosu na broj zaposlenih u 2012. godini. U 2014. godini ukupna aktiva je zabeležila pad od 7.16% u odnosu na 2013. godinu dok je u 2013. godini ostvaren prirast aktive od 16.4% u odnosu na 2012. godinu. Ostvareni dobitak sektora revizorskih usluga ima tendenciju rasta koji je intenzivniji u poslednjoj godini i iznosi 22.93% nego što je ras u prethodnoj godini (14.52%). Ukupan gubitak ima tendenciju rasta u poslednjoj godini analize tako da je gubitak poslednje godine trostruko veći od gubitka u godini koja prethodi. Zarađivačka sposobnost sektora revizorskih usluga merena ROA raciom beleži skroman ali konstantan rast u posmatranom periodu.

Prinosna snaga sektora usluga revizije neuporedivo je veća u odnosu na sektor osiguranja i bankarstva koji takođe pripadaju uslužnoj delatnosti. U narednoj tabeli dat je pregled ROA pokazatelja u istom periodu u ovim delatnostima. Zarađivačka sposobnost revizorskih preduzeća daleko je veća od osiguravajućih društava i banaka. U periodu poslednjih godina za koji je vršena analiza konstantno je prisutno uvećavanje broja osnovanih revizorskih preduzeća koji na početku 2013. godine iznosi 61 preduzeće, dok su na kraju 2009. godine postojala 42 preduzeća.

Tabela 11: ROA pokazatelj pojedinih uslužnih delatnosti u periodu 2012-2014. god.

SEKTOR/DELATNOST	2012.	2013.	2014.
ROA - REVIZORSKE USLUGA	11.18%	11.34%	11.52%
ROA - OSIGURANJA	0.59%	-0.04%	-0.07%
ROA - BANKARSTVO	0.97%	-0.07%	0.12%

Visok iznos pokazatelja ROA u sektoru revizorskih usluga, koji se kretao u posmatranom periodu od 11,18% do 11,52%, je uslovljen visokim prihodima i neto dobitkom u odnosu na "skromnu" aktivu, jer revizorska preduzeća ne poseduju veliku imovinu. Ono što ona poseduju je značajan "intelektualni kapital" licenciranih ovlašćenih revizora koji se ne iskazuje u bilansima. Istraživanje je pokazalo da je revizija visokospecijalizovana skupa komercijalna usluga sa relativno niskim troškovima što omogućava ovim preduzećima ostvarivanje visokih ROA u odnosu na druge vrste uslužnih delatnosti, Naime, u sektoru osiguranja u posmatranom periodu od tri godine ovaj pokazatelj rentabilnosti se kretao od 0,59% do -0,07%, dok se u bankarskoj delatnosti kretao od 0,97% do -0,07%.

Zaključak

Rentabilnost ili zarađivačka sposobnost preduzeća predstavlja jedan od najvažnijih faktora, dinamički posmatrano, opšteg ekonomskog i posebno finansijskog položaja svakog preduzeća. Međutim, sa aspekta ocene konkurentnosti domaćih i stranih revizorskih preduzeća, nije dovoljno utvrđivanje rezultata (dobitka ili gubitka) u apsolutnom iznosu, već je neophodno njegovo upoređivanje sa uloženim kapitalom. Tako utvrđena stopa rentabilnosti preduzeća ima svrhu izračunavanja zarađivačke sposobnosti preduzeća radi komparacije njihove konkurentnosti u pogledu ostvarivanja prinosa ulagačima kapitala (rast, stagnacija ili opadanje).

U ovom radu izvršena je analiza poslovanja domaćih i stranih preduzeća za reviziju na teritoriji Republike Srbije u periodu od 2012. do 2015. godine. Naime, istraživanjem je prikazana vlasnička struktura, razvijenost, koncentracija i zarađivačka sposobnost preduzeća u revizorskoj delatnosti RS. Obuhvaćena je ukupna populacija od 66 registrovanih revizorskih preduzeća u 2014. godini.

Empirijsko istraživanje pokazalo je da:

1. tržište revizorskih usluga čine pretežno mikro preduzeća (80.3%), dok mala i srednja preduzeća uglavnom obuhvataju "veliku četvorku" (19.7%)
2. od 66 revizorskih preduzeća 86.36% su u domaćem, 9.09% su u stranom a ostala 4.55% u mešovitom vlasništvom
3. najveće učešće u ukupnoj aktivni svih revizorskih preduzeća u 2014. godini ima strana revizorska firma *Ernst & Young* sa 16.31%
4. prema učešću u poslovnim prihodima na prvom mestu se nalazi "Velika četvorka": *KPMG, Ernst & Young, Deloitte, i PWC* sa zajedničnim učešćem u poslovnim prihodima od 68.56%
5. u sektoru revizorskih usluga zaposleno je ukupno 1123 radnika u 2014. godini od čega 48.35% pripada upravo nevedenoj četvorci koja su u stranom vlasništvu
6. najveći neto dobitak u 2014. godini ostvarilo je strano preduzeće za reviziju „*Deloitte*“ u iznosu od 54 659 hiljada dinara, što je činilo 14,77% ukupnog neto dobitka svih revizorskih preduzeća

7. najveći ROA ratio (od 50%-90%) imala su mikro domaća novoosnovana preduzeća sa skromnom aktivom dok su preduzeća „*Velike četvorke*“ vrednost ovog pokazatelja imala između 0.1 % i 8.2%, što je znatno ispod pokazatelja za sektor ovih usluga (11,52%)
8. ostvareni dobitak sektora revizorskih usluga ima tendenciju rasta i na znatno višem je nivou od drugih uslužnih delatnosti poput osiguranja i bankarstva.

Buduća istraživanja autora obuhvatiće analizu konkurentnosti i zarađivačke sposobnosti revizorskih preduzeća u RS i zemljama u okruženju radi sagledavanja mogućnosti unapređenja ove visoko sofisticiranje delatnosti u RS.

Reference

1. *Bogićević, J., Stojanović, D., Analiza finansijskih performansi javno komunalnih preduzeća u Kragujevcu*, Zbornik radova „Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca“, Ekonomski fakultet u Kragujevcu
2. *Ivanišević, M., (2008), Poslovne finansije*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu
3. *Stančić, P., (2006), Savremeno upravljanje finansijama preduzeća*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
4. *Stefanović, R., (1980), Savremeno shvatanje finansijskog položaja preduzeća*, Knjigovodstvo broj 7, Savez računovodstvenih i finansijskih radnika Srbije, ISSN 0023-2394
5. *Stefanović, R., (2007), Čitanje bilansa stanja*, prevod sa engleskog, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, ISBN 978-86-82203-71-1
6. *Zakon o reviziji*, Službeni Glasnik 62/2013,
7. http://www.kor.rs/registri_preduzeca.aspž, vreme pregleda novembar 2015.
8. <http://pretraga2.apr.gov.rs/ObjedinjenePretrage/Search/Search>, vreme pregleda novembar 2015.

INFORMACIONA PODRŠKA STRATEGIJSKOG UPRAVLJAČKOG RAČUNOVODSTA KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA

Prof. dr Vesna Janjić*

Dejan Jovanovic

Apstrakt: Cilj ovog rada je da prikaže koncept strategijskog upravljačkog računovodstva, kao zaokruženog teorijskog i praktičnog računovodstvenog sistema i njegovu informacionu ulogu i značaj u procesu uspešnog upravljanja preduzećem. U složenim uslovima privređivanja koje karakteriše ekonomska recesija, kriza, politička previranja, tranzicija, promenljivi uslovi poslovanja, proces upravljanja preduzećem postaje sve teži. Strategijski orijentisano upravljačko računovodstvo postaje značajan faktor za uspešno upravljanje i poslovanje savremenih preduzeća, s obzirom da je fokusirano na pribavljanje i sjedinjavanje informacija iz eksternog okruženja i onih generisanih u samom preduzeću. Integrisanjem informacija iz okruženja i iz samog preduzeća, strategijsko upravljačko računovodstvo, kao sastavni deo sistema upravljačkog računovodstva, obezbeđuje vredno znanje koje može pružiti veliki doprinos strategijskom odlučivanju, posebno strategijskom procesu forsiranja konkurentne prednosti. Na osnovu analize u ovom radu je otkriveno da je strategijsko upravljačko računovodstvo superiornije u pružanju informacija u odnosu na tradicionalno upravljačko računovodstvo. S toga je neophodno da menadžeri preduzeća iskoriste srategijsko upravljačko računovodstvo, a u okviru njega konkurentsko upravljačko računovodstvo, kao informacioni sistem za sticanje konkurentne prednosti. Ovaj rad predstavlja pokušaj da se što bolje istakne potencijal računovodstva za strategijsko upravljanje.

Ključne reči: strategijsko upravljačko računovodstvo, konkurentsko upravljačko računovodstvo, Competitive Intelligence, informacije, konkurentska prednost

Uvod

Aktuelni uslovi privređivanja primoravaju preduzeća na usvajanje eksterne orijentacije, sa stalnim fokusom na promenljive i sofisticirane zahteve kupaca i primenu strategijskog upravljanja preduzećima. Kako bi efikasno upravljali i vodili brigu o zahtevima kupaca, kvalitetu proizvoda i povećanju bogatstva vlasnika, menadžeri se oslanjaju na informacije koje potiču iz preduzeća, a posebno na informacije iz eksternog okruženja koje se odnose na tržište, dobavljače, kupce, konkurenciju. Ovakvi zahtevi za informacijama, koji su posledica promenljivih uslova poslovanja, pomeraju fokus interesovanja upravljačkih računovođa sa internih aktivnosti na tržišta i konkurenciju preduzeća. Otuda značajno izvorište, jedan potpuno nov koncept i širi opseg informacija postaje strategijsko upravljačko računovodstvo (SUR). Usvajanjem SUR preduzeća dobijaju koristan strateški instrument koji se može upotrebiti kao odgovor na nove izazove sa kojima se suočavaju.

Osnovni uslov i pretpostavka opstanka, rasta i razvoja preduzeća postaje konkurentnost. Konkurentska utakmica između preduzeća se odvija identifikovanjem konkurentskih područja, odnosno razlikovanjem ključnih činioca, kao što su cena, kvalitet proizvoda i usluge, fleksibilnost, inovativnost i vreme. Ključnim činiocima poslovnog uspeha treba adekvatno upravljati uz pomoć konkurentskih strategija (strategija troškovnog liderstva, diferencijacije i fokusiranja). Izbor i sprovođenje konkurentskih strategija su u domenu top

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vesnajanjic64@gmail.com

menadžmenta koji za sprovođenje svojih upravljačkih aktivnosti traže podršku SUR, posebno konkurentskog upravljačkog računovodstva.

Interesovanje za ovu problematiku raste od 1980. godine kada je strategija počela da se posmatra kao potencijalna promenljiva, a istraživanje i studije slučajeva da ispituju vezu između elemenata menadžmenta i specifičnih strategija koje su usvojene u preduzeću. Istorijski posmatrano SUR je nastalo kao potreba da se zadovolje zahtevi globalne ekonomije i da se menadžmentu pruži instrument za strategijsko upravljanje preduzećem u nesigurnim tržišnim uslovima. Ako je na osnovu trideset i više godina diskutovanja i rasprave trebalo izvući neki opšti zaključak to je da su računovodstvene komponente SUR veoma različite u odnosu na ono što bi mnogi praktičari računovodstva očekivali (Roslender & Hart, 2010).

Predmet istraživanja u ovom radu biće SUR kao deo računovodstveno-informacionog sistema koji se bavi pribavljanjem i analizom podataka o preduzeću i njegovim konkurentima za svrhe formulisanja i implementacije konkurentskih strategija. Otuda, cilj istraživanja u radu jeste da ispita primenu SUR za postizanje konkurentске prednosti.

Shodno navedenom cilju istraživanja, u radu će biti primenjena kvalitativna metodologija utemeljena na proučavanju i deskriptivnoj analizi problema istraživanja. Istraživanjem će biti proučena relevantna literatura, zasnovana na teorijskim uopštavanjima i iskustvima autora koji su se bavili predmetnom problematikom. Strukturu rada čine četiri dela. U prvom delu se razmatraju konceptualne osnove SUR i njegova uloga u proizvodnju informacija za strategijski menadžment. U drugom delu rada analizira se uloga SUR u formulisanju konkurentskih strategija. Treći deo rada je posvećen konkurentskom upravljačkom računovodstvu, njegovom značaju i mestu u računovodstvenom sistemu. Poslednji deo rada ističe neophodnost kreiranja inteligentnog sistema za obaveštavanje o konkurenciji – Competitive Intelligence (CI)

Konceptualne osnove strategijskog upravljačkog računovodstva

SUR nastalo je i razvijalo se na temeljima tradicionalnog upravljačkog računovodstva i njegovim kritikama. Sam pojam se vezuje za autora Simondsa i 1981. godinu, a nastaje sa zahtevom da se u upravljačko računovodstvo uključi i primena novih instrumenata, tehnika i metoda kojima će se osigurati pretpostavke za pripremu informacija za donošenje strategijskih poslovnih odluka. S toga, SUR ima zadatak da menadžmentu preduzeća obezbedi širu informacionu bazu koja će sadržati glavne elemente strategijskog upravljanja poput konkurencije, kupaca i proizvoda i usluga koji se nude tržištu (Brouthers et al., 1999).

Pojavu SUR treba posmatrati u kontekstu informacionih zahteva menadžmenta, pre svega strategijskog menadžmenta preduzeća, te je neophodno iste uskladiti sa ukupnim informacionim mogućnostima. Sa uvodjenjem SUR širi se baza informacija koje stoje na raspolaganju menadžmentu preduzeća. Da bi zadovoljio informacione zahteve menadžmenta strategijski računovodstveni sistem mora da sadrži informacije nefinansijske prirode, fokusirane na budućnost, interno i eksterno orijentisane i dobijene na osnovu realnih projekcija budućnosti, a ne na osnovu jednostavne ekstrapolacije prošlosti. Drugim rečima, da bi menadžment preduzeća bio zadovoljan informacionom osnovom koju pruža računovodstveni informacioni sistem, posebno SUR, potrebno je dobiti više kvalitativnih informacija nego što je trenutno dostupno, da su informacije okrenute više budućnosti nego što su trenutno, da se dobije šira lepeza informacija u odnosu na prošlost, da su informacije pravovremene i da se dobiju informacije koje su neophodne za postavljanje strateških planova i za njihovu implementaciju.

Otuda, danas se SUR posmatra kao proces identifikovanja, obuhvatanja, razvrstavanja i analiziranja podataka (internog i eksterno karaktera), s ciljem da se menadžmentu pruži podrška u donošenju dugoročnih poslovnih odluka radi ostvarivanja i poboljšanja performansi (Hoque, 2006).

Stvaranje kvalitetnog sistema snabdevanja informacijama, koji u sebi uključuje strategijsku dimenziju, zahteva usvajanje jednog novog koncepta informacione podrške menadžmentu preduzeća nastalog kao rezultat potrebe za strategijskim pogledom na zbivanja u eksternom okruženju i potrebe za promenom postojeće filozofije konvencionalnog upravljačkog računovodstva. Reč je o jednom veoma značajnom prilazu upravljačkog računovodstva neophodnom za razumevanje tržišnih prilika i reakcija konkurencije. Stoga, SUR karakteriše dinamički pristup, timski rad, širok, eksterni, proaktivni pogled na dešavanja u budućnost, jer od mogućnosti preduzeća da predvidi i reaguje na izazove iz okruženja zavisi njegova konkurentna sposobnost.

Informacioni portfolijo SUR čine integrisane finansijske i nefinansijske, odnosno računovodstvene i neračunovodstvene, interne i eksterne, kvalitativne i kvantitativne informacije. Kvalitativni, nefinansijski ili nevrednosni izvori imaju u SUR isto, čak i veće značenje u odnosu na kvantitativne, finansijske podatke. Akcenat je na sinergetskom procesu, odnosno njihovom celovitom razmatranju pod uslovom da čine jedinstvenu bazu podataka. Poseban naglasak se stavlja na nefinansijske informacije koje imaju značajan uticaj na uspešnost poslovanja preduzeća. Time se čini jedan značajan pomak od uskog posmatranja samo troškova proizvodnje ka sagledavanju ukupnih troškova lanca vrednosti poštujući ekonomsko-troškovni aspekt, ali i društveni i ekološki aspekt poslovanja preduzeća. Ovako integrisane informacije koje potiču, na prvi pogled, iz divergentnih koncepata predstavljaju važno informaciono izvoriste za strategijski menadžment prilikom usvajanja i implementacije strategije preduzeća. Od uspešno odabranih, usvojenih i implementiranih strategija zavisiće i postignuta konkurentna prednost (Malinić, Todorović, 2010) kao suštinski uslov i pretpostavka opstanka, rasta i razvoja preduzeća. Uočavajući vezu između upravljačkog računovodstva i strategija Dixon i Smith govore o četiri faze u strategijsko upravljačko računovodstvenom procesu i to: 1) identifikacija strategijskih poslovnih jedinica, 2) strategijska analiza troškova, 3) strategijska analiza tržišta i 4) evaluacija strategija, ističući na taj način njihovu vezu kao "brak jednakih partnera" (Šoljakova, 2012).

Inteziviranjem konkurencije preduzeća su se našla u situaciji u kojoj mora da preispitaju konkurentno okruženje. U stvari, preduzeća mogu da iskoriste SUR kao moćno sredstvo za promenu i prilagođavanje strategije novonastaloj situaciji. Iz rečenog proističe da SUR, i pored toga što ne postoji jedinstveno prihvaćena definicija, u jednom širem kontekstu podrazumeva generički pristup za strategijsko pozicioniranje (Cinquini, Tenucci, 2008). U računovodstvenoj literaturi eksterna orijentacija SUR je dobro utemeljena. Međutim, eksterna orijentacija može se tumačiti na različite načine, odnosno može se odnositi na konkurente, dobavljače, kupce i tržište. Simonds je razvio konceptualni okvir u kojem se ističe značaj informacija o konkurentima u pogledu troškova, cena, tržišnog učešća, u razvoju i praćenju poslovne strategije. Nešto kasnije, različiti autori, poput Jones, Bromwich, Ward, Moon, Bates, prepoznaju vrednost koju informacije o konkurenciji imaju u postizanju konkurentne prednosti. Shank i Govindarajan su ukazali na korisnost eksternih informacija koje omogućavaju preduzećima da uspešno iskoriste veze sa dobavljačima i kupcima imaju uticaj na čitav lanac vrednosti. Konačno, eksterno obeležje SUR se može odnositi i na tržište, koje označava usmerenost proizvoda kako bi se zadovoljile potrebe potrošača, a da se pri tom vodi računa o troškovima proizvoda i dostizanju ciljnih performansi preduzeća. Uopšteno, može se konstatovati da se strategijska karakteristika ovog dela upravljačkog računovodstva odnosi na naglašavanje i osvetljavanje eksternog i budućeg fokusa. Proučavajući ovu

problematiku Lord je zaključio da SUR karakteriše: 1) nastavak tradicionalnog upravljačkog računovodstva zato što se fokusira i na interne i na eksterne informacije, 2) ispitivanje veze između strategijske pozicije koju je izabralo preduzeće i očekivane – računovodstvo za strategijsko pozicioniranje, 3) analiziranje načina za smanjenje troškova ili za povećanje diferencijacije proizvoda preduzeća, putem iskorišćavanja veza u lancu vrednosti i putem optimiziranja pokretača troškova kako bi se stekla konkurentna prednost (Okoye, Akenbor, 2008).

Prema tome, literatura ukazuje na dve perspektive u razvoju SUR. Prva, SUR obuhvata niz strategijski orijentisanih računovodstvenih tehnika. Drugo, nova uloga upravljačkih računovođa ispoljava se u njihovom aktivnom učestvovanju u formulisanju i implementaciji strategija i strategijskom procesu donošenja odluka (Cadez, Guilding, 2008).

Što se tiče prvog aspekta SUR, strategijski orijentisane računovodstvene tehnike se razlikuju od konvencionalnih po svojoj eksternoj (orijentisane na sagledavanje stanja u okruženju) i dugoročnoj orijentaciji, proceni budućih zbivanja i obuhvatanju svih elemenata u lancu vrednosti. Cadez i Guilding (2008) su identifikovali veći broj strategijskih tehnika razvrstanih u pet osnovnih tema SUR i to: 1) obračun troškova, 2) strategijsko planiranje, kontrola i upravljanje rezultatom, 3) donošenje strategijskih poslovnih odluka, 4) računovodstvo konkurenata i 5) računovodstvo kupaca. Ne ulazeći u detaljnu raspravu o značaju pojedinih strategijskih tehnika, dat je prikaz taksativnog navođenja po osnovnim temama SUR (Tabela 1):

Tabela 1: Instrumenti i tehnike strategijskog upravljačkog računovodstva

Osnovna tema	Instrumenti i tehnike
1) Obračun troškova	- Obračun po karakteristikama proizvoda - Životni ciklus troškova - Procena životnog ciklusa - Obračun kvaliteta/eko obračun - Target Costing - Obračun na bazi aktivnosti
2) Planiranje, kontrola i procena rezultata	- Benčmarking - Teorija ograničenja - Throughput računovodstvo - Karta uravnoteženih rezultata
3) Donošenje strategijskih odluka	- Strategijski obračun troškova - Strategijsko određivanje cena - Vrednovanje brenda
4) Konkurentsko računovodstvo	- Procena troškova konkurenata - Nadgledanje konkurentne pozicije - Obračunavanje performansi konkurencije
5) Računovodstvo kupaca	- Analiza profitabilnosti kupaca - Analiza profitabilnosti kupaca u toku životnog veka - Sredstva za vrednovanje kupaca

Izvor: Prilagođeno prema: Cadez, S. & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. Accounting, Organizations and Society, 33(4), 836-863.

Prilikom izbora instrumenata i tehnika SUR treba uzeti u obzir specifičnosti koje proizilaze iz prirode delatnosti kojom se preduzeće bavi, mogućnosti računovodstvenog informacionog sistema i sposobnosti menadžera da zahteva, ali i koristi informacije iz ovog segmenta.

Drugi aspekt SUR polazi od učešća računovođa u proces strategijskog odlučivanja. U savremenim konkurentskim uslovima, preduzeća su najčešće horizontalno organizaciono strukturirana te se odluke donose od strane višefunkcionalnog menadžerskog tima u koji je uključen i upravljački računovođa. Otuda, upravljački računovođa ima zadatak i da transformiše računovodstvene podatke i pokazatelje u upravljačko računovodstveni izveštajni sistem sa svrsishodnim informacionim sadržajem. Takođe upravljački računovođa ima i vrlo važnu ulogu u procesu donošenja strategijskih odluka, posebno u vezi formulisanja i implementacije konkurentskih strategija.

Uloga strategijskog upravljačkog računovodstva u formulisanju i implementaciji konkurentskih strategija

Poslovanje preduzeća će biti uspešno, u smislu ostvarenja misije i ciljeva, ukoliko menadžment izvrši pravilnu procenu i odabir strategije kao načina kombinovanja mogućnosti preduzeća i izazova i ograničenja okruženja. Preduzeće ima mogućnost izbora različitih strategija kako bi postiglo održivu konkurentsku prednost. Kao najčešće korišćene se navode strategija troškovnog liderstva, strategija diferencijacije u proizvodima i uslugama, strategija bazirana na vremenu i strategija fokusiranja. U zavisnosti od vrste konkurentске prednosti koju preduzeće može da poseduje zavisi i izbor strategije. Dakle, reč je o konkurentskim prednostima koje se zasnivaju na niskim troškovima, diferencijaciji i vremenu, odnosno brzini reagovanja preduzeća na zahteve kupaca ili na promene na tržištu ili u tehnologijama (Pearce, Robinson, 2000).

U zavisnosti od strategije koju preferira preduzeće, informacije SUR pomažu u pronalaženju mogućnosti za smanjenje troškova (Okoye, Akenbor, 2008) i aktivnosti diferencijacije proizvoda (Pearce, Robinson, 2000), kao i u brzom reagovanju na zahteve kupaca (Janjić, Jovanović, 2014). Otuda, naglašava se potreba za prikupljanjem, sortiranjem, analizom, procenom i korišćenjem internih i eksternih informacija kako bi preduzeća opstala i stekla konkurentsku prednost u okruženju u kojem posluju.

U zavisnosti od strategijske pozicije, koja može da bude pozicija branioca ili istraživača, preduzeće ima mogućnost izbora različitih strategija kako bi postiglo održivu konkurentsku prednost. Preduzeće branilac konkuriše putem efikasnog izvršavanja operacija u pogledu vođstva u troškovima, kvalitetu i uslugama, dok preduzeće istraživač konkuriše putem inovacija u vidu novih proizvoda i razvijanja novih tržišta. Prema tome, preduzeće branilac ima tendenciju da stavi veći akcenat na korišćenje finasijskih merila učinaka, dok preduzeće istraživač naglašava potrebu za nefinasijskim merilima performansi.

Naglašavajući ulogu upravljačkog računovodstva u razvijanju i implementaciji konkurentskih strategija preduzeća, Shank (1989) ističe da strategije vođstva u troškovima i diferencijacije zahtevaju različite pristupe u analizi troškova. Pažljivo kreiran obračun po standardnim troškovima može predstavljati važno sredstvo upravljačke kontrole za preduzeća koja primenjuju strategiju vođstva u troškovima. Obračun na bazi standardnih troškova verovatno će postati manje važan za preduzeće koje sledi strategiju diferencijacije proizvoda. Preduzeću koje primenjuje strategiju diferencijacije proizvoda potrebno je više informacija o inovacijama proizvoda, o tome koliko traje ciklus dizajniranja proizvoda, kolika su sredstva potrebna za istraživanje i razvoj i sl., u odnosu na preduzeće koje koristi strategiju liderstva u troškovima.

Bez obzira na strategijsko pozicioniranje preduzeća, uloga SUR je da menadžmentu obezbedi relevantne, tačne, blagovremene i pouzdane informacije o kritičnim faktorima uspeha koje potiču iz preduzeća i iz eksternog okruženja, i to za duži vremenski period. Jedan

deo tih informacija će biti finansijske prirode, prezentovan u formi računovodstvenih cifara. Drugi deo informacija treba da bude predstavljen u nešto "mekšim" računovodstvenim ciframa, dok nemali deo informacija treba da bude predstavljen u nefinansijskoj formi. Navedene informacije čine informacioni portfolio SUR. Integrisanjem informacija koje potiču iz okruženja i iz samog preduzeća, te finansijskih i nefinansijskih, SUR pruža značajnu upravljačko informacionu podršku menadžerskoj strukturi u procesu strategijskog odlučivanja i održanja konkurentne prednosti.

Simonds naglašava da je u postupku kreiranja konkurentskih strategija preduzeća zapostavljen jedan veoma važan aspekt koji se odnosi na sagledavanje pozicije konkurencije u odnosu na poziciju preduzeća. Praćenjem kretanja tržišnog učešća svojih proizvoda na ukupnom tržištu, preduzeće sagledava da li stiče ili gubi tržišnu poziciju, a ispitivanjem učešća svakog pojedinačnog proizvoda pokazaće snagu različitih konkurenata. Drury je tvrdio da uključivanje informacija o tržišnom učešću u izveštaje upravljačkog računovodstva pomaže da u većoj meri izveštaji dobiju epitet strategijski važnog informacionog izvorišta (Drury, 2008).

Radi očuvanja konkurentne pozicije preduzeća i razvijanja strategije usmerene ka poboljšanju buduće konkurentnosti, menadžeri zahtevaju informacije koje ukazuju na to od koga, u kojoj meri i zašto bivaju pobeđeni. Tražeći odgovor na napred navedena pitanja stiče se utisak da je jedan od najvećih izazova za menadžere u savremenim uslovima poslovanja prikupljanje informacija o postojećoj i potencijalnoj konkurenciji. Kao podrška menadžerima u prevazilaženju napred navedenog izazova pojavljuje se SUR, odnosno nov pristup u okviru njega koji je označen kao konkurentsko upravljačko računovodstvo (Malinić i dr., 2012). S obzirom na značaj koji se u savremenim, promenljivim i nepredvidivim uslovima poslovanja pridaje informacijama, posebno informacijama o konkurenciji, neophodno je u daljem tekstu ukazati na značaj, ulogu i mesto konkurentskog upravljačkog računovodstva u okviru upravljačko računovodstvenog informacionog sistema i bliže u okviru SUR.

Mesto i značaj konkurentskog upravljačkog računovodstva u računovodstveno organizacionom sistemu

Konkurentsko upravljačko računovodstvo po svojoj nameni i osnovnim obeležjima je locirano u okviru upravljačkog računovodstva, odnosno u SUR. Polazeći od ciljeva koje treba da ispuni i zadataka koje pred njega postavljaju menadžeri, radi se o konceptu čija pažnja je usmerena na konkurenciju i konkurentsko okruženje preduzeća, te se logično uklapa u celovit sistem SUR i predstavlja jedan od njegovih najvažnijih pravaca razvoja.

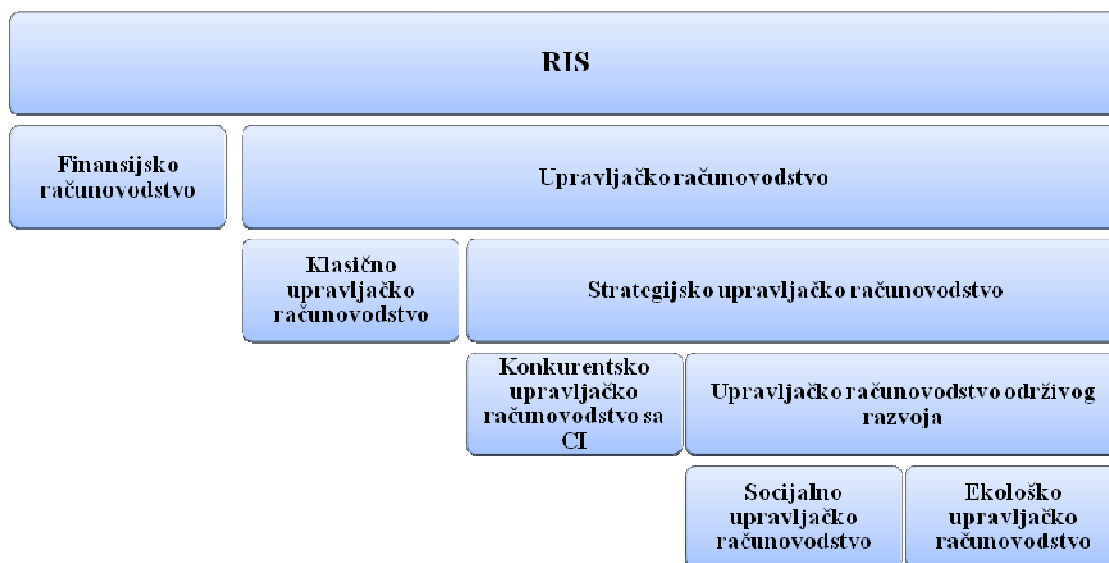
Period „mirnih“ uslova poslovanja, bez neizvesnosti, nepredvidivosti, rizika i turbulencije, karakteriše se kao vreme u kome se informacije o konkurenciji, svedene na tržišno učešće i ponudu konkurencije, smatraju zadovoljavajućim. Međutim, informacione potrebe menadžmenta preduzeća se šire u pravcu spoznaje ne samo tržišnog učešća i ponude konkurencije, već i strukture i visine troškova, odnosa atributa proizvoda i cena, obima aktivnosti, obima prodaje, likvidnosti, solventnosti i rentabilnosti. Činjenica je, da nov poslovni ambijent, prisiljava preduzeća da ulažu napore ka uspostavljanju adekvatne, prilagođene uslovima, baze podataka, odnosno informacionog sistema, koji će da generiše čitav niz upotrebljivih informacija. Informacije o konkurenciji i konkurentima treba da predstavljaju sastavni deo tako formirane baze podataka. U osnovi formirane baze podataka nalazi se konkurentsko upravljačko računovodstvo usmereno na generisanje snažne informacione baze na osnovu koje preduzeća treba da zasnivaju konkurentsku prednost.

Konkurentsko upravljačko računovodstvo usmereno je na procenu visine i strukture troškova konkurenata, nadgledanje konkurentne pozicije i na analizu konkurenata na bazi finansijskih izveštaja. Na taj način konkurentsko upravljačko računovodstvo pruža preduzeću relevantne informacije o konkurenciji koje postaju jedna od glavnih prednosti u konstantnoj konkurentskoj borbi (Malinić i dr., 2012). Dakle, konkurentsko upravljačko računovodstvo čini relativno osamostaljenu računovodstvenu celinu čija pažnja je usmerena na pružanje informacione podrške konkurentskim strategijama. Ovo upućuje na zaključak da je osnovni zadatak ovog dela SUR procena strategijskih ciljeva i performansi konkurentskih preduzeća.

Predmet posmatranja u konkurentskom upravljačkom računovodstvu su podaci prikupljeni iz internih i eksternih izvora koji su podložni proceduri obrade i transformaciji u informacije sa smislenim sadržajem namenjene pre svega menadžmentu preduzeća. Očigledno, konkurentsko upravljačko računovodstvo obuhvata analizu podataka koji se odnose na konkurente, putem koje treba da se stekne uvid u sadašnje troškove, strukturu troškova, finansijsku situaciju, odredi sopstvena konkurentna pozicija i predvidi buduće strategijsko ponašanje konkurenata. Da bi moglo da izvrši analizu podataka potrebno je da stekne mogućnost da čita i tumači izveštaje i saopštenja konkurencije, kao i da vrednuje interne i eksterne kvantitativne informacije što zahteva visok stepen analitičkih i tehničkih znanja i veština kako bi se dobile kvalitetne informacije. Za obezbeđenje kvalitetnih i pouzdanih informacija neophodno je postojanje jednog integralnog i inteligentnog informacionog sistema za obaveštavanje o konkurenciji (Competitive Intelligence - CI) koji se posmatra kao sastavni deo konkurentskog upravljačkog računovodstva i pored toga što u stručnoj literaturi postoje oprečna mišljenja oko toga gde ga treba organizaciono locirati (u okviru upravljačkog informacionog sistema ili računovodstvenog informacionog sistema - RIS).

Ne ulazeći u širu raspravu u vezi organizacionog lociranja CI, te polazeći od opravdanijeg rešenja da ga treba uključiti u okviru računovodstvene funkcije (Malinić, 2015) pažnju ćemo zadržati na šematskom prikazivanju RIS-a i mesta konkurentskog upravljačkog računovodstva i CI u okviru njega.

Slika 1: Organizaciona struktura RIS-a i mesto CI u njemu



Izvor: Malinić, S., (2015). Competitive Intelligence kao bitan informacioni izvor unapređenja konkurentne prednosti, U: Mikerević, D. (red.), Zbornik radova: Finansijsko izveštavanje i upravljanje kao determinante uspešnijeg poslovanja, Banja Vrućica: Savez računovođa i revizora Republike Srpske. str. 318.

Ako pođemo od stava, koji se vrlo često ističe u literaturi iz ove oblasti, kao i Slike 1 koja to potvrđuje, možemo konstatovati da se konkurentsko upravljačko računovodstvo ne može posmatrati odvojeno od CI. Naime, za stvaranje adekvatne i kvalitetne informacione baze koja čini osnovu strategijskog odlučivanja, zahteva se uspostavljanje takvog rešenja koje će u organizacionom smislu ponuditi ustrojstvo posebnog informacionog sistema o konkurenciji poznatog kao konkurentsko upravljačko računovodstvo sa CI konceptom koji je našao svoje mesto u okviru SUR. Potreba za uspostavljanjem ovakvog računovodstveno informacionog sistema, posebno konkurentskog upravljačkog računovodstva sa CI nastala je kao posledica neophodnosti, usled sve agresivnije uloge konkurencije. Otuda, konkurentsko upravljačko računovodstvo sa CI predstavlja efikasan alat i instrument koji svojim pouzdanim mehanizmom u okviru prikupljanja i obrade podataka o postojećoj i potencijalnoj konkurenciji, doprinosi menadžmentu preduzeća da preduzme adekvatne mere na polju konkurentskog nadmetanja.

Nesumljivo je veliki značaj informacija o konkurenciji u procesu strategijskog odlučivanja. Preduzeća koja poseduju te informacije imaju trasiran put ka postizanju superiornih performansi. Da bi preduzeće raspolagalo takvim informacijama potrebno je da ima uspostavljen sistem konkurentskog upravljačkog računovodstva sa CI.

CI predstavlja nov, vrlo značajan, aktuelan, kompleksan i koristan koncept za proces strategijskog upravljanja konkurentnošću preduzeća. U najopštijem smislu CI se može definisati kao kontinuirani proces prikupljanja podataka na legalan i etički način, koji se transformišu u informacije koje imaju smislaoni sadržaj, odnosno informacije i znanja o konkurentima iz eksternog okruženja kako bi se postigla, sačuvala i unapredila konkurentska prednost (Bouthillier, Jin, 2005). Istovremeno, data definicija upućuje na osnovna obeležja CI koja ukazuju da se radi o *kontinuiranom procesu* koji se realizuje u više faza, koraka, *metodama, tehnikama i sitemima*, koji se primenjuju od strane *stručnih kadrova*, sa ciljem prikupljanja, obrade i transformacije podataka u konkurentsku inteligenciju i znanja, ponašajući se *legalno i etički* u istraživanju javno dostupnih podataka (Malinić, 2015).

I pored činjenice da postoje razlike između konkurentskog upravljačkog računovodstva i CI u pogledu načina funkcionisanja, vrste informacija, vremenskog horizonta, metode analize i predmeta istraživanja, oni se ne mogu posmatrati izolovano, već kao sastavne komponente jednog šireg koncepta – SUR i još šireg – upravljačkog i ukupnog računovodstvenog informacionog sistema. Ne ulazeći u dublja razmatranja i ostavljajući po strani brojna pitanja vezana za CI, čini se neophodnim naglasiti jednu važnu dimenziju u primeni sistema CI, a to je da se radi o procesu zasnovanom na etičkom ponašanju koje isključuje korporativnu špijunažu i kontraobaveštavanje.

Competitive Intelligence kao odgovor na korporativnu špijunažu i kontraobaveštavanje

CI sistem predstavlja neizostavan izvor i sredstvo za razvijanje konkurentске prednosti i poboljšanje performansi preduzeća kroz obezbeđenje informacija za taktičko i strategijsko odlučivanje. CI sistem svoje postojanje opravdava aktivnostima koje predstavljaju izvor održive konkurentске prednosti tako što korisne, blagovremene, pouzdane i relevantne informacije utiču pozitivno na proces formulisanja strategija pružajući informacije o okruženju i konkurenciji. Takođe, svoje postojanje opravdava akumuliranjem znanja CI kadrova koje pozitivno utiče na proces implementacije i razvoj strategije kroz upućivanje znanja i informacija donosiocima odluka.

Imajući u vidu napred rečeno i šira teorijska razmatranja u literaturi iz ove oblasti, postavlja se pitanje da li su informacije koje produkuje CI kvalitetne i dovoljno pouzdane za

donošenje taktičkih i strategijskih odluka, odnosno da li se radi o korporativnoj špijunaži i kontraobaveštavanju? Osnivači i profesionalci CI sistema su izloženi medijskim kritikama koje CI smatra oblikom korporativne špijunaže. Da li je to tako?

Korporativna špijunaža predstavlja upotrebu nedozvoljenih sredstava u procesu prikupljanja informacija. Kontraobaveštavanje je proces u kome se preduzimaju određeni koraci ili metode i tehnike sa namerom da preduzeća zaštite svoje podatke i informacije od dostupnosti konkurenciji (Brody, 2008). CI ne koristi nedozvoljena sredstva, nezakonite, protivpravne ili nemoralne, odnosno neetičke metode u procesu prikupljanja i obrade podataka. Legalno i etičko ponašanje i istraživanje javno dostupnih podataka isključuje mogućnost postojanja različitih oblika korporativne špijunaže i kontraobaveštavanja iz CI.

Dakle, CI je definisan i opisan na način koji naglašava legalno, pravno i etičko ponašanje i istraživanje podataka koji su javno dostupni. Da su korporativna špijunaža i kontraobaveštavanje isključeni iz CI potvrđuju i brojne definicije. U jednom opštem pristupu suštinsko određenje CI podrazumeva proces legalnog i etičkog prikupljanja podataka i njihovo transformisanje u informacije i znanja o konkurenciji iz eksternog okruženja radi postizanja konkurentske prednosti, te da se radi o procesu koji ima svoje ulazne i izlazne elemente, namenu i korisnike. Iz ovoga možemo da zaključimo da se radi o korisnim, relevantnim i pouzdanim informacijama koje proizvodi CI i usmerava ih i prilagođava potrebama menadžmenta, što ukazuje da nema elemenata korporativne špijunaže i kontraobaveštavanja (Malinić i dr., 2012).

Zaključak

U slobodnoj tržišnoj ekonomiji konkurentnost je postala pravilo poslovne igre, te preduzeća da bi opstala na tržištu uključuju se u jednu veliku utakmicu iz koje mogu da izađu kao pobednici jedino ako steknu konkurentsku prednost u odnosu na ostale "igrače". Da bi stekla konkurentsku prednost preduzeća treba da imaju sposobnost da prepoznaju ostale "igrače", sadašnje i potencijalne konkurente. Informacije o tome kako konkurent definiše polje svog poslovanja (cene, kvalitet, vreme, diferencijacija), koliko su slične koristi koje kupac dobija od proizvoda i usluga konkurenta, koliko je njihovo tržišno učešće u privrednoj grani i sl., su neophodne strategijskom menadžmentu za poslovno odlučivanje, posebno za formulisanje konkurentskih strategija. Tradicionalnom sistemu upravljačkog računovodstva nedostaju takve informacije s obzirom da je fokusirano na kratkoročne i interne izvore informacija. SUR, kao deo računovodstvenog sistema, okrenuto ka spoljašnjosti i orijentisano ka budućnosti, kreirano je od strane menadžmenta kako bi obezbedilo informacije za formulisanje, primenu i procenu strategije. SUR kao zaokružen teorijski i praktični računovodstveni sistem pojavljuje se kao važan mehanizam i instrument za bolje razumevanje konkurencije uključivanjem strategijske dimenzije u okviru upravljačkog računovodstva.

Izlaganja učinjena u ovom radu nedvosmisleno pokazuju da za formulisanje konkurentskih strategija više nisu dovoljne informacije o preduzeću i njegovim proizvodima i uslugama nego je potrebno proširiti informacionu bazu na obezbeđivanje informacija o konkurenciji. Praćenje strukture troškova konkurenata, nadgledanje njihove konkurentske pozicije i uspostavljanje okvira za vrednovanje konkurenata na bazi javno dostupnih finansijskih izveštaja je u domenu konkurentskog upravljačkog računovodstva. Izveštaji koje proizvodi konkurentsko upravljačko računovodstvo obezbeđuju važne i neophodne informacije koje pružaju preduzeću mogućnost prilagođavanja konkurentske pozicije promenama nastalim na tržištu. Pored konkurentskog upravljačkog računovodstva, poseban informacioni izvor podrške menadžmentu u formulisanju i realizaciji konkurentskih

strategija, čini Competitive Intelligence čije etičko, legalno i pravno ponašanje isključuje kontraobaveštavanje i korporativnu špijunažu.

Ovaj rad je inspirisan nedostatkom uspeha u primeni SUR. Pre trideset i više godina SUR se pojavilo sa velikim ubedenjem i entuzijazmom profesionalnih i akademskih zajednica da će zaživeti u praksi. Ipak izostala je očekivana primena SUR u praksi preduzeća. Mala rasprostranjenost i primenljivosti ovog računovodstvenog sistema uslovljena je brojnim razlozima, a kao najznačajniji su odsustvo opšte prihvaćene definicije, nepoznavanje metoda i tehnika i nedostatak iskustva i veština upravljačkih računovođa u njegovom sprovođenju.

Reference

1. Bouthillier, F. & Jin, T. (2005). Competitive Intelligence Professionals and their Interaction with CI Technology: A Research Agenda. *Journal of Competitive Intelligence and Management*, 3(1), pp. 41-53.
2. Brody, R. (2008). Issues in Defining Competitive Intelligence: An Exploration. *Journal of Competitive Intelligence and Management*, 4(3), pp. 3-16.
3. Brouthers, K. D. & Roozen, F. A. (1999) Is It Time to Start Thinking About Strategic Accounting? *Long Range Planning*, 32(3), pp. 311- 322.
4. Cadez, S. & Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4), pp. 836-863.
5. Cinquini, L. & Tenucci, A. (2008). Is the adoption of Strategic Management Accounting techniques really “strategy-driven”? Evidence from a survey. Dostupno na: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/11819/1/MPRA_paper_11819.pdf
6. Drury, C. (2008). *Management and Cost Accounting*. London: Cengage Learning.
7. Hoque, Z. (2006). *Strategic Management Accounting: Concepts, Processes and Issues*. 2nd ed., N.S.W. : Pearson Education Australia.
8. Janjić, V. i Jovanović, D. (2014). Računovodstvena informaciona podrška upravljanju vremenom u funkciji konkurentnosti preduzeća. *Računovodstvo*, 57 (9-10), str. 28-37.
9. Malinić, S. i Todorović, M. (2010). Upravljačko računovodstveni aspekti jačanja izvozne konkurentnosti – strategijski pristup kao odgovor na izazove promena. U: *Kako povećati konkurentnost privrede i izvoza Srbije* (str. 113-134). Beograd: Ekonomski fakultet.
10. Malinić, S., Jovanović, D. & Janković, M. (2012). Competitive Management Accounting - Response to the Challenges of Strategic Business Decision Making. *Facta Universitatis. Series: I, Economics and Organization*, 9(3), pp. 297-309.
11. Malinić, S., (2015). Competitive Intelligence kao bitan informacioni izvor unapređenja konkurentne prednosti, U: Mikerević, D. (red.), Zbornik radova: *Finansjsko izveštavanje i upravljanje kao determinante uspešnijeg poslovanja*, (str. 307-308). Banja Vrućica: Savez računovođa i revizora Republike Srpske.
12. Okoye, E. & Akenbor, O. C. (2008). Strategic Management Accounting Practices in a Competitive Environment: A Theoretical Exposition, *ABSU Journal of Management Sciences*, 4(2), pp. 1-19.
13. Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2000). *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy*. Boston: McGraw-Hill.
14. Roslender, R. & Hart, J. S. (2010). Strategic Management Accounting: Lots in Name? Dostupno na: <http://www.hw.ac.uk/schools/management-languages/documents/dp2010-aef05.pdf>
15. Shank, J. K. (1989). Strategic Cost Management – New Wine or Just New Bottles? *Journal of Management Accounting Research*, 1, pp. 47-65.
16. Šoljakova, L. (2012). Strategic Management Accounting Development During Last 30 Years. *European Financial and Accounting Journal*, 7(2), pp. 24-35.

UPRAVLJAČKO-RAČUNOVODSTVENE IMPLIKACIJE PREVOĐENJA FINANSIJSKIH IZVEŠTAJA U STRANOJ VALUTI

Jasmina Bogićević*

***Apstrakt:** Najkontroverzniji i najkompleksniji aspekt sa kojim se suočavaju međunarodne računovođe se odnosi na prevođenje finansijskih izveštaja stranih filijala koji su iskazani u stranoj valuti. Pored finansijsko-računovodstvenih potreba za prevođenjem ovih izveštaja koje, pre svega, omogućava konsolidovanje na nivou multinacionalne kompanije (MNK), relevantne su i upravljačko-računovodstvene implikacije, koje podrazumevaju upotrebu prevedenih podataka za potrebe budžetiranja i identifikovanja i ocene ostvarenja stranih filijala i njihovih menadžera. Svrha istraživanja u radu je ukazivanje na značaj korišćenja prevedenih finansijsko-izveštajnih sadržaja stranih filijala za interne svrhe. U tom kontekstu u radu se razmatraju specifični aspekti ocene ostvarenja stranih filijala i njihovih menadžera, kao i informaciona podrška prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala operativnom budžetiranju.*

***Cljučne reči:** prevođenje finansijskih izveštaja, strana filijala, ostvarenja, operativno budžetiranje*

Uvod

U cilju ocene profitabilnosti stranih filijala, motivisanja njihovih menadžera i identifikovanja područja koja zahtevaju preduzimanje korektivnih mera, uprava MNK značajnu pažnju poklanja dizajniranju i kontinuiranom inoviranju sistema za merenje ostvarenja. U literaturi se s pravom ističe da je sistem za ocenu ostvarenja ključni zadatak kontrole upravljanja (Doupnik, Perera, 2007). Realizacija ovog ključnog zadatka je znatno kompleksnija u međunarodnom okruženju zbog brojnih okolnosti, kao što su promene deviznih kurseva, različiti inflatorni pritisci, uticaj međunarodnih transfernih cena i druge specifičnosti imanentne stranim zemljama.

Adekvatna ocena ostvarenja stranih filijala podrazumeva izbor odgovarajućih kriterijuma, pravljenje razlike između ostvarenja filijala i njihovih menadžera i uzimanje u obzir efekata promene deviznih kurseva na njihov finansijski i prinosni položaj. Iako se za ocenu ostvarenja stranih filijala i lokalnih menadžera koristi mešavina finansijskih i nefinansijskih merila, primarna pozicija u tom metričkom spektru pripada finansijskim merilima koja direktno proizlaze ili se identifikuju na bazi njihovih finansijsko-izveštajnih sadržaja. Istraživači iz oblasti računovodstva su ispitivali najzastupljenija finansijska merila ostvarenja stranih filijala i njihovih menadžera. S tim u vezi, došli su do zaključka da se čak i u anglosaksonskim zemljama favorizuju različiti finansijski kriterijumi. Tako, na primer, američke MNK pri oceni ostvarenja njihovih ino filijala prioritet daju ostvarenom profitu i prinosu na ulaganja (Hosseini i Rezace, 1990), a britanske MNK favorizuju odnos ostvarenog prema planiranom profitu (Demirag, 1988).

Bez obzira koji se indikatori za ocenu ostvarenja filijale koriste, treba doneti odluku da li za te svrhe treba koristiti iznose iskazane u lokalnoj valuti ili u valuti matične kompanije. Ukoliko se za te potrebe koristi valuta matične kompanije, MNK mora prevesti, odnosno preračunati finansijske izveštaje strane filijale. U zavisnosti od primenjene metode prevođenja finansijskih izveštaja, efekti tog preračuna se mogu alternativno prikazati ili u okviru

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: jasminab@kg.ac.rs

sopstvenog kapitala ili u bilansu uspeha. Iako odložen efekat prevođenja u bilansu stanja neće uticati na profit, usloviće promenu indikatora prinos na ulaganja. Ne samo ocena ostvarenja stranih filijala, već i budžetiranje se znatno oslanja na preračunavanje računovodstvenih podataka iskazanih u stranoj valuti.

Otuda, predmet istraživanja je razmatranje upravljačko-računovodstvenih implikacija prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala. Cilj istraživanja je da se sagleda značaj korišćenja prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala za interne svrhe.

Polazeći od definisane predmetne problematike i cilja, u radu će se posebno razmotriti prevođenje strane valute u funkciji ocene ostvarenja stranih filijala i menadžera, kao i operativnog budžetiranja.

Prevođenje strane valute u funkciji ocene ostvarenja stranih filijala i menadžera

Ocena ostvarenja stranih filijala i njihovih menadžera predstavlja veoma kompleksno pitanje. Glavni razlozi za to su volatilnost deviznih kurseva, varijabilnost stope inflacije, razlike u sistemima međunarodnih transfernih cena i druge specifičnosti nacionalnih okruženja. Stoga, menadžment MNK, u cilju sticanja objektivne predstave o ostvarenjima stranih filijala i njihovih menadžera, mora imati u vidu i prethodno navedene nacionalne specifičnosti.

Shodno tome, sistem za merenje ostvarenja stranih filijala mora biti usaglašen kako sa opštim strategijama MNK, tako i sa lokalnim okolnostima. Stoga, za ocenu ostvarenja filijala koje su locirane u drugim zemljama treba izabrati odgovarajuća merila, razlikovati ostvarenja filijala i njihovih menadžera i razumeti specifične aspekata sa kojima se kompanije susreću u globalnoj poslovnoj areni. S tim u vezi, poseban akcenat treba posvetiti fluktuacijama deviznog kursa i izabranoj funkcionalnoj valuti ino filijale (Domanović i Bogičević, 2010).

MNK moraju doneti odluku da li će koristiti finansijska, nefinansijska ili kombinovana merila za ocenu ostvarenja svojih filijala i njihovih menadžera (Janjić, Todorović, Jovanović, 2015). Pri tome, i finansijska i nefinansijska merila se koriste za ocenu ostvarenja ne samo ino filijala, već i njihovih menadžera. Ipak, primarna pozicija u tom metričkom spektru pripada finansijskim merilima ostvarenja koje se zasnivaju na računovodstvenim informacijama. Imajući u vidu činjenicu da su te računovodstvene informacije iskazane u stranoj valuti, za potrebe ocene ostvarenja se moraju preračunati i iskazati u valuti matične kompanije. Kao najznačajnija finansijska merila ostvarenja Douppnik i Perera (2007) navode povećanje realizacije, profita, prinosa na ulaganja i smanjenje troškova. Ako su finansijska merila neodgovarajuća i/ili nedovoljna, mogu se koristiti, isključivo ili pored njih, nefinansijski kriteriji. Relevantna uloga nefinansijskih merila se može sagledati na primeru uslužne ino filijale na nivou koje bi, pored ključnih finansijskih merila, mogli biti korišćeni i kriterijumi kao što su zadovoljstvo potrošača, povećanje tržišnog učešća, bezbednost i moralni profil zaposlenih, kontrola kvaliteta, istraživanje i razvoj, odnos sa vladom zemlje domaćina, smanjenje nivoa zagađenosti i odnosi sa lokalnom zajednicom.

Autori nekoliko istraživačkih studija sprovedenih u anglosaksonskim zemljama istakli su primaran značaj finansijskih kriterijuma za ocenu ostvarenja ino filijala i kao najbitnija merila naveli profit, prinos na ulaganja i odnos ostvarenog prema planiranom profitu. Dok američke MNK primaran značaj u tom kontekstu pridaju ostvarenom profitu i prinosu na ulaganja (Hosseini i Rezace, 1990), britanske MNK favorizuju odnos ostvarenog prema planiranom profitu, kao kriterijumu za ocenu ostvarenja (Demirag, 1988). Favorizovanje profita i iz njega izvedenih merila u anglosaksonskim zemljama se obrazlaže činjenicom da

ovaj indikator odražava ostvarenja ključnih funkcionalnih područja (Bogićević, Stojanović, 2014).

Rezultati sprovedenih istraživanja (Bailes i Assada, 1991) pokazuju da centralno mesto u spektru za ocenu ostvarenja stranih filijala u Japanu pripada nivou realizacije, a u SAD prinosu na ulaganja. Komparativni podaci o relativnom značaju finansijskih merila za ocenu ostvarenja stranih filijala u Japanu i SAD su prikazani u tabeli 1.

Tabela 1. Poređenje japanskih i američkih mera ostvarenja stranih filijala

Mere	Japan	SAD
Nivo realizacije	86,3 %	27,9 %
Neto profit	44,7	35,0
Troškovi proizvodnje	40,7	12,4
Marža prinosa	30,7	30,5
Kontrolabilni profit	28,2	51,8
Povećanje realizacije	19,4	22,4
Prinos na ulaganja	3,1	68,4

Izvor: Bailes i Assada (1991,137)

Iako finansijska metrika predstavlja primarnu osnovu za ocenu ostvarenja ino filijala i njihovih menadžera, neophodno je ukazati i na značaj simultanog korišćenja nefinansijskih merila do kojih se ne može doći na bazi računovodstvenih podataka. S tim u vezi, Choi i Czechovicz (1983, 17) ukazuju da najveći značaj za ocenu ostvarenja ino filijala i njihovih menadžera imaju sledeća nefinansijska merila: povećanje tržišnog učešća, odnosi sa vladom zemlje domaćina, kontrola kvaliteta i povećanje produktivnosti. Najmanji značaj u tom smislu ima istraživanje i razvoj na nivou strane filijale.

Nacionalne razlike u primeni finansijskih i nefinansijskih merila se manifestuju i u pogledu relativnog učešća vremena koje divizionari menadžeri u Japanu i SAD posvećuju trima vodećim merama ostvarenja, što se može sagledati na bazi tabele 2.

Tabela 2 Relativno učešće vremena menadžera posvećenog vodećim merama ostvarenja

Merila	Japan	SAD
Realizacija	69 %	19 %
Prinos na ulaganja	7 %	75 %
Tržišno učešće	12 %	19 %

Izvor: Shields, Chow i Kato (1991, 68)

Pošto menadžeri ne mogu da kontrolišu veliki broj faktora koji utiču na ostvarenja njihovih filijala, u literaturi se ukazuje na značaj pravljenja razlike između ocene ostvarenja filijale, s jedne strane, i ocene ostvarenja njenih menadžera, s druge strane (Doupnik, Perera, 2007, 547). Kako ostvarenja strane filijale proizlaze iz odluka koje donose lokalni menadžment, menadžment MNK i vlada zemlje domaćina, postoji mogućnost da se, uprkos zadovoljavajućim postignućima filijale, konstatuju nezadovoljavajuća ostvarenja menadžera, i obrnuto. Stoga je neophodno posebno vrednovati ostvarenja menadžera i filijala. U cilju

motivisanja dobrih menadžera ocenu njihovih ostvarenja ne treba bazirati na stavkama koje nisu pod njihovom kontrolom, već samo onih na koje oni mogu da utiču. S tim u vezi, u računovodstvu odgovornosti je zauzet stav da menadžer pojedinac ne treba da odgovara za nekontrolabilne troškove. Kao pandan tome, ne bi ga trebalo ni nagraditi za nekontrolabilne prihode.

Za potrebe ocene ostvarenja stranih filijala treba doneti odluku da li za te svrhe treba koristiti valutu matične kompanije ili lokalnu valutu. Taj izbor treba da se zasniva na ulozi konkretne filijale u globalnoj strategiji MNK, kao i nivou primarne odgovornosti za upravljanje valutnim rizikom. Ukoliko se od strane filijale ne očekuje da generira matičnu valutu za isplatu dividendi akcionarima, za ocenu njenih ostvarenja treba koristiti lokalnu valutu. Ako bi se uloga strane filijale svodila na istraživačko-razvojne aktivnosti, za potrebe ocene ostvarenja bi se mogla, takođe, koristiti lokalna valuta. Matičnu valutu treba koristiti u situaciji kada vrh kompanije, u uslovima centralizacije finansijske funkcije, snosi isključivu odgovornost za upravljanje valutnim rizikom. U uslovima decentralizovanog upravljanja valutnim rizikom, kada su strane filijale autonomne u tom pogledu, opravdano je koristiti lokalnu valutu za ocenu performansi. Ukoliko nisu ovlašćene za upravljanje valutnim rizikom, strane filijale ne mogu snositi odgovornost za efekte promene deviznih kurseva na njihovu profitabilnost.

Budući da izbor funkcionalne valute (matična ili lokalna valuta) može uticati na iznos profita i često korišćenog racio prinosa na ulaganja, pri korišćenju merila profita za potrebe ocene ostvarenja filijale neophodno je odrediti da li se profit procenjuje u lokalnoj ili valuti matične kompanije. Takođe, treba imati u vidu i činjenicu da, u zavisnosti od veličine i stepena promene deviznih kurseva, postoji mogućnost da strana filijala, profitabilna u stranoj (lokalnoj) valuti, bude znatno manje profitabilna u matičnoj valuti. U tom kontekstu, američke MNK za ocenu ostvarenja stranih filijala uglavnom koriste matičnu valutu, a najveći broj evropskih MNK primenjuju i matičnu i lokalnu valutu, što se egzaktno može prikazati u tabelarnoj formi na sledeći način:

Tabela 3 *Korišćene valute za ocenu ostvarenja stranih filijala*

Valuta	SAD	Evropa
Lokalna valuta	17,7 %	21,1%
Matična valuta	40,5 %	21,4%
Obe valute	36,7 %	50,0%

Izvor Schlank (1998, 178)

Ako se za te potrebe koristi valuta matične kompanije, MNK mora odrediti metodu za preračun finansijskih izveštaja strane filijale. Ispravan preračun je preduslov za realno finansijsko izveštavanje (Vićentijević, Jović, Petrović 2015). Pri tome je neophodno uzeti u obzir i činjenicu da li se efekti prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala odlažu u bilansu stanja i tretiraju kao deo sopstvenog kapitala ili predstavljaju komponentu uspeha (Dmitrović, Bogičević, 2012). Za interne potrebe kompanije ne moraju koristiti iste metode prevođenja finansijskih izveštaja koje zahtevaju njihovi eksterni korisnici. Konkretno, MNK sa sedištem u SAD se za interne potrebe ocene ostvarenja ne mora pridržavati uputstava sadržanih u FASB-ovom Izveštaju 52, Prevođenje strane valute (FASB Statement 52, Foreign Currency Translation), već istu treba da bazira na metodi prevođenja finansijskih izveštaja koja najbolje odražava ekonomsku realnost ocenjivane filijale. U kontekstu ocene ostvarenja stranih filijala treba razmotriti i pitanje da li pri merenju profita treba uzeti u obzir i efekte prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala, odnosno da li prioritet dati temporalnoj ili

metodi tekućih kurseva. Prema temporalnoj metodi prevođenja efekti prevođenja finansijskih izveštaja se uključuju u rezultat, a prema tekućoj metodi efekat prevođenja se odlaže u bilansu stanja. S tim u vezi, uključivanje tih efekata prevođenja u profit za interne potrebe ocene ostvarenja opredeljuju odgovori na sledeća dva pitanja:

1. Da li efekti prevođenja tačno odražavaju uticaj promene deviznog kursa na tokove gotovine u matičnoj valuti?
2. Da li je menadžer strane operacije ovlašćen za hedžing translacione (računovodstvene) izloženosti deviznom riziku?

Afirmativan odgovor na oba pitanja indicira neophodnost uključivanja efekata prevođenja pri oceni ostvarenja, bez obzira da li je to u skladu sa regulativom finansijskog izveštavanja. Ukoliko je odgovor i na jedno i na drugo pitanje negativan, efekat prevođenja se može, a i ne mora uključiti u profit (Doupnik, Perera, 2007, 550).

Takođe, treba razmotriti i da li iskazan rezultat filijale treba korigovati za efekte na koje uprava strane filijale ne može uticati. Imajući u vidu činjenicu da lokalni menadžeri nisu odgovorni za poreze i kamate, trebalo bi umesto profita i neto profita, pri oceni njihovih ostvarenja koristiti pokazatelj dobitak pre kamate i poreza (*EBIT-earnings before interest and taxes*).

Kako ne postoji jedinstven kriterijum na bazi kojeg bi se poredile ostvarenja između matične kompanije i filijala i između samih filijala i njihovih menadžera, u praksi se koristi integralni sistem za merenje ostvarenja, tzv. *Balanced Scorecard* (Domanović, 2010). *Differentia specifica* ovog integralnog pristupa za ocenu ostvarenja MNK obrazlaže se činjenicom da *Balanced scorecard* sadrži, pored četiri standardne dimenzije, i petu dodatnu, tzv. međunarodnu perspektivu (Nobes, Parker, 2010).

Prevođenje strane valute u funkciji budžetiranja

Budžetiranje, kao relevantan i u međunarodnom poslovanju veoma primenjen upravljačko-računovodstveni instrument, znatno se oslanja na prevođenje računovodstvenih podataka iskazanih u stranoj valuti. Kako je sistemom budžetiranja definisana odgovornost na nivou preduzeća, njegovih delova i menadžera, budžet kao njegov proizvod predstavlja uporište za procenu ostvarenja preduzeća.

Mnoge MNK baziraju ocenu ostvarenja stranih filijala na poređenju stvarnih sa planiranim operativnim ostvarenjima. Štaviše, Abdallah i Keller (1985) su istraživanjem došli do zaključka da je odnos ostvarenog prema planiranom profitu najzastupljenije merilo za ocenu ostvarenja stranih filijala sa sedištem u SAD. Do istih rezultata je došao i Demirag (1988) istražujući merila ostvarenja koje najviše koriste strane filijale sa sedištem u Velikoj Britaniji. Upravo odstupanje stvarnih od planskih ostvarenja predstavlja fokalnu tačku sprovođenja kontrole upravljanja kompanijom. Budžetska kontrola pruža mogućnost upravi kompanije da odredi filijale i njihove menadžere koji su odgovorni za utvrđena negativna odstupanja.

Analogno prethodno razmatranom značaju izbora valute pri oceni ostvarenja filijala i menadžera, MNK moraju i pri izradi budžeta dati odgovor na sledeće pitanje: da li izradu budžeta i procenjivanje ostvarenog profita izvršiti u lokalnoj ili u valuti matične kompanije. Ako bi se poređenje ostvarenog i planiranog profita vršilo u lokalnoj valuti, konstatovano odstupanje bi bilo u funkciji odstupanja u obimu prodaje i odstupanja cena u lokalnoj valuti. U tom slučaju konstatovano odstupanje ne bi predstavljalo efekat promene deviznih kurseva. Ako bi se, pak, ostvareni profit poredio sa njegovim planiranim iznosom u matičnoj valuti, i

planiran i ostvaren rezultat filijala bi morali da se prevedu u valutu matične kompanije primenom odgovarajućeg deviznih kursa. Ako bi se, pri tome, za prevođenje planiranog iznosa koristio jedan kurs (na primer, kurs razmene na početku godine), a za prevođenje ostvarenog iznosa primenio drugi kurs (na primer, kurs razmene na kraju godine), odstupanje od planske vrednosti profita bi moglo biti posledica odstupanja u obimu prodaje, odstupanja u cenama izraženim u lokalnoj valuti, kao i promena deviznog kursa u posmatranom periodu.

U situaciji kada se poređenje planskih i ostvarenih agregata vrši u matičnoj valuti, postavlja se pitanje odgovornosti menadžera stranih filijala za odstupanje do kojeg dolazi usled promene deviznog kursa. Odgovor na navedeno pitanje treba dovesti u vezu sa odgovornošću lokalnih menadžera za upravljanje valutnim rizikom. Ako bi u kompetenciji lokalnih ino menadžera bio i valutni hedžing i, shodno tome, kontrola, oni bi se smatrali odgovornim za deo odstupanja proizašao usled promena deviznih kurseva. U tom slučaju opravdano je prevoditi i planirani i ostvareni rezultat u matičnu valutu i odgovornost za odstupanje usled promene deviznog kursa locirati na lokalne menadžere. Suprotno, ako bi odstupanje bilo prouzrokovano nekontrolabilnim efektima promene deviznih kurseva, bolje bi bilo da se za te svrhe koristi lokalna valuta.

Generalno posmatrano, vrh MNK je zainteresovan za ocenu ostvarenja svojih filijala u raznim delovima sveta na bazi jedinstvenog imenitelja, odnosno valute matične kompanije. S tim u vezi, treba, apstrahujući odgovornost stranih menadžera za upravljanje valutnim rizikom, prevesti i ostvareni i planirani rezultat iz lokalne u matičnu valutu. Pri tome, prevođenje kako planiranog, tako i ostvarenog profita treba bazirati na jedinstvenom deviznom kursu, koji može biti (Doupnik, Perera, 2007, 552):

1. efektivni devizni kurs u periodu pripreme budžeta;
2. projektovani budući devizni kurs u periodu pripreme budžeta;
3. efektivni devizni kurs na kraju budžetskog perioda;

Primenjene kombinacije deviznih kurseva impliciraju različit nivo odgovornosti menadžera za fluktuacije deviznog kursa. Ako se prevođenje planiranih i ostvarenih rezultata vrši primenom efektivnog spot kursa u periodu pripreme budžeta ili efektivnog spot kursa na kraju budžetskog perioda, ukupno odstupanje od planiranog rezultata je u funkciji obima prodaje i odstupanja cena u lokalnoj valuti. Ukoliko bi se za prevođenje planiranog rezultata primenio početni, a ostvarenog rezultata krajnji devizni kurs, ukupno odstupanje od planiranog rezultata bi zavisilo od obima prodaje, odstupanja cena u lokalnoj valuti, kao i promene deviznog kursa. U tom slučaju lokalni menadžeri bi trebalo da snose potpunu odgovornost za efekte promene deviznih kurseva.

U literaturi se navodi i kombinacija koja podrazumeva prevođenje planiranih i ostvarenih rezultata primenom projektovanog kursa u periodu pripreme budžeta (Doupnik, Perera, 2007, 552). Ova kombinacije implicira da je ukupno odstupanje od planiranog rezultata u funkciji obima prodaje i odstupanja cena u lokalnoj valuti. Za razliku od prethodnih kombinacija, motiviše menadžere da inkorporiraju očekivane promene deviznih kurseva u svoje operativne planove. Upravo zbog stimulisanja lokalnih menadžera da razmatraju i uticaj promena deviznih kurseva na iznos profita u matičnoj valuti, ova alternativa je favorizovana u literaturi.

Zaključak

Prevođenje finansijsko-izveštajnih sadržaja u stranoj valuti koristi se za interne svrhe, kao što su ocena ostvarenja stranih filijala i menadžera i operativno budžetiranje.

U cilju sticanja objektivne predstave o ostvarenjima stranih filijala i njihovih menadžera uprava MNK mora imati u vidu brojne nacionalne specifičnosti, među kojima poseban značaj pripada fluktuacijama deviznih kurseva. Zanemarivanje uticaja valutne volatilnosti bi imalo za posledicu primenu neodgovarajućih standarda za ocenu njihove efikasnosti, što bi dovelo do smanjenja konkurentnost ne samo filijala, već i MNK u celini.

Ocena ostvarenja stranih filijala i njihovih menadžera se prevashodno zasniva na finansijskim merilima, koja se utvrđuju na bazi finansijsko-izveštajnih informacija. Kako su te informacije, po pravilu, iskazane u stranoj, lokalnoj valuti strane filijale, za potrebe ocene njenih ostvarenja se moraju preračunati i iskazati u valuti matične kompanije. U zavisnosti od primenjene metode prevođenja finansijskih izveštaja, efekti tog preračuna se mogu alternativno prikazati ili kao pozicija stanja (u okviru sopstvenog kapitala) ili kao pozicija uspeha. Zbog prikazivanja u bilansu stanja efekata prevođenja finansijskih izveštaja strane filijale, neće doći do promene profita. Međutim, odlaganje efekata prevođenja u bilansu stanja uslovljava promenu indikatora prinosa na ulaganja. U računovodstvenoj literaturi je prisutno mišljenje da efekte prevođenja finansijskih izveštaja stranih filijala treba uključiti u profit za potrebe ocene ostvarenja ukoliko efekti prevođenja odražavaju uticaj promene deviznog kursa na tokove gotovine u matičnoj valuti i ako su menadžeri strane filijale odgovorni za zaštitu od izloženosti deviznom riziku.

Prevođenje računovodstvenih podataka iskazanih u stranoj valuti je relevantno ne samo za ocenu ostvarenja stranih filijala, već i za potrebe operativnog budžetiranja. Ako bi se ostvareni profit poredio sa njegovim planiranim iznosom u matičnoj valuti, i planiran i ostvaren rezultat filijale iskazani u lokalnoj valuti bi morali da se prevedu u valutu matične kompanije primenom odgovarajućeg deviznih kursa. Ako bi se, pri tome, za prevođenje planiranog iznosa koristio jedan kurs (na primer, kurs razmene na početku godine), a za prevođenje ostvarenog iznosa rezultata primenio drugi kurs (na primer, kurs razmene na kraju godine), odstupanje od planske vrednosti bi moglo biti posledica odstupanja u obimu prodaje, odstupanja u cenama izraženim u lokalnoj valuti, kao i promena deviznog kursa u posmatranom periodu. Drugim rečima, odstupanje usled promena deviznog kursa, konstatovano komparacijom planiranih i ostvarenih rezultata, može se eliminisati korišćenjem identičnog deviznog kursa za njihovo prevođenje.

Razmatranje efekata promena deviznih kurseva na proces budžetiranja potvrdila su nesporan značaj prevođenja strane valute u primeni ovog relevantnog upravljačko-računovodstvenog instrumenta.

Reference

1. Abdallah, W. M. i Keller, D.E. (1985) Measuring the Multinational's Performance, *Management Accounting*, October, 26-30.
2. Bailes, J.C. i Assada, T. (1991). Empirical Differences between Japanese and American Budget and Performance Evaluation Systems, *Journal of Accounting*, 26, No.2, 131-142.
3. Bogičević, J. i Stojanović, D. (2014). *Analiza finansijskih performansi javno komunalnih preduzeća u Kragujevcu*. U Lj. Maksimović i N. Stanišić (ur.), *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca*, Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, 459-470.
4. Choi, F. D. S. i Czechovicz, I. J. (1983). Assessing Foreign Subsidiary Performance: A Multinational Comparison, *Management International Review* 23, 14-25.
5. Demirag, I. S. (1988). Assessing Foreign Subsidiary Performance: The Currency Choice of U.K. MNCs, *Journal of International Business Studies*, 257-275.
6. Dmitrović, Š. Lj. (2012). Prevođenje vs preračunavanje finansijskih izveštaja stranih filijala, *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 277-290.
7. Domanović, V. (2010). *Balanced Scorecard – mogućnosti i efekti primene*. Kragujevac: Ekonomski fakultet Kragujevac.
8. Domanović, V. i Bogičević, J. (2010). Izbalansirana karta rezultata u funkciji merenja efikasnosti inostranih filijala, *Revizor*, 50, 23-34.
9. Douppnik, T. i Perera H. (2007). *International Accounting*, McGraw-Hill, International Edition.
10. Financial Accounting Standard Board, (1981). *Statement of Financial Accounting Standards No. 52, Foreign Currency Translation*, December.
11. Janjić, V., Todorović, M., Jovanović, D. (2015). Komparativna analiza savremenih modela merenja i upravljanja performansama preduzeća, *Ekonomске teme* 53(2), 303-318.
12. Hosseini, A. i Rezace, Z. (1990), Impact of SFAS 52 on Performance Measures of Multinationals, *International Journal of Accounting*, 25, 43-52.
13. Nobes, C. i R. Parker, (2010) *Comparative International Accounting*, Prentice Hall Europe.
14. Schlank R., *Evaluating the Performance of International Operations*, (1998) Business International Corporation, New York.
15. Shields, M. D., Chow, W.C., Kato, Y. i Nakagawa, Y. (1991) Management Accounting Practices in the U.S. and Japan: Comparative Survey Findings and Research Implications, *Journal of International Financial Management and Accounting* 3, No. 1, 61-77.
16. Vićentijević, K. Jović, Z. Petrović, Z. (2015) The impact of impairment of receivables on the reality of financial reporting in the Republic of Serbia, *FINIZ - Singidunum University International Scientific Conference Belgrade*, 49-52.

KVALITETNO FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE KAO FAKTOR UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE

Vladimir Obradović*
Nemanja Karapavlović

Apstrakt: *Finansijsko izveštavanje predstavlja eksterno orijentisani segment računovodstvenog informacionog sistema preduzeća. Glavna sredstva finansijskog izveštavanja jesu finansijski izveštaji, koji, da bi ispunili svoju svrhu, treba da budu kvalitetni, tj. da poseduju odgovarajuće fundamentalne (relevantnost i verodostojnost) i poboljšavajuće kvalitativne karakteristike (uporedivost, mogućnost provere, blagovremenost i razumljivost). Postojanje i striktna primena kvalitetnih standarda finansijskog izveštavanja su osnovni uslovi da bi finansijski izveštaji posedovali dovoljan nivo kvaliteta koji ih čini korisnim za donošenje ekonomskih odluka. U radu se analizira značaj kvalitetnog finansijskog izveštavanja sa aspekta unapređenja konkurentnosti nacionalne privrede, sa posebnim osvrtom na Republiku Srbiju. Time što je prihvatila Međunarodne standarde finansijskog izveštavanja, Republika Srbija je stvorila bitan uslov za kvalitetno finansijsko izveštavanje. Ipak, postoji prostor za unapređenje kvaliteta primene Međunarodnih standarda finansijskog izveštavanja, a time i za poboljšanje kvaliteta publikovanih finansijskih izveštaja. Viši nivo kvaliteta finansijskih izveštaja mogao bi da doprinese privlačenju investicija (inostranih i domaćih), što je jedna od pretpostavki povećanja konkurentnosti preduzeća i privrede u celini.*

Ključne reči: *finansijsko izveštavanje, finansijski izveštaji, kvalitativne karakteristike, Međunarodni standardi finansijskog izveštavanja (IFRS), konkurentnost*

Uvod

Finansijsko izveštavanje je „proces obezbeđenja kvantitativnih finansijskih (računovodstvenih) informacija o preduzeću i njihovog komuniciranja zainteresovanim korisnicima, tj. donosiocima odluka“ (Stefanović, 199, 41). Prevažodno je orijentisano ka eksternim korisnicima, i to onima koji nemaju moć da od preduzeća direktno zahtevaju računovodstvene informacije koje su im neophodne za odlučivanje. Zbog toga je termin „eksterno finansijsko računovodstvo i izveštavanje opšte namene“ najprecizniji i najadekvatniji. Ipak, u literaturi i regulativi široko je zastupljen skraćeni termin „finansijsko izveštavanje“ (Obradović, 2011, 8), koji će biti korišćen u ovom radu.

Finansijsko izveštavanje je dvostrani proces u kome (1) sastavljači finansijskih izveštaja, koji kontrolišu pripremu finansijskih izveštaja, snabdevaju (2) korisnike istim u nadi da će im pomoći u unapređenju njihovih finansijskih odluka o izveštajnom entitetu (Rosenfield, 2006, 27). U tom procesu, menadžment akumulira sve poslovne transakcije tokom perioda, dodeljuje im novčane vrednosti, sortira, ocenjuje i prikazuje ih kroz finansijske izveštaje, u skladu sa standardima finansijskog izveštavanja (Haskins et al., 1997, 9). Shvaćeno kao centralni segment računovodstvenog informacionog sistema, finansijsko izveštavanje se može definisati i kao sredstvo komuniciranja finansijskih informacija koje obezbeđuje računovodstveni sistem (Cooper & Ijiri, 1983, prema: Stefanović, 1993). Jasno se

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vobradovic@kg.ac.rs

uočava da komunikacija (komuniciranje) zauzima značajno mesto u prethodnim definicijama. Od toga kako će se komunikacija odvijati, tj. da li će oni koji informacije poseduju te iste informacije adekvatno saopštiti onima koji su za njih zainteresovani, zavisi i ostvarenje primarne svrhe finansijskog izveštavanja.

Prema aktuelnom Konceptualnom okviru finansijskog izveštavanja (Conceptual Framework for Financial Reporting) Međunarodnog odbora za računovodstvene standarde (International Accounting Standards Board – IASB), revidiranom 2010. godine, primarna svrha finansijskog izveštavanja je pružanje finansijskih informacija korisnih za sadašnje i buduće snabdevače kapitalom prilikom donošenja investicionih i kreditnih odluka. Konkretnije rečeno, a u skladu sa Okvirom, „cilj finansijskih izveštaja opšte namene je pružanje finansijskih informacija o izveštajnom entitetu koje su korisne postojećim i potencijalnim investitorima, zajmodavcima i ostalim kreditorima za donošenje odluka o obezbeđenju resursa entitetu. Ove odluke uključuju kupovinu, prodaju ili zadržavanje vlasničkih ili dužničkih instrumenata, kao i odluke o odobravanju ili izmirenju zajmova i ostalih oblika kredita“ (International Accounting Standards Board, 2010). Cilj izrečen u Okviru jasno govori da su primarni korisnici finansijskih izveštaja davaoci kapitala – investitori i kreditori, ali konstatacija da „informacije koje su davaocima kapitala korisne za odlučivanje mogu, takođe, biti korisne korisnicima finansijskih izveštaja različitim od davalaca kapitala“ (Walton, 2011, 38) ukazuje na to da davaoci kapitala ne moraju biti i da nisu jedini korisnici finansijskih izveštaja.

U pogledu glavnog cilja finansijskog izveštavanja postoji saglasnost dvaju najuticajnijih regulatora finansijskog izveštavanja na globalnom nivou – Međunarodnog odbora za računovodstvene standarde i Odbora za standarde finansijskog računovodstva (Financial Accounting Standards Board – FASB) u SAD. Ujednačenost u pogledu primarnog cilja finansijskog izveštavanja rezultat je jedne faze konvergencije Međunarodnih standarda finansijskog izveštavanja (International Financial Reporting Standards – IFRS) i opšteprihvaćenih računovodstvenih principa (Generally Accepted Accounting Principles – GAAP) SAD.

Glavna sredstva finansijskog izveštavanja, putem kojih čitav proces finansijskog izveštavanja ispunjava svoju svrhu, jesu finansijski izveštaji, koji treba da pruže korisne informacije svima onima koji imaju ili mogu imati neki interes u poslovanju izveštajnog entiteta. Mada je sastavljanje finansijskih izveštaja u nadležnosti menadžmenta, oni nisu prevashodno namenjeni zadovoljenju informacionih potreba menadžmenta, već su sredstvo komuniciranja između menadžmenta i investitora, ali i ostalih interesnih grupa, o finansijskoj snazi i profitabilnosti preduzeća (Young & Cohen, 2013, 2). Prema IFRS, tj. prema Međunarodnom računovodstvenom standardu (International Accounting Standard – IAS) br. 1, godišnji set finansijskih izveštaja čine: (1) izveštaj o finansijskom položaju na kraju perioda (tradicionalno poznat kao bilans stanja), (2) izveštaj o dobitku/gubitku i ostalom ukupnom rezultatu za period, (3) izveštaj o promenama sopstvenog kapitala za period, (4) izveštaj o tokovima gotovine za period i (5) napomene uz finansijske izveštaje. Svaki finansijski izveštaj je posebna celina, ali su svi finansijski izveštaji međusobno povezani. Ta povezanost nije iznenađujuća budući da uspeh kompanije utiče na njene novčane tokove, a profit i novčani tokovi utiču na njen finansijski položaj (Young & Cohen, 2013, 8).

Finansijski izveštaji ne mogu da ispune svoju svrhu ako nisu kvalitetni. Stoga će, u nastavku, biti razmotreni kvalitativni aspekti finansijskog izveštavanja.

Odlike kvalitetnog finansijskog izveštavanja

Iz navedenog primarnog cilja finansijskog izveštavanja proističu kvalitativne karakteristike finansijskih izveštaja, tj. karakteristike koje treba da imaju informacije koje oni sadrže da bi bile korisne za donošenje odluka. Prema aktuelnom IASB-ovom Konceptualnom okviru finansijskog izveštavanja, sve kvalitativne karakteristike se svrstavaju u sledeće dve kategorije:

1. fundamentalne kvalitativne karakteristike i
2. poboljšavajuće kvalitativne karakteristike.

Da bi bile korisne za donošenje ekonomskih odluka, informacije treba istovremeno da budu relevantne i verodostojno prikazane. Informacije koje su verodostojno prikazane, ali koje su irelevantne, kao i informacije koje jesu relevantne, ali ne i verodostojno prikazane, ne pomažu korisnicima da donesu ispravne ekonomske odluke. Iz tog razloga, fundamentalne kvalitativne karakteristike finansijskih izveštaja su relevantnost i verodostojnost.

Relevantne finansijske informacije jesu one informacije koje prave razliku između odluka korisnika finansijskih izveštaja. Ukoliko one ne bi bile na raspolaganju, korisnici bi verovatno doneli drugačije odluke (Škarić-Jovanović & Spasić, 2014, 6). Informacija mora da ima konfirmativnu ili prediktivnu vrednost da bi mogla da utiče na odluke korisnika finansijskih izveštaja. O konfirmativnoj vrednosti informacije se može govoriti ako ona ukazuje na ispravnost ranijih procena, u smislu da ih potvrđuje ili negira. Prediktivna vrednost informacije postoji ako ona može biti iskorišćena za predviđanje budućnosti. Bitan aspekt relevantnosti, koji je specifičan za svaki entitet, jeste značajnost (materijalnost), koja zavisi od prirode ili veličine tangirane stavke u kontekstu finansijskih izveštaja entiteta. Informacija se smatra značajnom ako bi njeno izostavljanje ili pogrešno prikazivanje moglo uticati na ekonomske odluke.

S obzirom na to da finansijski izveštaji prikazuju ekonomske fenomene putem reči i brojeva, verodostojnim informacijama se smatraju samo one informacije koje verno reprezentuju odgovarajuće fenomene. Da bi se smatrale verodostojnim, informacije treba da budu potpune (kompletne), neutralne i prikazane bez grešaka. Pod potpunim prikazivanjem se podrazumeva saopštavanje svih informacija koje su neophodne korisnicima da bi razumeli posmatrani fenomen. Neutralno prikazivanje znači odsustvo pristrasnosti prilikom selekcije ili prezentovanja finansijskih informacija, tj. izbegavanje bilo kakvih manipulacija koje dovode do povoljnog ili nepovoljnog prihvatanja informacija od strane korisnika. Prikazivanje bez grešaka podrazumeva opisivanje odgovarajućih fenomena bez omaški i izostavljanja, kao i odsustvo nepravilnosti u procesu generisanja informacija. U situacijama kada vrednosti pozicija finansijskih izveštaja ne mogu da budu egzaktno utvrđene, već se do njih može doći jedino prosuđivanjem, zahtev verodostojnog prikazivanja ostvaruje se jasnim isticanjem da je vrednost utvrđena prosuđivanjem, pružanjem svih neophodnih objašnjenja u vezi sa prirodom i ograničenjima procesa prosuđivanja i isključenjem grešaka u koncipiranju i implementaciji samog procesa prosuđivanja.

Poboljšavajuće kvalitativne karakteristike unapređuju korisnost relevantnih i verodostojnih informacija. One, takođe, pomažu u situacijama kada su na raspolaganju dve ili više mogućnosti za rešavanje računovodstvenih problema koje su ekvivalentne sa aspektata relevantnosti i verodostojnosti. Nesporno je da sastavljači finansijskih izveštaja treba da nastoje da maksimiziraju poboljšavajuće kvalitativne karakteristike. Ipak, one ne mogu da učine korisnim informacije koje već nisu relevantne ili verodostojne. U poboljšavajuće kvalitativne karakteristike spadaju: uporedivost, mogućnost provere, blagovremenost i

razumljivost. Uporedivost informacija omogućava korisnicima da identifikuju i razumeju sličnosti i razlike između entiteta, kao i promene unutar samog entiteta tokom vremena. O uporedivosti se može govoriti ako se slične stvari prikazuju na sličan način, a različite stvari na različit način. Mogućnost provere je u funkciji verodostojnosti i podrazumeva sposobnost različitih stručnih i nezavisnih posmatrača da dođu do konsenzusa, mada ne obavezno i do potpune saglasnosti, o verodostojnosti određene informacije. Blagovremenost podrazumeva raspoloživost informacija za donosiocima odluka u pravo vreme, tj. u vreme kada one mogu da ostvare uticaj na njihove odluke. Generalno, što su informacije starije, manje su relevantne za donošenje odluka. Razumljivost se odnosi na jasno i koncizno klasifikovanje, označavanje i prikazivanje informacija, pri čemu treba početi od pretpostavke da su finansijski izveštaji namenjeni korisnicima koji imaju adekvatan nivo poznavanja poslovnih aktivnosti i koji pažljivo čitaju i analiziraju finansijske izveštaje.

Važno prožimajuće ograničenje za pružanje korisnih finansijskih informacija jesu troškovi. Naime, generisanje i saopštavanje informacija iziskuje troškove, koji treba da budu niži od koristi po osnovu raspoloživosti informacija. Troškovno ograničenje i ranije pomenuta značajnost (materijalnost) čine ograničavajuće kvalitativne karakteristike.

U prethodnoj verziji IASB-ovog konceptualnog okvira, koja je važila do 2010. godine, na listi kvalitativnih karakteristika nalazila se i opreznost. Reč je o tradicionalnom računovodstvenom principu koji podrazumeva nastojanje da se, prilikom priznavanja i merenja pozicija finansijskih izveštaja, izbegne (a) precenjivanje sopstvenog kapitala (neto imovine) po osnovu precenjivanja sredstava i/ili potcenjivanja obaveza, i (b) precenjivanje neto dobitka po osnovu precenjivanja prihoda i/ili potcenjivanja rashoda. Iako princip opreznosti ima široku podršku u literaturi, koja se opravdava (a) nesigurnošću procenjivanja i (b) okolnošću da je precenjeni dobitak, za samo preduzeće i njegove vlasnike, opasniji od potcenjenog dobitka (Ranković, 2010, 174), IASB je zauzeo stav da je on nekonzistentan sa zahtevom neutralnosti, tj. da može da dovede do saopštavanja pristrasnih informacija. Drugim rečima, preovladao je stav da opreznost iskrivljuje računovodstveno merenje, jer narušava verodostojnost (Whittington, 2008, 158). Ali, uprkos tome što se opreznost ne nalazi na listi kvalitativnih karakteristika, za aktuelne IASB-ove standarde se može reći da su, u izvesnoj meri, zasnovani upravo na ovom principu (Melville, 2011, 23). Tome treba dodati da opreznost i dalje figurira kao jedna od kvalitativnih karakteristika finansijskih izveštaja u Međunarodnom standardu finansijskog izveštavanja za male i srednje entitete. Iz prethodno rečenog jasno proističe da opreznost, ipak, ima značaj za savremeno finansijsko izveštavanje.

Faktori kvalitetnog finansijskog izveštavanja

Da bi finansijski izveštaji koji se u jednoj zemlji sastavljaju posedovali dovoljan nivo kvaliteta, koji ih čini korisnim za donošenje ekonomskih odluka, neophodno je da se ispune dva uslova, i to: (1) da postoje kvalitetni standardi finansijskog izveštavanja i (2) da se ti standardi dosledno (striktno) poštuju od strane sastavljača finansijskih izveštaja.

Standardi finansijskog izveštavanja su smernice koje treba poštovati prilikom sastavljanja finansijskih izveštaja opšte namene. Oni sadrže instrukcije za rešavanje praktičnih problema (Alexander & Nobes, 2010, 48), koje tangiraju formu finansijskih izveštaja, priznavanje i procenjivanje pozicija finansijskih izveštaja (sredstva, obaveze, prihodi i rashodi) i obelodanjivanja u finansijskim izveštajima.

Standardi finansijskog izveštavanja imaju važnu ulogu u funkcionisanju tržišne ekonomije. Oni pružaju koristi svim učesnicima u procesu finansijskog izveštavanja – sastavljačima, revizorima i korisnicima finansijskih izveštaja. Njih treba posmatrati kao

sredstvo za razrešavanje potencijalnih konflikata pomenutih učesnika (Underdown & Taylor, 1987, 39). Standardi treba da obezbede da različiti entiteti na sličan način računovodstveno tretiraju slične transakcije (Arnold *et al.*, 1994, 67). Time što propisuju sadržinu finansijskih izveštaja, standardi smanjuju prostor za slobodnu volju sastavljača finansijskih izveštaja (Alexander *et al.*, 2007, 23) i omogućavaju korisnicima da te izveštaje lakše čitaju i analiziraju. U odsustvu standarda, investitori, kreditori i finansijski analitičari bi morali da utroše dosta vremena i resursa kako bi razumeli osnovu na kojoj su sastavljeni finansijski izveštaji svake kompanije, dok bi upoređenje izveštaja različitih kompanija bilo otežano (Harrison *et al.*, 2011, 6). Standardi treba da doprinesu da se reducira obim insajderskih informacija, kao informacija bitnih za ocenu perspektiva kompanije koje ljudi unutar kompanije poseduju, a koje nisu raspoložive eksternim interesentima (investitorima i kreditorima). Na taj način, standardi doprinose ublažavanju informacione asimetrije na tržištu kapitala. Oni treba svim interesentima da donesu jednake koristi od posedovanja informacija. Smanjenje informacione asimetrije čini efikasnijim tržište kapitala, smanjuje rizik ulaganja i povećava likvidnost hartija od vrednosti, što je u interesu čitavog društva. Ipak, zbog prirode računovodstva, od standarda se ne može očekivati da ponude rešenja za sve moguće praktične probleme sa kojima se sastavljači finansijskih izveštaja mogu suočiti. Svrha standarda ogleda se u tome da definišu prostor u kome računovođe donose odluke, tj. prostor u kome vrše prosuđivanja, koja ostaju neophodan deo finansijskog računovodstva i izveštavanja.

Ipak, postojanje kvalitetnih standarda finansijskog izveštavanja u jednoj zemlji, samo po sebi, ne garantuje kvalitetno finansijsko izveštavanje. Ukoliko se standardi ne primenjuju u potpunosti ili se primenjuju na pogrešan način, finansijski izveštaji neće biti kvalitetni. Kvalitetno finansijsko izveštavanje stoji na četiri stuba, a kvalitetni standardi finansijskog izveštavanja predstavljaju samo jedan stub. Preostala tri stuba obezbeđuju striktnu primenu standarda finansijskog izveštavanja, a to su: (a) efektivan sistem korporativnog upravljanja i internih kontrola, (b) kvalitetne prakse revizije, koje se zasnivaju na kvalitetnim standardima revizije, i (c) efektivni sistemi za superviziju primene standarda finansijskog izveštavanja i standarda revizije (Goldberg *et al.*, 2006, 35). Celokupna regulatorna infrastruktura finansijskog izveštavanja jedne zemlje treba da omogući da se standardi finansijskog izveštavanja striktno interpretiraju (tumače) i primenjuju, da se uspešno rešavaju praktični problemi finansijskog izveštavanja, kao i da se model finansijskog izveštavanja i njegova relevantnost za korisnike kontinuirano unapređuju, uz uvažavanje odnosa troškova i koristi (PricewaterhouseCoopers, 2003, 3). Važan deo regulatorne infrastrukture finansijskog izveštavanja treba da budu sankcije za svako namerno kršenje standarda. Ako su sankcije blage ili neefikasne, kompanije mogu da odstupe od standarda, a da ne snose značajne posledice (Choi & Meek, 2008, 56-57).

Značaj kvalitetnog finansijskog izveštavanja za konkurentnost nacionalne privrede

Jedan od ključnih preduslova za ispravne odluke investitora jesu kvalitetni finansijski izveštaji. Oni daju mogućnost investitorima da jasno razlikuju preduzeća koja predstavljaju dobru (povoljnu) priliku za ulaganje od onih preduzeća koja to nisu. Sa porastom kvaliteta finansijskih izveštaja raste verovatnoća da će investitori plasirati svoj kapital u preduzeća koja su konkurentna ili koja imaju potencijal da postanu konkurentna, na svetskom ili domaćem tržištu, kao i da će, istovremeno, povlačiti kapital iz onih preduzeća koja nisu konkurentna i koja nemaju perspektivu da to postanu. Iz toga sledi da je kvalitetno finansijsko izveštavanje bitna pretpostavka povećanja konkurentnosti preduzeća, a time i čitave privrede jedne zemlje. Kvalitetni finansijski izveštaji doprinose privlačenju investicija, koje su potrebne preduzećima da bi postala ili ostala konkurentna. To naročito važi za strane

investicije, koje mogu doneti nove tehnologije, nova znanja, bolji kvalitet proizvoda i bolje korporativno upravljanje (Malinić, 2014, 10). Ipak, ne treba zanemariti ni značaj domaćih investitora, koji mogu obezbediti kapital neophodan za rast i razvoj preduzeća.

U kontekstu rasprave o konkurentnosti privrede jedne zemlje, ključni značaj ima opšte poverenje investitora (domaćih i inostranih) u kvalitet finansijskih izveštaja koji se u toj zemlji sastavljaju i publikuju. Investitori treba da imaju dovoljan nivo poverenja u (a) kvalitet merodavnih standarda finansijskog izveštavanja, (b) stručnost i profesionalnu odgovornost sastavljača i revizora finansijskih izveštaja i (c) institucionalne mehanizme koji treba da primoraju sastavljače i revizore finansijskih izveštaja da se ponašaju odgovorno, tj. da poštuju merodavne standarde. Ukoliko osećaju nesigurnost u pogledu kvaliteta sistema finansijskog izveštavanja jedne zemlje, investitori mogu da reaguju na dva načina: (a) da potpuno odustanu od plasiranja kapitala u preduzeća iz dotične zemlje ili (b) da uvećaju očekivani prinos na ulaganja za dodatnu premiju, čime se povećava cena kapitala za preduzeća koja koriste kapital.

Na rizik ulaganja u jednu zemlju koji investitori percipiraju utiču brojni faktori. Jedan od njih je vezan za područje finansijskog izveštavanja, a proizilazi iz teškoća razumevanja finansijskih izveštaja i opasnosti da se sva preduzeća ne pridržavaju standarda finansijskog izveštavanja u podjednako meri (Epstein, 2009, 27). Drugim rečima, sa povećanjem sumnje investitora u kvalitet sistema finansijskog izveštavanja jedne zemlje raste rizik ulaganja koji investitori percipiraju. Ukoliko investitori procenjuju da je rizik nekog ulaganja visok, oni će to ulaganje prihvatiti samo ako im ono može doneti visok prinos.

Važan faktor poverenja investitora u kvalitet finansijskog izveštavanja jedne zemlje jeste kvalitet standarda finansijskog izveštavanja koji se u toj zemlji poštuju. Investitori treba da budu uvereni da su standardi finansijskog izveštavanja koje preduzeća poštuju kvalitetni, pri čemu je za međunarodne investitore posebno važno da standardi budu međunarodno priznati. S obzirom na to da IFRS imaju veliki ugled na globalnom nivou, prvi korak koji jedna zemlja treba da učini da bi povećala poverenje investitora u svoj sistem finansijskog izveštavanja je upravo da prihvati IFRS. Ako se zna da IFRS poštuju preduzeća iz mnogih zemalja sveta, prihvatanje IFRS ima veliki značaj sa aspekta povećanja stepena uporedivosti finansijskih izveštaja na globalnom planu, što doprinosi privlačenju inostranog kapitala i, time, podizanju nivoa konkurentnosti domaće privrede. Ako preduzeća slede nacionalne standarde koji nisu dovoljno poznati inostranim investitorima, investitori će imati teškoće u razumevanju finansijskih izveštaja, a time i u proceni njihovih perspektiva. Investitor koji ne razume potpuno finansijske izveštaje svih preduzeća koje razmatra može dati prednost sigurnosti nad potencijalnim prinosom i doneti odluku da plasira kapital u manje efikasno preduzeće samo zato što razume njegove finansijske izveštaje, pa ga, stoga, smatra manje rizičnim u odnosu na preduzeće čije izveštaje ne razume. Jasno je da, u tom slučaju, investitor može da propusti povoljnu investicionu priliku. Sa druge strane, preduzeće koje ima potencijal za poboljšanje konkurentnosti može da propusti priliku da pribavi kapital koji je neophodan za to, jer investitor nedovoljno razume njegove finansijske izveštaje. Prihvatanje IFRS u značajnoj meri ublažava prethodne probleme.

Ipak, sam čin prihvatanja IFRS od strane nadležnih institucija jedne zemlje, tj. čin njihovog nametanja preduzećima putem zakona, nije dovoljan. On mora da bude praćen izgradnjom adekvatnih mehanizama koji treba da osiguraju striktnu primenu IFRS. Značaj takvih mehanizama za konkurentnost privrede jedne zemlje može se ilustrovati hipotetičkim primerom. Preduzeća A i B, koja zvanično poštuju IFRS, emituju pakete novih akcija i nastoje da privuku investitore. Preduzeće A je veoma konkurentno na domaćem tržištu i ima povoljan finansijski položaj i visoku rentabilnost. Ono ima potencijal da postane konkurentno

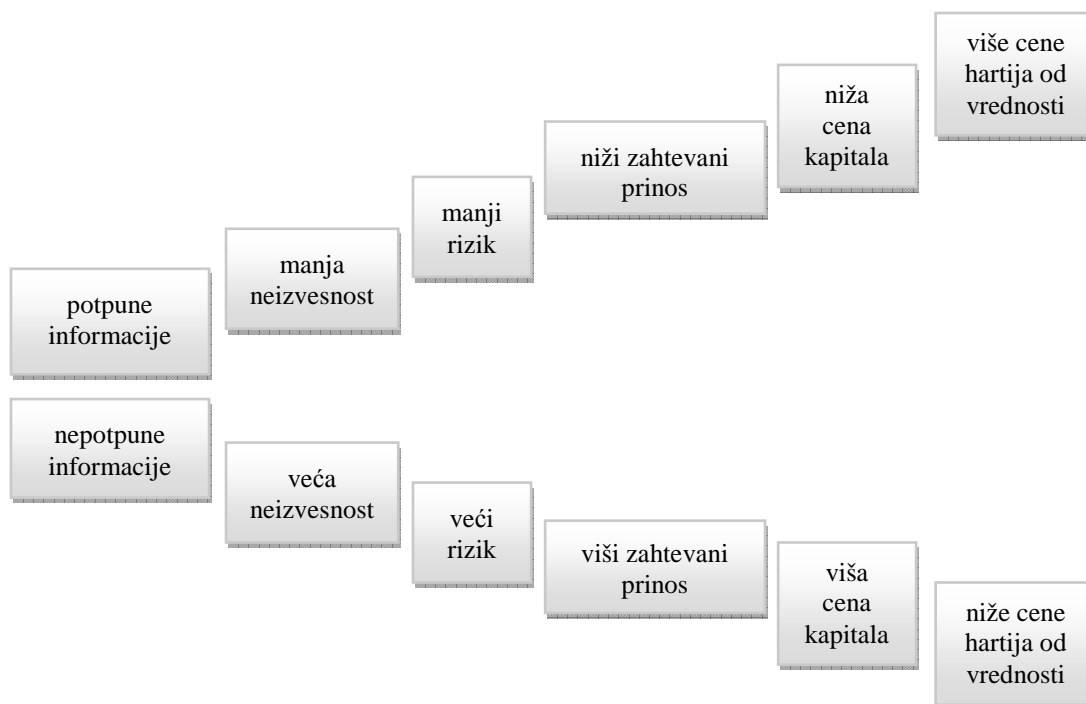
i izvan granica svoje zemlje, zbog čega mu je potreban dodatni kapital. Njegove finansijske izveštaje sastavlja dobro obučeni računovođa, koji dosledno poštuje IFRS, što dovodi do verodostojnog prikazivanja finansijskog položaja i uspešnosti. Preduzeće B je uspešno na domaćem tržištu, ali ne može da privuče inostrane kupce. Dodatni kapital namerava da upotrebi za povećanje proizvodnje za domaće tržište. Po stvarnom finansijskom položaju i stvarnoj uspešnosti ono zaostaje za preduzećem A, ali to prikriva različitim nedozvoljenim tehnikama manipulisanja finansijskim izveštajima, na koje revizori nisu adekvatno reagovali. Ono prikazuje povoljniji finansijski položaj i veću uspešnost, ne samo u odnosu na stvarni finansijski položaj i stvarnu uspešnost, već i u odnosu na finansijski položaj i uspešnost preduzeća A. Investitor koji to ne zna može da odluči da kupi akcije preduzeća B i, time, ostavi preduzeće A bez kapitala koji bi povećao njegovu konkurentnost na domaćem i svetskom tržištu.

Ako investitor uoči da finansijski izveštaji samo jednog preduzeća iz neke zemlje nisu sastavljeni na ispravan način, pri čemu je revizor iskazao pozitivno mišljenje o tim izveštajima, a državne institucije nisu adekvatno reagovala, njegovo poverenje u čitav sistem finansijskog izveštavanja odnosno zemlje biće urušeno. Pretpostavimo da investitor sazna da finansijski izveštaji preduzeća B iz prethodnog primera nisu adekvatno sastavljeni, tj. da ne odražavaju verodostojno finansijski položaj i uspešnost. On će verovatno odustati od ulaganja u preduzeće B. Ali, nakon tog saznanja, on može da potpuno izgubi poverenje u sistem finansijskog izveštavanja zemlje i da, zbog toga, odustane i od ulaganja u preduzeće A, koje je ispravno sastavilo finansijske izveštaje.

Iz prethodnog proističe da je za svaku zemlju koja želi da privuče kapital (domaći i inostrani) i, time, poveća nivo konkurentnosti svoje privrede izuzetno važno da razvije sistem finansijskog izveštavanja koji investitorima omogućava da steknu sigurnost u pogledu stepena uporedivosti računovodstvenih informacija i primene visokih kriterijuma prilikom njihovog generisanja (Roberts *et al.*, 2008, 13). Kvalitetan sistem finansijskog izveštavanja, bez sumnje, ima pozitivan uticaj na sve učesnike na tržištu i ekonomiju u celini. Međutim, postoje i interesne grupe kojima kvalitetno finansijsko izveštavanje donosi gubitke. To su oni koji vrše prevare, bilo putem zloupotrebe insajderskih informacija, bilo na neke druge načine (Miller, 2001, 54). Efikasan sistem regulisanja finansijskog izveštavanja treba da suzbije bilo kakve pokušaje prevara.

Analizirajući vezu između informacija, troškova kapitala i cena hartija od vrednosti, Miller (2001, 53-54) ističe da nepotpune informacije stvaraju neizvesnost, kao i nepoverenje prema menadžmentu. Neizvesnost donosi rizik za investitore, koji zahtevaju veće stope prinosa na hartije od vrednosti kompanije. Sa druge strane, taj zahtev investitora povećava cenu kapitala za kompaniju i snižava cene njenih vrednosnih papira. Kompletne informacije, sa druge strane, za posledicu imaju suprotne efekte (videti Sliku 1).

Slika 1: Veza između informacija, cene kapitala i cena hartija od vrednosti



Izvor: Miller, P.B.W. (2001), *Will You Adopt Quality Financial Reporting?*, *Strategic Finance*, Vol. 82(7), p. 53.

Kvalitet finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji

Time što su prihvatile IFRS, koji se širom sveta doživljavaju kao kvalitetna osnova finansijskog izveštavanja, institucije nadležne za regulisanje finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji stvorile su značajan preduslov za razvoj kvalitetnih praksi finansijskog izveštavanja, iz kojih treba da proisteknu kvalitetni finansijski izveštaji, uporedivi na međunarodnom nivou. Prema Zakonu o računovodstvu iz 2013. godine, punu verziju IFRS treba da poštuju sva preduzeća koja se, prema prosečnom broju zaposlenih u toku godine, vrednosti prihoda ostvarenih u toku godine i prosečnoj vrednosti sredstava u toku godine, svrstavaju u velika. Punu verziju IFRS treba da poštuju i finansijske institucije, preduzeća koja sastavljaju konsolidovane finansijske izveštaje (matična preduzeća), preduzeća čije hartije od vrednosti se kotiraju na javnom tržištu kapitala (berzi) i preduzeća koja se nalaze u postupku pripreme za kotiranje, bez obzira na njihovu veličinu. Srednja preduzeća mogu da biraju između pune verzije IFRS i IFRS za male i srednje entitete, kao skraćene verzije IFRS. Mala preduzeća su u obavezi da koriste IFRS za male i srednje entitete. Mikro preduzeća i preduzetnici mogu da biraju između IFRS za male i srednje entitete i posebnog pravilnika ministra finansija, koji, praktično, predstavlja domaći standard.

Iz prethodnog proističe da je u Srbiji na snazi sistem dvostrukih (duplih) standarda, koji se karakteriše koegzistencijom IFRS (u punoj i skraćenoj verziji) i domaćeg standarda (pravilnika ministra finansija). Činjenica da mikro preduzeća, koja preovlađuju po broju (Malinić, 2014, 18), nisu u obavezi da primenjuju čak ni skraćenu verziju IFRS (IFRS za male i srednje entitete) može se smatrati nedostatkom regulatornog okvira finansijskog izveštavanja Srbije. Sistem dvostrukih standarda, koji je, inače, karakterističan i za većinu zemalja Evropske unije, može da ugrozi uporedivost finansijskih izveštaja unutar državnih granica.

Još jedna negativna karakteristika regulatornog okvira finansijskog izveštavanja Srbije tokom prethodnog perioda je neblagovremeno objavljivanje prevoda novih ili izmenjenih IFRS. Usled toga, finansijski izveštaji preduzeća iz Srbije nisu bili uporedivi sa finansijskim izveštajima preduzeća iz onih zemalja koje su blagovremeno objavljivale prevode novih ili izmenjenih IFRS.

Tokom prethodnih godina se dešavalo i da se podzakonskim aktima derogiraju pojedine odredbe IFRS. Tako je pravilnikom iz 2009. godine preduzećima dopušteno da primene računovodstveni postupak koji nije konzistentan sa odredbama IAS 21. Preduzeća su, naime, dobila mogućnost da efekte promena deviznih kurseva iskažu kao pozicije vremenskih razgraničenja i, time, odlože njihovo priznavanje kao prihoda ili rashoda za buduće periode. Pomenuta opcija, koja je omogućavala repozicioniranje efekata promena deviznih kurseva iz bilansa uspeha u bilans stanja (Bogićević, 2013, 139), bila je na snazi do septembra 2014. godine, a njeno ukidanje je praćeno zahtevom da se svi efekti kursnih razlika akumulirani tokom ranijih godina u bilansu stanja u celini prenesu u bilans uspeha za 2014. godinu. Time je ugrožena uporedivost finansijskih izveštaja, ne samo u prostoru (na međunarodnom planu), već i u vremenu. Narodna banka Srbije od finansijskih institucija zahteva da primenjuju računovodstvene postupke koji nisu sasvim podudarni sa zahtevima IFRS. Obračun pokrića za gubitke po osnovu zajmova, u slučaju banaka, i priznavanje i obezvređenje potraživanja po osnovu premija osiguranja, u slučaju osiguravajućih kompanija, predstavljaju područja u kojima dolaze do izražaja nepodudarnosti sa odredbama IFRS. Poslednjih godina, IFRS Fondacija izrađuje, ažurira i publikuje (na svom zvaničnom internet sajtu) profile jurisdikcija (koje se uglavnom, ali ne uvek, poklapaju sa nezavisnim državama) sa aspekta korišćenja IFRS. Zbog navedenih nepodudarnosti, Srbija je, u profilu izrađenom u novembru 2013. godine, svrstana među zemlje koje ne slede originalnu, već modifikovanu verziju IFRS (IFRS Foundation, 2015). Ta činjenica sigurno ne ide u prilog zemlji koja, u cilju povećanja konkurentnosti svoje privrede, nastoji da privuče inostrane investitore.

Empirijska istraživanja ukazuju na to da postoji značajan prostor za poboljšanje kvaliteta finansijskih izveštaja preduzeća u Republici Srbiji. Analiza izveštaja o obavljenoj reviziji, izvršena u cilju ispitivanja upotrebljivosti finansijskih izveštaja za analizu finansijskog položaja i rentabilnosti preduzeća iz Kragujevca, ukazala je na brojne propuste koje prave sastavljači finansijskih izveštaja prilikom sastavljanja bilansa stanja i bilansa uspeha. Kao najznačajniji se izdvajaju sledeći propusti: neadekvatno procenjivanje aktivnih i pasivnih vremenskih razgraničenja, propuštanje da se formira rezervisanje iako za to postoji osnov, nepravilan obračun odloženih poreskih sredstava, obaveza, prihoda i rashoda, propuštanje da se deo dugoročnih obaveza koji dospeva u roku kraćem od godinu dana reklasifikuje u kratkoročne obaveze, neadekvatno procenjivanje goodwill-a, propuštanje da se izvrši otpisivanje nekih pozicija stalne imovine, izostanak testiranja obezvređenja pozicija stalne imovine, pogrešna primena koncepta fer vrednosti prilikom procenjivanja stavki stalne imovine, neslaganje stanja zaliha u glavnoj knjizi sa pomoćnim knjigama, propuštanje da se ispita eventualno obezvređenje zaliha i propuštanje da se izvrši otpis nenaplativih potraživanja. Pri tome, revizori su kod nekih preduzeća uočavali iste nedostatke iz godine u godinu (Obradović i Karapavlović, 2014a, 448).

Neusaglašenost praksi sa odredbama IFRS otkrivena je i u području obelodanjivanja. Istraživanje praksi obelodanjivanja informacija o povezanim stranama (Jakšić, 2010) ukazuje na to da kompanije iz Srbije ne uvažavaju u potpunosti odredbe merodavnog standarda (IAS 24), dok istraživanje praksi finansijskog izveštavanja o nekretninama, postrojenjima i opremi (Obradović i Karapavlović, 2014b) pokazuje da neka preduzeća nisu obelodanila osnovu merenja ili korišćene metode otpisa, mada su imala obavezu da to učine. Pomenuti rezultati

istraživanja govore da sastavljači, ali i revizori finansijskih izveštaja u Srbiji ne posvećuju punu pažnju informacijama koje se obelodanjuju u napomenama uz finansijske izveštaje.

Uočeni nedostaci praksi finansijskog izveštavanja mogu se objasniti time da u Srbiji i dalje ne postoji dovoljno razvijena svest o značaju finansijskog izveštavanja, niti svest o odgovornosti prema javnosti. Sastavljanje finansijskih izveštaja se često doživljava samo kao ispunjenje zakonske obaveze (Đukić i Pavlović, 2014, 111). Pored toga, prema Zakonu o računovodstvu (član 14), samim preduzećima je prepušteno da definišu uslove koje treba da ispuni lice zaduženo za sastavljanje finansijskih izveštaja, u smislu nivoa obrazovanja i dužine radnog iskustva. To, praktično, znači da finansijske izveštaje mogu da sastavljaju lica koja imaju opšte ekonomsko, ali ne i računovodstveno obrazovanje, ali čak i lica koja nemaju nikakvo ekonomsko obrazovanje (Malinić, 2014, 20). Ovakva situacija je nedopustiva ako se zna da je sastavljanje finansijskih izveštaja posao od javnog značaja. Taj posao jeste u nadležnosti menadžmenta, ali njegovi efekti prevazilaze okvire preduzeća i protežu se na čitavu ekonomiju. Nekvalitetno, a naročito lažno, finansijsko izveštavanje može, između ostalog, da negativno utiče na konkurentnost nacionalne ekonomije. Da bi finansijsko izveštavanje bilo kvalitetno, sastavljači finansijskih izveštaja treba da imaju adekvatno obrazovanje, ali i da neprestano unapređuju svoje znanje, a naročito da prate stalne izmene IFRS. Stoga je neophodno da država propiše minimalne uslove koje mora da ispuni lice da bi mu jedno preduzeće poverilo odgovoran posao sastavljanja finansijskih izveštaja. To posebno važi za preduzeća sa visokim stepenom javne odgovornosti, kao što su kotirana preduzeća i finansijske institucije.

Zaključak

Da bi finansijski izveštaji bili korisni za donošenje odluka, oni treba da poseduju odgovarajuće fundamentalne i poboljšavajuće kvalitativne karakteristike. Drugim rečima, treba da ih karakterišu, pre svega, relevantnost i verodostojnost, ali i uporedivost, mogućnost provere, blagovremenost i razumljivost. Ukoliko u nekoj zemlji postoje kvalitetni standardi finansijskog izveštavanja i ti standardi se dosledno (striktno) poštuju od strane sastavljača finansijskih izveštaja, onda se od finansijskih izveštaja može očekivati da poseduju dovoljan nivo kvaliteta koji ih čini korisnim za donošenje ekonomskih odluka. Kvalitetni finansijski izveštaji su jedan od ključnih preduslova za ispravne odluke domaćih i inostranih investitora, a od esencijalne važnosti je poverenje investitora u kvalitet finansijskih izveštaja koji se u toj zemlji sastavljaju i publikuju. Opšte poverenje investitora u kvalitet finansijskih izveštaja, koji se u konkretnoj zemlji sastavljaju i publikuju, pruža investitorima određenu dozu sigurnosti. S obzirom na to da je ulaganje domaćeg i inostranog kapitala neophodno za povećanje konkurentnosti nacionalne privrede, izgradnja kvalitetnog sistema finansijskog izveštavanja se nameće kao potreba svake zemlje.

Prihvatanje Međunarodnih standarda finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji bilo je značajan korak na putu obezbeđenja kvalitetnog sistema finansijskog izveštavanja. Međutim, čini se da su na tom putu regulatori finansijskog izveštavanja sami sebi postavljali prepreke. Činjenica da mnoga preduzeća imaju mogućnost da, umesto IFRS, primenjuju poseban pravilnik ministra finansija nam govori da se sistem finansijskog izveštavanja Republike Srbije karakteriše postojanjem dvostrukih standarda. Posledica prethodnog je ugrožavanje uporedivosti finansijskih izveštaja što *de facto* otežava njihovo razumevanje i, na njima zasnovano, donošenje odluka. Kašnjenje sa prevodima novih ili izmenjenih IFRS, derogiranje njihovih pojedinih odredaba putem podzakonskih akata i neadekvatne prakse finansijskog izveštavanja, potvrđene empirijskim istraživanjima, navode na zaključak da postoji puno prostora za poboljšanje sistema finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji, a samim tim i za

povećanje konkurentnosti preduzeća iz Republike Srbije, kako unutar, tako i izvan državnih granica.

Reference

1. Alexander, D., Britton, A. & Jorissen, A. (2007). *International Financial Reporting and Analysis*. London: Thomson.
2. Alexander, D. & Nobes, C. (2010). *Financial Accounting: An International Introduction*. Harlow: Pearson Education Limited.
3. Arnold, J., Hope, T., Southworth, A. & Kirkham, L. (1994). *Financial Accounting (second edition)*. Hemel Hempstead: Prentice Hall Europe.
4. Bogičević, J. (2013). Računovodstvene implikacije prevodenja i hedžinga transakcija u stranoj valuti. *Ekonomski horizonti*, 15(2), str. 133-148.
5. Choi, F.D.S. & Meeck, G.K. (2008). *International Accounting*. New Jersey: Pearson Education International.
6. Đukić, T. & Pavlović, M. (2014). Kvalitet finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji. *Ekonomске teme*, 52(1), str. 101-116.
7. Epstein, B.J. (2009). The Economic Effects of IFRS Adoption. *The CPA Journal* 79(3), pp. 26-31.
8. Goldberg, S.R., Grant, R. & Stovall, D. (2006). Are We Closer to Global Accounting Standards? *The Journal of Corporate Accounting & Finance* 17(6), pp. 35-41.
9. Harrison, W.T., Horngren, C.T., Tomas, B. & Suwardy, T. (2011). *Financial Accounting: International Financial Reporting Standards*. Boston: Pearson Higher Education.
10. Haskins, M.E., Ferris, K.R., Sack, R.J. & Allen, B.R. (1997). *Financial Accounting and Reporting (Second Edition)*. Chicago: Irwin.
11. IFRS Foundation (2015). *Jurisdiction Profiles*. <http://www.ifrs.org/Use-around-the-world/Pages/Jurisdiction-profiles.aspx> (01.09.2015).
12. International Accounting Standards Board (2010). *Conceptual Framework for Financial Reporting*.
13. Jakšić, D. (2010). Regulativa i praksa obelodanjivanja povezanih strana u finansijskim izveštajima u Republici Srbiji, u: Malinić, S. (ur.), *Zbornik radova sa 41. Simpozijuma Saveza računovođa i revizora Srbije: Računovodstvo i poslovne finansije u savremenim uslovima poslovanja – Mogućnosti i ograničenja razvoja računovodstvene profesije u Srbiji* (str. 96-109). Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije.
14. Malinić, D. (2014). Merenje kvaliteta finansijskih izveštaja, u: Malinić, S. (ur.), *Zbornik radova sa 45. Simpozijuma Saveza računovođa i revizora Srbije: Računovodstvo i poslovne finansije u savremenim uslovima poslovanja – Računovodstvo i menadžment privatnog i javnog sektora* (str. 7-32). Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije.
15. Melville, A. (2011). *International Financial Reporting Standards: A Practical Guide (3rd ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
16. Miller, P.B.W. (2001). Will You Adopt Quality Financial Reporting? *Strategic Finance*, 82(7), pp. 50-55.
17. Obradović, V. (2011). *Globalizacija standarda finansijskog izveštavanja (doktorska disertacija)*. Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet.
18. Obradović, V., Karapavlović, N. (2014a). Analiza finansijskog položaja i rentabilnosti privrednih subjekata iz Kragujevca. u: Maksimović, Lj. (ur.), Stanišić, N. (ur.), *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca* (str. 445-457). Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet.
19. Obradović, V., Karapavlović, N. (2014b). Finansijsko izveštavanje o nekretninama, postrojenjima i opremi u Srbiji. *Računovodstvo*, 58(11-12), str. 38-50.
20. PricewaterhouseCoopers (2003). *Global GAAP: The Future of Corporate Reporting: Why You Need to 'Get in the Game'*, Delaware: PricewaterhouseCoopers LLP.
21. Ranković, J.M. (2010). *Teorija bilansa*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.

22. Roberts, C., Weetman, P. & Gordon, P. (2008). *International Corporate Reporting: A Comparative Approach*. Harlow: Pearson Education Limited.
23. Rosenfield, P. (2006). *Contemporary Issues in Financial Reporting: A user-oriented approach*. New York: Routledge.
24. Stefanović, R. (1993). Finansijsko izveštavanje kao osnova za donošenje odluka – kvalitativni aspekt, *Knjigovodstvo*, 38(12), str. 9-15.
25. Stefanović, R. (1999), Savremeno finansijsko izveštavanje: suština, okruženje i okvir, *Ekonomski horizonti*, 1(1-2), str. 39-52.
26. Škarić-Jovanović, K. & Spasić, D. (2014). *Specijalni bilansi*. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Centar za izdavačku delatnost.
27. Underdown, B. & Taylor, P.J. (1987). *Accounting Theory & Policy Making*. London: Heinemann.
28. Walton, P. (2011). *An Executive Guide to IFRS: Content, Costs and Benefits to Business*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
29. Whittington, G. (2008). Fair Value and the IASB/FASB Conceptual Framework Project: An Alternative View. *Abacus*, 44(2), pp. 139-168.
30. Young, D.S. & Cohen, J. (2013). *Corporate Financial Reporting and Analysis: A Global Perspective (Third Edition)*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
31. *Zakon o računovodstvu Republike Srbije*, Službeni glasnik Republike Srbije, br. 62/2013.

PRIMENA LEAN KONCEPTA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA

Doc. dr Mirjana Todorović*

Apstrakt: Osnovni cilj postavljen ovim radom jeste analiza doprinosa lean koncepta, odnosno bazičnih lean tehnika, konkurentnosti preduzeća. Imajući u vidu postavljeni cilj istraživanja, u radu su primenjeni metodološki postupci i tehnike svojstveni društvenim naukama, pre svega kvalitativna metodolgoija i deskriptivna analiza problema istraživanja. Analiza je ukazala na to da primena odgovarajućih lean tehnika omogućava postizanje liderstva u ključnim faktorima poslovnog uspeha, pre svega u troškovima, kvalitetu i vremenu, te time direktno doprinosi postizanju i održanju trajne konkurentske prednosti preduzeća.

Ključne reči: konkurentska prednost, kontinuirana unapređenja, lean koncept, lean tehnike, nepotrebna trošenja

Uvod

Biti bolji od najboljeg i nadmašiti sopstvena prethodna postignuća ideja je vodilja najuspešnijih preduzeća danas. Istovremeno, ovo je suština shvatanja konkurencije koja u savremenom poslovnom ambijentu ima enormne razmere, te odražava neprekidnu težnju preduzeća da svoje poslovne aktivnosti realizuje uspešnije u odnosu na svoje rivale. Međutim, konkurentska prednost, kao skup posebnih obeležja po kojima se preduzeće razlikuje od svojih rivala, nije stalna i nepromenljiva kategorija, tako da njeno postizanje i naročito održanje u dužem periodu, u uslovima kada istom cilju teže i druga preduzeća, nije nimalo jednostavno (Janjić, Jovanović, 2014; Malinić, Todorović, 2010). Treba istaći da ne postoji univerzalni i opšteprihvaćeni recept za postizanje konkurentske prednosti u neizvesnoj tržišnoj utakmici. Svojevremeno je Majkl Porter isticao da preduzeća svoju konkurentnost treba da zasnivaju da različitosti ili troškovnom liderstvu (Porter, 1996; Porter, 2007). Značajne promene privrednog ambijenta uslovile su korenite promene tradicionalnog načina nadmetanja preduzeća. Danas se sve više potencira multidimenzionalnost konkurencije, odnosno različite dimenzije konkurentske prednosti, i to: različitost, trošak, obim, vreme i konkurentsko povezivanje, kao i multiplikovani izvori konkurentske prednosti koje je teško i skupo kopirati.

Bez zalaženja u strategijski aspekt upravljanja konkurentnošću preduzeća, koji u fokusu ima determinisanje ključnih faktora poslovnog uspeha i formulaciju i realizaciju adekvatnih konkurentskih strategija, pažnja u ovom radu biće usmerena na programe kontinuiranih operativnih unapređenja. Kontinuirana unapređenja i operativna izvrsnost suštinski determinišu postizanje strategijskih ciljeva, tako da utiču na ostvarenje vrhunskih performansi preduzeća, odnosno na kreiranje i održanje konkurentske pozicije preduzeća. Postoje brojni koncepti, tehnike i alati kontinuiranih operativnih unapređenja, a predmet istraživanja u ovom redu jeste lean koncept. Budući da zahteva od preduzeća preispitivanje postojećih načina realizacije aktivnosti i zadataka, u osnovi ovog koncepta jeste kontinuirano traganje za troškovno efikasnijim načinima proizvodnje visokog varijeteta i malog obima. Lean koncept se bavi eliminisanjem nepotrebnog trošenja resursa i redukcijom troškova, omogućava efikasnije poslovanje preduzeća, ostvarenje visokih performansi i dugoročno

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mtodorovic@kg.ac.rs

kreiranje vrednosti za kupce, te obezbeđuje izvore za postizanje trajne konkurentske prednosti (Todorović, 2014). Otuda, osnovni cilj postavljen radom jeste analiza lean koncepta, odnosno bazičnih lean tehnika, iz perspektive doprinosa konkurentnosti preduzeća. Strukturu rada čine tri dela. Prvi deo rada se bavi kontinuiranim operativnim unapređenjima, u drugom delu rada se analiziraju bazične lean tehnike, dok je treći deo rada posvećen kritičkoj analizi i oceni doprinosa lean koncepta konkurentnosti preduzeća.

Kontinuirana operativna unapređenja kao izvor konkurentnosti preduzeća

Programi kontinuiranih unapređenja su nastali kao reakcija na rastuću globalnu konkurenciju.

Njihova bazična ideja je da ništa nije savršeno i da prostor za unapređenje uvek postoji, nezavisno od toga koliko je unapređenja već učinjeno (Maskell, 1991, 28). Suština kontinuiranih unapređenja, shvaćenih kao boljitak kvantitativnih i kvalitativnih indikatora uspeha, je u neprekidnom traženju mogućih, efikasnijih načina za poboljšanje proizvoda i/ili procesa kako bi se što veća vrednost kreirala i isporučila kupcima. Pod kontinuiranim unapređenjima se zapravo, podrazumevaju promene koje su fokusirane na povećanje efikasnosti i/ili efektivnosti preduzeća u postizanju postavljenih ciljeva (Hyland, Mellor & Sloan, 2007). Fokus je na kreiranju organizacione strukture i kulture koja podržava i podstiče kontinuirane napore ka eliminisanju bilo kog oblika nepotrebnog trošenja i unapređenju performansi (Todorović & Čupić, 2014). Budući da se programi kontinuiranih unapređenja definišu i mere u kontekstu postizanja dugoročnih ciljeva preduzeća (Stenzel, 2007), smatraju se važnim faktorom konkurentnosti i imaju tretman konstantne komponente strategije preduzeća. O značaju kontinuiranih unapređenja svedoči i istraživanje koje je sprovedla Gartner grupa kako bi identifikovala prioritete menadžmenta. Rezultati istraživanja ukazuju na to da kontinuirana unapređenja poslovnih procesa predstavljaju primarni poslovni cilj preduzeća u prvoj dekadi 21. veka (www.gartner.com).

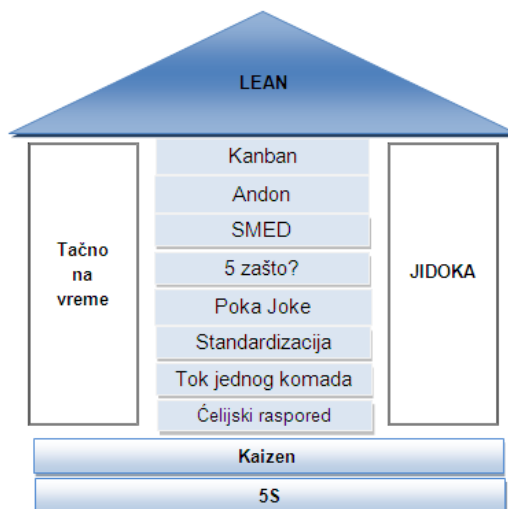
U vezi sa kontinuiranim unapređenjima ključno pitanje se odnosi na njihov predmet ili objekat. Treba istaći da se unapređenja ne odnose samo na kvalitet ili maksimiziranje kvantitativnih rezultata, već i na promenu socijalne i kulturološke dimenzije poslovanja preduzeća. Predmet unapređenja, na primer, mogu biti strategije, rezultati, odnosi sa kupcima, zaposlenima ili dobavljačima i dr. Imajući u vidu različita područja u kojima je moguće sprovesti kontinuirana unapređenja, sledeće pitanje koje se postavlja je kako ih implementirati. Postoje brojni alati za implementaciju kontinuiranih unapređenja, mada ne postoji jedna opšteprihvaćena klasifikacija. U literaturi se najčešće pominju Lean, Six Sigma, Lean Six Sigma, upravljanje ukupnim kvalitetom (Total Quality Management - TQM), reinženjering poslovnih procesa (Business Processes Reengineering – BPR), različiti pristupi obračunu troškova po aktivnostima (Activity Based Costing), Kaizen, i dr. (Northrup, 2004).

Suštinu lean koncepta čine kontinuirana unapređenja i eliminacija nepotrebnih trošenja, kao dva najvažnija principa proizvodne izuzetnosti (Huge & Anderson, 1988). U fokusu lean koncepta je redukovanje i/ili eliminisanje nepotrebnih trošenja (eng. Waste, jap. Muda) na operativnom nivou (Northrup, 2004). Najšire prihvaćena klasifikacija obuhvata sedam vrsti nepotrebnih trošenja, koje je identifikovao Taiichi Ohno u Tojotinim proizvodnim pogonima, a to su: prekomerna proizvodnja ili proizvodnja za svaki slučaj, defekti na proizvodima, nepotrebne zalihe, nepotrebno kretanje, čekanja, nepotreban transport, neadekvatni poslovni procesi, na primer, usled loše definisanih procedura (Wimack et al., 1991). Imajući u vidu različite oblike nepotrebnih trošenja, preduzeća treba da implementiraju adekvatne tehnike za njihovo identifikovanje, redukovanje i eliminisanje. Baza lean tehnika je veoma velika, tako da se u literaturi pominje i preko trideset različitih tehnika.

Analiza osnovnih lean tehnika

Imajući u vidu specifičnosti, ciljeve i principe lean koncepta, najčešće pominjane tehnike koje obezbeđuju njegovu doslednu primenu, prikazane su na Slici 1.

Slika 1. Lean tehnike



Izvor: (Štefanić, Tošanović, 2011)

Slika 1 prikazuje najčešće analizirane lean tehnike u formi kuće. U njenoj osnovi nalaze se tehnike 5S i kaizen. Njene stubove čine tehnike „tačno na vreme“ (Just in time – JIT) i jidoka. Ostale tehnike su: kanban, andon, SMED, 5 zašto?, poka joke, standardizacija, kontinuirani tok proizvodnje i ćelijski raspored radnih jedinica. Predmet detaljnije analize će biti neke od bazčnih lean tehnika (Todorović, 2013).

Tehnika 5S

Tehnika 5S obuhvata skup pravila organizovanja radnog prostora sa ciljem efikasne i efektivne realizacije konkretnih zadataka, odnosno kreiranja bezbedne i produktivne radne sredine. Naziv ove tehnike, potiče od pet japanskih reči koje počinju slovom „S“, i to: *Seiri* (poslušnost), *Seiton* (urednost), *Seiso* (čistoća), *Seiketsu* (savršenstvo) i *Shitsuke* (disciplina).¹ U nekim izvorima govori se o 6S tehnici, koja pored prethodnih 5S obuhvata i šesto S, tj. *Safety* (sigurnost na radnim mestima) (Kocakulah et al., 2008). Ovo je potpuno opravdano, budući da ova tehnika vrlo često uključuje bonuse i premije za timove koji u dužem vremenskom periodu na svojim radnim mestima nisu imali probleme povezane sa sigurnošću rada radnika.

Implementacija tehnike 5S započinje time što se radnici angažuju u odlaganju nepotrebnog materijala i otpada na jednom mestu, kako bi se sprovedo čišćenje i uređenje radnog prostora, postrojenja i opreme. Nakon toga, od radnika se zahteva eliminisanje iz radnog prostora svih predmeta koji nisu potrebni za realizaciju zadataka, te klasifikacija alata prema frekvenciji upotrebe. U narednoj fazi, snimanjem pokreta radnika uočavaju se nepravilnosti u njihovom radu, te se vrši grupisanje, obeležavanje i ako je moguće vertikalno

¹ U literaturi na engleskom jeziku koristi se pet engleskih reči, koje počinju slovom „S“, i to: *Separate* (razdvajati i razvrstati), *Sort* (sortirati i rasporediti), *Sweep* (redovno čistiti postrojenja, opremu i radna mesta), *Standardize* (standardizacija i definisanje procedura), *Sustain* (kreirati i održavati kulturu 5S među zaposlenima kroz kontinuiranu edukaciju).

odlaganje neophodnih alata. Značaj primene vizuelne komunikacije kod ove tehnike potvrđuje korišćenje različitih boja za lakše uočavanje i razlikovanje alata i opreme, postavljanje različitih tečnosti u posude različitih boja, ocrtavanje alata na vertikalnim tablama, kako bi bilo potpuno jasno koji alat je trenutno u upotrebi, odnosno nije na svom mestu. Dodatno, na podovima oko proizvodnih postrojenja obeležavaju se putanje kretanja materijala i mesta za pokretnu opremu. U sledećoj fazi, neophodno je da radnici preuzmu potpunu odgovornost za svoja radna mesta, postrojenja i opremu, te da ih u kontinuitetu čiste i održavaju. Uspešna implementacija tehnike 5S je veoma važna, budući da postavlja temelj za sprovođenje budućih unapređenja i primenu ostalih lean tehnika.

Jidoka

Jidoka je nastala početkom 20. veka u Tojoti, u formi uređaja za automatsko zaustavljanje razboja u slučaju pucanja konca. Reč je o tehnici koja treba da obezbedi *kvalitet na izvoru* i koja se često definiše kao automatizacija sa ljudskom inteligencijom (autonomizacija). Osnovni cilj je sprečiti nastanak škarta i grešaka, odnosno što ranije otkriti uzroke grešaka i otkloniti ih. Jidoka predstavlja veoma efikasnu tehniku, budući da oslobađa radnika poslova kontinuirane kontrole kvaliteta, koju realizuju uređaji ugrađeni u postrojenja. Proizvodni proces se, zahvaljujući njima, nesmetano odvija dok god ne dođe do pojave grešaka. Rezultat primene Jidoke je veoma važno prisustvo humanog (ljudskog) faktora u automatizovanoj proizvodnji, visok nivo ovlašćenja i odgovornosti radnika za zaustavljanje proizvodnog procesa, što sve doprinosi minimiziranju lošeg kvaliteta i pouzdanijem proizvodnom procesu.

Neposredno u vezi sa Jidokom, jeste i upotreba *andon* svetala. Suština je da su radna mesta na proizvodnoj traci opremljena svetlima, koja su lako i jasno uočljiva. U slučaju detektovanja grešaka, radnik je dužan da uključi žuto svetlo i time signalizira postojanje problema (zeleno svetlo označava da se proizvodni proces kontinuirano odvija bez problema). Prva intervencija na spornom mestu dolazi od strane supervizora, koji rešava nastali problem ukoliko mu kompetencije to omogućavaju, a ukoliko ne, uključuje se crveno svetlo i zaustavlja deo proizvodne linije. Proizvodne linije su podeljene u segmente sa baferima između, što upravo omogućava zaustavljanje samo delova proizvodnje, dok druge proizvodne linije nastavljaju nesmetano da funkcionišu. Primarna svrha andon svetala nije samo ukazivanje na problem, već utvrđivanje plana reagovanja, definisanje jasne odgovornosti radnika i načina eliminisanja nastalih grešaka, odnosno obezbeđenje kvaliteta.

Kanban

Kanban, u prevodu sa japanskog *kartica* ili *znak*, kao tehnika potiče iz 50-ih godina prošlog veka, kada je primenjena u Tojoti. Budući da predstavlja komunikacioni sistem koji se koristi kao integralni deo, često se označava *nervnim sistemom* lean proizvodnje (*Lean Thinking and Methods*, 2011, <http://www.epa.gov/lean/environment/methods/kanban.htm>). Inicijalno, kanban je podrazumevao postavljanje kartica na odgovarajuće kontejnere sa delovima za proizvodnju. Tek sa otpočinjanjem korišćenja delova iz određenog kontejnera, kartica bi se sa kontejnera prenosila na signalizacionu tablu, što je predstavljalo znak za pripremu nove količine delova, tj. novog kontejnera. Za razliku od početnih oblika kartica, danas je zahvaljujući razvoju informacionih tehnologija došlo do pojave elektronskih formi kartica i načina funkcionisanja kanbana. Ipak, osnovna ideja kanbana je ostala ista, a to je eliminisanje nepotrebnog trošenja u formi prekomerne proizvodnje. Kanban omogućava i smanjenje količine nedovršene proizvodnje, minimizira neiskorišćenost materijala i

unapređuje njegov tok, skraćuje proizvodni ciklus, povećava fleksibilnost proizvodnje, što sve zajedno doprinosi redukciji troškova (Kocakulah et al., 2008).

Jednominutno vreme promene alata

Lean proizvodnju karakterišu male serije proizvoda. Najozbiljniji organizaciono-tehnički problem proizvodnje u malim serijama odnosi se na vreme promene alata na fleksibilnim postrojenjima. Reč je o vremenu koje protekne od trenutka proizvodnje poslednje komponente ili proizvoda A do trenutka otpočinjanja proizvodnje komponente ili proizvoda B, što zahteva zamenu alata. Početne faze razvoja fleksibilne proizvodnje i primene ove tehnike (Single minute exchange of dies – SMED)² karakteriše veoma dugo vreme promene alata, od više sati do jednog-dva dana. Danas je cilj primene ove tehnike realizacija zamene alata za desetak minuta ili čak kraće. Preduzeća koja su u potpunosti prihvatila i implementirala lean teže nultoj promeni alata, što podrazumeva promenu za tri minuta ili kraće vreme. Pre početka primene ove tehnike, treba utvrditi bazno vreme realizacije aktivnosti zamene, koje će biti osnova za kasnija merenja unapređenja. Planirani postupci zamene moraju se dokumentovati i standardizovati, kako bi se uvek realizovali na isti način. Jedino takvim pristupom moguće je ostvarenje potpunih koristi od primene SMED tehnike, i to: unapređenje i skraćenje trajanja poslovnih procesa, smanjenje zaliha i bolji kvalitet.

5 (7) zašto?

Problemi u proizvodnim procesima mogu nastati iz velikog broja razloga. Načelno se svi oni mogu podeliti na one koji se mogu rešiti u kratkom roku, na licu mesta i uz minimalne troškove i inženjerske, odnosno one koji zahtevaju ozbiljnije pripreme, više vremena i novca. Tehnika 5W je usmerena na rešavanje prve grupe problema i to na način da teži otkrivanju pravih uzroka problema. U naporima da identifikuje najvažnije uzroke problema, tehnika 5W podrazumeva postavljanje pitanja koja počinju slovom **W**. Naziv 5(7) zašto, originalno potiče od engleskih reči, i to: **Who** – Ko?, **Where** – Gde?, **What** – Šta?, **When** – Kada?, **Way** – Na koji način?, **Whereby** – Čime?, **Why** – Zašto?. Može se sresti i pod nazivom **5W1H**. Reč je o akronimu od pet reči koje počinju slovom **W** (*What, Where, When, Who, Why*) i jedne reči na slovo **H** (*How*). Bazna varijanta ove tehnike podrazumeva postavljanje pet pitanja, mada se javlja i u varijantama sa sedam pitanja, kada je usmerena na dublje identifikovanje pravih izazivača troškova. Smisao postavljanja navedenih pitanja je otkrivanje uzroka problema kako bi se omogućilo njihovo otklanjanje. Eliminisanje problema, odnosno nepotrebnih trošenja, uz sveobuhvatnu analizu različitih aspekata sniženja troškova, omogućava realizaciju primarnog cilja tehnike 5(7)W, a to je pre svega, redukcija indirektnih troškova.

Poka-Yoke

Shigeo Shingo, tvorac velikog broja koncepata savremenog menadžmenta, zaslužan je za nastanak i prvu primenu Poka-Yoke (Mistake-proofing) tehnike, 60-ih godina 20. veka u fabrici elektro opreme u Nagoji. Analizom proizvodnje, uočio je česte propuste oko ugradnje sitnih delova u gotove proizvode zbog kojih su oni postajali gotovo neupotrebljivi. Njegova ideja sastojala sa u korišćenju određenih posuda, koje bi sadržale tačno određeni broj delova. Ukoliko bi se dešavalo da nakon realizacije određenog dela posla u posudi ostanu delovi, bilo bi očigledno da se u procesu ugradnje desio propust. Nakon toga bi usledilo otkrivanje gde je

² Nije reč o bukvalnoj promeni alata za jedan minut, već za jedan dekadni minut, tj. 10 min.

nastala greška i njeno otklanjanje. Otuda, naziv ove tehnike potiče od reči *Poka*, koja označava nenamernu grešku i reči *Yoke*, koja podrazumeva ispitivanje i sprečavanje nastanka greške. Poka-Yoke tehniku moguće je jednostavno implementirati uz veoma mala ulaganja, a rezultati mogu da budu veoma značajni. Najznačajniji je isporuka proizvoda koji su gotovo stoprocentno oslobođeni grešaka, odnosno proizvodnja sa nultom greškom (*zero defects*). Smatra se izuzetnim instrumentom za kontrolu procesa jer je usmerena na prevenciju grešaka, sprečavanje zastoja i odstupanja od definisanih standarda u proizvodnom procesu. Pozitivni efekti primene ove tehnike, odražavaju se na bolji kvalitet i sigurnost proizvoda, niže transakcione troškove i viši nivo satisfakcije kupaca. Konačno, Poka-Yoke tehnika predstavlja značajnu osnovu obezbeđenja kontinuiranog toka proizvodnje, odnosno toka proizvodnje u jednom komadu (Kocakulah et al., 2008).

Kontinuirani tok proizvodnje

Reč je o tehnici koja podrazumeva raspored radnih mesta, postrojenja i opreme po radnim jedinicama (ćelijama) na način da obezbeđuje najkraći, tj. optimalni i kontinuirani tok realizacije faza u proizvodnom procesu. Proizvodni proces karakteriše tzv. *ćelijski* raspored opreme, grupisane u nizu prema fazama realizacije proizvodnog procesa. Na Slici 2 prikazan je kontinuirani tok proizvodnje. Uočava se da su radne jedinice postavljene u obliku latiničnog slova U, kao najfleksibilnijem načinu organizovanja proizvodnog procesa.

Pretpostavke za implementaciju ovakvog načina organizacije procesa su: *konstantni kvalitet proizvoda; konstantno vreme trajanja procesa*, budući da varijacije u vremenu trajanja procesa onemogućavaju obezbeđenje kontinuiranog toka proizvodnje; *visoke i održive performanse opreme*, koja funkcioniše bez zastoja i *proizvodni procesi koji su kompatibilni sa vremenom takta*³ (ako je vreme takta 10 minuta, procesi moraju biti tako postavljeni da mogu da startuju na svakih 10 minuta) (Dolcemascolo, 2009)

Slika 2. Vizuelni prikaz „kontinuiranog toka proizvodnje“



Izvor: (Dolcemascolo, 2009)

Kontinuirani tok proizvodnje (One-Piece-Flow, Single-piece Flow, Continuous Flow) daje poseban doprinos uspostavljanju i realizaciji lean principa, zahvaljujući naporima ka eliminaciji tzv. tri *M* i to: *muda*, tj. aktivnosti koje ne stvaraju vrednost već dovode do nepotrebnog trošenja resursa, *muri*, tj. preopterećenja radnika i mašina i *mura*, tj. neujednačenosti dinamike i ritma proizvodnje (Liker, 2006). Rezultat eliminisanja tri *M* je povećanje kvaliteta, postizanje fleksibilnosti, rast produktivnosti, povećanje sigurnosti rada i radnog morala, kao i redukovanje potrebnog prostora za rad.

³ Cilj definisanja takta je optimizacija ritma izlaženja gotovih proizvoda iz proizvodnih pogona, a suština je da se na svaki takt jedan proizvod i jedan deo operacija završava.

Totalno produktivno održavanje (Total productive maintenance - TPM)

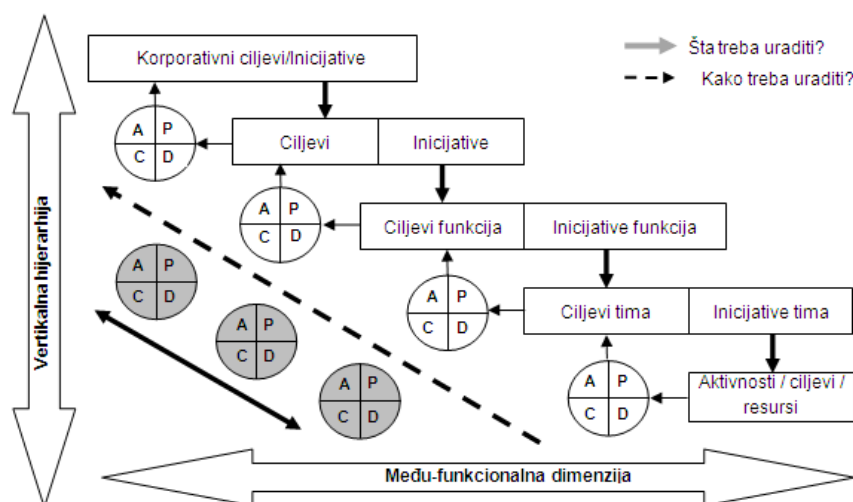
Totalno produktivno održavanje (*Total productive maintenance - TPM*) ima za cilj povećanje ukupne efikasnosti opreme kroz minimiziranje pojave otkaza, kao uzroka prekidanja proizvodnog procesa i nemogućnosti da se u definisanim rokovima odgovori zahtevima kupaca (Michlowicz & Karwat, 2010). Uzroci otkaza, odnosno tipovi gubitaka efikasnosti opreme su iznenadni otkazi, zastoje, postavljanje i podešavanje opreme, prazni hod, gubici efikasnosti (brzine rada), smanjenje stvarne brzine rada, otklanjanje grešaka u toku rada i greške u procesima. Najvažnije mere za eliminisanje navedenih uzroka jesu preventivno i korektivno održavanje. Za preventivno održavanje odgovorni su radnici neposredno angažovani i ono se najčešće realizuje dnevno. Međutim, ukoliko se teži otkrivanju korenskih uzroka problema, kako bi se isti eliminisali, sprovodi se korektivno održavanje. Reč je o sistematskoj analizi, usmerenoj na razmatranje prirode i učestalosti otkaza postrojenja i opreme. Iako doprinosi povećanju efikasnosti opreme, ova tehnika nije široko rasprostranjena budući da je njena implementacija veoma kompleksna, vremenski dugotrajna i zahteva posvećenost svih zaposlenih radnika.

Hoshin Kanri planiranje

Hoshin planiranje podrazumeva postojanje godišnjeg plana i odgovornosti svakog zaposlenog za njegovu realizaciju. Svaki od postavljenih ciljeva, ne samo da je u funkciji ciljeva preduzeća, već je direktno vezan za ciljeve različitih hijerarhijskih nivoa kroz čitav lanac odlučivanja. U poređenju sa kaizenom, koji više odražava kulturu stalnog unapređenja i metodologiju usmerenu na operativni nivo, Hoshin planiranje je metodologija više usmerena ka menadžmentu za potrebe kreiranja detaljnih planova za budućnost. Dok je kaizen usmeren na mala, inkrementalna unapređenja koja se mogu realizovati gotovo svakodnevno, Hoshin planiranje se fokusira na velike ciljeve ili korake unapređenja, koji zahtevaju ozbiljnije planiranje i resurse (Kocakulah et al., 2008). U kontekstu Demingovog ciklusa (*PDCA ciklus*), proces Hoshin planiranja je prikazan na Slici 3.

U poređenju sa PDCA ciklusom, Hoshin planiranje je mnogo više formalizovana tehnika, koja omogućava menadžmentu komuniciranje ciljeva kroz sve hijerarhijske nivoe preduzeća.

Slika 3. Proces Hoshin planiranja



Izvor: (Kocakulah et al., 2008).

Hoshin planiranja nije lean tehnika u pravom smislu reči, ali je veoma važna iz perspektive operativnog upravljanja i operativnih unapređenja, koja su u fokusu lean koncepta i njihove integracije sa stratejskim upravljanjem. Ova tehnika upravo, doprinosi integraciji stratejskog i operativnog upravljanja. Postizanje operativne izvrsnosti na nivou poslovnih procesa i realizacija definisanih strategija podjednako su važni za postizanje vrhunskih performansi, tj. za izgradnju i održanje konkurentne pozicije preduzeća.

Heijunka

Reč je o tehnici koja podrazumeva istovremeno podešavanje obima proizvodnje i proizvodnog miksa (određivanje ritma proizvodnje ili proizvodno usklađivanje) prema tempu i obrascima potrošnje kupaca,⁴ kako bi se amortizovale varijacije u proizvodnji. Princip Heijunke ne podrazumeva proizvodnju prema tekućem obimu porudžbina od kupaca, već se polazi od ukupnog obima porudžbina u određenom periodu na svim nivoima, da bi se na osnovu njih realizovala dnevna proizvodnja u istom obimu i miks u svakog dana. U operativnom smislu, Heijunka doprinosi izvesnom produženju vremena takta, sa ciljem usklađivanja tempa proizvodnje sa tempom prodaje, odnosno stope proizvodnje sa stopom potrošnje. Direktni efekat njene primene je eliminisanje zaliha, kao izvora nepotrebnih trošenja, a doprinosi i efikasnijem zadovoljenju potreba kupaca, skraćenju proizvodnog ciklusa, redukovanju troškova kapitala i radne snage.

Ocena lean koncepta iz perspektive upravljanja konkurentnošću

U duhu kontinuiranih unapređenja radi eliminisanja svih oblika operativnih i organizacionih rasipanja (trošenja), lean kao koncept orjentisan na kupce, snažno se fokusira na jednostavnost, brzinu, fleksibilnost, transparentnost i odgovornost za poslovne procese. Iako može biti implementiran *svuda gde postoje nepotrebna trošenja*, primarno je usmeren na redukovanje i/ili eliminisanje gubitaka operativnog karaktera (Northrup, 2004), direktno rezultirajući u redukciji troškova, uštedama vremena i poboljšanju kvaliteta. U stručnoj literaturi i poslovnoj praksi, skoro da postoji opšta saglasnost da su kvalitet, vreme i troškovi/cene ključni faktori uspeha, tj. instrumenti konkurentne borbe.⁵ Delujući na upravo pomenute stratejske varijable, lean koncept direktno doprinosi izgradnji leaderske pozicije preduzeća.

Rezultati primene lean koncepta posledica su činjenice da se u njegovoj osnovi nalazi pet bazičnih elemenata, i to: tokovi proizvodnje, organizacija, kontrola procesa, metrika (merenje) i logistika. Kao fizička manifestacija tokova vrednosti, *kontinuirani tokovi proizvodnje* predstavljaju najvažniji preduslov pravovremenog odgovora na potrebe i obezbeđenja zadovoljstva kupaca, na čiju se inicijativu po principu povlačenja i pokreću. Preduslov pozitivnih efekata implementacije lean koncepta jeste njegovo potpuno razumevanje i prihvatanje, odnosno njegova ugradnja u *korporativnu i organizacionu strukturu i kulturu*, kao strukturni i društveni mehanizam uslovljen verovanjima, ubeđenjima i ponašanjima zaposlenih (Northrup, 2004). *Kontrola procesa*, kao jedan od ključnih aspekata funkcionisanja lean koncepta podrazumeva i uključuje brojne instrumente za izbegavanje i sprečavanje grešaka. Reč je o instrumentima koji su ugrađeni u procese i koji treba da obezbede da svaki zaposleni realizuje zadate operacije na unapred definisani način, odnosno da ukaže na greške odmah pošto su nastale kako bi iste bile otklonjene.

⁵ Postoje različiti kriterijumi za klasifikaciju ključnih faktora poslovnog uspeha. Uz pomenuta tri faktora, vrlo često se pominju i inovacije, kao četvrti.

Ostvarenje postavljenih ciljeva lean koncepta zahteva kreiranje adekvatnog *sistema merila performansi*, fokusiranog na napore ka kontinuiranim unapređenjima, odnosno operativnim i organizacionim poboljšanjima poslovnih procesa. Važnu osnovu za kreiranje takvog sistema mera performansi predstavlja sistem računovodstva troškova. Lean računovodstvo troškova treba da predstavlja refleksiju lean poslovnih operacija, odnosno služi kao sistem podrške organizacionim i upravljačkim potrebama preduzeća (Huntzinger, 2007). Važnu ulogu u tom procesu ima primena savremenih konceptata, sistema i pristupa obračuna i upravljanja troškovima.

Ključni faktor objedinjavanja svih navedenih lean zahteva - *logistika* obuhvata sve interne i eksterne elemente tokova rada i materijala kroz procese i odražava ukupne napore ka kreiranju najvišeg nivoa vrednosti za kupce. Budući da otpočinje procesima naručivanja od strane kupaca i da se završava isporukama željenih proizvoda/usluga, ona ima ključnu ulogu u sinhronizovanju svih proizvodnih i vrednosnih tokova u preduzeću. Logistika u organizaciji i realizaciji lean poslovnih procesa predstavlja najvažniju kariku, tj. nit, koja povezuje i integriše sve aktivnosti, te presudno utiče na ukupnu lean efikasnosti i efektivnost.

Jedino sinhronizovano delovanje na području ovih ključnih elemenata lean koncepta može biti garant uspešne implementacije, osnova za ostvarivanje napora ka kontinuiranim unapređenjima i ostvarivanja ciljeva lean koncepta. Prema istraživanjima iz 2009. godine lean implementacija je omogućila skraćanje poslovnih procesa za 50-90%, skraćanje vremena proizvodnje u nekim slučajevima do čak 95%, redukciju zaliha za 40-80%, smanjenje potrebnog poslovnog (proizvodnog i administrativnog) prostora za 30-60%, skraćanje vremena potrebnog za razvoj novih proizvoda do 50%, povećanje produktivnosti za 25-60%, redukciju proizvodnih troškova za 15-25% i troškova lošeg kvaliteta za 30-50% (Raiborn & Kinney, 2010).

Međutim, rezultati mogu izostati, a u relevantnoj literaturi se ističe da su najčešći i najvažni uzroci tome sledeći:

- nepravilno razumevanje i poistovećivanje lean koncepta i tehnika;
- očekivanje da će lean koncept biti uspešno implementiran isključivo zahvaljujući naporima i angažovanjem zaposlenih bez pune i prave podrške svih nivoa menadžmenta;
- kratkoročni tretman lean projekta bez njegovog ugrađivanja u sistem vrednosti, poslovnu kulturu i dugoročne ciljeve preduzeća;
- oslanjanje samo na pojedinačne tehnike, poput kaizena ili neke druge bez sinhronizovanog i organizovanog delovanja na svim poljima i
- odsustvo istrajnosti, te odustajanje ili napuštanje projekta već nakon početnih teškoća ili problema (Northrup, 2004).

U kontekstu očekivanih koristi i mogućih ograničenja metodologija unapređenja, svako preduzeće treba da u duhu svojih strategijskih ciljeva i napora izvrši izbor njemu svojstvene i adekvatne metodologije. Ukoliko je njegov fokus na eliminisanju i/ili redukciji nepotrebnih trošenja, kao inicijalnom koraku unapređenja poslovnih procesa, koje u kasnijim fazama dovodi do redukcije vremena, troškova i varijacija u proizvodnji, te poboljšanju kvaliteta, sa akcentom na vizuelne promene i vizuelni menadžment, onda će lean koncept predstavljati pravi izbor.

Zaključak

Pristupi kontinuiranih unapređenja baziraju se na tvrdnji *da niko nije dovoljno dobar da ne bi mogao da bude bolji*, odnosno *da je izvrsnost bolja od najboljeg*. Ovakav stav, koji je i u osnovi lean koncepta, pozicionira kontinuirana unapređenja, kao instrument postizanja i održanja konkurentne prednosti, visoko na lestvici. Iako lean koncept može biti implementiran svuda gde postoje neopotrebna trošenja, primarno je usmeren na operativni nivo funkcionisanja preduzeća. U njegovoj osnovi se nalazi stalna težnja ka sistematskom identifikovanju, redukovanju i/ili eliminisanju beskorisnih aktivnosti u procesima rada, kao izvora grešaka, te unapređenju poslovnih procesa sa ciljem da se utiče na ključne faktore poslovnog uspeha: troškove, kvalitet i vreme. Liderstvo u ključnim faktorima uspeha je osnova konkurentnosti preduzeća, a postizanje ovog liderstva može obezbediti primena različitih lean tehnika.

U ovom radu analizirane su neke od bazičnih lean tehnika. Svaka od njih je usmerena na tačno određenu oblast delovanja, i to: uređenje radnog prostora, sprovođenje inkrementalnih unapređenja, obezbeđenje kvaliteta kroz uočavanje, signaliziranje i pravovremeno otklanjanje grešaka, eliminisanje zaliha i obezbeđenje kontinuiranog proizvodnog procesa, smanjenje vremena pripreme za proizvodnju pravilnim održavanjem opreme i brzom zamenom alata, sprečavanje nastanka grešaka i težnjom ka njihovom svođenju na nulti nivo, definisanje najbolje prakse rada i dr. Pored parcijlanih, pojedinačnih ciljeva, opšti cilj lean tehnika, redukovanje varijacija u proizvodnom procesu uglavnom izazvanih ljudskim faktorom, najefikasnije se realizuje njihovim kombinovanjem, istovremenom i sinhronizovanom primenom u pravcu ostvarenja sinergetskih efekata. Time se, uz sistematsku analizu i eliminaciju nepotrebnih trošenja i aktivnosti koje ne dodaju vrednost, realizuju i osnovni ciljevi lean koncepta, odnosno omogućava ostvarivanje natprosečnih performansi i postizanje liderske pozicije na tržištu.

Reference

1. Dolcemascolo, D. (2009). *Achieving one-piece flow*, Преузето са сајта: <http://www.reliableplant.com/Read/14703/one-piece-flow>., дана 08.09.2011.
2. Hige, E., Anderson, A. (1988). *The spirit of manufacturing excellence: An executive's guide to the new mind set*. Irwin: Dow Jones.
3. Huntzinger, J. (2007). *Lean Cost Management: Accounting for Lean by Establishing Flow*. USA: Ross Publishing Inc.
4. Hyland, W. P., Mellor, R. & Sloan, T. (2007). Performance measurement and continuous improvement: are they linked to manufacturing strategy?. *International Journal of Technology Management*, 37(3/4), 237-246.
5. Janjić, V., Jovanović, D. (2014). Računovodstvena informaciona podrška upravljanju vremenom u funkciji konkurentnosti preduzeća. *Računovodstvo*, 57(9-10), 28-37.
6. Kocakulah, C. M., Brown, F. J. & Thomson, W. J. (2008). Lean manufacturing principles and their application. *Cost Management*, 22(3), 16-27.
7. „Lean Thinking and Methods“ (2011). United States Environmental Protection Agency, Преузето са сајта: <http://www.epa.gov/lean/environment/methods/kanban.htm>., дана 02.09.2011.
8. Liker, J. (2006). *Der Toyota-Weg*. Munchen: FinanzBuch.
9. Malinić, S. & Todorović, M. (2010). Upravljačko računovodstveni aspekti jačanja izvozne konkurentnosti – strategijski pristup kao odgovor na izazove promena. *Savetovanje pod nazivom „Kako povećati konkurentnost privrede Srbije – preporuke za kreatorne ekonomske politike“* (113 – 135). Beograd: Naučno društvo ekonomista Srbije sa Akademijom ekonomskih nauka i Ekonomski fakultet u Beogradu.

10. Maskell, B. (1991). *Performance Measurement for World Class Manufacturing: A Model for American*. Cambridge, MA: Productivity Press.
11. Michlowicz, E., Karwat, B. (2010). Implementation of Total Productive Maintenance – TPM in an enterprise, *Scientific Journals Zeszyty Naukowe - Adakemia Morska w Szczecinie*, 24(96), 41-47.
12. Northrup, L. (2004). *Dynamics of Profit-Focused Accounting*. The Educational Society for Resource Management, Florida (USA): Ross Publishing.
13. Porter, M. (2007). *Competitive Advantage*. prevod sa engleskog jezika, Novi Sad: Asee.
14. Porter, M. (1996). What is Strategy. *Harward Business Review*, November-December, 61-78.
15. Raiborn, C., Kinney, M. (2010). *Cost Accounting Principlless*. South-Western Cengage Learning.
16. Stenzel, J. (2007). *Lean Accounting: Best Practices for Sustainable Integration*. Hoboken, NJ, (USA): John Wiley and Sons, Inc.
17. Stefanić, N., Tošanović, N. (2011). *Lean proizvodnja*, Preuzeto sa sajta: http://www.fsb.unizg.hr/atlantis/upload/newsboard/20_09_2011__14681_Upravljanje_znanjem_i_promjena_ma-Lean.pdf, dana 21.07.2011.
18. Todorović, M. (2014). Conceptual and Methodological Aspects of Lean Accounting. In G. Radosavljević (ed.), *Contemporary Issues in Economics, Business and Management* (559-573). Kragujevac: Faculty of Economics, University of Kragujevac.
19. Todorović, M., Čupić, M. (2014). Influence Of Continuous Improvement Programs On Company Performance. *International Finance And Banking Conference FI BA 2014* (XII edition), Bucharest, Romania.
20. Todorović, M. (2013). *Obračun troškova po aktivnostima baziran na vremenu – instrument integrisanog upravljanja lean poslovnim procesima*. neobjavljena doktorska disertacija, Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
21. Wimack, P. J., Jones, T. D. & Roos, D. (1991). *The Machine That Changed the World: The story of Lean production*. NY: Harper Perennial.
22. www.gartmer.com

ANALIZA POSLOVANJA OSIGURAVAJUĆIH KOMPANIJA NA TRŽIŠTU REPUBLIKE SRBIJE

Vladimir Stančić*

Apstrakt: Mereno po svim relevantnim pokazateljima (bilansnoj sumi, visini ukupne premije i njenom učešću u BDP, visini premije po stanovniku, učešću osiguranja u finansijskom sektoru) tržište osiguranja u Srbiji je relativno nerazvijeno. Upravo tako niska pozicija osiguravajuće delatnosti u Srbiji u odnosu na važeće standarde u EU ili svetu, daje osnova za očekivanje relativno brzog rasta u budućnosti. Analiza tržišta osiguranja u Srbiji u periodu 2010-2014. godine pokriva period svetske ekonomske krize, koja se sa svetskog tržišta prelila na malo srpsko tržište, čija ukupna premija učestvuje u ukupnoj svetskoj premiji osiguranja sa oko 0,02%. Rad je usmeren na analizu učesnika na tržištu, kretanje premije osiguranja, bilansne sume i bilansne strukture osiguravača u Srbiji. Poslovanje osiguravajućih kompanija u Srbiji se sagledava sa nekoliko aspekata: solventnosti osiguravača, kvaliteta njihove imovine, strukture plasmana tehničkih rezervi, kao i pokazatelja likvidnosti i rentabilnosti. Kao bazna godina u ovim analizama koristi se 2009. godina u kojoj su se osetili prvi efekti nadolazeće krize i koja predstavlja početnu tačku u pokušaju da se uoče karakteristični odnosi i trendovi u sledećih pet godina na tržištu osiguranja u Srbiji.

Ključne reči: tržište osiguranja, osiguravajuće kompanije, solventnost, tehničke rezerve, profitabilnost.

Uvod

Nisko učešće ukupne premije osiguranja u bruto domaćem proizvodu (Srbija oko 2%, zemlje EU 8-9%) i niska premija po stanovniku (Srbija oko 55 USD, zemlje EU 2.500-2.600 USD) su davale za pravo svima koji su na početku ovog veka tržište osiguranja u Srbiji najčešće opisivali kao tržište sa velikim potencijalom rasta. Od otvaranja našeg tržišta osiguranja za strane investitore, donošenja nove regulative, prihvatanja trenda spajanja i ukрупnjavanja osiguravača se očekivalo da će biti vrlo snažna podrška ekspanziji osiguranja. Kretanja na tržištu osiguranja u poslednjoj deceniji (2005-2014.) potvrđuju da je do blagog rasta došlo, ali da je to daleko ispod optimističkih procena sa početka veka. Realni iznos premije (izražen u €) je sa cca. 405 mil. € u 2005 godini u 2014. godini narastao na 574 mil. €, ali je manji od iznosa u 2008. godini (589 mil. €). Slično je bilo i sa učešćem ukupne premije osiguranja u bruto domaćem proizvodu, koje se u zadnjih 5 godina stabilizovalo na vrlo skromnih cca. 1,8% BDP. Kao pokazatelj (ne)razvijenosti tržišta u odnosu na zemlje EU svedoči procenat učešća životnog osiguranja u ukupnoj premiji (nešto iznad 20%), što je skoro tri puta manje od uobičajenih odnosa na svetskom tržištu osiguranja. Rezultati su još rečitiji kad je u pitanju iznos premije životnog osiguranja od cca 20 USD po stanovniku (prosek za zemlje EU 1.770 USD).

Ovakvo stanje na tržištu osiguranja je iniciralo potrebu dublje analize poslovanja osiguravača u periodu između 2010. i 2014. godine, kao perioda u kome su se efekti svetske ekonomske krize osetili u punoj meri, pri čemu se kao osnova za određena poređenja i uočavanje trendova koristi 2009. godina. Rad je strukturiran u dva dela – analizu tržišta osiguranja i poslovanja osiguravajućih kompanija u Srbiji.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: vstancic@kg.ac.rs

1. Tržište osiguranja u Republici Srbiji

1.1. Učesnici na tržištu i kretanje premije osiguranja

Broj društva za osiguranje, kao nosilaca delatnosti osiguranja u Republici Srbiji, posle ekspanzije u prvoj dekadi ovog veka, tokom analiziranog perioda je relativno stabilan, kao što je predstavljeno u narednoj *Tabeli 1*.

Tabela 1: Kretanje broja i strukture društava za osiguranje u periodu 2010-2014. godine

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Društva za osiguranje	22	24	24	24	24
<i>Društva za životno osiguranje</i>	7	7	7	7	7
<i>Društva za neživotno osiguranje</i>	9	11	11	11	11
<i>Društva za životno i neživotno osiguranje</i>	6	6	6	6	6
Društva za reosiguranje	4	4	4	4	4
Domaće vlasništvo	7	7	7	7	7
Inostrano vlasništvo	19	21	21	21	21
Ukupno OD	26	28	28	28	28

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Tabela 1 pokazuje da je u analiziranom periodu ukupan broj osiguravajućih društava porastao samo u 2010. godini za dva društva za neživotno osiguranje, te da se u ostalim godinama broj osiguravajućih kompanija nije menjao. Struktura društava za osiguranje sa aspekta predmeta osiguranja nije se menjala kad su u pitanju društva za životno osiguranje (7) i društva za životno i neživotno osiguranje (6), a broj društva za neživotno osiguranje se u periodu 2011-2014. godine stabilizovao na 11. Sa aspekta vlasništva nad kapitalom u ovom periodu broj društava u većinskom domaćem vlasništvu se nije menjao, odnosno u svim godinama na tržištu egzistira 7 takvih društava (od kojih je jedno društvo u državno-društvenoj svojini, a 6 društava su u privatnoj svojini). Ostala društva su u većinskom stranom vlasništvu, a njihov broj se od 19 u 2010. godini u ostalim godinama stabilizovao na nivou od 21 društva.

Funkcionisanje tržišta osiguranja u velikoj meri zavisi i od ostalih učesnika na tržištu, koji čine specifičnu maloprodajnu mrežu za plasman pojedinih proizvoda osiguranja. Broj tih učesnika u periodu 2010-2014. godine je predstavljen u *Tabeli 2*.

Tabela 2: Broj ostalih učesnika na tržištu osiguranja u periodu 2010-2014. godine

Učesnici	2010	2011	2012	2013	2014
Banke	16	19	19	19	19
Društva za posredovanje i zastupanje	77	79	84	87	95
Zastupnici - preduzetnici	117	109	105	112	111
Zastupnici - fizička lica	11.418	13.363	14.123	14.457	15.287

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Evidentno je da je broj banaka koje su dobile saglasnost za obavljanje poslova zastupanja u osiguranju porastao samo u 2011. godini, te da broj pravnih lica (društava za posredovanje u osiguranju i društava za zastupanje u osiguranju) beleži konstantan rast u svim godinama. Kad su u pitanju zastupnici u osiguranju – preduzetnici, njihov broj je u ovom periodu u blagom opadanju, što se može objasniti ili neuspehom u poslovanju ili promenom pravne forme (prelazak u društava za zastupanje u osiguranju). Interesantna je i činjenica da je broj

zastupnika – fizičkih lica sa ovlašćenjem za obavljanje poslova posredovanja u osiguranju u periodu od 5 godina narastao za skoro 4.000 lica.

Obim aktivnosti na tržištu osiguranja u Srbiji predstavljen je preko kretanja iznosa ukupne premije osiguranja (u RSD i €), strukture premije i promena po pojedinim godinama (Tabela 3).

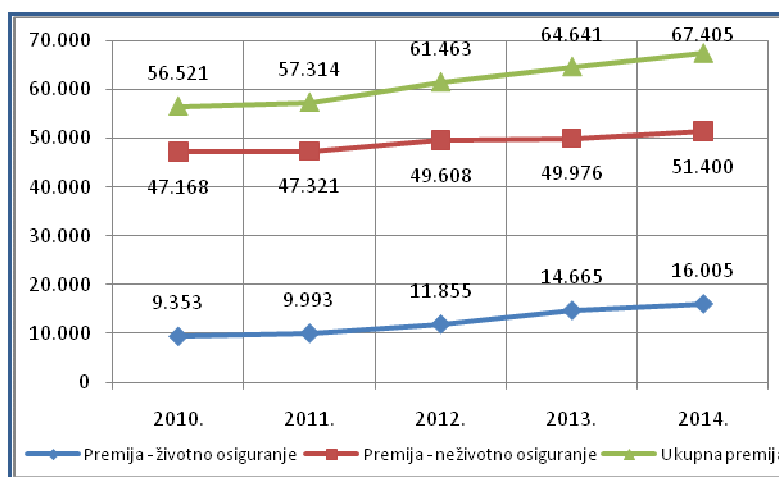
Tabela 3: Kretanje obima i strukture premije osiguranja u periodu 2010-2014. godine

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Premija - životno osiguranje	9.353	9.993	11.855	14.665	16.005
Premija - neživotno osiguranje	47.168	47.321	49.608	49.976	51.400
Ukupna premija (mil. RSD)	56.521	57.314	61.463	64.641	67.405
<i>Struktura premije (%)</i>					
Premija - životno osiguranje	16,55	17,44	19,29	22,69	23,74
Premija - neživotno osiguranje	83,45	82,56	80,71	77,31	76,26
Ukupno	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<i>Bazni indeksi (RSD, 2009=100)</i>					
Premija - životno osiguranje (%)	118,68	126,80	150,43	186,08	203,08
Premija - neživotno osiguranje (%)	103,32	103,65	108,66	109,47	112,59
Ukupna premija (%)	105,58	107,06	114,81	120,75	125,91
<i>Lančani indeks (RSD)</i>					
Premija - životno osiguranje (%)	118,68	106,84	118,63	123,70	109,14
Premija - neživotno osiguranje (%)	103,32	100,32	104,83	100,74	102,85
Ukupna premija (%)	105,58	101,40	107,24	105,17	104,28
Ukupna premija (mil. €)	536	548	540	559	574
Bazni indeks (% , 2009=100)	96,06	98,21	96,77	100,18	102,87
Lančani indeks (%)	96,06	102,24	98,54	103,52	102,68

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Prvi segment Tabele 3 pretočen u grafičku interpretaciju, prikazan je na narednoj Slici 1.

Slika 1: Kretanje premije osiguranja (mil. RSD) u periodu 2010-2014. godine

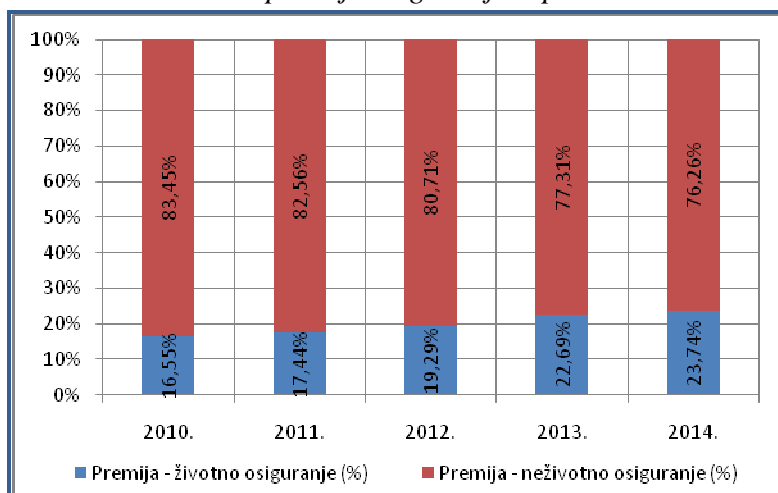


(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Slika 1 ilustruje rast premije osiguranja izražene u RSD, kako na nivou ukupne premije, tako i po pojedinim komponentama. Taj rast nije bio linearan, pošto period karakteriše nešto brži rast premije životnih osiguranja u odnosu na kretanje ukupne premije ili premije

neživotnih osiguranja. To je imalo za posledicu da se relativna struktura ukupne premije lagano pomerala prema premiji životnih osiguranja, kao što je predstavljeno na narednoj *Slici 2*.

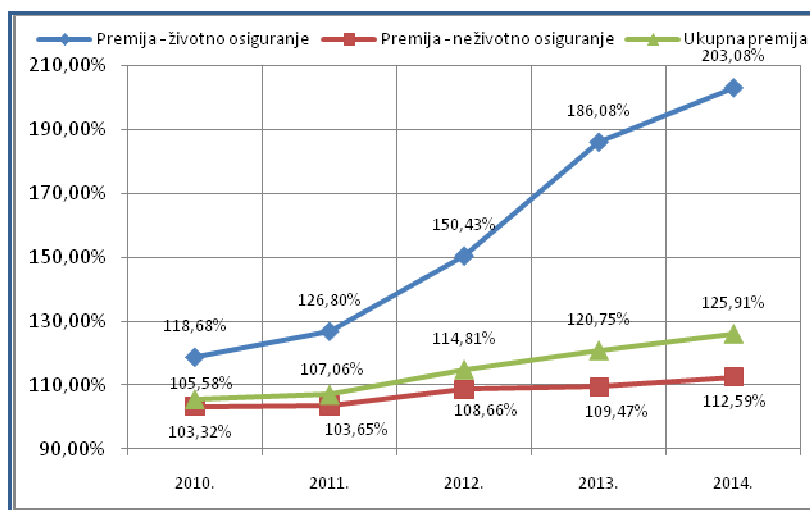
Slika 2: Relativna struktura premije osiguranja u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Ovu tendenciju jasnije otkriva kretanje godišnjih baznih indeksa rasta pojedinih komponenti premije osiguranja (2009=100), koje je prikazano na narednoj *Slici 3*.

Slika 3: Kretanje baznog indeksa rasta premije osiguranja (2009=100) u periodu 2010-2014. godine



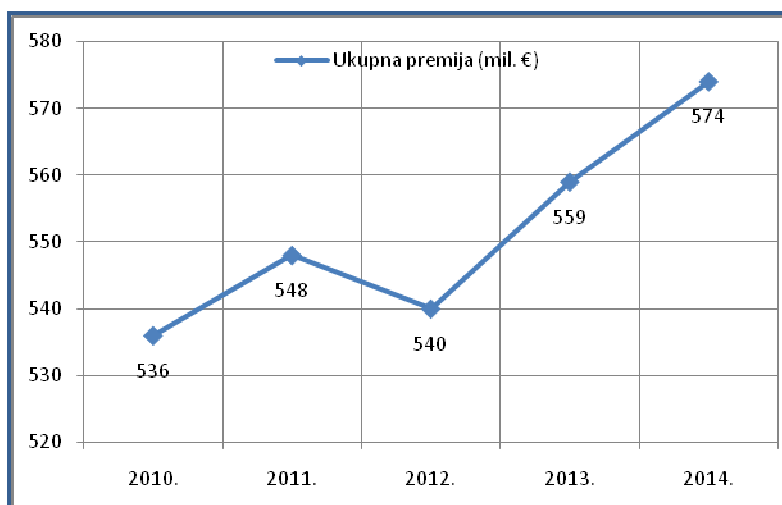
(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Evidentno je da je najveći relativni rast zabeležila premija životnih osiguranja (indeks 203,08% u odnosu na stanje iz 2009. godine), što je znatno više od rasta ukupne premije (indeks 125,91% u odnosu na 2009. godinu) i rast premije neživotnih osiguranja (indeks 112,59% u odnosu na 2009. godinu). Obzirom na izraženu depresijaciju domaće valute¹ u analiziranom periodu, konstatovani rast premije osiguranja analitički je interesantno razmotriti i preko kretanja iznosa ukupne premije osiguranja iskazane u mil. € (poslednji segment *Tabele*

¹ Prema podacima NBS srednji kurs € na kraju 2009. godine je iznosio 1€ =95,8888 RSD, a na kraju 2014. godine 1€ = 120,9583 RSD.

3). Kretanje ukupne premije na tržištu osiguranja u Srbiji, izražene apsolutno u mil. €, kao i preko kretanja baznih i lančanih indeksa rasta premije, predstavljeno je na *Slikama 4 i 5*.

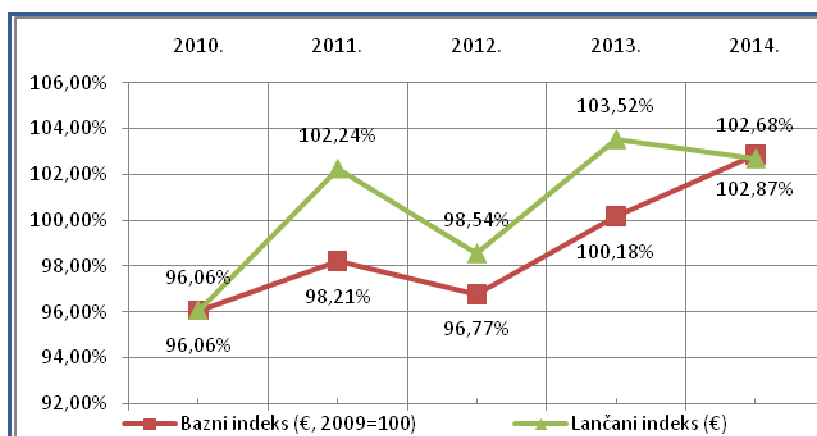
Slika 4: Kretanje premije osiguranja (mil. €) u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Kretanje apsolutnog nivoa ukupne premije osiguranja u Srbiji u mil. € pokazuje da je, izuzev u 2012. godini, u svim ostalim godinama zabeležen rast premije. Upoređivanje sa stanjem od pre ekonomske krize pokazuje da ni u jednoj godini analiziranog perioda nije postignut maksimum od 589 mil. € iz 2008. godine. Apsolutni minimum premije je ostvaren u 2010. godini, a u ostalim godinama zabeležen je blagi rast. Ova kretanja ilustruje i razvoj godišnjih baznih i lančanih indeksa rasta premije osiguranja, prikazanih na *Slici 5*.

Slika 5: Kretanje baznog i lančanog indeksa rasta premije osiguranja (mil. €) u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Evidentno je da se na tržištu osiguranja u Srbiji oseća dejstvo ekonomske krize, pošto vrednosti oba indeksa osciliraju oko vrednosti zabeleženih u 2009. godini, u kojoj su u punoj meri počeli da se osećaju negativni efekti ekonomske krize i kad je zabeležen značajan pad ukupne premije u odnosu na 2008. godinu (sa 589 na 558 mil. €).

Prema podacima iz *Tabele 3* u strukturi premije osiguranja u Srbiji u analiziranom periodu dominantno učešće ima premija neživotnih osiguranja (učešće u ukupnoj premiji varira od cca 84% u 2009. godini do cca 77% u 2014. godini). U *Tabeli 4* predstavljeno je kretanje detaljnije strukture najvažnijih elemenata premije neživotnih osiguranja i zbirne premije životnih osiguranja.

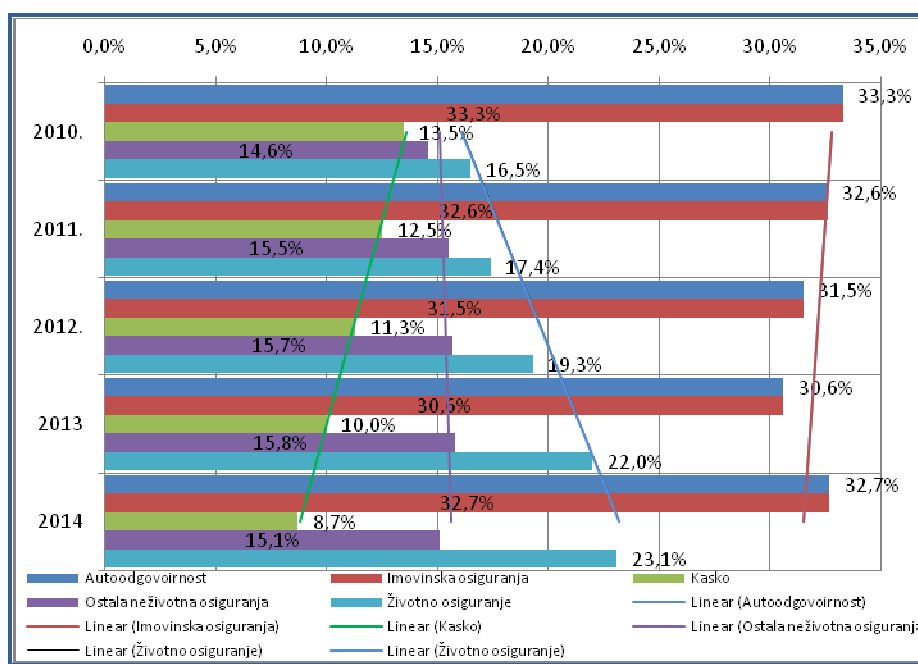
Tabela 4: Kretanje strukture ukupne premije osiguranja u periodu 2010-2014. godine

Struktura premije (%)	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Imovinska osiguranja	22,1	22,0	22,2	21,6	20,4
Autoodgovornost	33,3	32,6	31,5	30,6	32,7
Kasko	13,5	12,5	11,3	10,0	8,7
Ostala neživotna osiguranja	14,6	15,5	15,7	15,8	15,1
Ukupno premija - neživotna osiguranja	83,5	82,6	80,7	78,0	76,9
Životna osiguranja	16,5	17,4	19,3	22,0	23,1
Ukupna premija	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Podaci iz *Tabele 4* vizuelizovani su na narednoj *Slici 6*, gde su prikazani karakteristični linearni trendovi u razvoju strukture premije.

Slika 6: Struktura i linearni trendovi razvoja premije osiguranja (RSD) u periodu 2010-2014.



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Linearni trendovi sa *Slike 6* govore o ubrzanom menjanju strukture premije osiguranja u Srbiji tokom analiziranog perioda. U strukturi neživotnih osiguranja relativnu stagnaciju učešća beleže osiguranje od autoodgovornosti (koje konstantno ima najveće pojedinačno učešće u ukupnoj premiji), imovinska osiguranja i ostala životna osiguranja, za razliku od kasko osiguranja, čije učešće u strukturi ukupne premije beleži konstantan pad. Sa druge strane, životna osiguranja u posmatranom periodu beleže konstantan rast učešća u strukturi (sa 16,5% u 2010. na 23,1% u 2014. godini).

Konstatovana kretanja premije je neophodno posmatrati i sa aspekta stepena koncentracije na tržištu, radi čijeg testiranja je izvršeno grupisanje društava za osiguranje prema učešću u ukupnoj premiji. Grupisanje osiguravajućih kompanija u Srbiji je izvršeno prema njihovom učešću u ukupnoj premiji u 3 grupe, na način da I grupu čine dva društva s preko 15% učešća, II pet društava sa učešćem manjim od 15% učešća i III 17 društava sa manje od 3% učešća u ukupnoj premiji. Rezultati takvog segmentiranja kompanija (bez društava koja se bave poslovima reosiguranja) dati su u *Tabeli 5*.

Tabela 5: Učešće društava za osiguranja po peer grupama u ukupnoj premiji u periodu 2010 – 2014

Grupa		2010	2011	2012	2013	2014
I	Učešće u %	62,9	63,1	49,1	46,9	46,9
	Broj društava za osiguranje	3	3	2	2	2
II	Učešće u %	24,7	25,4	35,5	38,7	40,8
	Broj društava za osiguranje	5	5	5	6	6
III	Učešće u %	12,4	11,4	15,4	14,4	12,3
	Broj društava za osiguranje	14	15	17	16	13

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Stepen koncentracije na tržištu osiguranja uobičajeno se testira preko Herfindahl Hirschman indeksa (HHI), koji predstavlja sumu kvadrata učešća bilansnih suma pojedinačnih osiguravajućih kompanija u ukupnoj bilansnoj sumi svih društava za osiguranje u određenom vremenskom periodu, odnosno

$$HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

gde N ukupan broj osiguravajućih kompanija, s_i apsolutno tržišno učešće i -tog osiguravajućeg društva. Kretanje HHI na tržištu osiguranja Srbije u analiziranom periodu 2010-2014. godine prikazano je u narednoj *Tabeli 6*.

Tabela 6: Kretanje HHI u periodu 2010-2014. godine

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
HHI	1123	1117	1132	1112	1124

(Izvor: NBS)

Polazeći od činjenice da raspon od 1.000 do 1.800 jedinica ($1.000 < HHI < 1.800$) označava umeren nivo koncentracije, kretanja iz *Tabele 6* potvrđuju umerenu koncentraciju na tržištu osiguranja u Srbiji. Tendencija HHI po godinama ukazuje da tržište osiguranja u Srbiji konvergira nekonzentrisanom tržištu.

1.2. Bilansna suma i bilansna struktura osiguravača u Srbiji

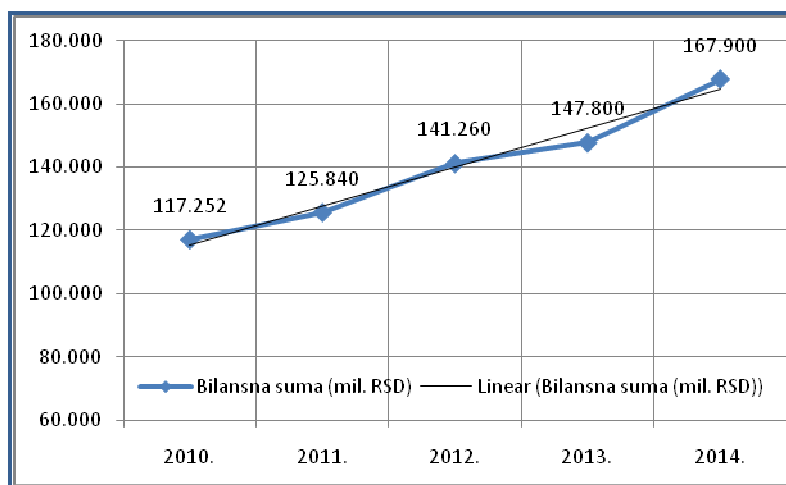
Kretanje obima poslovanja sektora osiguranja, meren bilansnom sumom društava koja su obavljala poslove osiguranja i reosiguranja, predstavljen je u *Tabeli 7*.

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Bilansna suma (mil. RSD)	117.252	125.840	141.260	147.800	167.900
Bazni indeks (% , 2009=100)	117,97	126,61	142,12	148,70	168,92
Lančani indeks (%)	117,97	107,32	112,25	104,63	113,60

Tabela 7: Kretanje bilansne sume osiguranja u periodu 2010-2014. godine (Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Kretanje bilansne sume ukazuje na permanentan rast u analiziranom periodu, o čemu svedoči i karakterističan linearni trend kretanja prikazan na *Slici 7*.

Slika 7: Kretanje bilansne sume osiguranja (mil. RSD) u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Globalne komponente bilansne sume po godinama analiziranog perioda, sačinjene na bazi podataka NBS o godišnjim finansijskim izveštajima za pojedine osiguravače i sektor osiguranja kao celinu, predstavljene su u *Tabeli 8*.

Tabela 8: Struktura bilansne sume osiguranja (RSD) u periodu 2010-2014. godine

	2010.	2011.	2012.	2013	2014
Nekretnine	19.903.542	20.037.372	22.150.640	21.145.685	19.220.351
Dugoročni plasmani	24.391.932	38.030.034	49.165.723	62.853.223	54.202.093
Potraživanja za premiju	11.232.240	14.157.649	16.715.429	13.691.178	12.609.818
Kratkoročni plasmani	29.667.509	25.109.850	23.416.644	17.880.663	38.801.407
Gotovina	10.517.150	7.778.347	8.516.899	9.239.127	10.709.996
Ostalo	21.539.706	20.726.719	21.294.753	23.368.436	32.224.642
Kapital i rezerve	32.236.937	33.190.171	34.904.415	34.975.071	35.177.425
Matematičke rezerve	25.592.893	30.666.778	39.261.779	46.915.562	57.092.978
Prenosne premije	20.617.150	20.600.593	21.772.585	22.428.378	25.772.202
Rezervisane štete	22.768.972	22.519.613	23.580.427	23.257.432	29.749.031
Ostale tehničke rezerve	2.891.686	3.746.347	4.115.198	4.392.976	5.284.502
Ostalo	13.144.441	15.116.469	17.625.684	16.208.893	14.692.169

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Radi preciznijeg sagledavanja odnosa u bilansnoj strukturi u narednoj *Tabeli 9* predstavljeno je relativno učešće najglobalnijih pozicija imovine, obaveza i kapitala.

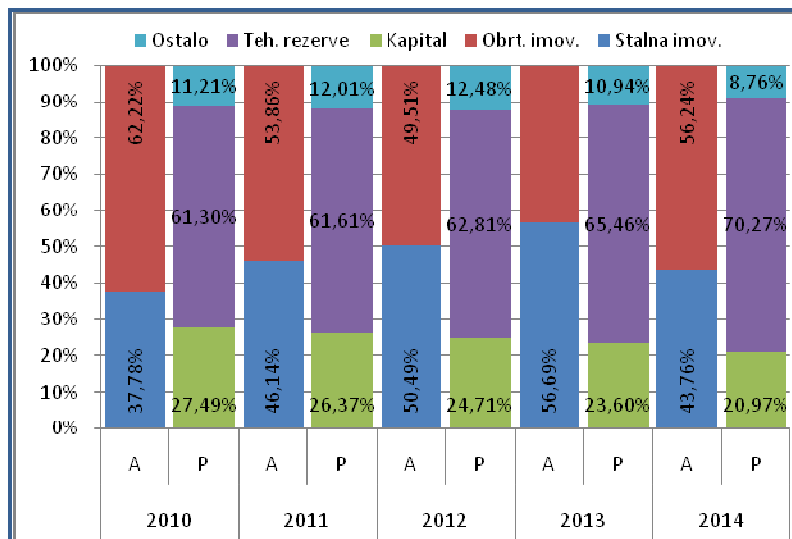
Tabela 9: Relativna struktura bilansna stanja osiguranja u periodu 2010-2014. godine

Struktura (%)	2010	2011	2012	2013	2014
Stalna imovina	37,78	46,14	50,49	56,69	43,76
Obrtna imovina	62,22	53,86	49,51	43,31	56,24
Kapital i rezerve	27,49	26,37	24,71	23,60	20,97
Tehničke rezerve	61,30	61,61	62,81	65,46	70,27
Ostalo	11,21	12,01	12,48	10,94	8,76

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Prevođenjem podataka iz prethodne *Tabele 9* u grafički oblik, generisana je naredna *Slika 8*, koja jasno ukazuje na odnose u bilansnoj strukturi tokom analiziranog perioda.

Slika 8: Relativni odnosi u strukturi bilansa stanja osiguravajućih kompanija u Srbiji u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Informacije sadržane u *Tabelama 8* i *9* i *Slici 8* pokazuju da se odnosi u strukturi aktive društava za osiguranje svake godine analiziranog perioda blago variraju oko relacije 50:50. Nezavisno od relativne stabilnosti ovog globalnog odnosa, u analiziranom periodu se zapažaju značajnije promene u strukturi stalne imovine (*Tabela 8*). Naime, Dugoročni plasmani su povećani za cca 2,25 puta u 2014. godini u odnosu na stanje iz 2009. godine, čime je ova pozicija zadržala dominantno učešće u aktivi. Na pasivnoj strani bilansa primetan je trend stabilnog učešća pozicije kapitala i rezervi u ukupnim izvorima. U strukturi pasive dominantna je pozicija tehničkih rezervi, koja u svim godinama analiziranog perioda prevazilazi 60% ukupnih izvora.

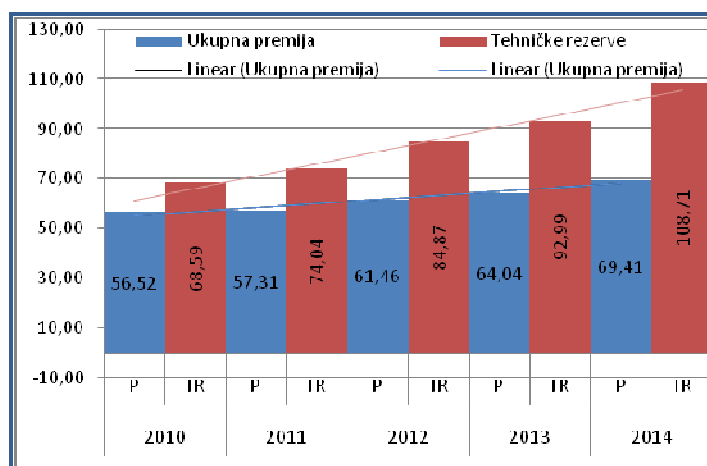
U kontekstu stabilizacije i uređivanja tržišta osiguranja u Srbiji analitički je interesantan odnos između ukupne premije i tehničkih rezervi po godinama analiziranog perioda, koji je predstavljen u narednoj *Tabeli 10*.

Tabela 10: Ukupna premije i tehničke rezerve osiguranja u periodu 2010-2014. godine

	2010	2011	2012	2013	2014
Ukupna premija (mlrd. RSD)	56,52	57,31	61,46	64,04	69,41
Tehničke rezerve (mlrd. RSD)	68,59	74,04	84,87	92,99	108,71
Ukupna premija - Bazni indeks (%; 2009=100)	147,46	149,53	160,36	120,03	130,08
Ukupna premija - Lančani indeks (%)	105,93	101,40	107,24	104,19	108,38
Tehničke rezerve - Bazni indeks (%; 2009=100)	241,64	260,83	298,98	157,93	184,63
Tehničke rezerve - Lančani indeks (%)	116,49	107,94	114,63	109,57	116,91

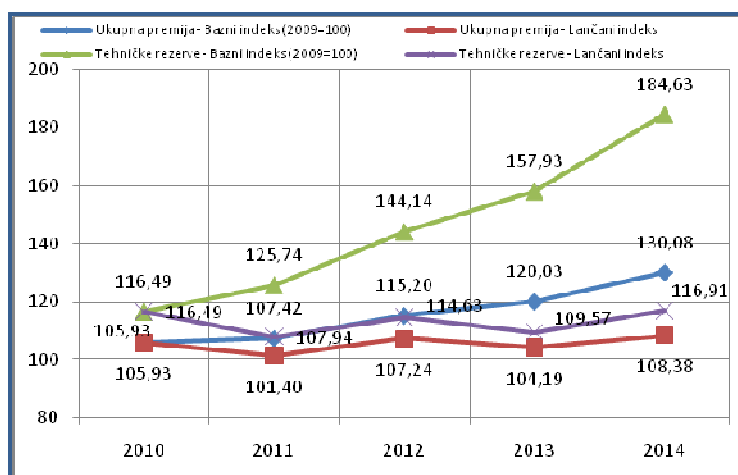
(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Podaci iz prvog dela *Tabele 10* predstavljeni grafički na narednoj *Slici 9* potvrđuju znatno brži rast linearnog trenda tehničkih rezervi u odnosu na rast ukupne premije.

Slika 9: Kretanje ukupne premije i tehničkih rezervi osiguranja (RSD) u periodu 2010-2014.

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Razvoj godišnjih baznih (2009=100) i lančanih indeksa rasta ukupne premije i tehničkih rezervi prikazanih u drugom delu *Tabele 10*, predstavljeni su grafički na narednoj *Slici 10*, koja otkriva više detalja o ovim kretanjima.

Slika 10: Kretanje baznog i lančanog indeksa rasta ukupne premije i tehničkih rezervi osiguranja u periodu 2010-2014. godine

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Tabela 10 i *Slike 9* i *10* govore u prilog činjenici znatno bržeg rasta tehničkih rezervi od ukupne premije, što je u velikoj meri rezultat uspostavljanja kriterijuma za obračun tehničkih rezervi koje je propisala NBS, kao i striktnih kontrola adekvatnosti izdvajanja za tehničke rezerve, što je uslovalo prihvatanje prakse osiguravača da realnije procenjuju ove rezerve i time u većoj meri štite interese osiguranika i korisnika osiguranja. Evidentno je da tehničke rezerve, u odnosu na baznu 2009. godinu, beleže vrlo ekspanzivan rast, jer su na kraju 2014. godine porasle za preko 80%. Kretanje lančanih indeksa ukazuje na usporavanje rasta u odnosu na prethodnu godinu, pri čemu je kod obe kategorije ostvarena najniža vrednost zabeležena 2011. godine (rast 7,94% kod tehničkih rezervi i 1,40% kod ukupne premije). Tendencija stabilnog rasta lančanih indeksa ukupne premije i tehničkih rezervi osiguranja je blago okrenuta u pravcu oporavka u 2014. godini (rast 16,91% kod tehničkih rezervi i 8,38% kod ukupne premije).

2. Pokazatelji poslovanja osiguravajućih kompanija u Srbiji u periodu 2010-2014. godine

• Solventnost

Osiguravajuće kompanije se kroz redovnu aktivnost permanentno sučeljavaju sa neizvesnošću budućih izdataka novca po osnovu isplate obaveza po preuzetim ugovorima o osiguranju. Rukovođene načelom opreznosti i imperativnim zahtevima regulatornih organa za osiguranjem kontinuirane likvidnosti, osiguravajuća društva formiraju sredstva tehničkih rezervi (rezervisanja) radi osiguranja ispunjenja obaveza kako one pristižu. U tom kontekstu, stepen solventnosti se može proceniti na bazi dovoljnosti tehničkih rezervi za pokriće preuzetih obaveza, kao i dovoljnosti garantne rezerve za slučaj nepredviđenih gubitaka u poslovanju, odnosno kao amortizer za gubitke koji nisu pokriveni tehničkim rezervama. Na tom stanovištu je bio i Zakon o osiguranju, koji je počev od 30. 06. 2005. godine, prvi put u Srbiji uveo obavezu društava da održavaju garantnu rezervu na nivou koji je iznad margine solventnosti (*Zakon o osiguranju, Sl. glasnik RS, br. 55/2004, ... , 116/2013*). Podzakonskom regulativom, sačinjenom u skladu sa direktivama Evropske unije, margina solventnosti se od juna 2005. god. obračunava na osnovu kriterijuma koji uvažavaju vrstu poslova kojima se društva za osiguranje bave, kao i obima poslovanja i štete u trogodišnjem periodu.

Na bazi izveštaja prezentiranih od strane NBS, sačinjena je naredna *Tabela 11*, u kojoj su prikazana kretanja garantne rezerve i margine solventnosti osiguranja u periodu 2010-2014. godine, kao glavnih determinanti solventnosti osiguravača u Srbiji.

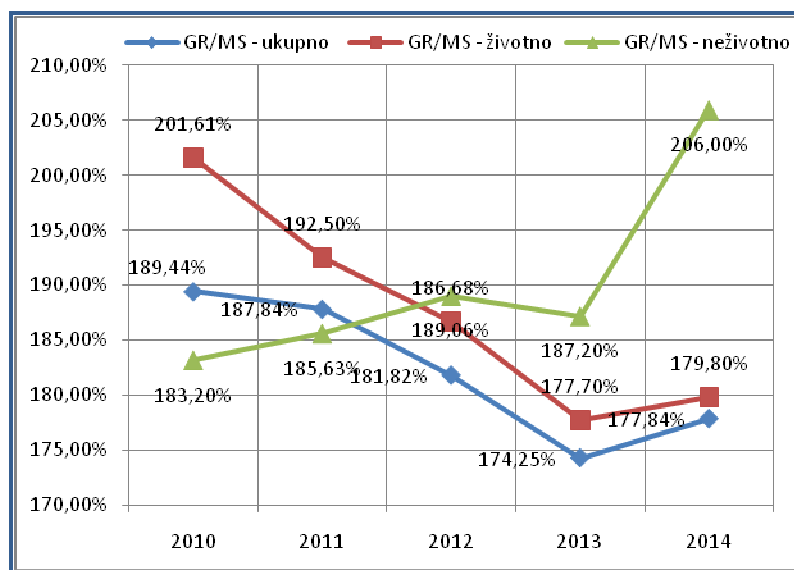
Tabela 11: Kretanje margine solventnosti i garantne rezerve osiguranja u periodu 2010-2014. godine

	2010	2011	2012	2013	2014
Garantna rezerva (mlrd. RSD)	26,90	27,80	30,00	29,10	29,70
Margina solventnosti (mlrd. RSD)	14,20	14,80	16,50	16,70	16,70
GR/MS - ukupno	189,44%	187,84%	181,82%	174,25%	177,84%
GR/MS - životno	201,61%	192,50%	186,68%	177,70%	179,80%
GR/MS - neživotno	183,20%	185,63%	189,06%	187,20%	206,00%

(Izvor: NBS)

Evidentno je da nominalni iznosi garantne rezerve i margine solventnosti beleže konstantan rast tokom analiziranog perioda i na kraju 2014. godine dostižu sumu od cca 30 mlrd RSD (garantna rezerva), odnosno 16,7 mlrd RSD (margina solventnosti). Obzirom na pomenutu obavezu da naši osiguravači moraju održavati garantnu rezervu iznad nivoa margine solventnosti (*Zakon o osiguranju, Sl. glasnik RS, br. 55/2004, ... , 116/2013, član 123*), analitički je interesantan odnos ove dve veličine, predstavljen na narednoj *Slici 11*.

Slika 11: Kretanje odnosa garantne rezerve i margine solventnosti prema predmetu osiguranja u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Relacija garantne rezerve i margine solventnosti je imala najbolji odnos tokom 2010. godine, koji se u narednim godinama analiziranog perioda nešto pogoršao, sa izuzetkom neživotnog osiguranja. Ako minimalnu normu za odnos garantne rezerve i margine solventnosti predstavlja jednakost ovih veličina (100%), onda se podaci sa *Slike 11* mogu pozitivno oceniti. Čak i varijacije ovog odnosa po pojedinim godinama ne predstavljaju suštinske promene sa aspekta solventnosti tržišta osiguranja u Srbiji, pošto su rezultat različitog intenziteta promena margine solventnosti i garantne rezerve. Analiza prema predmetu osiguranja pokazuje da je u analiziranom periodu odnos GR/MS povoljniji na nivou svih društava u Srbiji koja se pretežno bave neživotnim osiguranjima, što je u suprotnosti sa odnosima u 2010. godini.

Sa aspekta testiranja solventnosti osiguravača u Srbiji analitički su interesantne veličine Premije u samoprdržaju (PS), Ukupan kapital (UK) i Tehničke rezerve (TR), kao i odnosi ovih veličina, koji su predstavljeni u *Tabeli 12*.

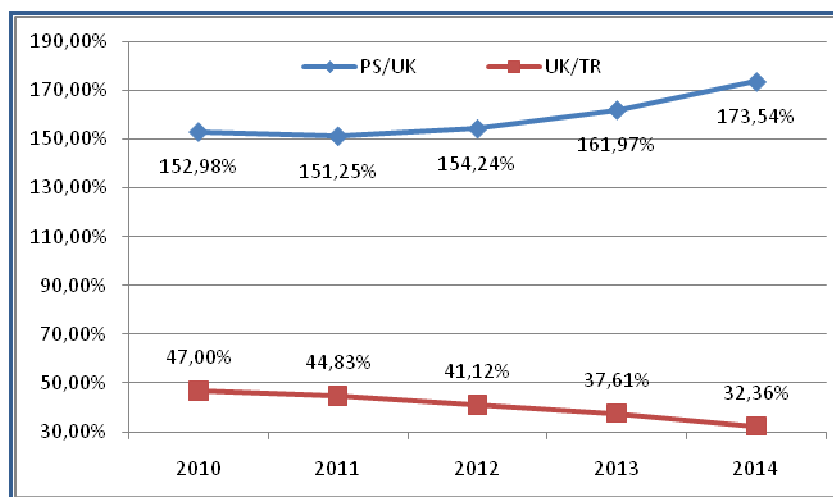
Tabela 12 : Kretanje premije u samoprdržaju, ukupnog kapitala i tehničkih rezervi osiguranja u periodu 2010-2014. godine

	2010	2011	2012	2013	2014
Premija u samoprdržaju (PS) (mlrd. RSD)	49,32	50,2	53,83	56,64	61,05
Ukupni kapital (UK) (mlrd. RSD)	32,24	33,19	34,90	34,97	35,18
Tehničke rezerve (TR) (mlrd. RSD)	68,59	74,04	84,87	92,99	108,71
PS/UK	152,98%	151,25%	154,24%	161,97%	173,54%
UK/TR	47,00%	44,83%	41,12%	37,61%	32,36%

(Izvor: NBS)

Kretanje nominalnih iznosa u *Tabeli 12* ukazuje na rast sve tri veličine, s tim što je taj rast najizraženiji kod tehničkih rezervi, čiji je iznos na kraju perioda za cca 60% viši nego 2010. godine. Sa analitičkog aspekta, od kretanja ovih monetarnih veličina interesantniji su relativni odnosi premije u samoprdržaju i ukupnog kapitala (PS/UK) i odnos ukupnog kapitala i tehničkih rezervi (UK/TR), koji je predstavljen na narednoj *Slici 12*.

Slika 12: Kretanje odnosa PS/UK i UK/TR u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

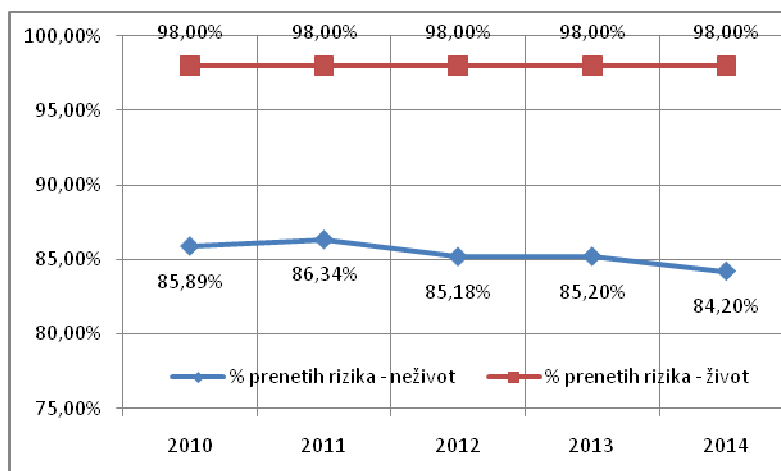
Sposobnost društva da apsorbuje rizik neadekvatnog nivoa premije (cene) osiguranja, nepredviđenih šteta i neadekvatnog prenosa rizika u saosiguranje i reosiguranje i dr. (rizici osiguranja) meri se, između ostalog, i odnosom premije u samoprdržaju i ukupnog kapitala. Smisao ovog racija je u činjenici da premija u samoprdržaju predstavlja aproksimaciju preuzetih rizika i trebalo bi da bude dovoljna za isplatu šteta i naknada iz osiguranja. U slučaju da ta premija nije adekvatno odmerena, da prenos rizika u saosiguranje i reosiguranje nije izvršen adekvatno, kao i u slučaju ostvarenja ostalih rizika osiguravanja, kao garant pokrića koristi se ukupan kapital, odnosno njegovi delovi. Evidentno je da ovaj odnos na nivou svih društava u Srbiji relativno stabilno raste (permanentno preko 150%).

Odnos ukupnog kapitala i tehničkih rezervi ukazuje na postojanje „rezerve“ za pokriće obaveza iz osiguranja, u slučaju neadekvatno odmerenih preuzetih rizika. U analiziranom periodu taj odnos je u permanentnom blagom padu, ali se i dalje generalno može oceniti kao zadovoljavajući. Varijacije ovog odnosa po godinama nisu rezultat nepovoljnih kretanja u monetarnim iznosima ukupnog kapitala i tehničkih rezervi, već bržeg rasta tehničkih rezervi. To je i razlog što je generalno ovaj odnos kad životnih osiguranja nešto ispod nivoa odnosa za celokupno osiguranje u Srbiji.

Analizu solventnosti sa aspekta visine (Tabela 12) i odnosa Premije u samoprdržaju (PS), Ukupnog kapitala (UK) i Tehničkih rezervi (TR) (Slika 12), korisno je dopuniti i aspektima reosiguranja i saosiguranja. Naime, za deo rizika koji se nalazi u samoprdržaju društva za osiguranje, u slučaju nedovoljnosti premije zbog eventualnih neočekivanih događaja ili neadekvatne cene premije, kao izvor za pokriće obaveza može poslužiti garantna rezerva. Pošto je kretanje budućih obaveza društava za osiguranje stohastičkog karaktera, kao legitiman način zaštite kapitala i solventnosti osiguravajućeg društva pojavljuje se reosiguranje ili saosiguranje. Preko tog instituta osiguravač deo svoje obaveze iz ugovora o osiguranju, koji prevazilazi njegov samoprdržaj, prenosi u reosiguranje tj. u pokriće drugog osiguravača (reosiguravača). U kontekstu ovih relacija analitički je značajno razmotriti udeo merodavne premije u samoprdržaju u merodavnoj ukupnoj premiji, koji ukazuje na obim prenetih rizika u reosiguranje i saosiguranje. Prema podacima NBS,² kretanje ovog odnosa prema predmetu osiguranja je predstavljeno na narednoj Slici 13.

² http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html pristupljeno 18.12.2015. godine

Slika 13: Kretanje odnosa merodavne premije u samoprizržaju u merodavnoj ukupnoj premiji u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: NBS)

Posmatrano po godinama analiziranog perioda ovaj pokazatelj je kod društava koja se pretežno bave poslovima neživotnih osiguranja beležio neznatne varijacije i stabilizovao se na nivou cca 85%. Posmatrano prema vrstama neživotnih osiguranja, procenat prenosa rizika u reosiguranje najveći je u osiguranju od odgovornosti zbog upotrebe vazduhoplova i osiguranju vazduhoplova, zatim slede osiguranje troškova pravne zaštite, osiguranje od opšte odgovornosti, osiguranje jemstva, osiguranje robe u prevozu, imovinska osiguranja, osiguranje šinskih vozila i osiguranje finansijskih gubitaka, što odgovara prirodi posla tih vrsta osiguranja i obimu preuzetih rizika. U društvima koja se pretežno bave životnim osiguranjem ovaj pokazatelj se u analiziranom periodu kretao oko 98%. Visoke vrednosti ovog pokazatelja rezultat su činjenice da se znatno veći deo premije u životnim osiguranjima (štedni deo), po pravilu, zadržava u portfelju osiguravača, te da se samo ostatak (riziko premija) prenosi u reosiguranje.

- **Kvalitet imovine**

Imovina osiguravača, kao fizički oblik ulaganja izvora različite vlasničke i ročne strukture, predstavlja rezervoar koji se dezinvestiranjem može pretvoriti u likvidna sredstva i iskoristiti za pokriće obaveza po osnovu osiguranja, u slučaju kada to nije moguće iz tehničkih rezervi. Na tržištu osiguranja u Srbiji, na planu obezbeđenja kvaliteta imovine osiguravača, počev od 2005. godine učinjeni su značajni pomaci na planu uspostavljanja kriterijuma za ulaganje sredstava osiguranja, pre svega tehničkih rezervi i pravila za procenu bilansnih pozicija.

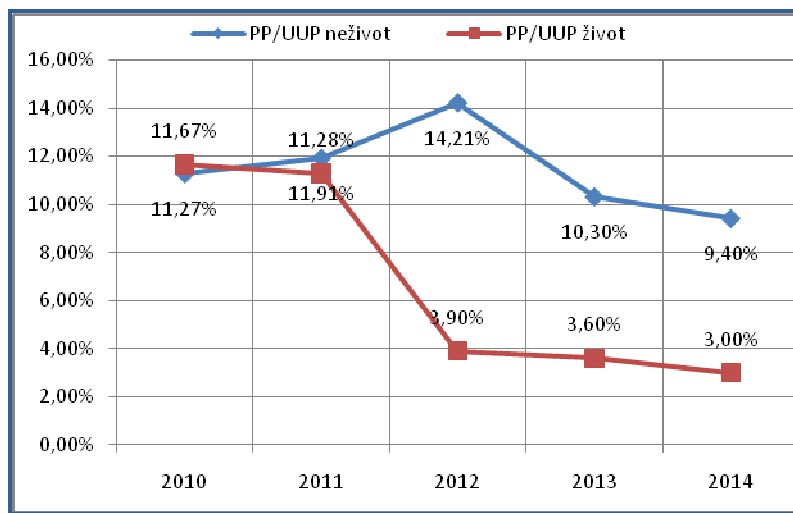
Insistiranje regulatornih tela na solventnosti, nameće obavezu osiguravačima da pored ugovaranja premije na nivou dovoljnom za naknadu očekivanih šteta obezbede i njenu naplatu, jer samo tako se stvaraju uslovi za izvršenje obaveza osiguravača prema osiguranicima. Propisivanje pravila za procenu bilansnih pozicija i kontrola isplate šteta društava koje je sprovela NBS, kao i poboljšanje poslovne prakse društava, uzrokovali su pozitivna kretanja odnosa potraživanja za premiju (PP) i ukupne ugovorene premije (UPP) u analiziranom periodu (Tabela 13 i Slika 14).

Tabela 13: Kretanje odnosa potraživanja za premiju i ukupne ugovorene premije osiguravača u periodu 2010-2014. godine

	2010	2011	2012	2013	2014
PP/UUP neživot	11,27%	11,91%	14,21%	11,91%	14,21%
PP/UUP život	11,67%	11,28%	3,90%	11,28%	3,90%

(Izvor: NBS)

Slika 14: Kretanje odnosa PP/UPP prema predmetu osiguranja u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: NBS)

Kretanje odnosa PP/UPP, za koje bi bilo idealno da teži 0 (sva potraživanja za premiju su naplaćena), predstavljeno na prethodnoj Slici 14 ukazuje na relativno dobro stanje. Kod neživotnih osiguranja taj odnos je nešto nepovoljniji (cca 10% ukupne ugovorene premije tokom godine ne bude naplaćeno). Relativan rast ovog pokazatelja na nivou svih društava koja su se pretežno bavila neživotnim osiguranjima u 2012. godini na 14,21% može se objasniti produženim uticajem efekata ekonomske krize. U društvima koja se pretežno bave poslovima životnih osiguranja učešće potraživanja u ukupnoj ugovorenoj premiji smanjeno je sa 11,91% u 2011. na nešto preko 3,0% u ostalim godinama, što je svakako vrlo povoljan odnos.

• Pokrivenost tehničkih rezervi propisanim oblicima aktive

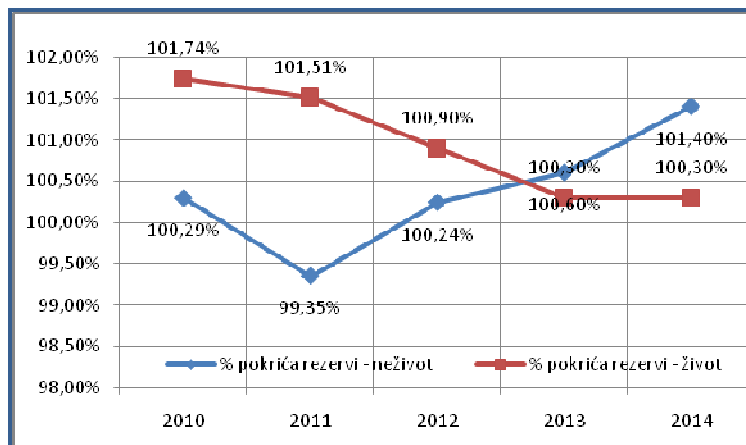
Tehničke rezerve predstavljaju instrument zaštite interesa osiguranika i trećih oštećenih lica, odnosno preduslov za blagovremenu isplatu šteta. Pri tome, samo formiranje sredstava tehničkih rezervi, čak i na adekvatnom nivou, nije dovoljna garancija solventnosti osiguravača, ukoliko se ne vodi računa o načinima plasmana tih sredstava. Radi obezbeđenja sposobnosti izmirenja preuzetih obaveza u celini i u roku, kako u sadašnjem tako i u budućem periodu, društva za osiguranje moraju kreirati sopstveni portfolio ulaganja tehničkih rezervi. Taj portfolio mora biti usaglašen sa konkretnim profilom i limitima tolerancije rizika (kvalitativnim i kvantitativnim) primenom internih strategija i politika za upravljanje rizicima plasmana sredstava. U tom smislu pokrivenost tehničkih rezervi propisanim oblicima aktive³ vrlo je značajan pokazatelj, a njegovo kretanje je prezentirano u narednoj Tabeli 14 i grafički interpretirano na sledećoj Slici 15.

³ Videti Odluka o ograničenjima pojedinih oblika deponovanja i ulaganja sredstava tehničkih rezervi i o najvišim iznosima pojedinih deponovanja i ulaganja garantne rezerve društva za osiguranje „Službeni glasnik RS“, br. 35/2008 i kasnije izmene ove Odluke

Tabela 14: Kretanje % pokrića tehničkih rezervi osiguravača u periodu 2010-2014. godine

Stepen pokrića rezervi (%)	2010	2011	2012	2013	2014
% pokrića rezervi - neživot	100,29	99,35	100,24	100,60	101,40
% pokrića rezervi - život	101,74	101,51	100,90	100,30	100,30

(Izvor: NBS)

Slika 15: Kretanje % pokrića tehničkih rezervi osiguravača u periodu 2010 – 2014. godina

(Izvor: NBS)

U svim društvima za osiguranje u analiziranom periodu ostvareno je potpuno pokriće tehničkih rezervi propisanim oblicima aktive, sa izuzetkom kod neživotnih osiguravača, gde to pokriće varira između cca 99,35% (2011. godine) i preko 100% (2012-2014. godina). Osim ovog racija, sa aspekta solventnosti vrlo je bitna struktura plasmana tehničkih rezervi. Globalno posmatrano za sve osiguravače u Srbiji, relativni odnosi u strukturi plasmana se bitno razlikuju u zavisnosti od predmeta osiguranja, kao što je prikazano u narednoj Tabeli 15.

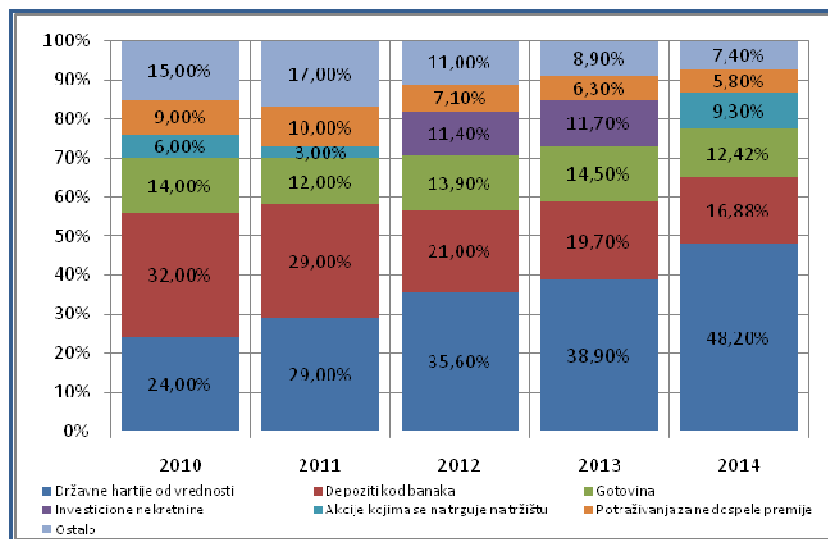
Tabela 15: Relativna struktura plasmana tehničkih rezervi osiguravača u periodu 2010-2014.

Struktura plasmana (%)	2010	2011	2012	2013	2014
Neživotna osiguranja					
Državne hartije od vrednosti	24,00	29,00	35,60	38,90	48,20
Depoziti kod banaka	32,00	29,00	21,00	19,70	16,88
Gotovina	14,00	12,00	13,90	14,50	12,42
Investicione nekretnine	-	-	11,40	11,70	
Akcije kojima se na trguje na tržištu	6,00	3,00	-		9,30
Potraživanja za nedospеле premije	9,00	10,00	7,10	6,30	5,80
Ostalo	15,00	17,00	11,00	8,90	7,40
Životna osiguranja					
Državne hartije od vrednosti	59,00	82,00	85,70	88,50	91,50
Depoziti kod banaka	30,00	12,00	7,10	5,20	5,90
Ostalo	11,00	6,00	7,20	6,30	2,60

(Izvor: NBS)

Struktura plasmana tehničkih rezervi kod društava koja se bave neživotnim osiguranjima u periodu 2010-2014. godine bila je kompleksnija i brže se menjala nego što je to slučaj kod društava koja se bave životnim osiguranjima, kod kojih se preko 90% tehničkih rezervi disponira na državne hartije od vrednosti i depozite kod poslovnih banaka. Relativna struktura plasmana tehničkih rezervi grafički je prezentirana na narednim Slikama 16 i 17.

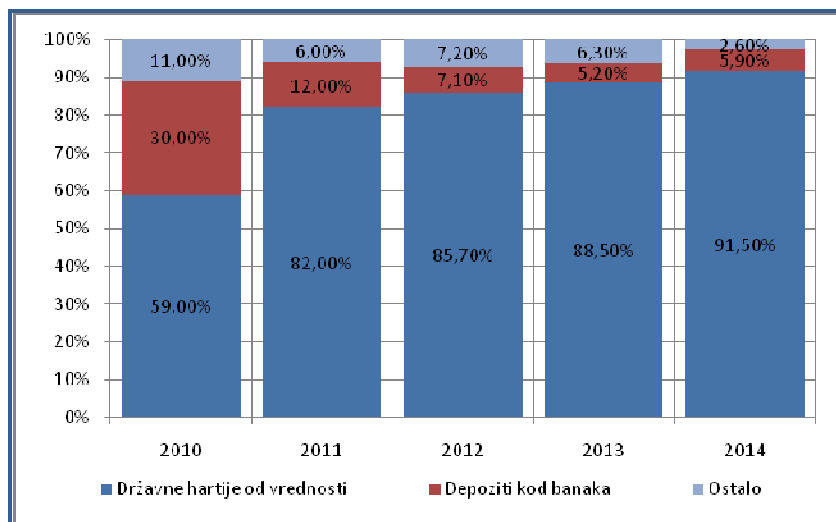
Slika 16: Relativna struktura plasmana tehničkih rezervi neživotnih osiguravača u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: NBS)

Očigledno je da se struktura plasmana kod neživotnih osiguravača u analiziranom periodu pomera prema državnim hartijama od vrednosti, koje svake godine beleže sve veće učešće. Istovremeno, evidentan je trend smanjenja učešća plasmana u depozite kod banaka i gotovinu. U 2012. i 2013. godini ozbiljnije učešće (preko 11%) u plasmanima neživotnih osiguravača beleže ulaganja u investicione nekretnine, kojima mesto u strukturu ustupaju ulaganja u akcije kojima se na trguje na tržištu (prisutne u strukturi 2010., 2011. i 2014. godine). Ostale dve kategorije u strukturi tokom perioda beleže smanjenje učešća.

Slika 17: Relativna struktura plasmana tehničkih rezervi životnih osiguravača u periodu 2010-2014



(Izvor: NBS)

Struktura plasmana tehničkih rezervi životnih osiguravača je znatno manje razučena, odnosno u njoj dominiraju ulaganja u državne hartije od vrednosti (najmanje učešće je u 2010. godini 59%, a najveće u 2014. godini 91,50%). Interesantno je uočiti trend pada plasmana u depozite kod banaka, koji su se sa 30% u 2010. godini u periodu 2013. i 2014. godini stabilizovali na nešto preko 5%.

- **Likvidnost i profitabilnost**

Pošto je održavanje solventnosti imperativ za osiguravajuća društva, likvidnost i profitabilnost su vrlo važni elementi podrške sposobnosti plaćanja. S obzirom na to da su visina i trenutak nastanka pojedinačnih šteta neizvesni, društvo mora pažljivo planirati strukturu svojih sredstava, pre svega za izmirenje obaveza po osnovu šteta, a onda i ostalih obaveza. To podrazumeva permanentnu kontrolu usklađenosti sredstava i obaveza po ročnosti i utrživosti (kvalitetu) likvidnih sredstava. Kao standardni testovi likvidnosti u finansijskoj teoriji obično se koriste racio reducirane likvidnosti (RRL) i visina neto obrtnih sredstava (fonda) (NOS).

Racio reducirane likvidnosti se smatra relativno strogim testom likvidnosti jer sučeljava likvidnu imovinu (gotovinu, gotovinske ekvivalente i potraživanja) sa tekućim (kratkoročnim) obavezama. U osnovi ovog odnosa stoji ideja da likvidnost nije ugrožena ukoliko za sve kratkoročne obaveze postoji pokriće u likvidnoj imovini (odnos 1:1). Prema podacima NBS, kretanje RRL u analiziranom periodu je sasvim zadovoljavajuće. U društvima koja se pretežno bave poslovima neživotnih osiguranja pokazatelj usklađenosti kratkoročnih sredstava (obrotna imovina umanjena za zalihe) i kratkoročnih obaveza je skoro na teorijski idealnom nivou, jer osim u 2013. godini u svim ostalim godinama je nešto iznad 1 (100%), što bi trebalo da garantuje optimalnu tekuću likvidnost neživotnih osiguravača. Kod životnih osiguravača RRL je znatno veći i kreće se u svim godinama iznad preporučenog standarda 1:1, što ukazuje na dovoljnost likvidnih sredstava za izmirenje kratkoročnih obaveza. Sa finansijskog aspekta ovakva situacija nije najpovoljnija, pošto ukazuje da je u ovom segmentu osiguranja permanentno prisutan nepotrebno visok iznos tzv. nezarađujuće imovine, za koji bi trebalo potražiti rentabilne plasmane.

Pored RRL, kao pokazatelja tekuće sposobnosti plaćanja, likvidnost se testira i preko visine neto obrtnih sredstava (fonda) (NOS), koja se smatra prikladnijom sa aspekta perspektivne likvidnosti. Na bazi podataka NBS⁴ u *Tabeli 16* je prikazano kretanja NOF (NOS) po godinama analiziranog perioda.

Tabela 16: NOF osiguravača u periodu 2010-2014. godine

		2010	2011	2012	2013	2014
1	Dugor. rezervisanja i obaveze	29.153.672	35.178.890	44.041.931	52.075.127	63.705.553
2	Sopstveni kapital	32.236.937	33.190.171	34.904.415	34.975.071	35.177.425
3	Ukupni dugoročni izvori (1+2)	61.390.609	68.369.061	78.946.346	87.050.198	98.882.978
4	Stalna imovina	45.737.554	59.908.527	73.165.575	85.610.752	74.064.490
5	NOF (3-4)	15.653.055	8.460.534	5.780.771	1.439.446	24.818.488
	Varijacije NOF	7.235.927	-7.192.521	-2.679.763	-4.341.325	23.379.042

(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Ako se kretanje segmenata bilansa stanja u periodu 2010-2014. godine sagleda u kontekstu horizontalnih pravila finansiranja može se konstatovati da dugoročni izvori (kapital i rezerve) prevazilaze stalnu imovinu u svim godinama, što sugeriše da sektor osiguranja raspolaže značajnim iznosom neto obrtnih sredstva. U teorijskom smislu neto obrtna sredstva (fond) kao apsolutna razlika obrtne imovine i kratkoročnih obaveza, odnosno dugoročnih izvora (sopstvenih i tuđih) i neto fiksne imovine, iskazuju deo obrtne imovine koji je dugoročno finansiran. U suštini, pozitivna neto obrtna sredstva ukazuju na odstupanje od zlatnog bilansnog pravila i smatraju se sa analitičkog stanovišta značajnim indikatorom tekuće

⁴ http://www.nbs.rs/export/sites/default/internet/latinica/60/60_2/bilansi pristupljeno 18.12.2015.

i perspektivne likvidnosti, odnosno uslova za uspostavljanje i održavanje dugoročne finansijske ravnoteže.

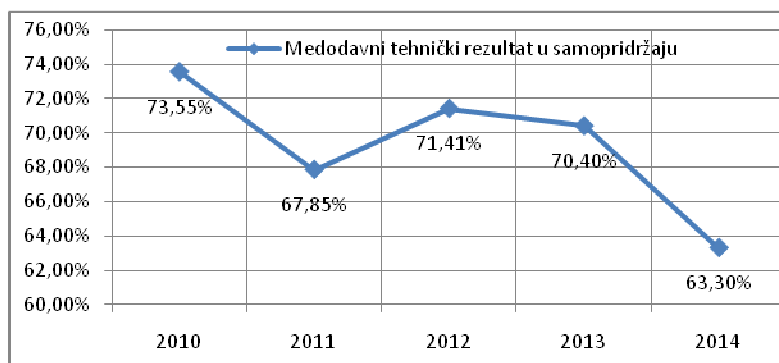
Po pravilu, neto obrtna sredstva se u finansijskoj analizi koriste kao instrument dinamičke analize (pokriva period od 2 do 5 godina), u kojoj se pored apsolutne visine NOS-a sagledavaju i njegove varijacije, izračunate kao razlika stanja na kraju godine u odnosu na početak. Pomenute varijacije NOS-a kroz periode rezultat su promena na dugoročnoj aktivi i pasivi na bazi kojih se može suditi o razvoju finansijske ravnoteže. U prvoj analiziranoj godini sektor osiguranja u Srbiji je raspolagao pozitivnim NOS u visini od cca 15,6 mlrd. RSD za koliko su dugoročni izvori bili veći od stalne imovine. Od 2011. do 2013. godine NOS beleži vrlo rapidan pad, ali ostaje pozitivan. Ova značajna smanjenja rezultiraju iz znatno bržeg rasta stalne imovine od rasta dugoročnih izvora, nastalog kao posledica realnijeg vrednovanja stalne imovine.

Mada se često u finansijskoj teoriji odnosi rentabilnosti i likvidnosti vide kao dva suprotstavljena finansijska principa, u realnosti visoka rentabilnost se uzima kao suštinska podrška zahtevu likvidnosti. Naime, visoku rentabilnost prate stabilni i visoki prilivi gotovine, koji su veća garancija solventnosti od pojedinih kategorija likvidne imovine. U tom kontekstu, rezultate poslovanja osiguravajućih društava u Srbiji u periodu 2010-2014. godine sa aspekta profitabilnosti moguće je sagledati preko dva važna pokazatelja:

- merodavnog tehničkog rezultata u samopr održaju i
- stope neto prinosa na ukupna poslovna sredstva (ROA)

Prvi pokazatelj, shvaćen kao odnos merodavnih šteta u samopr održaju i merodavne tehničke premije u samopr održaju za sektor osiguranja u Srbiji, pruža uvid u politiku cena osiguranja, adekvatnost (dovoljnost) premija za izmirenje obaveza po osnovu ugovora o osiguranju, te adekvatnost prenosa rizika u reosiguranje i saosiguranje. Kretanje merodavnog tehničkog rezultata u samopr održaju, prema podacima NBS⁵, u analiziranom periodu je grafički predstavljen na narednoj *Slici 17*.

Slika 17: Kretanje merodavnog tehničkog rezultata u samopr održaju u periodu 2010-2014.



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

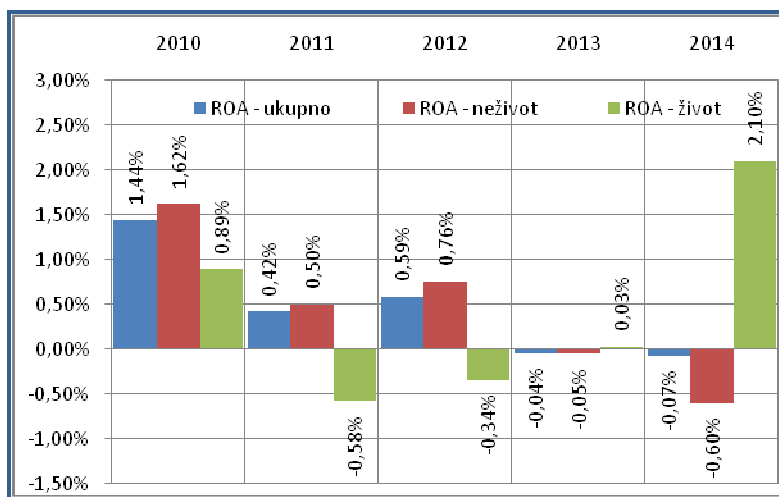
Merodavni tehnički rezultat u samopr održaju u periodu 2010-2014. godine ima tendenciju skokovitog kretanja, pri čemu je najpovoljniji tehnički rezultat zabeležen 2011. (67,85%) i 2014. godine (63,30%). Naravno, dublja analiza po vrstama osiguranja otkriva da se u analiziranom periodu nepovoljni tehnički rezultati beleže kod pojedinih vrsta neživotnih osiguranja (osiguranje motornih vozila, plovila, jemstava itd.). Ovu konstataciju treba shvatiti

⁵ http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html pristupljeno 18.12.2015. godine

krajnje uslovno, pošto deo tih nepovoljnih kretanja proizilazi i iz adekvatnijeg rezervisanja za nastale štete, što je svakako vrlo poželjan trend.

Sa aspekta zarađivačke moći osiguravajućih kompanija u Srbiji, kao opšteprihvaćen pokazatelj obično se koristi stopa neto prinosa na ukupna poslovna sredstva (ROA). Ova stopa predstavlja globalni izraz rentabilnosti ostvarene angažovanjem poslovnih sredstava u poslovima osiguranja, investiranja i drugih aktivnosti osiguravača, a njeno kretanje; prema podacima NBS⁶ u analiziranom periodu, grafički je predstavljeno na *Slici 19*.

Slika 19: Vrednosti ROA u periodu 2010-2014. godine



(Izvor: Kalkulacija autora prema podacima NBS)

Podaci prikazani na prethodnoj *Slici 19* pokazuju da je ROA za sve osiguravače u Srbiji u periodu 2010-2012. godine pozitivna, ali sa tendencijom pada, da bi u naredne dve godine postala blago negativna. Na pad ovog pokazatelja sigurno utiču posledice ekonomske krize, ali se mogu objasniti i brzim rastom bilansne sume osiguranja (prikazane u *Tabeli 7* i na *Slici 7*), koju nije pratio srazmeran rast neto rezultata poslovanja. Skoro ista tendencija je zabeležena i kod ROA neživotnih osiguravača u Srbiji, pri čemu je ta vrednost u svim godinama ovog perioda iznad vrednosti ROA za ceo sektora osiguranja. Nešto niži pokazatelji ROA za ukupno tržište osiguranja od pokazatelja za neživotno osiguranje rezultiraju iz uglavnom negativnih vrednosti ROA životnih osiguravača (blago pozitivan ROA za životna osiguranja zabeležen je samo 2010. i 2014. godine). Dijametralno suprotna kretanja pokazatelja ROA kod neživotnog i životnog osiguranja može se objasniti činjenicom da analizirani period karakteriše ekspanzija životnog osiguranja na tržištu Srbije (*Tabela 3, Slike 1, 2 i 3*). Takva situacija je svakako pozitivna kao trend, ali je u prvim godinama po zaključenju ugovora neminovno prate visoki troškovi sprovođenja osiguranja, što je imalo odraz u negativnim vrednostima ROA.

Zaključak

Period 2010-2014. godine na tržištu osiguranja Srbije obeležili su negativni efekti svetske ekonomske krize, koji se ogledaju kroz smanjenje broja novih ugovora i ukupne tražnje za proizvodima osiguranja. Ovakva kretanja na tržištu, koje inače karakteriše relativna nerazvijenost i ozbiljno zaostajanje u visini ukupne premije i njenom učešću u BDP, visini premije po stanovniku, učešću osiguranja u finansijskom sektoru u odnosu na uobičajene

⁶ http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html pristupljeno 18.12.2015. godine

standardne odnose ne samo u EU ili razvijenom svetu, nego i u odnosu na neke zemlje iz bliskog okruženja (Slovenija), svakako nisu pogodovale razvoju sektora osiguranja.

Sprovedena analiza učesnika na tržištu, kretanja premije osiguranja, bilansne sume i bilansne strukture osiguravača u Srbiji pokazala je da je period 2010-2014. godine obeležio realan pad ili stagnacija relevantnih veličina u odnosu na period pre 2009. godine. Bez obzira na sve teškoće koje prate tržište osiguranja u nastajanju, analizirani pokazatelji poslovanja osiguravača u Srbiji mogu se oceniti relativno stabilnim, sa prvim naznakama oporavka tržišta u 2014. godini. Broj osiguravača u Srbiji se stabilizovao, a koncentracija na tržištu je umerena, merena Herfindal-Hiršmanovim indeksom. Objektivne procene bliske budućnosti tržišta osiguranja u Srbiji govore da su neophodne pripreme za implementaciju novog metodološkog okvira za upravljanje rizicima, *Solvency II*, jer je adekvatno upravljanje rizicima od ključnog značaja za uspešnost budućeg poslovanja osiguravača. Tome sigurno treba dodati i niz operativnih aktivnosti osiguravača na planu poboljšanja korporativnog upravljanja, uspostavljanja adekvatnog sistema internih kontrola, unapređenja upravljanja rizicima, unapređenja tehnika vrednovanja ulaganja, jačanja transparentnosti, jačanja dobre prakse poslovanja i fer odnosa prema klijentima i edukacije potencijalnih osiguranika. Sve te mere idu u pravcu jačanja poverenja osiguranika i stvaranju uslova za razvoj ovog segmenta finansijskog sistema.

Reference

Knjige

1. Avdalović, Petrović (2011): Menadžment rizika i osiguranje, Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Niš,
2. Gajić, Medved (2009): Metodologija računovodstva finansijskih i budžetskih organizacija, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica,
3. Kočović, Šulejić (2006): Osiguranje, CIDEF, Beograd,
4. Kočović, Šulejić, Rakonjac Antić (2010): Osiguranje, CIDEF, Beograd,
5. Lukić dr R. (2012): Računovodstvo osiguravajućih kompanija, CIDEF, Beograd,
6. Mitrašević mr M.(2010): Aktuarska i finansijska analiza adekvatnosti kapitala kompanija za neživotna osiguranja, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd,
7. Rejda (2001): Principles of risk management and insurance, Pearson, eleventh edition.

Zakoni

- Zakon o osiguranju, Sl. glasnik RS, br. 55/2004, 70/2004, 61/2005, 85/2005, 101/2007, 63/2009, 107/2009, 99/2011, 119/2012, 116/2013.

Internet izvori

- www.nbs.rs
- www.swissre.com

DEO IV

UTICAJ ICT NA UNAPREĐENJE PERFORMANSI E-LANACA SNABDEVANJA

Dr Zora Arsovski*

Dr Dragana Rejman Petrović

Apstrakt: *Stalno povećanje globalne konkurencije primorava organizacije da poboljšavaju svoju efikasnost. Unapređenje poslovnih procesa, smanjenje troškova, poboljšanje odnosa sa kupcima, dobavljačima i partnerima, skraćanje vremena isporuke, pojednostavljenje i optimizacija odvijanja poslovnih procesa i operacija i dr., su uvek bili neki od glavnih razloga za primenu novih informaciono-komunikacionih tehnologija. Globalizacija, integracija i formiranjem internacionalnih globalnih lanaca snabdevanja i klastera dodatno povećavaju značaj primene informaciono-komunikacionih tehnologija u poslovanju i njihov uticaj na poslovne performanse.*

Upravljanje lancem snabdevanja podrazumeva integrisani pristup planiranju, kontroli i praćenju tokova proizvoda, od dobavljača krajnjim kupcima i ima za cilj unapređenje odnosa sa kupcima, kroz unapređenje razmene informacija i koordinacije poslovnih aktivnosti unutar lanca snabdevanja, što predstavlja neke od ključnih prednosti integrisanog lanca snabdevanja. Razmena podataka, informacija i dokumentacije između kupaca i dobavljača zahteva pravilnu i efikasnu upotrebu informaciono-komunikacionih tehnologija, i kao takva utiče na performanse lanca snabdevanja, odnosno određuje kvalitet i efikasnost lanca snabdevanja.

Svrha ovog rada je da se ukaže na ulogu, značaj i uticaj ICT na performanse poslovnih procesa u lancu snabdevanja, kao i na kvalitet i efikasnost lanca snabdevanja u celini.

Cilj ovog rada je da se utvrdi da li primena različitih koncepata e-poslovnja u lancima snabdevanja (ERP, CRM, SCM, EDI) i Web baziranih informaciono-komunikacionih rešenja utiču na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja, ali i na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja u celini.

Sprovedeno je empirijsko istraživanje i primenjena kvantitativna metodologija. Empirijsko istraživanje je sprovedeno na uzorku proizvodnih organizacija iz Srbije.

Analiza podataka sprovedena je korišćenjem statističkog softverskog paketa (Statistical Package Social Sciences - SPSS). Na osnovu dobijenih rezultata utvrđena je statistička značajnost uticaja primene koncepta e-lanaca snabdevanja i primene Web baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja, kao i statistička značajnost uticaja unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja.

Ključne reči: *Lanac snabdevanja, informaciono-komunikacione tehnologije, performanse lanaca snabdevanja, merenje performansi lanca snabdevanja*

Uvod

Informaciono-komunikacione tehnologije (*Information and Communication Technologies - ICT*) radikalno olakšavaju prikupljanje i obradu podataka, omogućavaju transakcije i interaktivnost u realnom vremenu, omogućavaju efikasno povezivanje organizacija članica lanaca snabdevanja i utiču na unapređenje performansi e-lanaca snabdevanja. U e-lancu snabdevanja informaciono-komunikacione tehnologije omogućavaju

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: zora@kg.ac.rs

da se povežu dobavljači i kupci, da se poboljša koordinacija i razmena znanja i da se upravlja uzvodno i nizvodno u lancu, u rasponu od dobavljačevog dobavljača do kupčevog kupca. Internet i tehnologije elektronskog poslovanja učinili su da ono što se naziva akcija u realnom trenutku i *on-line* komunikacija između partnera u lancu snabdevanja postanu realnost. Primena *Web* baziranih informaciono-komunikacionih tehnologija omogućava povezivanje odvojenih aktivnosti lanca snabdevanja u integrisani, koordiniran sistem koji je fleksibilan, efikasan i agiln. Razvoj *ICT* stvara osnove za dizajniranje i efikasno funkcionisanje e-lanaca snabdevanja.

Savremena razvojna usmerenja u platformi računarskih sistema, kao i u platformi sistemskog softvera, usmerena su na smanjivanje troškova infrastrukture informacionih tehnologija, integrisanje informacija raznih platformi i postizanju višeg stepena fleksibilnosti i usluga organizacijama i korisnicima njihovih proizvoda/usluga. Značajne promene u oblasti tehnologije se ogledaju u pojavi novih mobilnih digitalnih platformi, rastu *on-line* softvera kao servisa i rastu *cloud computing*-a, koji predstavlja fleksibilnu zbirku računara na Internetu uz pomoć koje je moguće obavljati zadatke koji su tradicionalno bili obavljani na računarima organizacija (Matkovic, Tumbas & Pavlicevic, 2014; Petkovics, Trninic & Đurkovic, 2013; Petkovics, Tumbas, Matkovic & Baracska, 2014). Softverske aplikacije koje su pisane u raznim jezicima programiranja i koje rade na raznim platformama mogu da se koriste modelom distribuirane kompjutacije *Web* servisima radi međusobnog komuniciranja i razmenjivanja podataka širom računarske mreže, omogućavajući integraciju aplikacija i unapređujući time poslovne procese i uspešnost funkcionisanja cele organizacije, kao i lanaca snabdevanja. Preporučljivo je da se arhitektura informacionog sistema za unapređenje poslovnih procesa u lancima snabdevanja bazira na konceptima servisno orijentisane arhitekture (*Service-Oriented Architecture - SOA*).

Upravljanje mrežom lanaca snabdevanja

Lanac snabdevanja predstavlja kombinaciju različitih organizacija i tokova materijala, novca i informacija koji podržavaju izvršavanje različitih aktivnosti (Turban & King, 2003). Tipičan lanac snabdevanja koji ima dobavljače na levoj strani i kupce na desnoj strani, predstavlja mrežu tokova informacija, materijala, usluga, novca i odgovarajućih relacija. Monczka, Trent i Handfield (2002) ukazuju da lanac snabdevanja obuhvata sve aktivnosti u vezi sa tokovima i transformacijom robe od sirovina do gotovog proizvoda za krajnje kupce, kao i povezane informacione tokove.

Lanac snabdevanja predstavlja mrežu organizacija koje su uključene, kroz uzvodne i nizvodne relacije, u različite procese i aktivnosti koje generišu vrednost u vidu proizvoda i/ili usluga u rukama krajnjeg kupca. Termin uzvodno se odnosi na relacije između organizacije i njenih dobavljača, dok se termin nizvodno odnosi na relacije organizacije sa kupcima (Lysons & Farrington, 2006). Dobavljači su locirani uzvodno, jer su njihove aktivnosti ili organizacije pozicionirane ranije u lancu snabdevanja, dok je nizvodno termin koji se koristi da opiše aktivnosti ili organizacije koje su pozicionirane kasnije u lancu snabdevanja (Bozarth & Handfield, 2006, Waters, 2009). Uzvodna strana je domen nabavne funkcije, dok je nizvodna strana domen distribucije, marketinga i prodaje (Ayers, 2006). Lanac snabdevanja obuhvata sve direktne i indirektno strane uključene u stvaranje proizvoda, kroz različite ulaze, konverzije i izlaze (Baili, Farmer, Kroker, Jessop & Jones, 2008; Chopra & Meindl, 2010). Svaki ulaz pruža dodatnu vrednost izlazu koji krajnji kupac dobija u obliku proizvoda i/ili usluge kao zbir vrednosti na kraju lanca snabdevanja (Lysons, 2000).

Lanci snabdevanja su veoma složene strukture i mogu biti nelinearni i imati više učesnika (Coyle, Bardi & Langley, 2003; Taylor, 2004; Hines, 2004). Linearno predstavljanje

lanca snabdevanja je dobilo mnogo kritika (Albers, Delfmann, Gehring & Heuermann, 2005; Waters, 2009). Retke su situacije kada organizacija učestvuje u samo jednom lancu snabdevanja i ima jednog dobavljača i jednog kupca (Lambert, 2006). S obzirom na činjenicu da svaki proizvođač može proizvoditi nekoliko desetina ili stotina proizvoda, i da u takvim situacijama za svaki proizvod mogu postojati različiti kupci i dobavljači, formira se i više lanaca snabdevanja. Stoga, većina lanaca snabdevanja predstavlja mrežu koja je dinamična i kompleksna za upravljanje (Chopra & Meindl, 2010; Lysons & Farrington, 2006; Taylor, 2004; Mena, Humphries, & Choi, 2013; Kim, et al. 2011; Bastl, Johnson & Choi, 2013).

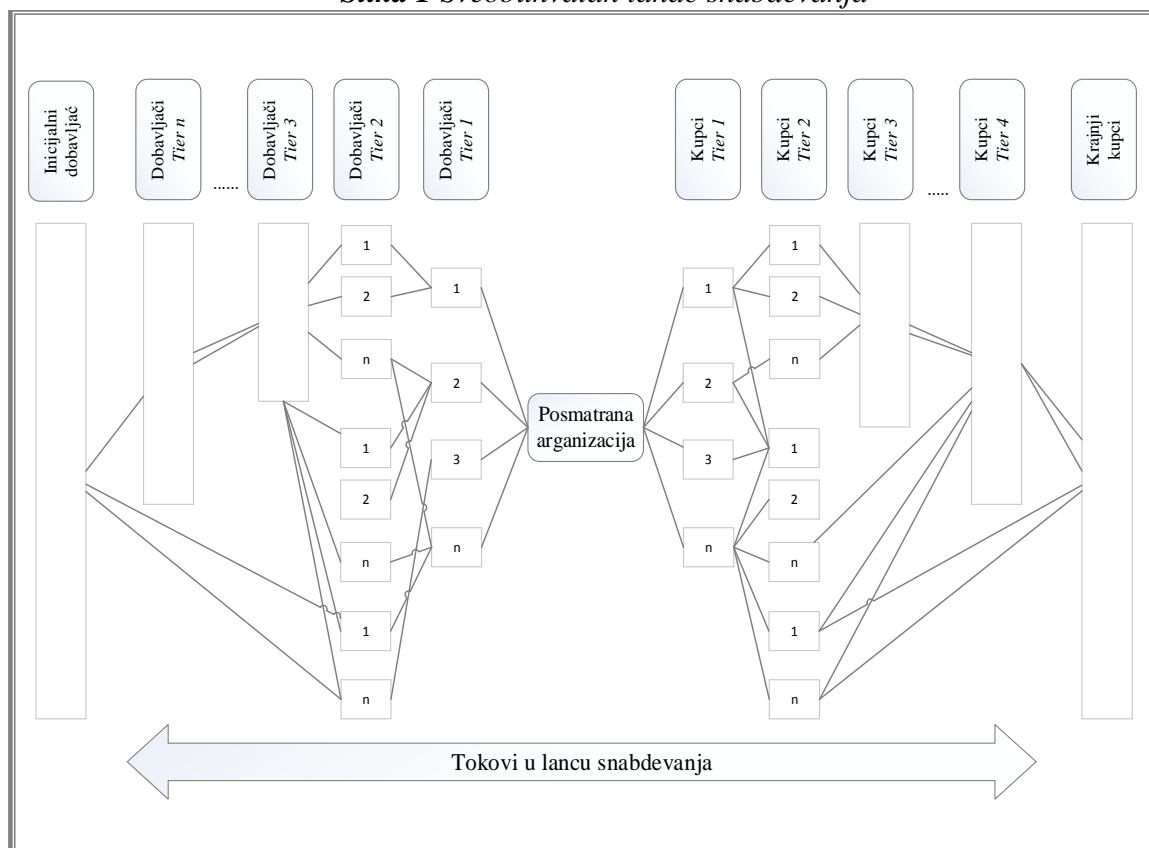
Tipičan lanac snabdevanja može biti kompleksan zbog:

- velike mreže međusobno povezanih članica lanca snabdevanja, kao što su dobavljači, proizvođači i distributeri;
- činjenice da svaki učesnik može biti član velikog broja drugih lanaca snabdevanja i
- dinamičke prirode lanaca snabdevanja (Wu & O’Grady, 2005).

Struktura mreže lanaca snabdevanja obuhvata organizacije članice i relacije između tih organizacija (Lambert, 2006; Appelqvist, Lehtonen & Kakkonen, 2004). Dobro poznavanje strukture lanaca snabdevanja može dovesti do poboljšanja performansi lanaca snabdevanja (Quayle, 2006).

Sveobuhvatan lanac snabdevanja obuhvata ukupan set faza od sirovine do krajnjeg kupca, uključujući sve prateće usluge koje doprinose ukupnoj dodatoj vrednosti prihvaćenoj od strane kupca (Brindley & Ritchie, 2004) i obuhvata sve organizacije uključene u sve uzvodne i nizvodne tokove informacija, proizvoda i novca od dobavljača sirovina do krajnjeg kupca (Lysons & Farrington, 2006; Carter, Rogers & Choi, 2015; Ketchen, Crook & Craighead, 2014) i prikazan je na slici 1.

Slika 1 Sveobuhvatan lanac snabdevanja



Izvor: Adaptirano prema Lambert, 2006

Primenom alata e-poslovanja nastaju velike promene u SCM i to u domenu dizajna proizvoda i procesa, e-tržišta i razmene, planiranja saradnje između organizacija i upravljanja izvršenjem porudžbina kupaca.

U ovakvom okruženju prisutna je stalna migracija od vertikalnih ka virtuelno integrisanim organizacijama. Organizacije su predstavljale poslovne sisteme koji se sastoje od usko definisanih funkcionalnih oblasti, orijentisanih na interne procese i nezainteresovanih za uspostavljanje saradnje između organizacija. Međutim, organizacije sa strategijom širenja i osvajanja novih tržišta shvatile su da je saradnja sa svim članovima lanca snabdevanja, uključujući i konkurentne kanale, dobar način da se odgovori na sve veće zahteve kupaca.

Umesto sistema fizičke mreže kanala, kojom upravlja vreme i prostor, virtuelni lanac snabdevanja, podržan Internet tehnologijama, obezbeđuje partnerima uvid u mogućnosti i eventualno nepredviđene događaje u realnom vremenu, iz svih delova sveta. Virtuelna organizacija omogućava razvoj strategija koje su okrenute lancu snabdevanja i redefinišu fundamentalnu pretpostavku o tome ko su kupci i kako treba oblikovati unutrašnje i partnerske kompetencije (Arsovski, 2011).

Konvencionalni sistemi lanaca snabdevanja nisu u mogućnosti da u visokoj meri zadovolje potrebe današnjih kupaca i time otežavaju poslovnim partnerima u mreži da budu efikasni. Najvećim delom oni se mogu opisati kao spori, skupi, nedovoljno tačni, nedоследni, nefleksibilni i nedostupni. Nasuprot njima, lanci snabdevanja podržani Internetom su spremni da kupcu pruže uslugu koju konvencionalni lanci snabdevanja nisu bili u mogućnosti.

Konkurencija brzo pokreće poslovno okruženje nepovratno menjajući lanac snabdevanja i upravljanje njegovim funkcijama. Tradicionalni lanac snabdevanja (nabavka/proizvodnja/distribucija) je povezan linearno. Savremeni pristup u upravljanju lancem snabdevanja podrazumeva da organizacije moraju da poboljšaju komunikacije i protok informacija. Na taj način se tradicionalni lanac snabdevanja pretvara u adaptivnu i *real-time* mrežu snabdevanja. Ovo omogućava organizacijama da ostvare upravljanje fleksibilnom, brzo reagujućom mrežom lanca snabdevanja kao celinom.

Unapređenje poslovnih procesa u lancima snabdevanja

Istraživanje referentne literature navodi na zaključak da procesni pristup poslovanju nema alternativu. Takođe, činjenica da organizacije više nisu izolovani entiteti, već integrisane karike u lancima snabdevanja, ukazuje da je neophodno procesnu orijentaciju podignuti na viši nivo, odnosno na nivo lanca snabdevanja. Organizacije ne bi trebalo da formiraju *ad hoc* lance snabdevanja, jer su nestrukturirani, loše definisani, poslovi i organizacione strukture nisu zasnovane na horizontalnim procesima lanca snabdevanja i odvijanje procesa je nepredvidivo. Potrebno je da organizacije, primenjujući model zrelosti upravljanja lancima snabdevanja, koji je proistekao iz modela zrelosti procesa, postanu sposobne da dostignu poslednje nivoe zrelosti, odnosno da budu članice organizacije u integrisanim i sveobuhvatnim lancima snabdevanja.

Iako model zrelosti procesa nije direktno proistekao iz procesa u lancu snabdevanja, može se koristiti za analizu aktivnosti lanca snabdevanja na osnovu ključnih indikatora performansi. *SCM* model zrelosti (*Supply Chain Management Maturity model - SCMM*) koji su razvili Lockamy i McCormack (2004) obuhvata i *BPO* koncept i pristup upravljanju lancem snabdevanja između industrija koji se bazira na referentnom modelu operacija u lancu snabdevanja (*Supply Chain Operations Reference model - SCOR*) na osnovu koga se vrši organizacija i klasifikacija procesa.

Model SCMM obuhvata pet nivoa zrelosti (slika 2) i to:

–Nivo 1 - *Ad hoc* – Lanac snabdevanja je nestrukturiran i loše definisan. Poslovi i organizacione strukture nisu zasnovane na horizontalnim procesima lanca snabdevanja i odvijanje procesa je nepredvidivo.

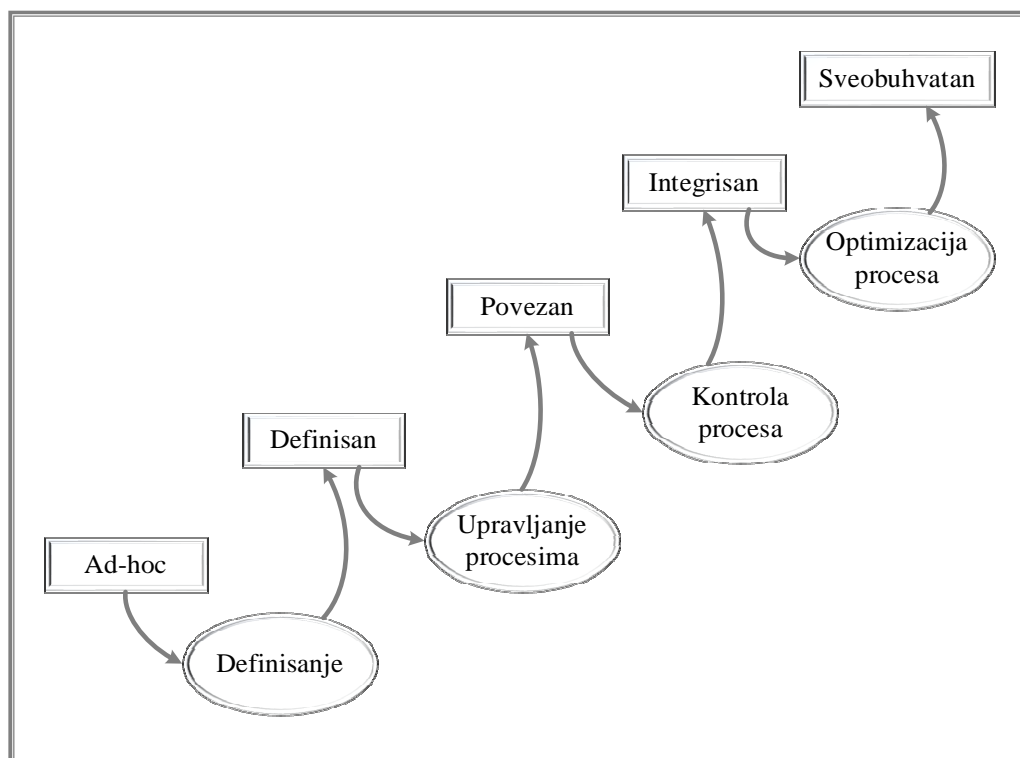
–Nivo 2 - *Definisan* - Osnovni *SCM* procesi su definisani i dokumentovani. Poslovi i organizacija su u osnovi tradicionalni. Ciljevi su definisani, ali se i dalje retko ostvaruju. *SCM* troškovi su i dalje visoki, zadovoljstvo kupaca je poboljšano, ali je i dalje na niskom nivou.

–Nivo 3 - *Povezan* - *SCM* poslovi i strukture su uspostavljeni izvan i pored tradicionalnih funkcija. Saradnja između funkcija unutar organizacije, dobavljača i kupaca je uspostavljena u formi timova koji imaju zajedničke *SCM* mere i ciljeve. *SCM* troškovi su niži, a zadovoljstvo kupaca je poboljšano nego na prethodnom nivou.

–Nivo 4 - *Integrisan* - Organizacija, kao i njeni kupci i dobavljači, saraduju na nivou procesa. Organizacione strukture i poslovi se baziraju na *SCM* procedurama. *SCM* mere i sistemi upravljanja su duboko ukorenjeno u organizaciji. Postoji zajedničko predviđanje i planiranje sa kupcima i dobavljačima. *SCM* troškovi su značajno smanjeni.

–Nivo 5 - *Sveobuhvatan* - Konkurencija se zasniva na multiorganizacionim lancima snabdevanja. Nastaju multiorganizacioni *SCM* timovi sa zajedničkim procesima, ciljevima i širokim ovlaštenjima (Lockamy & McCormack, 2004).

Slika 2 Nivoi zrelosti procesa



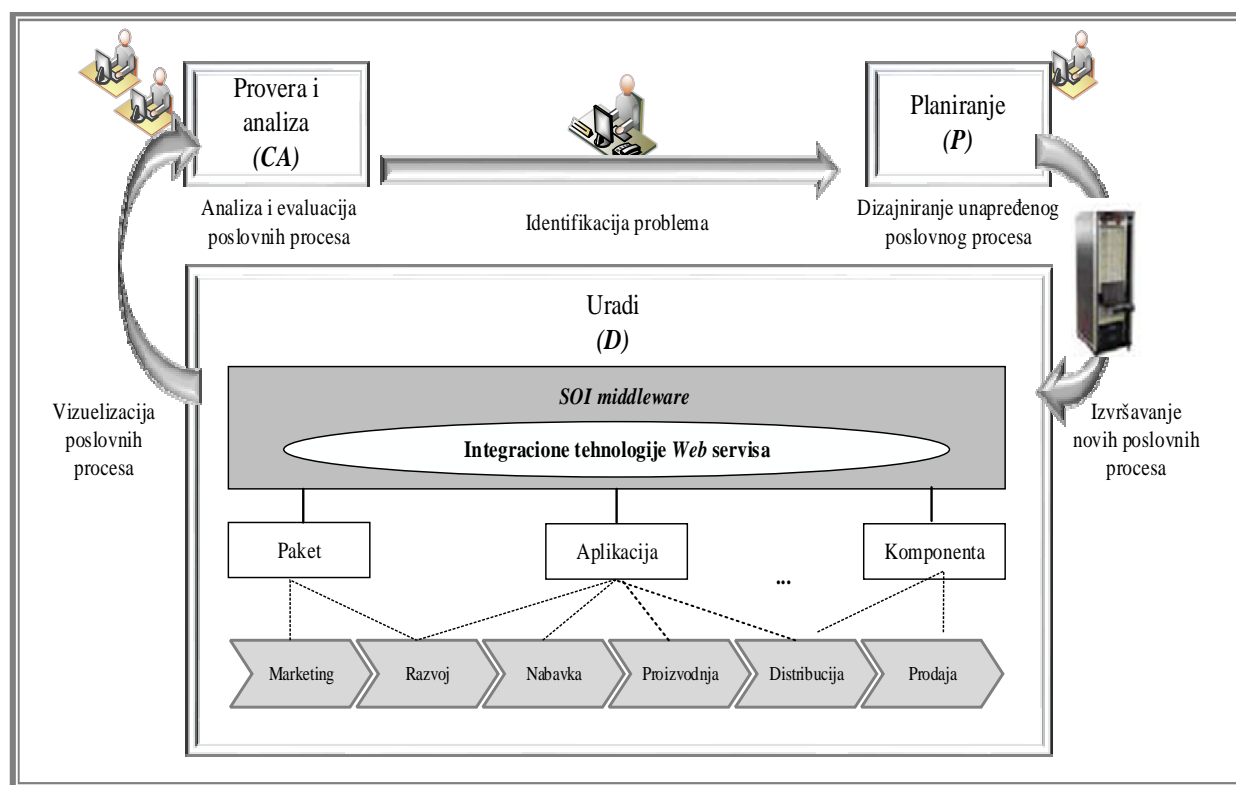
Izvor: McCormack et al., 2008

U lancima snabdevanja postoji veoma veliki broj poslovnih procesa kojima treba upravljati i koje treba integrisati sa novim sistemima na delotvoran način. Upravljanje poslovnim procesima podrazumeva kontrolu nad procesima, sve do krajnjeg kupca i

predstavlja sposobnost otkrivanja, projektovanja, primene, izvršavanja, interakcije, realizacije, optimizacije i analize procesa. Sistemi za upravljanje poslovnim procesima imaju za cilj da integrišu sisteme, automatizuju rutinske aktivnosti, upravljaju svim fazama procesa, primene proces i obezbede preglednost i kontrolu procesa.

ICT okvir kojim se postiže unapređenje poslovnih procesa obuhvata vizuelizaciju poslovnog procesa, analizu i procenu poslovnog procesa, projektovanje unapređenog poslovnog procesa i implementaciju unapređenog poslovnog procesa (slika 3).

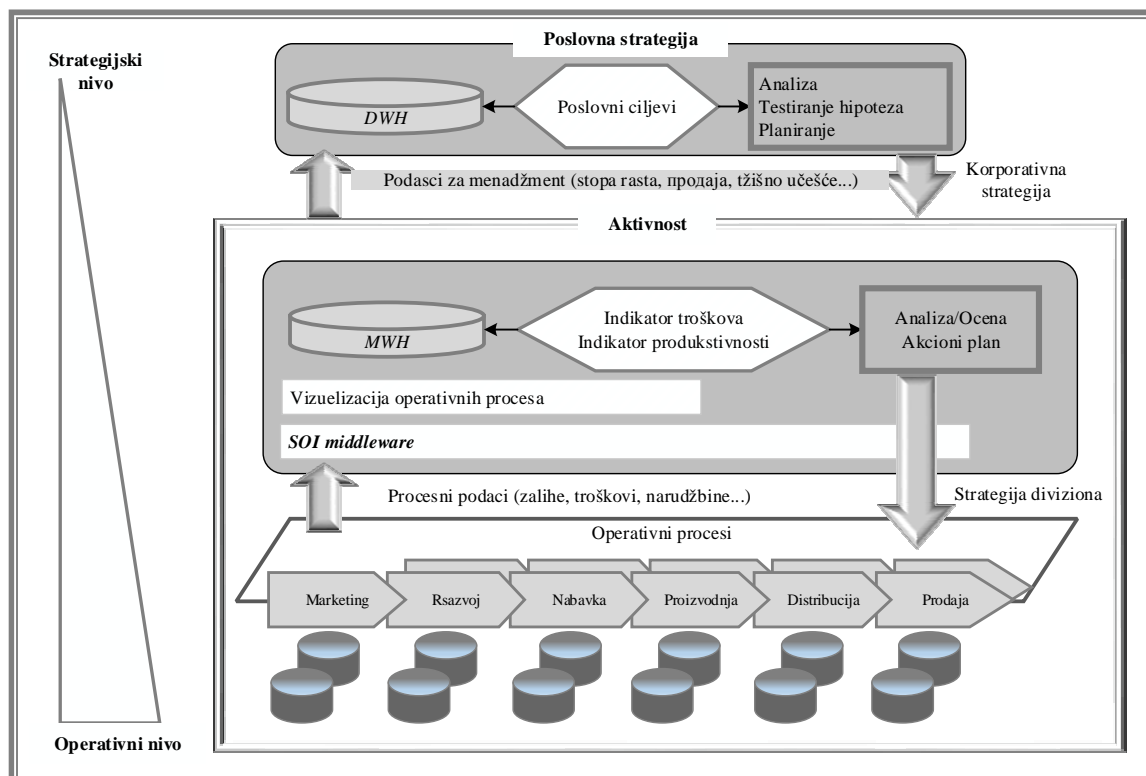
Slika 3 *Service-Oriented Approach middlewera* u upravljanju poslovnim procesima



Izvor: Nakagawa, 2004

Unapređivanje poslovnih procesa podrazumeva postojanje informacija u realnom vremenu radi identifikovanja tekućih problema kroz monitoring u realnom vremenu i vizuelizaciju operativnih poslovnih procesa, a u cilju donošenja pouzdanijih poslovnih odluka (slika 4).

Slika 4 Pristup unapređivanju poslovnih procesa na korporativnom nivou i nivou divizionu putem vizuelizacije operativnih procesa



Izvor: Nakagawa, 2004

Servisno orijentisana integracija omogućava korišćenje poslovnih informacija u realnom vremenu pomoću tehnologije integracije *Web* servisa, koja se astoji od :

- integracije poslovnih procesa,
- integracije fronta i
- integracije poslovnih sadržaja (Nakagawa, 2004).

Integracija poslovnih procesa je ključni deo integracije tehnologije *Web* servisa. To je nekada značilo jednostavno povezivanje aplikacija na različitim sistemima, na primer, sistem za upravljanje resursima organizacije i aplikacije koje rade na *mainframe* računarima. Međutim, integracija poslovnih procesa sada uključuje i upravljanje poslovnim procesima u organizacijama.

Tehnologije za integraciju poslovnih procesa su:

- *Enterprise Application Integration (EAI)*-za povezivanje aplikacija i
- tehnologija toka koja omogućava praćenje poslovnih procesa, kroz monitoring kretanja zaposlenih i tehnologiju praćenja događaja (Nakagawa, 2004).

Integracija fronta povezuje zaposlene i njihova multidisciplinarna znanja u okviru organizacija. Upravljanje profilima korisnika kao ključna tehnologija za integraciju fronta, razvrstava u kategorije uloge grupa i pojedinaca, kako bi se na bazi takvih informacija moglo upravljati. Integracija fronta se sastoji od:

- tehnologija za upravljanje profilima korisnika u cilju upravljanja uloga korisnika i statusa korisnika,
- komunikacija za povezivanje sistema u različitim mobilnim okruženjima

– prezentacija za objavljivanje sistema i usluga kao *Web servisa* (Nakagawa, 2004).

Redizajniranje poslovnog procesa uključuje veoma velike količine podataka raspoređenih na različitim sistemima, tako da je veoma važno da se optimizira način na koji se podaci koriste i integrišu.

Integracija poslovnih sadržaja proširuje grupu korisnika podataka od menadžera do operativnih izvršilaca i dozvoljava svakom članu grupe pristup različitim vrstama poslovnih sadržaja, stvarajući nov tip skladišta podataka i pružajući informacije o događajima. Tehnologije integracije poslovnih sadržaja su:

– relacionala *on-line* analitička obrada (*Relational On-line Analytical Processing - ROLAP*), multi-dimenzionalna *on-line* analitička obrada (*Multi-dimensional On-line Analytical Processing - M-OLAP*) i analiza događaja poslovnih procesa (*Business Process Event Analysis*);

– upravljanje sadržajem u cilju formiranja skladišta podataka (*Data Warehouse-DWH*);

– *XML* baza podataka za dobijanje informacija u realnom vremenu (Nakagawa, 2004).

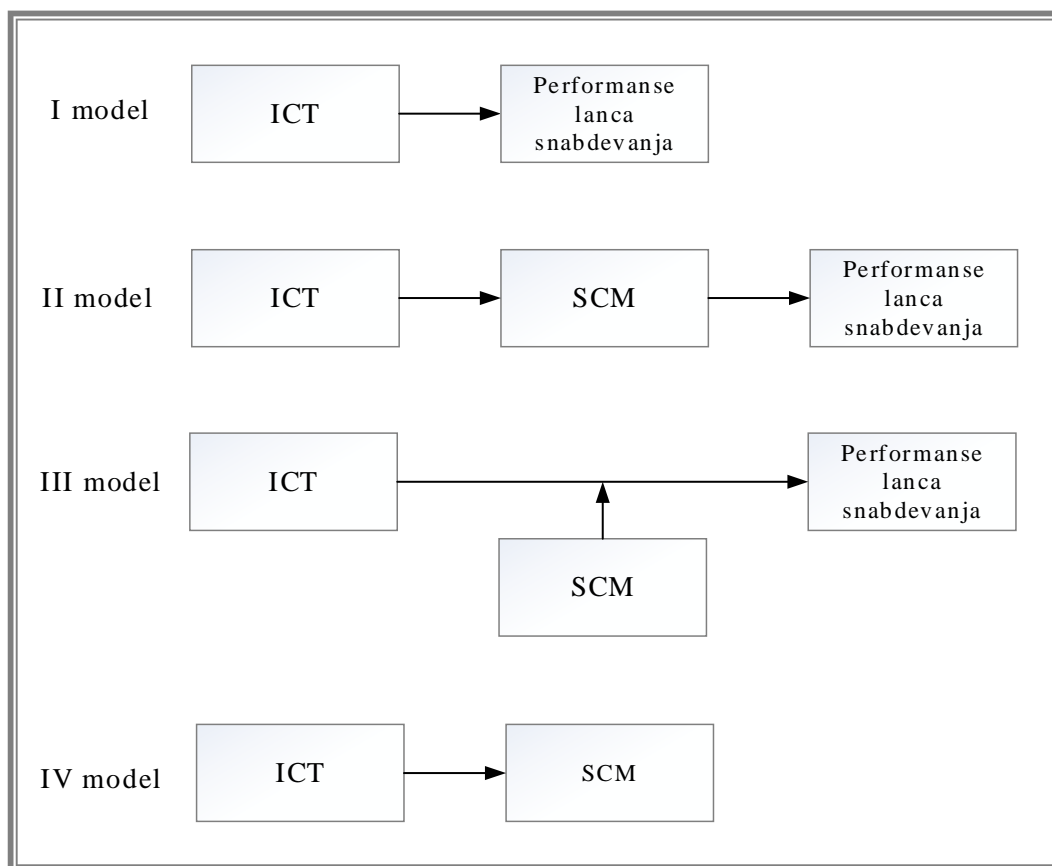
Ovakva integracija koja doprinosi jačanju *BPM* okvira je usvojena u sistemima vodećih industrijskih organizacija i može se koristiti u drugim sistemima u različitim industrijama. Očekuje se da će ovaj nov pristup integraciji poslovnih procesa izazvati značajne i korisne promene u organizacionim sistemima.

Uticaj ICT na menadžment i performanse lanaca snabdevanja

U lancima snabdevanja se generiše velika količina podataka. Organizacije moraju da budu sposobne da odrede šta je od informacija potrebno kako bi se ostvarilo unapređenje i povećala efikasnost svih procesa u lancu snabdevanja, kako bi sirove podatke pretvorile u smislenu metriku i ključne indikatore performansi (*key performance indicator - KPI*). Ključni indikatori performansi moraju biti povezani sa ključnim poslovnim zahtevima. Informacije iz procesa upravljanja lancem snabdevanja se moraju prikupljati, analizirati, koristiti za merenje i kontinuirano praćenje. Ovo zahteva integraciju podataka koji dolaze iz različitih sistema za planiranje resursa organizacije i drugih sistema koji podržavaju poslovne procese u lancima snabdevanja. Podatke iz takvih sistema treba sažeti u skladišta podataka (*Data Warehouse - DW*) koja se kontinuirano apdejtuju. Za procenu uticaja *ICT* na *SCM* i performanse lanca snabdevanja neophodno je izvršiti obimna istraživanja, ali se ipak može zaključiti da postoji bliska veza između koncepta *ICT*, *SCM* i performansi lanca snabdevanja.

Na osnovu pregleda literature iz ove oblasti mogu se izdvojiti različiti modeli istraživanja uticaja *ICT* na menadžment i performanse lanca snabdevanja. Prema prvom modelu *ICT* ima direktan uticaj na performanse lanca snabdevanja, jer se smatra da *ICT*, u bilo kom obliku, kroz bolju i bržu dostupnost informacijama, direktno utiče na unapređenje performansi lanca snabdevanja. U drugom modelu se pretpostavlja da menadžment lancem snabdevanja (*Supply chain management - SCM*) posreduje u odnosu između *ICT*-a i performansi lanca snabdevanja. Kroz primenu *ICT*-a unapređuje se razmena informacija i kolaboracija, koje se tretiraju kao deo *SCM*-a, čime se poboljšavaju performanse lanca snabdevanja. Prema trećem modelu odnos između *ICT* i performansi je upravljani preko *SCM*-a, odnosno smatra se da će *ICT* imati uticaj samo ako postoji visok nivo *SCM*-a. U suprotnom, uticaj *ICT*-a na performanse neće postojati ili će biti ograničen. Četvrti model istražuje odnos između *ICT*-a i *SCM*-a i pretpostavlja da unapređenje u *SCM*-u automatski dovodi do unapređenja performansi lanca snabdevanja (slika 5).

Slika 5 Uticaj ICT na performanse lanca snabdevanja



Izvor: Zhang, X., van Donk, D. P. & van der Vaart, T. (2011).

Uloga ICT u upravljanju lancima snabdevanja

Informaciono-komunikaciona tehnologija obuhvata primenu hardvera, softvera i mreža za protok informacija i donošenje odluka. Kao takva istovremeno nudi i unapređenje performansi i niže troškove. Usvajanje i uspešna realizacija hardvera, softvera i mrežne tehnologije je preduslov za uspeh lanca snabdevanja. Besprekoran protok informacija u lancu snabdevanja predstavlja veoma važan element u jačanju efikasnosti lanca snabdevanja. Informaciono-komunikaciona tehnologija omogućava dostupnost i vidljivost informacija, donošenje odluka na osnovu informacijama iz celokupnog lanca snabdevanja i saradnju između partnera u lancima snabdevanja (Simchi-Levi, Kaminsky & Simchi-Levi, 2003). Li i Vhang (1997) smatraju da je ICT jedan od činilaca za eliminisanje efekta biča u lancu snabdevanja, jer omogućava bolju vidljivost tražnje i zaliha u lancu snabdevanja.

Uspeh i efikasnost funkcionisanja lanca snabdevanja zavisi od toga da li se koristi prava ICT i da li je njena implementacija bila uspešna. S obzirom da su lanci snabdevanja višeslojne mreže dobavljača, partnera, kupaca i drugih organizacija, za postizanje stabilnosti i efikasnosti takve mreže neophodne su nove informaciono-komunikacione tehnologije i alata.

ICT u SCM-u nudi velike mogućnosti, kako u oblasti operativnih aktivnosti, tako u stvaranju stratešku prednosti. ICT menja strukture i pravila konkurencije, stvara konkurentnu prednost i stvara nove poslovne mogućnosti. U kontekstu lanca snabdevanja, Boversok (2002) je istakao da je ICT ključna u podršci organizacijama da stvaraju stratešku prednost, omogućavajući centralizovano strategijako planiranje. Kempainen i Vespainen (2003) tvrde

da je, zajedno sa specijalizacijom i outsorsingom, *ICT* ključni preduslov za umrežavanje organizacija. Prema Levary (2000) informaciona tehnologija omogućava koordinaciju aktivnosti između organizacija, što predstavlja suštinu menadžmenta lanca snabdevanja i igra centralnu ulogu u razvoju virtuelnih organizacija.

Kako bi se poboljšala komunikacija, razmena podataka, informacija i dokumentacije, između kupaca i dobavljača u lancima snabdevanja neophodno je postojanje odgovarajuće *ICT*. Adekvatna upotreba *ICT* omogućava bržu realizaciju poslovnih zadataka i aktivnosti, ubrzava pripremu neophodnih podataka i njihov prenos, doprinosi bržoj reakciji na potrebe tržišta, automatizuje i na taj način smanjuje troškove prikupljanja i obrade informacija, smanjuje mogućnost pojave greške prilikom unosa podataka, poboljšava kvalitet korisničkog servisa, smanjuje vreme isporuke, olakšava plaćanje, poboljšava upravljanje zalihama, podržava proces donošenja odluka, itd. *ICT* tehnologije predstavljaju bitan aspekt odnosa sa partnerima u lancima snabdevanja i kao takve menjaju prirodu odnosa između organizacija omogućavajući razmenu informacija i dokumentacije u realnom vremenu u elektronskoj formi.

U cilju maksimiranja performansi u lancu snabdevanja neophodno je da organizacije primenjuju različite informaciono-komunikacione tehnologije, tehnike i sisteme. Jedan od strateških i najvažnijih ciljeva svake organizacije je blagovremeno i tačno donošenje odluka koje zavise od raspoloživosti blagovremene i tačne informacije. Prilikom odlučivanja menadžment organizacije je suočen sa stalnim promenama u potrebama kupaca, kao i promenama tržišnih uslova, velikom količinama poslovnih podataka, koji proističu iz različitih operativnih sistema i aplikacija, ali takođe i sa veoma velikim količinama skrivenih informacija (dokumenti, e-mail-ovi, eksterni izvori, itd). Kako bi se stvorila inteligentna mreža lanaca snabdevanja, neophodno je da integracija poslovnih informacionih sistema sa setom alata analitičke i veštačke inteligencije, koje omogućavaju izdvajanje relevantnih znanja iz različitih izvora, upravljanje neizvesnošću i stvaranje poslovne inteligencije kao glavne konkurentске prednosti.

Elektronsko poslovanje igra ključnu ulogu u upravljanju interorganizacionim mrežama lanca snabdevanja. Internet predstavlja moćnu tehnologiju za trgovinu i komunikaciju između organizacija članica u lancu snabdevanja, ali i tehniku za unapređenje *SCM*-a.

Organizacijama stoji na raspolaganju veliki broj tehnologija, alata i sistema (rešenja), međutim ne postoji jedan univerzalni sistem ili tehnologija koja će odgovarati svima. Neophodna je kombinacija i integracija različitih *ICT* i njihovo usklađivanje sa stratejskim poslovnim ciljevima. Kompletno rešenje treba da bude integracija alata kao što su *ETL* (*Extract, Transform and Load*), planiranje resursa organizacije (*Enterprise resource planning - ERP*), *SCM*, menadžment odnosima sa kupcima (*Customer Relationship Management - CRM*), poslovna inteligencija (*Business Intelligence - BI*) i *SOA*.

U zavisnosti od svrhe korišćenja tehnologije u lancu snabdevanja se mogu podeliti u dve grupe i to: funkcionalne tehnologije i tehnologije integracije (Vatovec Krmac, 2005). Funkcionalne tehnologije su uglavnom interno fokusirane i obuhvataju sisteme koji se koriste za realizaciju određene funkcije, kao i sistemi koji se koriste u određenoj funkcionalnoj oblasti, kao što su skladišta i upravljanje transportnim sistemima. Tehnologije integracije, koje se uglavnom fokusiraju spolja, omogućavaju koordinaciju i integraciju tokova informacija i aktivnosti unutar i/ili između organizacija, kao što su sistemi za planiranje resursa organizacije (*ERP*) i sistema za planiranje lanca snabdevanja (*Supply chain planning - SCP*). Ovi alati pružaju odlične algoritame i predstavljaju podršku menadžmentu u procesu odlučivanja. Podaci se unose iz bilo kog izvora u kompjuterski sistem samo jednom i dostupni su za sve koji su ovlašćeni i obezbeđuju osnovnu komunikaciju između sistema i

korisnika u lancu snabdevanja (kontakt podaci, razmena poruku, kontrola toka, itd), transparentne informacije i napredno upravljanje kroz sisteme i između učesnika u lancu snabdevanja (upravljanje zalihama, upravljanje proizvodnjom i upravljanje distribucijom (Verwijmeren, 2004).

Digitalna ekonomija podrazumeva intezivnu primenu informaciono-komunikacionih tehnologija, a posebno Interneta kao globalne svetske računarske mreže, radi povećanja nivoa znanja, a time i unapređenja performansi internih i eksternih poslovnih procesa koji se realizuju unutar organizacije i između poslovnih partnera u lancima snabdevanja. Karakteristike digitalne ekonomije su digitalno umrežavanje i komunikacione infrastrukture, koje stvaraju okvir za globalnu platformu na kojoj organizacije međusobno komuniciraju.

E-poslovanje karakteriše automatizacija poslovnih procesa na Internet platformi, elektronsko povezivanje poslovnih partnera, internet komunikacija, koordinacija i kolaboracija. Internet je zahvaljujući univerzalnim standardima, mogućnosti lakog povezivanja i pouzdanog služenja veoma velikom broju korisnika i svojoj interaktivnosti, postao osnovna infrastruktura savremenog elektornskog poslovanja.

SOA predstavlja način projektovanja informacionog sistema koji omogućava različitim aplikacijama na različitim nivoima da razmenjuju podatke bez obzira na kom se operativnom sistemu izvršavaju i na kom su programskom jeziku napisane. *SOA* predstavlja model u kome se funkcionalnosti dekomponuju na različite jedinice (servise), koji se mogu nezavisno distribuirati putem mreže i kombinovati sa drugim servisima radi stvaranja kompleksnijih biznis aplikacija. Servisi komuniciraju između sebe putem razmene podataka ili putem koordinacije aktivnosti između dva ili više servisa. Koristi od primene servisno orijentisane arhitekture ogledaju se u maksimalnoj agilnosti poslovanja organizacija, sposobnosti brzog odziva na promene u zahtevima, integraciji poslovnih procesa kroz organizaciju, integraciji poslovnih procesa sa dobavljačima, kupcima i *OEM*-om (*Original equipment manufacturer*), i dr.

SOA uspostavlja arhitekturni model koji ima za cilj uvećanje efikasnosti, agilnosti i produktivnosti organizacije postavljanjem servisa kao primarnih sredstava kroz koji je predstavljena logika solucije u ostvarivanju stratezijskih ciljeva povezanih sa servisnom orijentisanom kompjutacijom Erl, 2008). *SOA* je veoma značajna za upravljanje poslovnim procesima organizacije (Cummins, 2010; Krafzig, Banke & Slama, 2004; Harmon, 2010; Kirchmer, 2011). Puni potencijal *SOA* ostvaruje kada je primenjena kao arhitektura za poslovni dizajn i kao takva obezbeđuje osnovu za strukturiranje i integrisanje poslovnih procesa, što za rezultat ima efikasnu, fleksibilnu, agilnu organizaciju, koja je neophodna u lancu snabdevanja.

Sumirajući brojne definicije poslovne inteligencije može se reći da je poslovna inteligencija skup inteligentnih (softverskih) alata i sistema koji pomažu menadžmentu organizacije da bolje razumeju, analiziraju, istražuju i predviđaju poslovno okruženje. Uz pomoć ovih alata i sistema organizacije su u mogućnosti da prikupljene podatke sačuvaju u bazama podataka, u obliku korisne i značajne informacije, koje se potom distribuiraju onima kojima je potrebno, kada je potrebno, gde je potrebno za poboljšanje i pravovremeno donošenje odluka. Alati poslovne inteligencije omogućavaju menadžmentu da vide, koriste i kombinuju velike količine složenih podataka (internih, eksternih, strukturiranih, nestrukturiranih) iz različitih izvora i da ih prezentuju integraciju ovih podataka u obliku različitih izvešta i grafičkih 3D prikaza (Schiff, 2010). Poslovna inteligencija pomaže menadžmentu organizacije ne samo da prati svoje poslovanje kroz upite, analize, izveštaje, već da kroz dublje analize pomogne u pronalaženju i rešavanju potencijalnih problema, identifikovanju novih mogućnosti, predviđanju i planiraju budućnosti, dr. Implementacija

alata poslovne inteligencije omogućava ostvarivanje ciljeva organizacija članica lanca snabdevanja i lanac snabdevanja u celini. Aplikacije poslovne inteligencije u lancu snabdevanja (uglavnom u oblasti transporta i skladištenja, upravljanju narudžbinama kao ključnim aktivnosti lanca snabdevanja), omogućavaju brz i lak izbor najboljih sredstava za prevoz, optimizaciju transportnih ruta, analizu transportnih operacija, efikasno upravljanje zalihama proizvoda i delova, efikasno upravljanje narudžbinama kupaca, odenjivanje izvršenja operacija, uvođenje kontrolnih tabli kako bi menadžment mogao pratiti ključne indikatore performansi i brzo prepoznati one koji nisu u prihvatljivim granicama, uspostavljanje i praćenje mera performansi i preduzimanje korektivnih mera, integraciju različitih podataka za potrebe odlučivanja, itd.

Veliki broj alata i tehnika koji se koriste kao podrška menadžmentu u procesu donošenja odluka spadaju u domen veštačke inteligencije. Uz pomoć ovih metoda, alata i sistema stvaraju se inteligentne mašine, razvijaju metode i sistemi koji su u stanju da simuliraju ljudsku inteligenciju u rešavanju problema. Veštačku inteligenciju možemo klasifikovati prema vrsti rešavanja problema na:

– sistemi za rešavanje čovekovih uobičajenih zadataka (prepoznavanje slika i govora, razumevanje, generisanje i prevođenje prirodnih jezika, snalaženje u svakodnevnim situacijama, primena u robotici);

– sistemi za rešavanje formalnih zadataka (logičke igre, matematička logika, geometrija, integralni račun, osobine programa);

– sistemi za rešavanje ekspertnih zadataka (konstruisanje, nalaženje grešaka, planiranje proizvodnje, naučne analize i dijagnostika, finansijska analiza, programi za razvoj ovakvih sistema.

Neuronske mreže, fazi logika, genetski algoritmi, ekspertni sistemi, su samo neke od oblasti veštačke inteligencije koje se mogu uspešno koristiti u unapređenju performansi lanca snabdevanja.

Empirijsko istraživanje uticaja ICT na unapređenje performansi e-lanaca snabdevanja

Konceptualni model istraživanja i povezanost hipoteza

Naučno istraživanje u ovom radu je zasnovano na sledećim relevantnim hipotezama:

- Hipoteza 1: Primenom koncepta e-lanaca snabdevanja ostvaruje se veća efikasnost u odnosu na konvencionalne lance snabdevanja;
- Hipoteza 2: Primenom *Web* baziranih informaciono-komunikacionih rešenja mogu se unaprediti performanse poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja;
- Hipoteza 3: Unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa utiče na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja.

Hipoteze su formulisane sa ciljem da se ispita uticaj primene koncepta e-lanaca snabdevanja i *Web* baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja, ali i na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja u celini.

Putem ovog istraživanja nastojao se ispitati uticaj *primene koncepta e-lanaca snabdevanja* na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja, gde su postavljena sledeća pitanja:

- U kojoj meri koristite razmenu informacija između različitih funkcija u organizaciji (koristite softverski paket *ERP*)? [E1]
- U kojoj meri koristite softversku aplikaciju za upravljanje informacijama o kupcima (*CRM* softver)? [E2]
- U kojoj meri koristite softversku aplikaciju za upravljanje lancima snabdevanja (*SCM* softver)? [E3]
- U kojoj meri razmenjujete podatke i informacije sa Vašim ključnim dobavljačima i kupcima (bez obzira na formu i tip poruke)? [E4]
- U kojoj meri razmenjujete podatke i informacije sa Vašim ključnim dobavljačima i kupcima u standardnoj formi pogodnoj za automatsku obradu (npr. *EDI*, *XML*)? [E5]
- U kojoj meri primete *EDI* porudžbine? [E6]
- U kojoj meri primete fakture u standardnoj formi pogodnoj za automatsku obradu (npr. *EDI*, *XML*)? [E7]
- U kojoj meri šalžete *EDI* porudžbine? [E8]
- U kojoj meri šalžete fakture u standardnoj formi pogodnoj za automatsku obradu (npr. *EDI*, *XML*)? [E9]
- U kojoj meri bi veća upotreba pomenutih koncepata e-lanaca snabdevanja doprinela efikasnošću i kvallitetu lanaca snabdevanja? [E10]

Istraživanje je obuhvatilo i ispitivanje uticaja **Web baziranih informaciono-komunikacionih rešenja** na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja, analizirajući odgovore na sledeća pitanja:

- Ocenite kvalitet vašeg informacionog sistema. [W1]
- Da li u Vašoj organizaciji postoji pristup Internetu? [W2]
- Da li Vaša organizacija ima *Web* sajt? [W3]
- U kojoj meri Vaša organizacija kupuje proizvode/usluge putem Interneta? [W4]
- U kojoj meri Vaša organizacija prodaje proizvode/usluge putem Interneta? [W5]
- U kojoj meri su aplikacije koje koristite u poslovanju *Web* aplikacije? [W6]
- Ocenite Vašu potrebu za razmenom informacija sa kupcima i dobavljačima putem *Web*-a. [W7]
- Ocenite značaj korišćenja *Web* aplikacija, kao sredstva za razmenu informacija i evidencije poslovanja, za unapređenje performansi poslovnih procesa. [W8]
- U kojoj meri se Vaša saradnja sa dobavljačima i kupcima ostvaruje putem *Web*-a? [W9]
- U kojoj meri koristite *Cloud* servise za skladištenje i razmenu podataka? [W10]
- Da li mislite da ćete za tri godine koristiti *Web* aplikacije u većoj meri? [W11]

U okviru ovog istraživanja analiziran je uticaj **unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa** na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja, tako što su postavljena sledeća pitanja:

- U kojoj meri koristite merenje ključnih indikatora performansi (*KPI*) za kontrolu, praćenje i unapređenje poslovnih procesa? [U1]
- U kojoj meri Vaš sistem merenja performansi obuhvata funkcionalne mere? [U2]
- U kojoj meri Vaš sistem merenja performansi obuhvata interno integrisane mere? [U3]
- U kojoj meri Vaš sistem merenja performansi obuhvata jednosmerno integrisane mere u lancu snabdevanja (samo prema dobavljaču ili samo prema kupcu)? [U4]
- U kojoj meri Vaš sistem merenja performansi obuhvata mere ukupnog lanca snabdevanja? [U5]

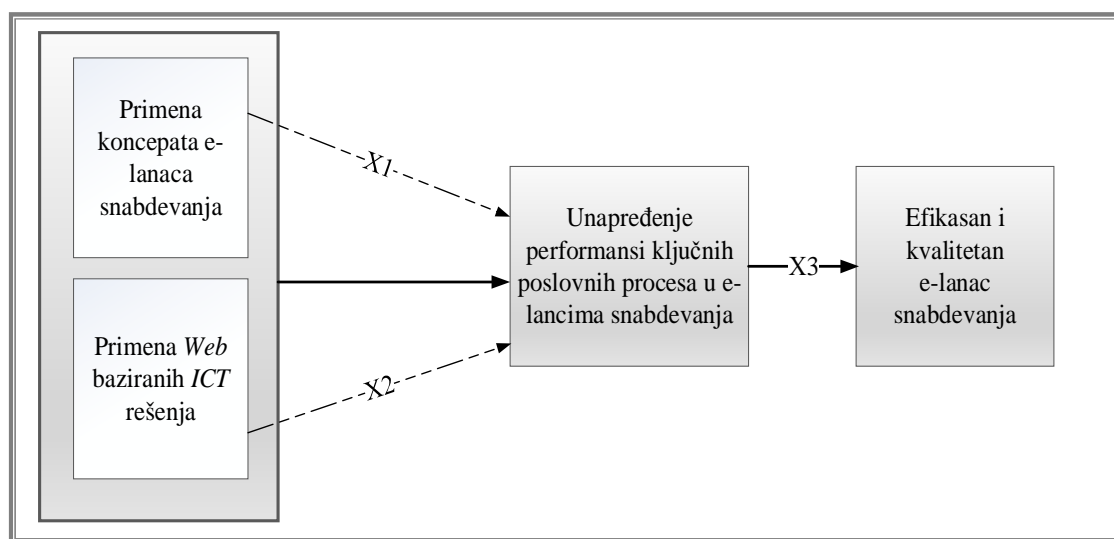
- U kojoj meri postoji razmena informacija o *KPI* između Vas i Vaših kupaca i Vas i Vaših dobavljača? [U6]
- U kojoj meri je Vaš sistem merenja isti i integrisan sa sistemom Vaših kupaca i dobavljača? [U7]
- U kojoj meri Vam postojeći sistem merenja *KPI* doprinosi unapređenju ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja? [U8]
- U kojoj meri se podaci i informacije o *KPI* u Vašoj organizaciji nalaze na različitim mestima (serveru, bazama podataka, eksel tabelama i drugim aplikacijama)? [U9]
- U kojoj meri su podaci i informacije o *KPI* u Vašoj organizaciji integrisani i dostupni u realnom vremenu za donošenje odluka? [U10]
- Ocenite značaj sledećih *KPI* za proces nabavke: pravovremenost isporuka dobavljača (*SOTD*), udeo loših delova na milion proizvedenih (*ppm*) od dobavljača, broj reklamiranih isporuka (*SDMR*) dobavljaču, troškovi lošeg kvaliteta dobavljača. [U11]
- Ocenite značaj sledećih *KPI* za proces prodaje: pravovremenost isporuka prema kupcima (*COTD*), udeo loših delova na milion proizvedenih (*ppm*) prema kupcu, broj reklamiranih isporuka (*CDMR*) kupaca, troškovi lošeg kvaliteta prema kupcu. [U12]
- Ocenite značaj sledećih *KPI* za proces logistike: troškovi transporta inbound redovni, troškovi transporta inbound vanredni, troškovi transporta outbound redovni, troškovi transporta outbound vanredni. [U13]

Takođe, istraživanje je bilo usmereno na ispitivanje uticaja unapređenja performansi poslovnih procesa na ***efikasnost i kvaliteta-lanaca snabdevanja***, kao i u kojoj meri bi primena odgovarajućih modela i aplikacija doprinela većoj efikasnosti i kvalitetu lanaca snabdevanja. U te svrhe postavljena su sledeća pitanja i konstatacije:

- U kojoj meri raspolazete informacijama o tome kojim lancima snabdevanja Vaša organizacija pripada i na kom nivou? [LS1]
- U kojoj meri su Vam potrebne informacije za odlučivanje dostupne u realnom vremenu? [LS2]
- U kojoj meri Vam je sadržaj informacija potrebnih za odlučivanje koristan? [LS3]
- U kojoj meri Vaš sistem merenja obezbeđuje informacije o ukupnoj performansi lanca snabdevanja? [LS4]
- U kojoj meri imate potrebu za informacijama o oceni i rangu lanaca snabdevanja u kojima učestvujete? [LS5]
- U kojoj meri bi informacija o prioritetu i ponderu različitih *KPI* za različite tipove lanaca snabdevanja povećala efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja? [LS6]
- U kojoj meri bi informacija o oceni i rangu lanaca snabdevanja u različitim vremenskim periodima povećala efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja? [LS7]
- U kojoj meri bi ovakav način merenja performansi lanaca snabdevanja povećao efikasnost i kvalitet Vaših lanaca snabdevanja? [LS8]
- U kojoj meri bi mogućnost različitih simulacija vezanih za prioritete *KPI* i njihovog uticaja na ukupnu performansu lanca snabdevanja doprinela povećanju efikasnosti i kvalitetu Vaših lanaca snabdevanja? [LS9]
- Ocenite kvalitet lanaca snabdevanja u kojima učestvujete. [LS10]
- Ocenite kvalitet vaše organizacije uzimajući u obzir U1-U15 i indikatore na nivou organizacije (zadovoljstvo kupaca, dobavljača, zaposlenih). [LS11]

Na slici 6 je predstavljen konceptualni model istraživanja i povezanost hipoteza.

Slika 6 Konceptualni model istraživanja i povezanost hipoteza



Izvor: Autor

Metodologija i metode istraživanja

Empirijsko istraživanje je sprovedeno na uzorku organizacija iz Srbije i obuhvatilo je proizvodne organizacije. Istraživanje je sprovedeno u razdoblju od početka septembra do polovine oktobra 2015. godine.

Osnovni instrument sprovođenja ovog istraživanja bio je anketni upitnik sastavljen od pitanja zatvorenog tipa s ponuđenim odgovorima kod kojih se koristila petostepena Likertova skala. Ispitanici su prilikom popunjavanja upitnika mogli da izaberu jedan odgovor koji najbolje iskazuje njihov stav o navedenom koristeći skalu 1-*ne uopšte*, 2- *uglavnom ne*, 3- *delimično*, 4-*uglavnom da* i 5-*u potpunosti*. Prilikom sastavljanja anketnog upitnika poštovane su polazne hipoteze. Anketni upitnik se sastojao od 52 pitanja koja su bila podeljena na pet delova. Takođe, sadržao je opšte informacije o ispitaniku u okviru koga su prikupljene informacije o delatnosti i pravnom obliku organizacije, broju zaposlenih, polu ispitanika, godinama radnog staža ispitanika i poziciji ispitanika (menadžera) u organizaciji (strategijski, taktički, operativni) godine. Upitnik je bio usmeren isključivo na menadžment organizacije. Kompletan upitnik nalazi se u Prilogu.

Analiza podataka sprovedena je korišćenjem statističkog softverskog paketa (*Statistical Package Social Sciences - SPSS*). Od statističkih metoda analize podataka korišćene su deskriptivna statistička analiza i prosta i višestruka regresiona i korelaciona analiza. Pouzdanost merne skale merena je pomoću *Cronbach's Alpha* koeficijenta.

Rezultati empirijskog istraživanja i potvrđivanje postavljenih hipoteza

Pouzdanost merne skale

U cilju utvrđivanja interne konzistentnosti pitanja i konstatacija koji su grupisani oko pet varijabli izračunate su vrednosti *Cronbach's Alpha* koeficijenta. Imajući u vidu da su varijable merene preko većeg broja pitanja i konstatacija, na osnovu ovog koeficijenta određena je pouzdanost merne skale. Za prihvatljive vrednosti ovog koeficijenta smatraju se vrednosti iznad 0,7.

U tabeli 1 date su vrednosti *Cronbach`s Alpha* za varijable.

Tabela 1 Pouzdanost merne skale

Varijabla	<i>Cronbach`s Alpha</i>
Primena koncepta e-lanaca snabdevanja	0,955
Primena <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja	0,923
Unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa	0,972
Efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	0,984

Izvor: Autor

U ovoj studiji vrednosti *Cronbach`s Alpha* kreću se od 0,819 do 0,984 što govori da svih pet varijabli ima visok stepen pouzdanosti i da sva pitanja i konstatacije grupisane oko njih su interno konzistentne.

Potvrđivanje hipoteza H1, H2 i H3

Prilikom potvrđivanja hipoteze H1, H2 i H3 korišćene su prosta i višestruka linearna regresija (Soldić-Aleksić & Chronos, 2009).

U tabeli 2 date su ključne informacije o valjanosti regresionog modela.

Tabela 2 Sumarne statistike modela

	R	R ²	Korigovani R ²
Uticaj primene koncepta e-lanaca snabdevanja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,682	0,465	0,458
Uticaj primene <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,612	0,374	0,366
Uticaj primene koncepta e-lanaca snabdevanja i <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,776	0,602	0,587
Uticaj unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	0,935	0,875	0,874

Izvor: Autor

Imajući u vidu vrednosti koeficijenta višestruke korelacije R, koji pokazuje linearnu korelaciju između originalnih vrednosti zavisne promenljive i modelom predviđene vrednosti zavisne promenljive, može se zaključiti da postoji veoma jaka veza.

Koeficijent determinacije R² pokazuje da se veliki procenat varijabiliteta zavisne promenljive može objasniti regresionim modelom.

ANOVA procedurom u regresionoj analizi testira se tvrđenje da je koeficijent determinacije u populaciji različit od nule. Ovim testom se proverava generalno valjanost regresionog modela sa statističkog stanovišta.

U tabeli 3 dati su rezultati *ANOVA* testa.

Tabela 3 *ANOVA* tabela

	F	Sig.
Uticao primene koncepta e-lanaca snabdevanja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	70,301	0,000
Uticao primene <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	48,425	0,000
Uticao primene koncepta e-lanaca snabdevanja i <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	39,82	0,000
Uticao unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	567,496	0,000

Izvor: Autor

Na osnovu izlaznih rezultata prikazanih u tabeli može se zaključiti da je model statistički značajan za svaku varijablu.

Takođe, jedan od pokazatelja za vrednovanje regresionog modela je poređenje standardne greške regresije sa standardnom devijacijom zavisne promenljive.

U tabeli 4 prikazane su standardna greška regresije i standardna devijacija zavisne promenljive za svaku varijablu.

Tabela 4 Standardna greška regresije i standardna devijacija zavisne promenljive za svaku varijablu

	Standardna greška regresije	Standardna devijacija zavisne promenljive
Uticao primene koncepta e-lanaca snabdevanja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,67978	0,50044
Uticao primene <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,67978	0,54108
Uticao primene koncepta e-lanaca snabdevanja i performansi i <i>Web</i> baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja	0,67978	0,43696
Uticao unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	0,67978	0,26317

Izvor: Autor

S obzirom da je standardna greška regresije manja od standardna devijacija zavisne promenljive, jasno je da poznavanje regresionog modela doprinosi smanjenju greške u oceni, tj. predviđanju zavisne promenljive.

Postupkom analize regresionog modela, koji je obuhvatio, između ostalog, određivanje statistika i mera reprezentativnosti regresionog modela i testiranje H1 i H2 hipoteza o značajnosti regresione veze, utvrđena je statistička značajnost uticaja primene koncepata e-lanaca snabdevanja i performansi i primene Web baziranih informaciono-komunikacionih rešenja na unapređenje performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja.

Potvrđivanje hipoteze H3

Prilikom potvrđivanja hipoteze H3 korišćena je prosta linearna regresija.

U tabeli 5 date su ključne informacije o valjanosti regresionog modela.

Tabela 5 Sumarne statistike modela

	R	R ²	Korigovani R ²
Uticaj unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	0,935	0,875	0,874

Izvor: Autor

Imajući u vidu vrednosti koeficijenta višestruke korelacije R, koji pokazuje linearnu korelaciju između originalnih vrednosti zavisne promenljive i modelom predviđene vrednosti zavisne promenljive, može se zaključiti da postoji veoma jaka veza.

Koeficijent determinacije R² pokazuje da se veoma veliki procenat varijabiliteta zavisne promenljive može objasniti regresionim modelom.

ANOVA procedurom u regresionoj analizi testira se tvrđenje da je koeficijent determinacije u populaciji različit od nule. Ovim testom se proverava generalno valjanost regresionog modela sa statističkog stanovišta.

U tabeli 6 dati su rezultati ANOVA testa.

Tabela 6 ANOVA tabela

	F	Sig.
Uticaj unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	567,496	0,000

Izvor: Autor

Na osnovu izlaznih rezultata prikazanih u tabeli može se zaključiti da je model statistički značajan za posmatranu varijablu.

U tabeli 7 prikazane su standardna greška regresije i standardna devijacija zavisne promenljive za posmatranu varijablu.

Tabela 7 Standardna greška regresije i standardna devijacija zavisne promenljive za datu varijablu

	Standardna greška regresije	Standardna devijacija zavisne promenljive
Uticaj unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa u e-lancima snabdevanja na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja	0,67978	0,26317

Izvor: Autor

S obzirom da je standardna greška regresije manja od standardna devijacija zavisne promenljive, jasno je da poznavanje regresionog modela doprinosi smanjenju greške u oceni, tj. predviđanju zavisne promenljive.

Postupkom analize regresionog modela, koji je obuhvatio, između ostalog, određivanje statistika i mera reprezentativnosti regresionog modela i testiranje H3 hipoteze o značajnosti regresione veze, utvrđena je statistička značajnost uticaja unapređenja performansi ključnih poslovnih procesa na efikasnost i kvalitet e-lanaca snabdevanja.

Zaključna razmatranja

Sve brže promene u poslovnom svetu nameću potrebu za integracijom i menadžmentom različitih poslovnih procesa unutar i izvan organizacije, donošenjem odluka u realnom vremenu i optimizacijom svih poslovnih procesa. *ICT* sistemi moraju biti bolje organizovani i integrisani kako bi unapredili upotrebu poslovnih informacija u organizacijama. Korišćenjem Interneta, kao primarne platforme za komunikaciju, interoperabilnost i integraciju, informacioni sistemi imaju sve značajniju ulogu u pružanju konkurentne prednosti organizacijama. Organizacije se oslanjaju na Internet i druge informaciono-komunikacione tehnologije u upravljanju poslovnim procesima i čine ih transparentnim, fleksibilnim i sposobnim za integraciju sistema prevazilazeći sve vrste poslovnih i tehnoloških barijera. U poslednjih nekoliko godina *Web* servisi su počeli da imaju veliki uticaj na način na koji se razvijaju e-poslovne aplikacije i način na koji su sofisticirani procesi dizajnirani, implementirani i vođeni, te se kao takvi pojavljuju kao odgovarajuće arhitekture koje omogućavaju integrisanje e-poslovanja između organizacija.

ICT ima pozitivan uticaj na efikasnost, kao i na ukupan učinak svake organizacije koja je koristi, ali i na ukupne performanse lanca snabdevanja, bez obzira na svoje primarne aktivnosti. Rezultati najviše zavise od nivoa i vrste upotrebe *ICT*, koji su u korelaciji sa veličinom organizacije i dostupnosti tehnologije. Integracija poslovnih procesa duž lanca snabdevanja, kao i unapređenje performansi lanca snabdevanja moguća je samo uz pravilno korišćenje adekvatnih informaciono-komunikacionih alata i tehnologija.

Uloga *ICT* u unapređenju performansi poslovnih procesa u lancima snabdevanja je neosporna, međutim neophodno je da se prevaziđu barijere koje su prisutne prilikom implementacije *ICT* u lance snabdevanja. Činjenica je da se još uvek u velikom broju organizacija upravljanje podacima zasniva na analizi podataka iz excel tabela i neintegrisanih baza podataka koje su kreirali pojedinci iz različitih funkcionalnih oblasti organizacije za

pospstvene potrebe. Različite studije ukazuju da su nedostatak svesti, podrške i posvećenost top menadžmenta o primene *ICT* najopasnija prepreka za implementaciju *ICT*. Implementacija i kontinuiran razvoj i unapređenje intraorganizacione i iterorganizacione *ICT* moraju biti jedan od strateških ciljeva organizacija, jer je u suprotnom nerealno očekivati da će doći do značajnijih unapređenja performansi poslovnih procesa i efikasnosti i kvaliteta lanaca snabdevanja u celini.

Reference

1. Albers, S., Delfmann, W., Gehring, M. & Heuermann, C. (2005). Supply chain integration and supply chain integrators: Towards a differentiated view. In: de Koster, R., Delfmann, W., (eds) *Supply Chain Management- European perspective*. Copenhagen Business School Press, Copenhagen, 62-91.
2. Appelqvist, P., Lehtonen, J. M. & Kakkonen, J. 2004. Modelling in product and supply chain design: Literature survey and case study. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15 (7), 675–686.
3. Arsovski, Z., Arsovski, S., Aleksic, A., Stefanovic, M. & Tadic, D. (2011). Resilience of Virtual and Networked Organizations – An Assessment, First International Conference on Virtual and Networked Organizations Emergent Technologies and Tools – ViNOrg '11, Jule, 6-8, University of Minho, Portugal, Editors: G.D. Putnik and M.M. Cruz-Cunha, 155–164.
4. Ayers, J.B. (2006). *Handbook of supply chain management*, Boca Raton, FL: Auerbach Publications.
5. Baily, P., Farmer, D., Crocker, B., Jessop, D. & Jones, D. (2008). *Procurement principles and management*, Harlow, UK, Prentice Hall.
6. Bastl, M., Johnson, M. & Choi, T.Y. (2013). Who's Seeking Whom? Coalition Behaviour of a Weaker Player in Buyer-Supplier Relationships, *Journal of Supply Chain Management*, 49 (1), 8-28.
7. Bowersox, D. J., Closs, D. J. & Cooper, M. B. (2002). *Supply Chain Logistics Management*, USA, McGraw Hill.
8. Bozarth, C.C. & Handfield, R.B. (2006). *Introduction to operations and supply chain management*, Upper Saddle River, New York, Pearson Prentice Hall.
9. Brindley, C. & Ritchie, B. (2004). Introduction. In: Brindley, C. (Ed.). *Supply chain risk*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
10. Carter, C. R., Rogers, D. S. & Choi, T. Y. (2015). Toward the Theory of the Supply Chain. *Journal of Supply Chain Management*, 51, 89–97.
11. Chopra, S. & Meindl, P. (2010). *Supply chain management: Strategy, planning and operation*. Boston, Pearson.
12. Coyle, J.J., Bardi, E.J. & Langley, C.J. Jr. 2003. *The management of business logistics: a supply chain perspective*. Mason, Ohio: South-Western.
13. Cummins, F.A. (2010). BPM Meets SOA, In: Jan vomBrocke & M. Rosemann (Eds) *Hanbook on Business Process Management 1, Introduction, Methods and Information Systems*, Heidelberg, Springer-Verlag
14. Erl, T. (2008). *SOA Principles of Service Design*, Upper Saddle River, New York, Prentice Hall
15. Harmon, P. (2010). The scope and Evaluation of Business Process Management, In: Jan vomBrocke & M. Rosemann (Eds) *Hanbook on Business Process Management 1, Introduction, Methods and Information Systems*, Heidelberg, Springer-Verlag
16. Hines, T. (2004). *Supply chain strategies: Customer-driven and customer-focused*. Boston: Elsevier.
17. Kempainen, K., Vepsäläinen, A.P.J. (2003). Trends in industrial supply chains and networks, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 33, No. 8, pp. 701-19.
18. Ketchen, D. J., Crook, T. R. & Craighead, C. W. (2014). From supply chains to supply ecosystems: Implications for strategic sourcing research and practice, *Journal of Business Logistics*, 35, 165–171.

19. Kim, Y., Choi, T., Yan, T. & Dooley, K. (2011). Structural analysis of supply networks, *Journal of Operations Management*, 29 (3), 194-211.
20. Kirchmer, M. (2011). *High Performance Through Process Excellence from Strategy to Execution with Business Process Management*, Heidelberg, Springer-Verlag
21. Krafzig, D., Banke, K & Slama, D. (2004). *Enterprise SOA: Service-oriented architecture: SOA strategy, methodology and technology*, Boca Raton, Auerbach Publication, Taylor & Francis Group
22. Lambert, D. (2006). Supply chain management, in D.M. Lambert (ed.). *Supply chain management: processes, partnerships, performance*, Supply Chain Management Institute, Florida.
23. Lee, H. and Whang, C. (1997). Bullwhip effect in supply chains, *Sloan Management Review*, 38 (3), 93-102.
24. Levary, R. (2000). Better supply chains through information technology, *Industrial Management*, 42 (3), 24-30.
25. Lockamy, A. & McCormack, K. (2004). The development of a supply chain management process maturity model using the concepts of business process orientation, *Supply Chain Management: An International Journal*, 9(4), 272-278.
26. Lysons, K. & Farrington, B. (2006). *Purchasing and supply chain management*, Harlow, Prentice Hall-Financial Times.
27. Lysons, K. (2000). *Purchasing and supply chain management*, Harlow England, Prentice Hall.
28. Matkovic, P., Tumbas, P. & Pavlicevic, V. (2014). Decision Making in Logistics Processes Supported by Cloud Computing, *International Scientific Journal of Management Information Systems*, 9 (1), 11-20.
29. McCormack, K., Ladeira, M. B. & Valderes de Oliviera, M. P. (2008). Supply chain maturity and performance in Brazil, *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(4), 272-282.
30. Mena, C., Humphries, A., & Choi, T. Y. (2013), Toward a theory of multi-tier supply chain management, *Journal of Supply Chain Management*, 49, 58-77.
31. Monczka, R. Trent, R. & Handfield, R. (2002). *Purchasing and supply chain management*. Knoxville, United States, Thomson learning.
32. Nakagawa, M. (2004). Business Process Management with Web-Service Integration Technology, *Fujitsu Scientific and Technical Journal*, 40(1), 17-21.
33. Petkovics, I., Trninic, J. & Đurkovic, J. (2013). The Role of Information Technology Support in Sustainable Development, *International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 18 (4), 3-13.
34. Petkovics, I., Tumbas, P., Matkovic, P. & Baracskaï, Z. (2014). *Cloud Computing Support to University Business Processes in External Collaboration*, *Acta Polytechnica Hungarica*, 11 (3), 181-200.
35. Quayle, M. (2006). *Purchasing and supply chain management: Strategies and realities*. London: Idea group.
36. Schiff, M.A. (2010). *Business intelligence: Improving your company efficiency and effectiveness, no matter its size*. SAP White paper.
37. Simchi-Levi, D., Kaminsky, P. & Simchi-Levi, E. (2003). *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*, New York, McGraw-Hill.
38. Soldić-Aleksić, J. & Chroneos, K.B. (2009). *Kvantitativne tehnike u istraživanju tržišta primena SPSS računarskog paketa*, Beograd, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.
39. Taylor, D.A. (2004). *Supply chains: A manager's guide*. Boston, Addison-Wesley.
40. Turban, E. & King, D. 2003. *Introduction to e-commerce*. Upper Saddle River, New Jersey, Pearson.
41. Vatovec Krmac, E. (2005). Modern information communication technologies and tools for supply chain management, *Promet, Traffic & Transportation*, 17 (6), 303-309.
42. Verwijmeren, M. (2004). Software component architecture in supply chain management, *Computers in Industry*, 53 (2), 165-178.
43. Waters, D. (2009). *Supply chain management: An introduction to logistics*, Palgrave Macmillan, London.

44. Waters, D. (2009). *Supply chain management: An introduction to logistics*, Palgrave Macmillan, London.
45. Wu, T. & O'Grady, P. (2005). A network-based approach to integrated supply chain design, *Production planning and control*, 16 (5),444–453.
46. Zhang, X., van Donk, D. P. & van der Vaart, T. (2011). Does ICT influence supply chain management and performance? A review of survey-based research, *International Journal of Operations & Production Management*, 31 (11), 1215-1247.

RAZVOJ IKT SEKTORA I ELEKTRONSKE TRGOVINE KAO ODREDNICA UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE

Dr Zoran Kalinić*

Dr Vladimir Ranković

***Apstrakt:** U cilju približavanja naše zemlje Evropskoj uniji, Vlada Republike Srbije je 2010. godine usvojila strategiju razvoja informacionog društva do 2020. godine koja definiše ključne pravce društvenog i privrednog razvoja među kojima su elektronska trgovina i poslovni sektor IKT. U ovom radu je izvršena analiza trenutnog stanja i potencijala poslovnog sektora IKT u Republici Srbiji. U drugom delu rada je izvršena analiza elektronske trgovine (e-trgovina) kao savremenog kanala prodaje, analiza trenutnog stanja e-trgovine u zemlji i svetu, a zatim i analiza potencijala e-trgovine u pogledu širenja tržišta. Zaključak ovog rada je da Republika Srbija poseduje potencijal za razvoj IKT sektora što je i potvrđeno činjenicom da je domaća IKT industrija na 40. mestu u svetu u pogledu izvezenog softvera. Kada je reč o e-trgovini, ona je u našoj zemlji u fazi intenzivnog razvoja, ali još uvek zaostaje za prosekom Evropske unije. U cilju podizanja konkurentnosti privrede naše zemlje, sa aspekte e-trgovine, neophodno je uložiti dodatne napore u promociju ovog oblika poslovanja kako u preduzećima, tako i kod građana, kao i unaprediti odgovarajući pravni okvir.*

***Ključne reči:** informaciono-komunikacione tehnologije, IKT sektor, elektronska trgovina, elektronsko poslovanje*

Uvod

Primena informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) je jedan od glavnih faktora koji utiču na ekonomski rast privrede i inovativnost društva (Bijelić, 2012; Kalinić i Arsovski, 2015). Njihov značaj i uloga su prepoznati u celom svetu, pa je tako jedna od sedam vodećih inicijativa strategije razvoja Evropske unije Evropa 2020 i Digitalna agenda za Evropu (European Commission, 2010), strategija za razvoj digitalnog društva, čiji je cilj da obezbedi uslove za održivi ekonomski i društveni razvoj i koristi od jedinstvenog digitalnog tržišta Evropske unije baziranog na ultra-brzom Internetu i standardizovanim aplikacijama. Takođe, još je u Direktivi o elektronskoj trgovini (European Parliament, 2000) naglašeno da dalji razvoj e-trgovine i informatičkog društva nude značajne mogućnosti za otvaranje novih radnih mesta, posebno u malim i srednjim preduzećima, kao i da će ovaj razvoj stimulisati ekonomski razvoj i investicije u evropsku privredu, povećavajući njenu konkurentnost.

Kao jedan od ključnih indikatora koji se mogu koristiti za poređenje konkurentnosti privreda evropskih zemalja World Economic Forum (2014) je kreirao kompozitni Indeks konkurentnosti, baziran na 12 stubova, koji se sastoje iz niza pokazatelja. Prema istraživanju za 2014. godinu, Srbija je sa vrednošću ovog indeksa od 3,46 iza svih država članica EU (najniže indekse u EU imaju Bugarska (3,75) i Rumunija (3,64)), ali i od svih zemalja-kandidata za ulazak u EU, uključujući Crnu Goru (4,07) i Makedoniju (3,62). Ukoliko se analizira samo pod-indeks vezan za Digitalnu Agendu i primenu informacionih tehnologija,

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: zkalinic@kg.ac.rs

onda je situacija nešto bolja, jer je po njemu naša država nešto konkurentnija samo od Rumunije, Makedonije i Turske. Kako se navodi u ovom izveštaju, u cilju unapređenja konkurentnosti naše zemlje, neophodno je sprovesti brojne reforme, i to u sferi unapređenja poslovnog okruženja, edukacije, ekološki održivog razvoja, izgradnje institucija i loše uspostavljenog tržišta radne snage (loši odnosi zaposlenih i poslodavaca, nezaposlenost mladih od preko 50%, itd.).

Sektor IKT ima veoma značajnu ulogu u rastu ekonomije Evropske unije. Prema podacima iz Izveštaja o digitalnoj konkurentnosti, industrija IKT čini oko 5% BDP Evropske unije. Ako se posmatra samo ekonomski rast, industrija IKT doprinosi sa čitavih 20% u ukupnom rastu ekonomije Evropske unije. Takođe, proizvodni IKT sektor ulaže skoro 1% BDP-a u istraživanje i razvoj što čini skoro četvrtinu svih ulaganja u istraživanje i razvoj u Evropskoj uniji (European Commission, 2010b).

Računa da danas u svetu živi oko 7,4 milijarde ljudi, od kojih oko 1,2 milijarde kupuje na Internetu (ECE, 2015a). Poslednjih godina, zbog intenzivnog razvoja i prožimanja sa tradicionalnim oblicima trgovine, sve češće se govori da „e-“ polako nestaje iz e-trgovine, odnosno da više ne postoji striktna granica između elektronske i trgovine u fizičkim radnjama, već se proces trgovine vrlo često obavlja višekanalno (ECE, 2015b). Naime, čak oko 50% kupovina u fizičkim radnjama u 2014. godini bilo je pod uticajem digitalnih uređaja, najčešće kroz on-line poređenje cena pre same kupovine u fizičkoj radnji (fenomen poznat i kao *web-rooming*) ili kroz pretragu dodatnih informacija.

IKT sektor u Evropskoj uniji i u Srbiji

Industrija IKT obuhvata proizvodni IKT sektor i sektor IKT servisa (usluga). Proizvodni IKT sektor obuhvata proizvodnju IKT opreme (kompjutera, štampača, itd.), komponenti (poluprovodnika, logičkih kola, LCD-ova, itd.), telekomunikacione i multimedijalne opreme, mernih instrumenata (senzora), i industrijske procesne opreme. Sektor IKT servisa obuhvata poštanske i telekomunikacione servise i kompjuterske servise (nabavku i konsultantske usluge implementacije, korišćenja i održavanja hardvera i softvera, baza podataka, interneta itd.). Prema podacima iz 2007. godine, dodata vrednost ostvarena u proizvodnom IKT sektoru u EU je iznosila 130,6 milijardi EUR odnosno 1 % BDP-a, dok je u sektoru IKT servisa ostvarena dodata vrednost u iznosu od 462 milijarde EUR odnosno 4% BDP-a EU. U poredjenju sa IKT sektorom EU, proizvodni IKT sektor u Japanu je ostvario čak 2.9 % učešća u BDP-u dok je sektor IKT servisa u SAD ostvario dodatnu vrednost u iznosu od 5 % ukupnog BDP-a. Druge zemlje sa razvijenom proizvodnom IKT industrijom poput Južne Koreje i Kine imaju još izraženije učešće ovog sektora u BDP-u (European Commission, 2010b).

Ukupno gledano, dodata vrednost ostvarena u sektoru IKT u EU je iznosila 592.7 milijardi EUR (približno 5% BDP-a) što je primetno manje u odnosu na iznose u SAD (6.4 %) i Japan (6.8 %).

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (RZS, 2014a) u strukturi BDP-a Republike Srbije u 2013. godini po visini učešća je prednjačio sektor prerađivačke industrije, zatim sektor trgovine, poslovanja nekretninama i sektor poljoprivrede. Sektor informisanja i komunikacija je učestvovao sa 4,3%, dok je sektor stručnih, naučnih, inovacionih i tehničkih delatnosti učestvovao sa 3,1% u ukupnom BDP u 2013. godini. Ako bi se samo posmatralo i poredilo učešće sektora IKT u ukupnom BDP-u u Republici Srbiji i EU mogao bi se doneti zaključak da je učešće sektora IKT na zadovoljavajućem nivou. Tako na primer, u zemljama EU koje prednjače u pogledu ukupne dodate vrednosti ostvarene u sektoru IKT, Nemačkoj,

Francuskoj i Velikoj Britaniji, učešće sektora IKT u ukupnom BDP-u se kreće u opsegu od 3,8% do 4,2%. Pri tome, treba imati na umu da pomenute zemlje ujedno predstavljaju i najrazvijenije zemlje EU koje svoju ekonomiju zasnivaju na drugim privrednim granama kao što su mašinska, automobilska i avio industrija, zatim elektronska industrija itd. Međutim, ako bi se analizirala vrednost i struktura BDP-a i uporedila sa zemljama EU koje su u prethodnoj deceniji ostvarile ubrzani rast došli bismo do drugačijeg zaključka. Dobar primer zemlje EU koja se za relativno kratko vreme svrstala u razvijene zemlje EU je Irska. Prema podacima svetskog ekonomskog foruma iz 2014. godine (World Economic Forum, 2014) Irska je u periodu 1990-2013 uspela da uveća svoj BDP po glavi stanovnika čak 4 puta. Sa druge strane, prema Izveštaju o digitalnoj konkurentnosti učešće sektora IKT u ukupnom BDP-u i Irskoj je u 2010. godini iznosilo čak 9,3%. Dodatno, prema istom izvoru, učešće zaposlenosti u sektoru IKT u ukupnoj zaposlenosti je iznosila čitavih 4,9%. Drugi dobar primer zemlje EU koja je ostvarila primetan rast BDP u periodu 1990-2013 je Mađarska. Mađarska je uspela da udvostruči ukupni BDP u tom periodu. U Mađarskoj je učešće sektora IKT u ukupnom BDP-u u 2010. godini iznosilo 5,0% dok je učešće zaposlenosti u sektoru IKT u ukupnoj zaposlenosti iznosilo 3,8%.

Značajan broj nerazvijenih zemalja i zemalja u razvoju je svoj razvoj bazirao na sektoru IKT. Prema Matijeviću (2013) glavni motivi i prednosti ulaganja u IKT industriju su:

- IKT infrastruktura je važan preduslov razvoja ekonomije, društva i državne uprave,
- U savremenoj globalnoj ekonomiji IKT industrija ima visoko učešće u strukturi BDP-a sa trendom daljeg rasta,
- Razvoj IKT industrije zahteva značajno manje investicione resurse u poređenju sa drugim industrijama (ovo se posebno odnosi na sektor IKT koji se obuhvata razvoj softvera)
- IKT industrija je značajno jeftinija u poređenju sa drugim industrijama,
- Razvoj i popularizacija IKT industrije sprečava odlivanje mozgova (koje je izrazito prisutno u poslednje vreme u Republici Srbiji).

Dodatno, grana proizvodne industrije IKT koja obuhvata razvoj i održavanje softvera ima izraziti izvozni potencijal. Izmeštanje razvoja softvera iz razvijenih zemalja je postalo veoma popularno u svetskoj IKT industriji i poznato je pod nazivom *outsourcing* (eng. *outsourcing*). Ovaj koncept podrazumeva razvoj, najčešće dela, softvera u drugim IKT kompanijama. Prilikom izbora potencijalnog dobavljača (realizatora) naručilac se rukovodi sa više kriterijuma među kojima su kvalitet i cena najbitniji. Cena razvoja je obično znatno niža u nerazvijenim zemljama ili zemljama u razvoju u poređenju sa istom cenom u razvijenim zemljama. To je osnovni razlog zašto se razvoj softvera i softverskih komponenti sve više seli iz razvijenih zemalja u nerazvijene zemlje ili zemlje u razvoju. Međutim, zbog činjenice da sva komunikacija između inostranih kompanija i angažovanih IKT stručnjaka obavlja putem Interneta, država u kojoj se odvija razvoj ne može ni da registruje ovakvu aktivnost. Zbog toga je veoma važno da država domaćin stvori uslove za transparentnu saradnju inostranih i domaćih IKT kompanija jer samo u tim uslovima i IKT kompanije i država u celini mogu da ostvare veliku dobit.

Zbog jednostavnijeg uspostavljanja saradnje i jednostavnijeg plasmana proizvoda i usluga na inostrano tržište mnoge zemlje u razvoju, šansu privrednog rasta vide upravo u sektoru IKT. Kada je reč o našoj zemlji ova strategija je posebno izražena u postkriznom periodu s obzirom da je domaća akumulacija kapitala skromna i da su smanjene mogućnosti inostranog investiranja u formi direktnih investicija. Ekonomija Republike Srbije je u velikoj meri bila pogođena efektima svetske ekonomske krize i to u vidu drastičnog smanjenja stranih direktnih investicija u trenucima kada su one bile najpotrebnije. Tako na primer, u

2013. godini je ostvareno svega 750 miliona € stranih direktnih investicija naspram 5,47 milijardi \$ u 2005. godini (Matijević, 2013). Zbog svega navedenog, Vlada Republike Srbije je 2010 godine usvojila strategiju razvoja informacionog društva do 2020. godine koja obuhvata nekoliko ključnih pravaca:

- Elektronske komunikacije,
- E-uprava, e-zdravstvo i e-pravosuđe,
- IKT u obrazovanju, nauci i kulturi,
- Elektronska trgovina (e-trgovina),
- Poslovni sektor IKT,
- Informaciona bezbednost.

Kada je reč o razvoju poslovnog sektora IKT, očekivanje Vlade Republike Srbije, iskazano u strategiji, je da domaće IKT kompanije u 2020. godini ostvare prihod od najmanje pet milijardi evra, što obuhvata usluge elektronskih komunikacija, IT usluge, IKT opremu i licence za softverske pakete (Vlada Republike Srbije, 2010).

Računarski softver je jedan od glavnih izvoznih proizvoda Srbije. Interesantna je činjenica da je u domaćoj javnosti Srbija poznata kao veliki izvoznik malina a da je istovremeno vrednost izvezenog softvera i IKT usluga skoro duplo veća od izvoza malina. Na primer, u 2013. godini, srpska IKT industrija je na globalnom nivou rangirana na 40. mestu kada je u pitanju vrednost izvezenog softvera, dok je ukupna srpska industrija zauzela 79. mesto (SIEPA, 2015). Ovi podaci su ohrabrujući i opravdavaju strategiju privrednog razvoja koja se zasniva na sektoru IKT. Može se pretpostaviti da je jedan od razloga činjenica da za pokretanje IKT industrije nisu potrebne velike investicije ali su potrebni ljudski resursi koji poseduju kompleksna znanja i veštine. Zbog toga, pokretanje IKT industrije zahteva određeni stepen investiranja u obrazovni sistem kako bi društvo proizvelo kadrove sposobne da nose IKT industriju. Zbog toga se u strategiji kao jedan od prioriteta i preduslova za podsticaj razvoja IKT industrije navodi da je “neophodno znatno podići broj stručnjaka koji se obrazuju u oblasti IKT i uticati na smanjenje broja IKT stručnjaka koji napuštaju zemlju”.

U protekloj deceniji su razvijeni i uvedeni studijski programi iz oblasti IKT na skoro svim državnim univerzitetima u Srbiji. Na taj način je postignuto da se ova disciplina razvija u nekoliko geografskih i privrednih centara čime se obezbeđuje povećana popularizacija ovih studija ali i ujednačeni tehnološki razvoj svih regiona. Prema podacima iz 2012. godine više od 10% novoupisanih studenata, računajući osnovne, master i doktorske studije, se opredelilo za studije koje se odnose na IKT. Uzimajući u obzir prosečnu prolaznost na studijama IKT dolazimo do podatka da Srbija može da računa na 2500 novih IKT stručnjaka na godišnjem nivou. Na taj način je ispunjen prvi i osnovni preduslov za razvoj sektora IKT. Dovoljan broj kvalitetnih IKT stručnjaka omogućava razvoj domaćih IKT kompanija ali dolazak internacionalnih kompanija. Tako na primer, na domaćem tržištu egzistiraju internacionalne kompanije poput: Schneider Electric DMS, Asseco SEE, PSTech, GTech, LEVI 9 Global Sourcing Balkan, Comtrade ITSS, Youngculture itd. Drugi dokaz je činjenica da više od 80% godišnjeg prihoda u srpskom IKT sektoru potiče od prodaje proizvoda i usluga na inostranim tržištima (SIEPA, 2015). Međutim, jedan od glavnih problema koji karakteriše domaću IKT industriju, posebno mala preduzeća, je nedostatak kvalifikovanog menadžmenta specijalizovanog za IKT sektor. Iskustvo je pokazalo da uspešni IKT stručnjaci nisu uspešni i menadžeri. Zbog toga, mnoge start-up firme posle izvesnog vremena propadnu. Razvoj studijskih programa iz oblasti menadžmenta, usko specijalizovanog IKT indutriju, bi u značajnoj meri obezbedio održivost i uspešnije poslovanje malih i srednjih preduzeća iz IKT sektora.

Drugi, veoma važan aspekt poslovnog informacionog društva predstavlja nivo upotrebe IKT u preduzećima. Upotreba IKT u preduzećima, pogotovo poslovnog softvera, u velikoj meri povećava efikasnost i konkurentnost.

Republički zavod za statistiku sproveo je u 2015. godini sproveo dva istraživanja o upotrebi informaciono-komunikacionih tehnologija (RZS, 2015b). Prvo se odnosilo na domaćinstva i pojedince, a drugim su bila obuhvaćena preduzeća. Oba ova istraživanja sprovedena su i u 2015. godini. Istraživanja su sprovedena po metodologiji Evrostata, na teritoriji Republike Srbije. Anketa za preduzeća sprovedena je na uzorku stratifikovanom po veličini i delatnosti. Obim uzorka iznosio je 1361 preduzeće. Istraživanjem su bila obuhvaćena preduzeća koja imaju više od 9 zaposlenih i koja su svrstana u nekoliko kategorija (sektora):

- Sektor C: Prerađivačka industrija
- Sektor D i E: Snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i vodom; Upravljanje otpadnim vodama
- Sektor F: Građevinarstvo
- Sektor G: Trgovina na veliko i malo, popravka motornih vozila
- Sektor H: Saobraćaj, skladištenje i veze
- Sektor I: Usluge smeštaja i ishrane
- Sektor J: Informisanje i komunikacije
- Sektor L i M: Poslovanje nekretninama; Stručne, naučne i tehničke delatnosti
- Sektor N i Oblast 95: Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti; Popravke kompjutera

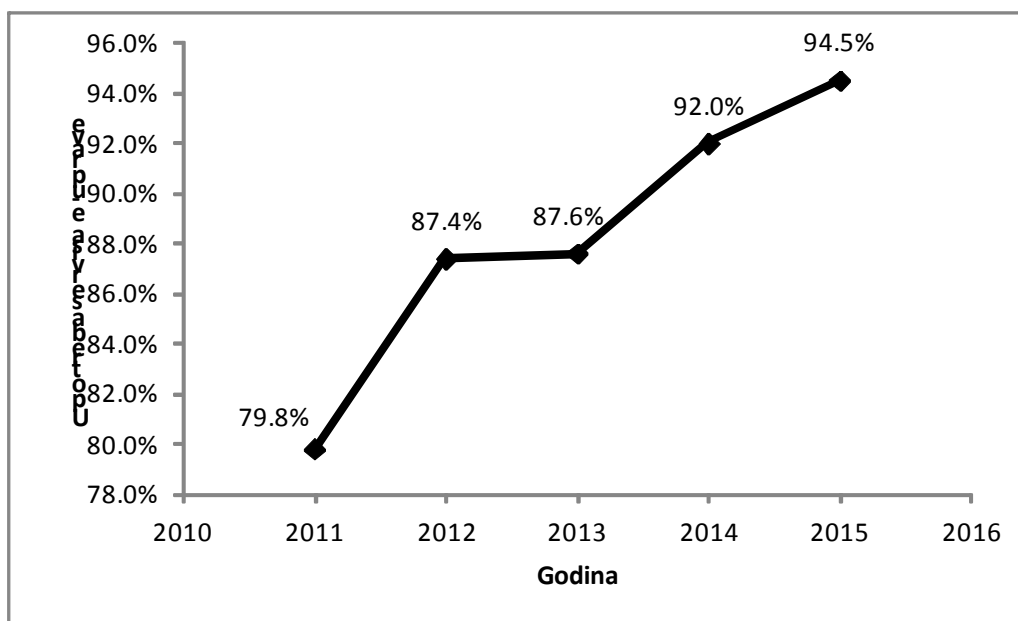
Od ukupnog broja preduzeća, 39,6% pripada grupi malih preduzeća (10-49 zaposlenih), 34,5% grupi srednjih preduzeća (50-249 zaposlenih) i 25,9% grupi velikih preduzeća (250 i više zaposlenih). Prema tome, najveći deo uzorka čine mala i srednja preduzeća što vrlo važno iz razloga što mala i srednja preduzeća treba da budu nosioci domaće ekonomije sa jedne strane i što su istovremeno problematična u pogledu primene IKT.

Prema podacima iz sprovedenog istraživanja 99,1% preduzeća ima pristup internetu, u poređenju sa podacima dobijenim istim istraživanjem iz 2007. godine kada je 90,6% preduzeća imalo pristup internetu. Dodatno ohrabruje činjenica da u 31,4% preduzeća više od 75% zaposlenih koristi internet u poslovne svrhe barem jednom nedeljno.

Od posebnog značaja su podaci koji se odnose na primenu elektronskih servisa javne uprave.

Na Slici 1 prikazan je trend upotrebe elektronskih servisa javne uprave u periodu 2011-2015. Vidi se da je procentualni udeo preduzeća koja u svom poslovanju koriste elektronske servise javne uprave u konstantnom porastu i da je u 2015. godini čak 94,5% preduzeća primenjivali ovakav oblik komunikacije i poslovanja sa javnom upravom.

Slika 1. Upotreba elektronskih servisa javne uprave u periodu 2011-2015.



Izvor: RZS, 2015.

Kada je reč o angažovanju IKT stručnjaka u preduzećima podaci su veoma raznoliki u zavisnosti od delatnosti i veličine preduzeća. Očekivano, 70,6% velikih preduzeća ima IKT stručnjake kao stalno zaposlena lica. U proseku manje od polovine srednjih preduzeća (oko 40,2%) ima stalno zaposlene IKT stručnjake. Svega 15,9% malih preduzeća ima stalno angažovane IKT stručnjake. Ako se posmatra delatnost posmatranih preduzeća u angažovanju IKT stručnjaka, nezavisno od veličine, prednjače preduzeća iz sektora Informisanja i komunikacija i sektora Poslovanja nekretninama, Stručne, naučne i tehničke delatnosti, sa druge strane IKT stručnjake najmanje angažuju preduzeća iz sektora Građevinarstva.

Veoma su interesantni podaci koji se odnose na upotrebu poslovnog softera u preduzećima. U tom smislu se izdvaja analiza upotrebe ERP sistema i analiza upotrebe CRM rešenja. Podaci, u skladu sa očekivanjima, pokazuju da velika preduzeća u najvećoj meri koriste ERP sisteme u svom poslovanju, oko 49,6%. U proseku 23,9% srednjih preduzeća i svega 12,8% malih preduzeća koristi ERP sisteme u svom poslovanju. Rezultati su očekivani ako se uzme u obzir činjenica da su ERP sistemi skupi, a svrsishodni samo u složenim poslovnim sistemima sa velikim brojem poslovnih procesa. Kada se posmatra delatnost preduzeća, opet kao i u prethodnom slučaju prednjače preduzeća iz sektora Informisanja i komunikacija i sektora Poslovanja nekretninama, Stručne, naučne i tehničke delatnosti. Slični zaključci stoje i za upotrebu CRM rešenja. Očigledno su rezultati vezani za angažovanje IKT stručnjaka visoko pozitivno korelisani sa rezultatima ankete vezanim za upotrebu poslovnog softvera iz razloga što upotreba i održavanje poslovnog softvera zahteva i angažovanje IKT stručnjaka.

Generalno gledano, upotreba poslovnog softvera u preduzećima bi trebalo da bude znatno veća od trenutne. Jedan od osnovnih razloga nedovoljne upotrebe poslovnog softvera je njegova cena. Sa druge strane to je prilika za domaće softverske kompanije da domaćem tržištu ponude svoja, jeftinija rešenja. Prema Ranisavljević (2015), u domaćem sektoru IKT 111 kompanija proizvodi neku vrstu poslovnog softvera. Međutim, najveći problem domaćim kompanijama predstavlja činjenica da se velika preduzeća, koja ujedno najviše primenjuju

poslovni softver, uglavnom odlučuju za poslovni softver renomiranih softverskih kompanija kao što su Microsoft, SAP, Oracle i dr.

Primena elektronske trgovine kao novog kanala prodaje

Prema definiciji OECD-a, e-trgovina predstavlja „prodaju ili kupovinu roba ili usluga, realizovanu preko računarskih mreža, korišćenjem metoda posebno dizajniranih u svrhu prijema i slanja narudžbina“ (UNCTAD, 2015). Razvoj elektronskog poslovanja i elektronske trgovine predstavlja jedan od prioriteta i same Evropske unije: izgradnja digitalnog jedinstvenog tržišta u Evropskoj uniji je jedan od sedam ključnih stubova Digitalne agende za Evropu, kojom su definisani ciljevi u razvoju e-trgovine za 2015 godinu, a to su da 50% potrošača kupuje on-line kao i da 20% njih kupuje on-line ali u nekoj drugoj državi članici (European Commission, 2012). S obzirom na opredeljenje naše zemlje da se u što kraćem roku pridruži Evropskoj uniji, jasno je da u tom kontekstu treba pratiti i primenjivati odgovarajuće strategije i propise u svakoj oblasti, uključujući i e-trgovinu.

Prodaja na Internetu se može organizovati preko sopstvenog sajta, ali i preko rastućeg broja organizovanih on-line tržnica, kompanija koje preuzimaju obavezu organizacije tržišta, koje uključuju i C2C model. Prednosti korišćenja ovakvog izlaska na tržište su još niži troškovi, jer se koristi već gotova platforma i infrastruktura, kao i njen brend odnosno marketinške aktivnosti i rezultati (poznati brend pozitivno utiče na poverenje potrošača). Uz to, prodavac obično dobija i već razrađene mehanizme plaćanja i isporuke robe/usluge, kao i određenu pomoć kod marketinga. Kao ključni nedostaci ovog koncepta izdvajaju se što je prodavac ograničen ponudom šablona na platformi, i što je u nekim slučajevima teško izvršiti integraciju e-prodavnice sa postojećim informacionim sistemom kompanije, uključujući i softver za upravljanje zalihama (UNCTAD, 2015).

Drugi način je promocija i prodaja na sopstvenom sajtu, pri čemu se danas, posebno za mala i srednja preduzeća, umesto potpuno samostalne izgradnje sajta, koriste (često besplatni) sistemi za upravljanje sadržajem na Internetu (*Content Management Systems* – CMS, kao što su WordPress, Drupal ili Joomla), sa odgovarajućim dodacima za e-trgovinu (UNCTAD, 2015). Ove platforme nude veliki broj funkcionalnih šablona koji se bez posebnog tehničkog predznanja mogu lako prilagoditi potrebama i željama prodavca i tako se sa minimalnim izdacima može pokrenuti e-trgovina. Naravno, postoje i drugi modeli nastupa, koji uključuju angažovanje posebnih firmi za pružanje usluga e-trgovine, samostalna izgradnja veb sajta bez korišćenja već razvijenih sistema i alata, proširenje postojećeg sajta kompanije modulom za e-trgovinu, itd.

U elektronsku trgovinu se uključuju već postojeće kompanije, koje poseduju fizičke objekte, ali žele da iskoriste sve prednosti koje donosi Internet, i otvore novi kanal promocije i prodaje (tzv. brick-and-click model), ali i tzv. virtuelne kompanije, čije se celokupno poslovanje i prodaja bazira na Internetu. Treba naglasiti da su sada i proizvođači u mogućnosti da sami, direktno prodaju svoje proizvode potrošačima, bez mreže posrednika i distributera, čime mogu ostvariti više prihode. Razvoj savremenih platformi za e-trgovanje još više snižava početne troškove kompanije za ulazak na tržište (UNCTAD, 2015). Takođe, razvoj novih sistema plaćanja na Internetu, kao i pozitivan stav i želja kompanija i pojedinaca utiču na bolju perspektivu ovog oblika trgovine. Važno je istaći da e-trgovina pozitivno utiče i na veći broj pratećih delatnosti, pa se tako beleži značajan rast manjih poštanskih pošiljki i pozitivan uticaj na razvoj poštanskih i kurirskih službi.

Elektronska trgovina već duže od 15 godina beleži dvocifrene stope rasta (Kalinic, 2014a). Interesantno je napomenuti i da svetska finansijska kriza iz 2008. godine nije imala

negativan uticaj na razvoj e-trgovine (Kalinic i Sternad Zabukovsek, 2015), koja je i u ovim kriznim godinama održala visoke stope rasta. Kao ključne razloge za kupovinu na Internetu građani EU navode veći izbor, niže cene, uštedu vremena, mogućnost jednostavnog poređenja cena i kupovine u bilo koje doba dana (European Commission, 2015a).

Elektronska trgovina, i sa aspekta države, donosi niz koristi, počev od otvaranja novih radnih mesta pa do povećanog priliva deviza, s obzirom da sada kompanije mogu mnogo lakše da se uključuju u trgovanje na stranim tržištima. Vlade mnogih država su uložile značajne napore i sredstva u razvoj koncepta e-trgovine u svojim ruralnim područjima, kako bi pokušale da smanje jaz i podelu između urbanih i ruralnih delova (UNCTAD, 2015). Ove aktivnosti su uključivale izgradnju povoljnog okruženja, obuku stanovnika ovih oblasti o e-trgovini, proširenje dobre internet i poštanske mreže i na ova područja, pomoć u oblasti marketinga i promocije kao i odgovarajući pravni okvir (npr. niže poreze).

Uvođenjem e-poslovanja i e-trgovine kompanije, a posebno mala i srednja preduzeća, mogu ostvariti pristup globalnom tržištu i značajnu konkurentsku prednost nad ostalim kompanijama (European Parliament, 2000). Chen i Zhang (2015) ukazuju da mala i srednja preduzeća mogu da značajno unaprede svoje poslovne performanse uvođenjem elektronske trgovine, i pokazuju da je porast poslovnog prihoda preduzeća uključenih u e-trgovinu čak 35% veći istog porasta za preduzeća koja nisu uključena. Augusto et al. (2012) kao jednu od glavnih prednosti e-trgovine navode i mogućnost nastupa na malim, specijalizovanim tržištima-nišama, koja mogu obuhvatati i više zemalja, gde je broj kupaca manji, ali su oni više zainteresovani ili spremni više da plate, a često je i konkurencija manja, s obzirom da je najčešće reč o specifičnim proizvodima i uslugama.

Niži troškovi ulaska na tržište nose i povećanu konkurenciju, što je dobro za kupce ali ne uvek i za prodavce, jer su sada znatno izloženi tržišnoj borbi i poređenju cena sa konkurencijom reklamacije (Kalinic, 2014b). Mnoga mikro, mala i srednja preduzeća još uvek nisu svesna svih prednosti koje im donosi elektronsko poslovanje i trgovina, pa su neophodni dodatni napori u cilju edukacije svih zainteresovanih strana.

Kao ključne barijere široj primeni e-trgovine UNCTAD (2015) navodi neadekvatnu IKT strukturu i upotrebu, nepouzdanost i skupo snabdevanje električnom energijom, ograničenu upotrebu platnih kartica, nedovoljnu kupovnu moć, nerazvijen finansijski sistem, nizak nivo poverenja i znanja klijenata, ali se po značaju izdvajaju i pravna regulativa (posebno u oblasti međunarodne e-trgovine), problem oporezivanja, pitanja vezana za finansijska ulaganja, međunarodna plaćanja, zaštitu potrošača, sigurnost, privatnost i poverenje (Kalinic, 2014b). Ove barijere su posebno ograničavajuće za mala i srednja preduzeća, koja čine preko 99% svih preduzeća u zemljama OECD-a i kreiraju 40-70% dodatne vrednosti (OECD, 2013). Iako se ova preduzeća generalno smatraju fleksibilnijim i inovativnijim, što ih čini pogodnim za uvođenje e-poslovanja, ona obično imaju ograničene resurse (Rao et al., 2003; Chitura et al., 2008), kako finansijske tako i ljudske, pa često nisu u prilici da eksperimentišu sa novim tehnologijama i prave skupe greške. Uz sve navedene prepreke, u zemljama u razvoju se javljaju i dodatne, kao što su nedovoljno razvijena telekomunikaciona infrastruktura, nedostatak kvalifikovane radne snage, razvijenih sistema plaćanja i sistema distribucije.

Ipak, uprkos svim problemima i barijerama, preduzeća su danas, da bi opstala, jednostavno prinuđena da uvide e-trgovinu kako bi mogli da učestvuju ne samo na međunarodnom već i na domaćem tržištu, i sve su češći stavovi da kompanija ako ne postoji na Internetu, kao i da stvarno ne postoji (Chitura et al., 2008). U cilju unapređenja konkurentnosti preduzeća i kreiranja povoljnijeg okruženja za razvoj e-trgovine, UNCTAD (2015) predlaže niz koraka koji se mogu preduzeti, na nekoliko nivoa:

- razvoj nacionalne strategije o e-trgovini. Država i Vlada imaju ključnu ulogu u formiranju neophodnih pravnih i ekonomskih preduslova za razvoj e-trgovine i e-poslovanja uopšte;
- Unapređenje infrastrukture i obezbeđenje pristupa pouzdanom i brzom Internetu i njegovim servisima, ali i obezbeđenje stabilnog napajanja električnom energijom i uredenog tržišta u sferi telekomunikacija;
- Podizanje informatičke pismenosti, kao i svesti potrošača o koristima od e-trgovine. Ove mere uključuju i obuku građana, ali i malih i srednjih preduzeća u sigurnom korišćenju sistema e-trgovine.
- Puna implementacija zakona i propisa relevantnih za e-trgovinu, kao i podizanje svesti i razumevanja ovih propisa kod građana. Adekvatan pravni okvir je vrlo važan pokretač razvoja e-trgovine, jer se na ovaj način smanjuje rizik kod on-line transakcija i podiže nivo poverenja svih zainteresovanih strana;
- Usvajanje i implementacija efikasnih propisa i mera koji će olakšati međunarodnu trgovinu, pre svega sa aspekta vezanih za carinu i zaštitu prava potrošača;
- Ojačanje logističke i transportne infrastrukture, kao i adresnog i poštanskog sistema, jer je uočeno da loša logistika predstavlja jednu od važnih prepreka razvoju e-trgovine u zemljama u razvoju;
- Unapređenje i osnaživanje okruženja za on-line plaćanja. U državama u kojima je penetracija kreditnih kartica niska (npr. u Africi), treba pokušati sa razvojem alternativnih sistema za e-plaćanja, kao na primer primena mobilnih sistema plaćanja.

U cilju promocije i podizanja svesti građana o prednostima korišćenja e-poslovanja i e-trgovine u našoj zemlji je u toku implementacija IPA projekta *E-business development*, čiji je budžet oko 2,5 miliona evra i koji se finansira iz pristupnih fondova Evropskoj uniji. Ipak, uprkos značajnim rezultatima, opšte je mišljenje da je još puno toga preostalo da se uradi na razvoju okruženja za e-trgovinu, posebno u oblasti razvoja i implementacije regulatornog okvira, i to u oblasti prava potrošača, pravosnažnosti elektronskih ugovora i dogovora, kao i prava na međunarodne reklamacije (Kalinic, 2014a).

Stanje razvoja e-trgovine u zemlji i svetu

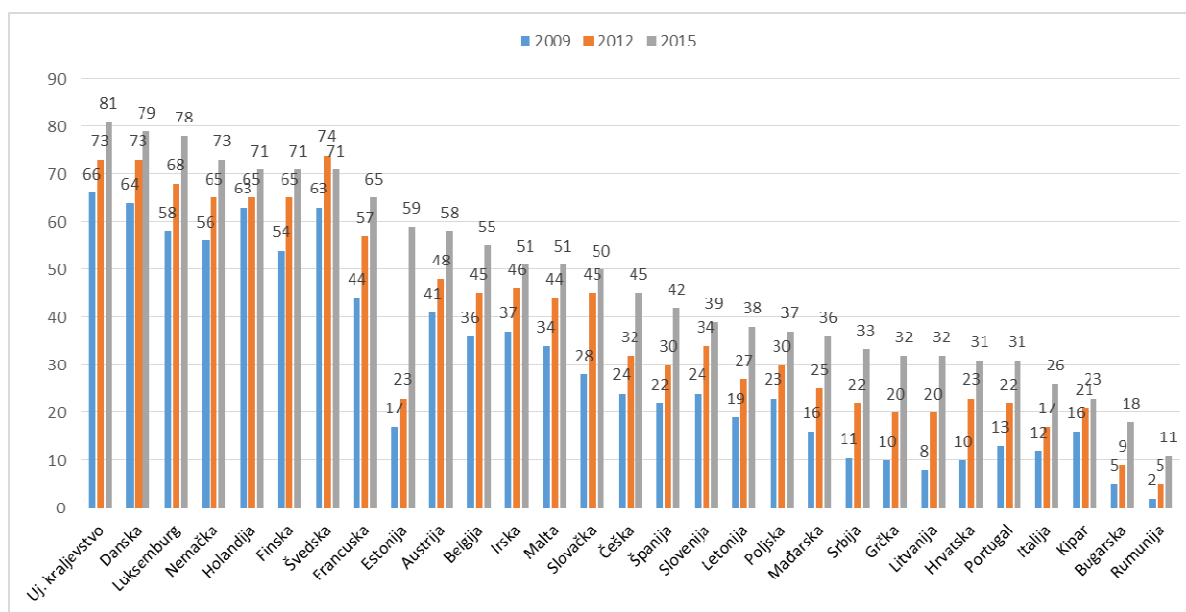
Sa aspekta strana uključenih u e-trgovinu razlikujemo nekoliko modela, od kojih su najznačajniji B2B (*business-to-business*, trgovina između preduzeća, odnosno veleprodaja) i B2C (*business-to-consumer*, preduzeće ka individualnom potrošaču odnosno maloprodaja). UNCTAD (2015) procenjuje da je u 2013. godini vrednost ostvarene B2B e-trgovine bila preko 15 biliona USD, dok se procenjuje da je segment B2C e-trgovine ostvario 1,2 biliona USD. Iako je B2B segment znatno veći, B2C se poslednjih godina znatno brže razvija, pa je tako na primer u Rusiji u toku 2013. godine rastao tri puta brže nego B2B model. Takođe, do podataka o B2B trgovini je znatno teže doći, pa će u nastavku analize pre svega biti reći o B2C trgovini.

Ukupan promet u e-trgovini u svetu se procenjuje na oko 1.943 milijarde evra, što je porast od 24% u odnosu na prethodnu godinu, pre svega zbog značajnog rasta u azijsko-pacifičkom regionu (ECE, 2015b). Ključna tri tržišta po prometu u e-trgovini danas su Kina, SAD i Velika Britanija, koje zajedno pokrivaju oko 61% svih e-maloprodaja u svetu (ECE, 2015b).

Od 818 miliona stanovnika Evrope, njih 564 miliona koristi Internet a čak 331 milion i kupuje na Internetu (ECE, 2015a). Ukupan promet u e-trgovini u Evropi je bio oko 424

milijarde evra, što je porast od 14,3% u odnosu na prethodnu godinu (ECE, 2015a). Pri tome, tri ključna tržišta: Velika Britanija, Nemačka i Francuska čine oko 60% ukupnog evropskog e-maloprodajnog tržišta. Evropa je uglavnom zrelo e-tržište, ali sa jasnim razlikama između vrlo razvijenih zemalja Severne i Zapadne Evrope, i još uvek značajnim zaostatkom odnosno zemljama Južne i Istočne Evrope sa tržištima u razvoju. Ipak, treba istaći da mnoge zemlje sa tržištima u razvoju ostvaruju visoke stope rasta (na primer Rusija 25,4%, Mađarska 24%, Poljska 21,7% u 2014. godini) tako da se očekuje da će se ove razlike vremenom smanjivati. Na slici 2 prikazan je procenat građana koji su u poslednjih godinu dana kupili nešto na Internetu, što je jedno od osnovnih merila razvijenosti e-tržišta, za zemlje EU i Srbiju, u poslednjih nekoliko godina.

Slika 2. Procenat pojedinaca u Srbiji i EU koji su kupovali na Internetu u prethodnih godinu dana



Izvor: Eurostat, 2015a; RZS, 2015a

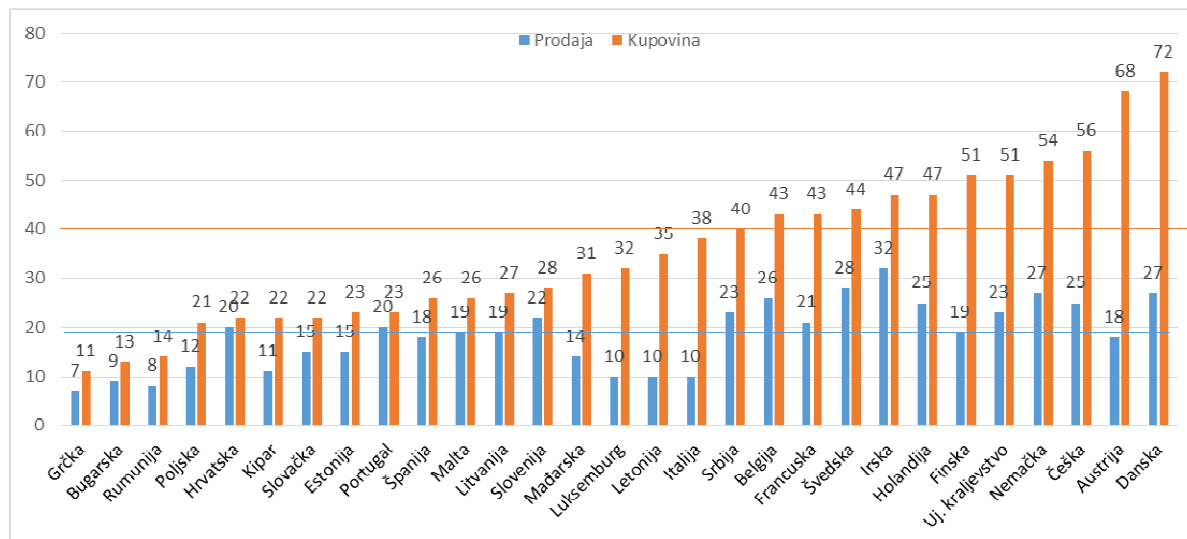
Vidi se da elektronsko tržište u Srbiji još uvek znatno zaostaje za prosekom Evropske unije (53% u 2015. godini), ali po ostvarenim rezultatima smo ispred mnogih država-članica EU, kao što su Grčka, Litvanija, Hrvatska, Italija i druge.

Iako je procenat e-maloprodaje u odnosu na ukupnu maloprodaju u Evropi još uvek relativno nizak i iznosi oko 6%, treba istaći da e-maloprodaja predstavlja najbrže rastući segment maloprodaje kao i da Internet ekonomija u 2014. godini učestvovala u GDP-u sa oko 2,5% (ECE, 2015a). Očekuje se da će se ovaj procenat udvostručiti do 2016. godine a utrostručiti do 2020. godine. Takođe, u sektoru e-maloprodaje u Evropi je direktno ili indirektno zaposleno oko 2,5 miliona ljudi, a postoji oko 715.000 aktivnih B2C veb sajtova. Ovde treba naglasiti i da se u narednim godinama očekuje sve značajnija upotreba mobilne trgovine, kao najbrže rastućeg segmenta e-trgovine. Preko 70% korisnika Interneta za pristup koriste mobilne uređaje (ECE, 2015b). Mnoge kompanije već sada primenjuju *mobile first* strategiju, po kojoj su njihovi sajtovi i pre svega moduli za kupovinu i plaćanje optimizovani za prikaz na mobilnim uređajima.

Sa aspekta razvijenosti e-trgovine i pripremljenosti preduzeća na tržišnu borbu sa konkurencijom, posebno je značajna analiza primene koncepta e-poslovanja i e-trgovine u preduzećima. Prema podacima iz 2015. godine, 40% preduzeća u EU je kupovalo elektronskim putem, dok je 19% prodavalo na ovaj način (Eurostat, 2015b). Na slici 3

prikazan je procenat preduzeća koja kupuju i prodaju preko Interneta, za članice EU i Srbiju, za 2015. godinu.

Slika 3. Procenat preduzeća u Srbiji i EU koji prodaju i kupuju putem računarskih mreža, uključujući i Internet, u 2015. godini



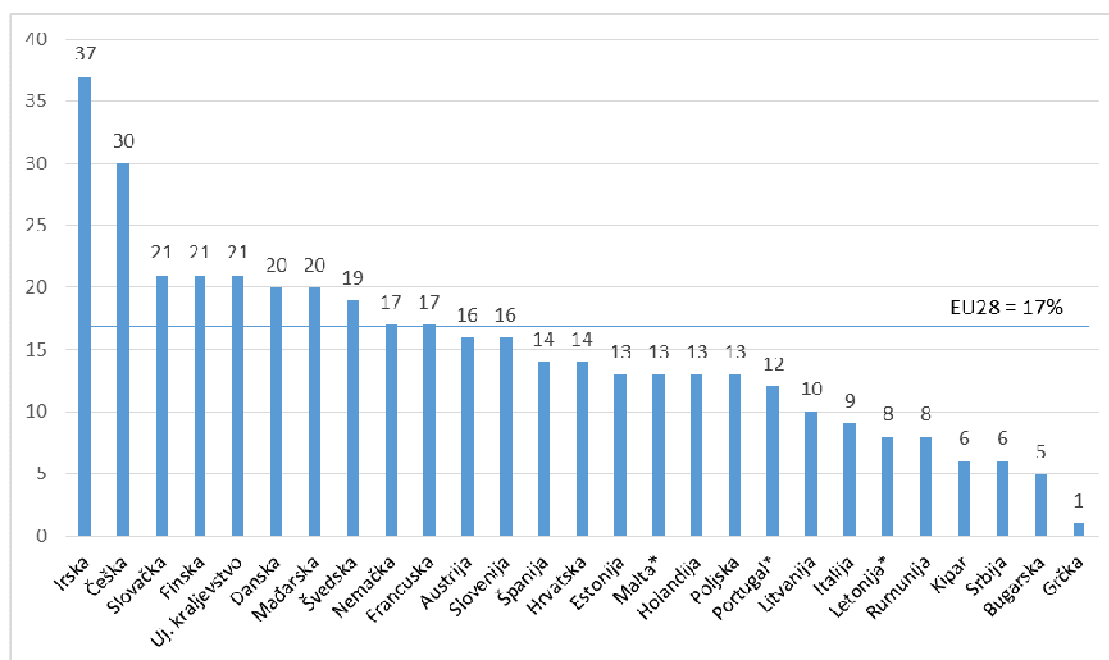
Izvor: Eurostat, 2015a; RZS, 2015a

Na žalost, primena e-trgovine u kompanijama u Evropskoj uniji ne ide onim tempom kojim se predviđalo, pa tako najverovatnije ni jedna država-članica neće biti ni blizu ispunjenja trećeg cilja iz Digitalne agende, a to je da 33% malih i srednjih preduzeća do 2015. godine kupuju i prodaju on-line za bar 1% svog godišnjeg prometa. Ono što iznenađuje je da je situacija u Srbiji po ovom pitanju dosta dobra, jer prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (RZS, 2015a), 40% kompanija kupuje on-line, dok 23% prima narudžbine tj. prodaje putem Interneta, po čemu je u proseku (40%) odnosno iznad proseka EU (20%) i ispred mnogih njenih članica. Ovaj podatak ukazuje na relativno dobru pripremljenost i informisanost naših preduzeća i praćenje savremenih tehnologija, kao i potencijalnu spremnost za uključanje u međunarodnu e-trgovinu.

Značajno je videti i analizu koliki procenat trgovine otpada na e-trgovinu. U proseku, oko 17% ukupnog prometa preduzeća u EU dolazi od elektronske prodaje (Eurostat, 2015b). Na slici 4 prikazan je procenat ukupnog prometa koji potiče od e-trgovine za članice EU i Srbiju za 2014. godinu.

Kao što je može videti na narednoj Slici 4, postoje značajne razlike između država, sa Irskom kao liderom u EU, u kojoj više od trećine prometa dolazi od elektronske trgovine. Na žalost, vidi se da je po obimu e-trgovine naša država sa 6% na samom začelju, daleko ispod proseka EU, ali ipak ispred njenih članica Bugarske i Grčke.

Slika 4. Procenat ukupnog prometa koji potiče od e-trgovine za 2014. godinu



*podaci za 2013. godinu; podaci za Belgiju i Luksemburg nisu dostupni

Izvor: Eurostat, 2015a

Treba naglasiti i da postoje značajna odstupanja u ovom pogledu u zavisnosti od veličine preduzeća. Oko 43% velikih kompanija je prodavalo elektronskim putem i to za ukupno 24% ukupnog prometa ove kategorije (Eurostat, 2015b). Kod srednjih preduzeća, 28% preduzeća je prodalo za 13% ukupnog prometa ovog tipa preduzeća, dok su rezultati najslabiji kod malih preduzeća, gde je samo 17% njih prodavalo robu i usluge elektronskim putem, ostvarujući samo 6% prihoda ovakvih preduzeća. Takođe, interesantno je naglasiti da je danas Internet osnova za razvoj e-trgovanja, ali i da se stariji sistemi, bazirani na EDI standardu, još uvek značajno koriste u B2B trgovini. Naime, 81% preduzeća u EU koji imaju elektronsku prodaju, nju vrši putem svog veb sajta ili mobilnih i veb aplikacija, dok 33% njih za to koristi sisteme bazirane na EDI standardu, ali su prihodi koji potiču od prodaje bazirane na EDI standardu gotovo dva puta veći od prihoda baziranih na veb prodaji.

Što se strukture delatnosti tiče, najviše kompanija koje primaju porudžbine on-line dolazi iz kategorije restorana i hotela, kod kojih korisnici mogu da jednostavno pregledaju ponudu i vrše rezervacije na Internetu (u Norveškoj čak 73% preduzeća u ovoj kategoriji prima e-rezervacije) (UNCTAD, 2015). Osim u oblasti ugostiteljstva, vrlo popularne oblasti za prodaju na Internetu su prodaja odeće, obuće i nakita; elektronskih uređaja; avio karata; karata za određene događaje (koncerte, bioskopske projekcije, pozorišne predstave); knjiga, softvera, itd.

Za ocenu spremnosti države za B2C e-trgovinu UNCTAD (2015) je razvio novi, kompozitni Indeks e-trgovine, koji se sastoji iz četiri komponente-indikatora: upotrebe Interneta, sigurnih servera, zastupljenosti kreditnih kartica i poštanskim uslugama. Vrednost ovog indeksa je pozitivno korelisana sa procentom građana koji kupuju na Internetu. Internet je kao komunikacioni kanal osnova za razvoj e-trgovine, i njegova rasprostranjenost i brzina veoma utiču na prihvatanje ovog oblika poslovanja, pa je iz tog razloga kao prva komponenta indeksa usvojen procenat pojedinaca koji koriste Internet. S obzirom da je sigurnost veoma bitan segment e-poslovanja i da sajtovi i serveri za e-trgovinu zahtevaju primenu

odgovarajućeg softvera za zaštitu, kao drugi indikator u indeksu usvojen je prosečan broj sigurnih Internet servera na milion stanovnika. Kao treći indikator je usvojen procenat građana starijih od 15 godina koji imaju kreditnu karticu, kao još uvek osnovnog instrumenta plaćanja na Internetu (ovaj procenat se kreće od manje od 5% u Africi i Južnoj Aziji, do gotovo 50% u visoko razvijenim zemljama). S obzirom da se veliki deo proizvoda prodatih putem e-trgovine dostavlja poštom ili kurirskim službama, kao poslednji indikator je usvojen procenat populacije koji može da dobije pošiljku na kućnu adresu (iako ovaj indikator može izgledati smešan u savremenim uslovima i razvijenim zemljama, u mnogim nerazvijenim i zemljama u razvoju još uvek postoje oblasti koje nemaju uređen sistem adresa, tako da je gotovo nemoguće s pouzdanošću isporučiti robu). U tabeli 1 prikazana je vrednost ovog indeksa za 2015. godinu, za najrazvijenije zemlje, kao i za Srbiju i neke zemlje regiona.

Tabela 1: Indeks razvijenosti e-trgovine

Pozicija na globalnoj listi	Naziv države	Vrednost indeksa
1	Luksemburg	91,7
2	Norveška	88,3
3	Finska	88,1
4	Kanada	87,1
23	Slovenija	75,2
37	Hrvatska	65,4
41	Makedonija	62,2
44	Srbija	60,1
46	Rumunija	59,5
49	Bugarska	58,5
53	Bosna i Hercegovina	57,5

Izvor: UNCTAD (2015)

Prema ovom istraživanju, Srbija se nalazi na 44. mestu od 130 zemalja koje su bile uključene u istraživanje, i nalazi se ispred Rumunije i Bugarske od članica Evropske unije, ali i npr. Rusije i Kine. Pri tome, najslabije rezultate naša zemlja beleži u pogledu indikatora koji je odnose na procenat korisnika Interneta i broj sigurnih servera, pa u narednom periodu ovim pitanjima treba posvetiti posebnu pažnju.

Prekogranična e-trgovina kao šansa za širenje tržišta

Konkurentnost privrede Republike Srbije na međunarodnom nivou treba pre svega gledati kroz uključ enje na tržište Evropske unije, koja predstavlja našeg najvećeg privrednog partnera. Međutim, suprotno očekivanom mišljenju, Evropa još uvek nije jedinstveno tržište, uprkos svim naporima Evropske unije. Zakoni i pravilnici se još uvek razlikuju u svakoj zemlji, a razlikuju se i jezici, običaji i navike kupovine. Tako na primer, iako su susedne zemlje, uočava se da relativno mali broj e-prodavnica omogućava prekograničnu trgovinu između Nemačke i Francuske, jednih od stubova EU (ECE, 2013).

Nedavno je Evropska komisija donela Strategiju razvoja digitalnog jedinstvenog tržišta (*Digital Single Market*) u Evropi (European Commission, 2015c), po kojoj se pod digitalnim jedinstvenim tržištem podrazumeva tržište na kome je „obezbeđeno slobodno kretanje robe, ljudi, usluga i kapitala, i na kome pojedinci i kompanije mogu nesmetano na vrše on-line aktivnosti pod uslovima fer konkurencije, i visokim stepenom zaštite potrošača i njihovih ličnih podataka, bez obzira na njihovu nacionalnost ili mesto stanovanja“. Ova Strategija je

formirana na tri osnovna stuba: boljem pristupu potrošača i kompanija on-line proizvodima i uslugama širom Evrope, kreiranju dobrih preduslova za razvoj digitalnih mreža i usluga (pre svega kroz razvoj telekomunikacione infrastrukture i dobar pravni okvir) i maksimizaciji potencijala rasta evropske digitalne ekonomije. U Strategiji su navedeni i ključni koraci i ciljevi koje treba ostvariti u toku 2015. i 2016. godine kako bi ovo tržište u Evropskoj uniji u potpunosti zaživelo. I trenutni saziv Evropske komisije je kao jedan od svojih prioriteta postavio uklanjanje preostalih prepreka radi formiranja digitalnog jedinstvenog tržišta u EU (ECE, 2015a). Kao glavni ciljevi su postavljeni olakšavanje prekogranične trgovine, posebno za mala i srednja preduzeća, sa usaglašenim pravilima i zakonima u oblasti zaštite potrošača i elektronskih ugovora, kao i pojednostavljenje procedura vezanih za obračun i naplatu PDV-a.

Međunarodna odnosno prekogranična e-trgovina predstavlja značajan potencijal za rast prodaje. Procenjuje se da u svetu već preko 300 miliona ljudi kupuje online i izvan svoje zemlje, a očekuje se da ovaj broj dosegne milijardu do 2020. godine (ECE, 2015b). U samoj Evropskoj uniji oko 44% potrošača je u toku 2014. godine trgovalo on-line na nacionalnom tržištu, dok je svega oko 15% njih kupilo nešto on-line (svega 4% on-line usluga u EU je danas prekogranično) u drugoj članici EU (European Commission, 2015b), što ipak predstavlja što je porast od 25% u odnosu na prethodnu, 2013. godinu (ECE, 2015a). Pri tome, najveći procenat prekogranične trgovine zabeležen je u malim državama-članicama EU, koje imaju vrlo malo i ograničeno nacionalno tržište (npr. Luksemburg sa 65% i Malta sa 39%), ili u državama članicama sa jakim regionalnim i lingvističkim vezama sa susednim zemljama, kao što je primer Austrije (40%), Finske (36%), Danske (36%) i Belgije (34%). Sa druge strane, u nekim državama je ovaj procenat znatno ispod proseka EU, što ukazuje na značajan prostor za rast (npr. Rumunija samo 1%, Poljska 4%). Svega 8% potrošača u EU kupuje on-line van nacionalnog i tržišta EU, najviše na sajtovima iz SAD i Kine (FEB, 2013).

Prvi cilj iz Digitalne agende za Evropu, da do 2015. godine 50% građana EU kupuje on-line je dostignut već 2014. godine. Sa druge strane, drugi cilj (20% građana EU kupuje on-line u nekoj drugoj državi-članici) neće još duži period biti dostignut, s obzirom da ovaj oblik trgovine raste sporije od očekivanog. U martu 2015. godine, Evropska komisija je pokrenula široku istragu da li neke velike internet kompanije ograničavaju prekograničnu trgovinu u EU (WSJ, 2015). Kao glavni razlog za prekograničnu trgovinu obično se navode bolje cene i šira ponuda roba i usluga. Imajući u vidu činjenicu da je u većini evropskih zemalja prekogranična trgovina ostvarila značajan rast u toku prethodne godine, može se zaključiti da je ovaj oblik e-trgovine jedan od glavnih motora rasta i razvoja e-trgovine u Evropi i svetu danas. Porast prekogranične e-trgovine predstavlja dobru šansu da se i naša preduzeća aktivno uključe u digitalno tržište Evropske unije.

Treba još naglasiti da u EU svega 7% malih i srednjih i 20% velikih preduzeća prodaje svoje proizvode i usluge i na teritoriji drugih država-članica (European Commission, 2015c). Na primer, u Danskoj, kao jednoj od vodećih članica EU u pogledu razvoja e-trgovine, oko 30% kompanija je prodavalo svoje proizvode elektronskim putem na nacionalnom tržištu, kao je samo 10% prodavalo i na drugim tržištima u EU. U Kanadi se 80% vrednosti e-trgovine odnosi na nacionalno tržište, 15% prodaje ide ka SAD, a samo 5% ka svim ostalim tržištima na svetu (UNCTAD, 2015).

Ecommerce Europe je 2015. godine sproveo veliko istraživanje na evropskom nivou pod nazivom „Prepreke za rast“, koje je obuhvatilo 25.000 on-line prodavnica, i kao najvažnije prepreke bržem razvoju prekogranične e-trgovine uočeni su pravna nesigurnost usled nejasnih ili veoma različitih pravila, velika razlika u poreskim i sistemima plaćanja, kao i visoki troškovi isporuke (ECE, 2015a). Takođe, stepen prevara je znatno veći kod prekogranične e-trgovine, nego u slučaju e-trgovine na nacionalnom tržištu. Poverenje

potrošača je još uvek ograničeno nacionalnim granicama, pa tako 61% potrošača u EU se oseća sigurno pri kupovini preko Interneta na domaćem tržištu, dok se samo 38% njih oseća sigurno u kupovini u drugoj zemlji-članici (European Commission, 2015c). Takođe, kao najvažnije brige vezane za trgovinu na Internetu u drugoj članici EU, građani EU navode visoke troškove i dugo vreme isporuke, kao i otežano rešavanje bilo kakvog problema (European Commission, 2015d).

Prema jednom istraživanju Evropske komisije (European Commission, 2011) čak 44% stanovnika EU je izjavilo da ih neizvesnost oko njihovih prava obeshrabruje da kupuju on-line u drugoj članici EU. Prema istom istraživanju, čak trećina građana EU je izjavila da bi kupovala i u drugim članicama EU ukoliko bi važila ista, jedinstvena pravila za sve države-članice. Takođe, prema nedavnom istraživanju, čak 57% kompanija u Evropskoj uniji bi ili započelo ili povećalo on-line prodaju u drugim zemljama-članicama EU ukoliko bi se primenjivala ista pravila i zakoni za sve zemlje EU (European Commission, 2015b). Kako bi pokušala da reši ovaj problem, Evropska komisija je predložila Zajednički evropski zakon o prodaji (*Common European Sales Law*), koji bi trgovcima iz EU nudio mogućnost da prodaju svoje proizvode stanovnicima druge države-članice na osnovu jedinstvenog skupa propisa o ugovaranju prodaje koji bi postojali kao alternativa nacionalnom zakonodavstvu u ovoj oblasti (UNCTAD, 2015).

Sama poreska politika Evropske Unije, koja je do sada predstavljala jednu od većih prepreka prekograničnoj e-trgovini, se menja, pa tako na primer od 2015. godine PDV na promet elektronskih usluga, kao što su softver i on-line kursevi, se obračunava i plaća prema pravilima zemlje korisnika odnosno zemlje u kojoj se usluga pruža, za razliku od prethodne situacije, u kojoj se porez plaćao prema propisima države u kojoj je registrovana kompanija-pružalac usluga (zbog čega su mnoge velike kompanije, kao što su Skype ili PayPal, bile registrovane u Luksemburgu, koji ima najnižu stopu PDV-a u Evropi) (ECE, 2015a).

Još jedan od problema kod međunarodne e-trgovine je postojanje različitih pravnih rešenja u različitim zemljama, kao i najčešće nemogućnost preko-graničnog korišćenja e-potpisa, kao osnove ozbiljnijih oblika e-poslovanja. S tim u vezi, Evropski parlament i Savet Evropske unije su u julu 2014. godine usvojili Pravilnik o servisima elektronske identifikacije i poverenja kod elektronskih transakcija (*Regulation on Electronic Identification and Trust Services for Electronic Transactions*), koji primenjuje princip neutralnosti sa aspekta tehnologije, odnosno ne postavlja zahteve koji se mogu ispuniti samo sa određenom tehnologijom (UNCTAD, 2015).

Zaključak

Poslednje dve decenije je obeležio ubrzani razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) i njihov upliv u sve sfere savremenog života. Intenzivna primena IKT za posledicu ima da sektor IKT predstavlja značajnu komponentu privrede i privrednog rasta razvijenih zemalja. U Evropskoj uniji sektor IKT ostvaruje približno 5% bruto domaćeg proizvoda (BDP) ali i skoro 20% ukupnog rasta ekonomije Evropske unije. To je razlog zbog čega se ključne strategije razvoja Evropske unije bave razvojem digitalnog društva i digitalnog tržišta zasnovanih na odgovarajućim hardverskim i softverskim rešenjima. Jedan od ključnih zahteva u postupku približavanja naše zemlje Evropskoj uniji, jeste povećavanje konkurentnosti domaće privrede. Shodno trenutnim svetskim ekonomskim trendovima Vlada Republike Srbije je 2010. godine usvojila strategiju razvoja informacionog društva do 2020. godine koja definiše ključne pravce društvenog i privrednog razvoja. Kao ključne pravce

razvoja informacionog društva Vlada je identifikovala elektronsku trgovinu i poslovni sektor IKT. Kada je reč o razvoju poslovnog sektora IKT, očekivanje Vlade Republike Srbije, iskazano u ovoj strategiji, je da domaće IKT kompanije u 2020. godini ostvare prihod od najmanje pet milijardi evra. Trenutni statistički podaci svedoče da domaća IKT privreda beleži intenzivan rast. U 2011. godini na tržištu Republike Srbije je bilo 1496 IKT kompanija da bi u 2013. godini taj broj iznosio 1786. Istovremeno u 2011. godini je IKT sektor ostvario godišnji obrt od skoro 41 milion evra dok je u 2013. godini godišnji obrt dostigao skoro 62 miliona evra, što je porast od približno 50%. Broj zaposlenih u IKT sektoru takođe beleži konstantan porast, od 8312 u 2011. godini do 11003 u 2013. godini (SIEPA, 2015). Vredna je pomena i činjenica da je poslednjih godina vrednost izvezenog softvera i IKT usluga skoro duplo veća od vrednosti izvoza malina. Na osnovu svega navedenog možemo da zaključimo da domaći IKT sektor može da bude jedan od ključnih nosioca privrednog razvoja. Međutim, trenutno stanje nije zadovoljavajuće kada je reč o primeni poslovnog softvera u domaćim preduzećima posebno u segmentu malih i srednjih preduzeća što može da bude prepreka u povećavanju konkurentnosti domaće privrede. E-trgovina u Srbiji, uprkos intenzivnom razvoju proslednjih godina, još uvek nije na zadovoljavajućem nivou, jer je daleko od proseka Evropske unije, i slabije razvijena od gotovo svih njenih država-članica. U narednom periodu neophodno je preduzeti značajnije aktivnosti na promociji uvođenja e-trgovine u poslovne subjekte, ali i na širem upoznavanju građana sa svim koristima i rizicima njenog korišćenja. Takođe, neophodno je dodatno unaprediti postojeći pravni okvir, koji će obezbediti nove mogućnosti razvoja, ali veće nivoe zaštite, kako kupaca, tako i prodavaca.

Reference

1. Augusto R.H., Lima, N.C., Penedo, A.S.T., de Oliveira, M.M.B., de Oliveira, S.V.W.B. (2012). Competitive Advantages: the E-commerce as a Strategy for Competitiveness in the Retail Market. *International Journal of Engineering Research and Development*. Vol. 5, Issue 1, pp. 60-66
2. Bijelić, P. (2012). *Globalna elektronska trgovina*. Beograd: Ekonomski fakultet
3. Chen Q., Zhang, N. (2015). Does E-Commerce Provide a Sustained Competitive Advantage? An Investigation of Survival and Sustainability in Growth-Oriented Enterprises. *Sustainability*. Vol. 7, pp. 1411-1428
4. Chitura, T., Mupemhi, S., Dube, T., Bolongkikit, J. (2008). Barriers to Electronic Commerce Adoption in Small and Medium Enterprises: A Critical Literature Review. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol. 13, No. 2, pp. 1-13
5. ECE (2013). Europe B2C Ecommerce report 2013. Ecommerce Europe. Brussels, June 2013, Preuzeto sa <https://www.ecommerce-europe.eu/website/facts-figures/light-version/download>
6. ECE (2015a). Europe B2C Ecommerce report 2015. Ecommerce Europe. Brussels. Preuzeto sa <https://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures/free-light-reports>
7. ECE (2015b). Global B2C Ecommerce report 2015. Ecommerce Europe. Brussels. Preuzeto sa <https://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures/free-light-reports>
8. European Commission (2010). A Digital Agenda for Europe. Communication from the Commission. COM (2010) 245 final
9. European Commission (2010b). Europe's Digital Competitiveness Report. Communication from the Commission.
10. European Commission (2011). Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection. Eurobarometer No. 299. European Commission. Brussels.
11. European Commission (2012). Bringing e-commerce benefits to consumers, A coherent framework to boost confidence in the Digital Single Market of e-commerce and other online services, Commission staff working document, Brussels, SEC (2011), 1641
12. European Commission (2015a). eCommerce: Digital Agenda Scoreboard 2015. European Commission. Brussels.

13. European Commission (2015b). Why we need a Digital Single Market? European Commission. Brussels.
14. European Commission (2015c). A Digital Single Market Strategy for Europe. European Commission COM(2015) 192 final. Brussels.
15. European Commission (2015d). Provision of two online consumer surveys as support and evidence base to a Commission study: Identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most. Final report. European Commission. Brussels.
16. European Parliament (2000). The impact of electronic commerce on the competitiveness of SMEs in the EU. European Commission EP/IV/A/STOA/99/JURI/02. Brussels.
17. Eurostat (2015a). Statistics Database. Information society statistics. Preuzeto sa <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
18. Eurostat (2015b). E-commerce statistics. Eurostat: Statistics Explained. Preuzeto sa http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics
19. FEB (2013). Flash Eurobarometer 358: Consumer attitude towards cross-border trade and consumer protection. European Commission, June 2013
20. Kalinic, Z. (2014a). E-commerce in EU and Serbia: Current trends and perspectives, in: Knowledge – Economy – Society. Contemporary Tools of Organisational Resources Management. Edited by P. Lula, T. Rojek, Foundation of the Cracow University of Economics, Cracow, 2014, Chapter 31, pp. 331-347
21. Kalinic, Z., (2014b). Barriers to higher and faster adoption of e-commerce. Proceedings of 3rd International Scientific Conference Contemporary Issues in Economics, Business and Management – EBM 2014, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 697-716
22. Kalinić, Z., Arsovski, Z. (2015). Uspostavljanje informatičkog društva na putu ka Evropskoj uniji, u Tematski zbornik: Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj Uniji, Editori: M. Jakšić, V. Stojanović Aleksić, P. Mimović, Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, pp. 569-581
23. Kalinic, Z., Sternad Zabukovšek, S. (2015). Recent advances in information society and e-commerce development: comparison between EU and Serbia. 6th Global Conference on Managing in Recovering Markets – GCMRM 2015, University of Maribor, Slovenia; 05/2015, pp. 361-372.
24. Matijević, M. (2013). ICT in Serbia – At a glance, Vojvodina ICT Cluster – VOICT, ICT Network, Nis Cluster of Advanced Technologies – NiCAT
25. OECD (2011). OECD Guide to Measuring the Information Society 2011. Paris: OECD
26. OECD (2013). Electronic and Mobile Commerce, OECD Digital Economy Papers, No. 228, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/5k437p2gxw6g-en>
27. Rao, S.S., Metts, G., Monge, C.A.M. (2003). Electronic commerce development in small and medium sized enterprises: a stage model and its implications. *Business Process Management Journal*. Vol. 10, No. 3, pp. 250-264
28. RZS (2014a), Bruto domaći proizvod u Republici Srbiji, 2013. Broj 350.
29. RZS (2015a). Baza podataka, Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija. Republički zavod za statistiku. Preuzeto sa <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/public/ReportView.aspx>
30. RZS (2015b). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2015. Republički zavod za statistiku. Preuzeto sa <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/85/78/ICT2015s.pdf>
31. SIEPA (2015). Serbia Smart Solution – ICT.
32. Vlada Republike Srbije (2010). Strategija razvoja informacionog društva u Republici Srbiji do 2020.g.
33. UNCTAD (2015). Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Preuzeto sa http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015_en.pdf
34. World Economic Forum (2014). *The Europe 2020 Competitiveness Report: Building a More Competitive Europe*. Geneva: World Economic Forum
35. WSJ (2015). EU to Open Extensive E-Commerce Sector Probe. Wall Street Journal. Preuzeto sa <http://www.wsj.com/articles/eu-to-open-extensive-e-commerce-probe-1427360490>

ANALIZA POKAZATELJA RAZVIJENOSTI PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE I ZEMALJA U OKRUŽENJU

Prof. dr Miodrag Lovrić*

Milan Stamenković

Apstrakt: Osnovni cilj istraživanja je multivarijaciona statistička klasifikacija selektovanih 35 država Evrope (EU-28, države kandidati i potencijalni kandidati za članstvo u EU) prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti (BDP po glavi stanovnika PPP US\$ i stopa nezaposlenosti) u homogene grupe radi sagledavanja pozicije Srbije i komparacije sa odabranim grupama zemalja. Analizom je obuhvaćen period od 2006. do 2015.god., pri čemu je isti podeljen na dva dela (2006–2010. i 2011–2015.god.). Za potrebe realizacije formulisanog cilja, primenjena je hijerarhijska aglomerativna procedura u okviru analize grupisanja analize, zasnovana na primeni Wardove metode i kvadrata Euklidskog odstojanja kao odgovarajuće mere odstojanja. Dobijeni rezultati sugerišu izdvajanje tri grupe država, u kontekstu odabranih pokazatelja razvijenosti privrede. Preciznije, u okviru oba perioda posmatranja, izdvojene su grupe država visoke (grupa 1), srednje (grupa 2) i niske privredne razvijenosti (grupa 3). Na osnovu sprovedenog grupisanja, Srbija je klasifikovana (u slučaju oba perioda posmatranja) u grupu zemalja niske privredne razvijenosti sa izuzetno nepovoljnom kombinacijom korišćenih pokazatelja. Države članice Evropske unije u okruženju (Hrvatska, Slovenija, Mađarska, Bugarska i Rumunija) bolje su pozicionirane od Srbije prema pokazateljima stepena privredne razvijenosti, budući da su raspoređene unutar grupe zemalja srednje ekonomske razvijenosti.

Ključne reči: multivarijaciona statistička analiza, hijerarhijska analiza grupisanja, pokazatelji privredne razvijenosti, Evropska unija, Srbija

Uvod

Više od pola veka intenzivnih evropskih integracija, svedoči u prilog izraženim sinergetskim efektima Evropske unije (EU) kao međuvladine i nadnacionalne zajednice, danas, dvadeset osam država Evrope. Naime, EU kao celina, ima daleko veću ekonomsku, socijalnu, tehnološku i političku moć, nego što bi svaka pojedinačna zemlja članica imala kroz samostalni nastup. Od trenutka svog formiranja i inicijalnog članstva šest država osnivača, do preuzimanja uloge jedne od najmoćnijih regionalnih organizacija u svetu danas, EU je morala da istraje u kompleksnom i sveobuhvatnom procesu integracija država zainteresovanih za članstvo i njihovo punopravno uključivanje u zajednicu evropskih naroda. Krajem 1980-ih i početkom 1990-ih, nakon kolapsa komunizma i privreda socijalističkih zemalja, procesi evro-integracija usmeravaju se u pravcu zemalja bivšeg Istočnog bloka i Balkana, sa ciljem ublažavanja ozbiljnih posledica višedecenijskih strukturnih distorzija i neefikasnosti ekonomija ovih zemalja kroz obezbeđivanje njihovog prelaska na tržišnu ekonomiju (Kurnoga Živadinović et al. 2009). Restrukturiranje privrede velikih razmera, razvoj infrastrukture, smanjivanje nezaposlenosti, podsticanje industrije i svih oblika delatnosti, kontinuirano povećavanje konkurentnosti i smanjenje sistemskih i razvojnih problema nacionalnih ekonomija izdvojili su se kao ključni preduslovi za nesmetano pridruživanje članstvu EU (Mirić, 2009). Naime, temeljna i uspešno realizovana ekonomska integracija država kandidata za članstvo osigurava postizanje i održavanje društveno-

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mlovric@kg.ac.rs

ekonomske kohezije u pogledu razvoja svih članica EU i doprinosi stvaranju prosperitetne, inovativne, znanjem bogate i konkurentne ekonomije, čime se osigurava visok životni standard i kvalitetno zapošljavanje širom EU.

Međutim, nakon poslednjih „talasa proširenja“ (posle 2000. god.), tokom kojih je u članstvo EU primljeno čak trinaest novih država (uglavnom države Srednje i Istočne Evrope), realnost se pokazala malo drugačijom. Naime, nakon proširenja na 25 država 2004. (Estonija, Litvanija, Letonija, Mađarska, Poljska, Slovačka, Češka, Kipar, Malta i Slovenija), odnosno proširenja na 27 država 2007. godine (Bugarska i Rumunija), teritorija EU povećala se za 8,6%, broj stanovnika za 6,3%, ali su se značajnoj meri povećale i regionalne razlike u pogledu stepena ekonomske i privredne razvijenosti. Preciznije, broj stanovnika koji živi u regionima sa dohotkom manjim od 75% od proseka EU, se sa 68 miliona stanovnika (18% ukupne EU populacije, 2004. god.), povećao na 116 miliona (25% populacije) nakon proširenja 2004. god., odnosno 145 miliona (približno 30% populacije EU) nakon proširenja 2007. god. (Mirić, 2009). Identičan trend nastavljen je i nakon prijema Hrvatske, 2013. god. Takođe, važno je istaći da je u trenutku prijema, BDP po glavi stanovnika u Bugarskoj i Rumuniji iznosio svega 35%, odnosno 38% od proseka EU, a njihovim pristupanjem smanjen je prosek BDP-a per capita na nivou EU za oko 4% (Mirić, 2009). Evidentno je da je ekonomska kohezija i ravnomeran regionalni i uravnotežen socijalni razvoj teritorija u sastavu EU značajno uzdrman uključivanjem u članstvo ekonomski nekompletno ekonomski integrisanih država sa nedovoljno oporavljenim privredama.

Iako prisustvo izraženih razlika u bogatstvu i stepenu privredne razvijenosti među članovima EU neminovno povlači za sobom i pitanje ekonomske održivosti daljeg proširenja njenih granica, budući da proširenje predstavlja ozbiljan izazov za strukturalne i kohezivne politike EU, ohrabruju pozitivni signali iz Brisela kada je reč o daljoj integraciji na istok i evropskoj perspektivi država Zapadnog Balkana. To je naročito značajno za Srbiju, koja je 2002. godine stekla i zvanično status kandidata za članstvo u EU, pored Makedonije, Crne Gore, Turske i Ukrajine, ali i države potencijalne kandidate za članstvo (Albanija i Bosna i Hercegovina).

Međutim, bez obzira na prisutnu spremnost za prijem u EU, Srbija mora preduzeti ogromne reformske napore u pravcu stabilizacije svoje ekonomije i obezbeđivanja efikasnog i dinamičnog privrednog razvoja u funkciji ubrzavanja započetog procesa evropskih integracija. Oživljavanje privredne aktivnosti predstavlja imperativ i uslov naklonosti EU imajući u vidu činjenicu da njeni predstavnici žele da izbegnu ponavljanje ekonomskih kriznih scenarija iz prethodnog perioda i dalje ugrožavanje socijalne i privredne kohezije prevremenim prijemom nedovoljno privredno stabilnih, nepripremljenih i „ekonomski gladnih“ država. Naime, ekonomska integracija zemalja može biti uspešna samo ako postoji homogenost među zemljama članicama. Srbija se, kao država kandidat za članstvo u EU nalazi na društvenoj i ekonomskoj prekretnici koja donosi nove prilike i nove izazove. Ta prekretnica zahteva sagledavanje vlastitih društvenih i ekonomskih prednosti, ali i utvrđivanje nedostataka i slabosti koje nas sprečavaju u potpunom iskorištavanju raspoloživih prilika pred srpskom privredom. U tom kontekstu veoma je važno sagledavanje trenutne pozicije privrede, sa aspekta razvijenosti, u odnosu na zemlje u okruženju i članice EU, u cilju adekvatnog formulisanja daljih razvojnih napora. Važnost navedene komparacije potvrđuje i veliki broj naučnih radova, objavljenih u prethodnom periodu, u kojima je izvršeno empirijsko poređenje različitih grupa država na tlu Evrope po različitim aspektima, sa posebnim osvrtom na stepen ekonomske razvijenosti (Bahovec et al. 2011; Kurnoga Živadinović et al. 2009; Popescu et al. 2014; Savić, 2006; Savić i Mihajlović-Mihić, 2010; Žmuk i Morović, 2015).

Shodno navedenom, osnovni cilj istraživanja jeste, primenom analize grupisanja kao metode multivarijacione statističke analize, klasifikacija selektovanih 35 država Evrope (EU-28, države kandidati i potencijalni kandidati za članstvo u EU) prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti (BDP po glavi stanovnika PPP US\$ i stopa nezaposlenosti) u homogene grupe radi sagledavanja pozicije Srbije i komparacije sa odabranim grupama zemalja. Dodatni cilj ovog rada jeste i popularizacija primene metoda multivarijacione statističke analize, konkretno analize grupisanja, u domenu makroekonomskih istraživanja. Generalno, istraživanjem je obuhvaćen period od 2006. do 2015. godine, pri čemu je isti, u cilju izdvajanja (izolovanja) direktnog uticaja i negativnih efekata Svetske ekonomske krize iz 2008.god., ali i stvaranja uslova za dinamičko praćenje promena u stepenu privredne razvijenosti posmatranih država tokom navedenog perioda, podeljen na period od 2006. do 2010. i period od 2011. do 2015. godine. U prvom slučaju, obuhvaćene su godine koje su neposredno prethodile i usledile nakon ekonomske krize, dok se drugi period posmatranja odnosi na petogodišnji period u okviru kojeg su zabeleženi prvi rezultati strategija formulisanih u cilju ublažavanja posledica nastale krize i oporavka nacionalnih ekonomija. Shodno formulisanom osnovnom cilju istraživanja, definisane su sledeće tri istraživačke hipoteze za oba posmatrana perioda:

(H₁): Srbija i bivše jugoslovenske države Makedonija i Crna Gora, kao države kandidati za članstvo u EU, sličnih privrednih karakteristika, geografskog položaja, istorijskog i političkog nasleđa pripadaju istoj grupi država prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti;

(H₂): Članice EU u okruženju Srbije (Hrvatska, Slovenija, Mađarska, Bugarska i Rumunija) su bolje pozicionirane od Srbije prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti;

(H₃): Srbija je bolje pozicionirana od država potencijalnih kandidata za članstvo (Albanija i Bosna i Hercegovina) prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti.

Metodološki okvir

Za potrebe realizacije formulisanog cilja, u radu je korišćena analiza grupisanja (engl. *cluster analysis*), kao jedna od najpopularnijih metoda multivarijacione statističke analize. Generalno, analiza grupisanja predstavlja metod namenjen klasifikaciji pojedinačnih jedinica posmatranja na osnovu njihove sličnosti (tj. različitosti), identifikovane u kontekstu odgovarajućih vrednosti odabranih varijabli izmerenih za svaku od jedinica posmatranja (Đorđević, et al. 2011). Preciznije, analizom grupisanja, C – raspoloživi set od n jedinica posmatranja, klasifikuje se (tj. grupiše) u m nezavisnih grupa (engl. *clusters*) C_j , (za $j=1,2,\dots,m$), ali tako da su jedinice posmatranja unutar iste grupe međusobom slične, a jedinice posmatranja koje pripadaju različitim grupama međusobom veoma različite. Konsekventno, cilj analize grupisanja ogleda se u formiranju određenog (unapred nepoznatog) broja visoko interno homogenih i eksterno heterogenih grupa jedinica posmatranja. Grupisanje jedinica posmatranja zasnovano je na različitim karakteristikama (varijablama) koje koje merimo kod svake jedinice posmatranja pojedinačno, a polaznu osnovu predstavlja izbor odgovarajuće mere odstojanja, budući da je neophodno odrediti koliko su one međusobom „slične“ odnosno „različite“. Postoji veći broj različitih mera odstojanja, a najčešće korišćene među njima su: *Euklidsko odstojanje*, *kvadrat Euklidskog odstojanja*, *Mahalanobisovo odstojanje*, *odstojanje Minkowskog* i *Manhattan odstojanje* (Đorđević, et al. 2011; Hair, et al. 2010). U ovom radu, kao mera odstojanja, korišćen je kvadrat Euklidskog odstojanja, koji se izračunava putem sledećeg izraza (Kovačić, 1994):

$$d_{ij}^2 = \sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2, \quad (1)$$

gde je p – broj varijabli, x_{ik} vrednost jedinice posmatranja x_i za varijablu X_k , a x_j vrednost jedinice posmatranja x_j za varijablu X_k . Na osnovu izabrane mere odstojanja i polazne ($n \times p$) matrice podataka (n objekata koji se klasifikuju na osnovu p varijabli), formira se ($n \times n$) *matrica odstojanja* čiji elementi pokazuju stepen sličnosti ili razlike između svih parova objekata koji se grupišu.

Posmatrano sa aspekta velikog broja različitih metoda grupisanja u analizi, razlikuju se, generalno, hijerarhijski i nehijerarhijski pristup pri grupisanju jedinica posmatranja (Aeker, et al. 2007; Kovačić. 1994). Hijerarhijski metodi grupisanja u osnovi se mogu svrstati u dve grupe u zavisnosti od toga da li su zasnovani na iterativnom spajanju jedinica posmatranja i/ili grupa (aglomerativne) ili deljenju grupa (divizione metode ili metode deljenja). Naime, postupak aglomerativnog hijerarhijskog grupisanja započinje sa n grupa sa po jednim objektom, nakon čega se, prema odgovarajućem kriterijumu, u svakom narednom koraku, vrši njihovo udruživanje (grupisanje) u veće grupe, sve dok se konačno svih n jedinica posmatranja ne svrsta unutar jedne, finalne grupe. Preciznije, iz iteracije u iteraciju, veličina grupa se povećava a njihov broj smanjuje, pri čemu se jednom formirane grupe samo proširuju, a prelazak jedinica posmatranja iz grupe u grupu nije moguć. Druga grupa hijerarhijskih metoda podrazumeva logički sličan iterativni postupak, ali se isti realizuje u suprotnom smeru. Grafički prikaz hijerarhijske strukture sukcesivno formiranih grupa sa pratećom skalom na kojoj su nanete vrednosti mera odstojanja u svakom koraku iterativnog postupka udruživanja grupa naziva se dendrogram. Izbor „optimalnog“ broja grupa vrši se na osnovu dendrograma, dijagrama vrednosti i priraštaja korišćene mere odstojanja između grupa, imajući u vidu pravilnost da vrednost mere odstojanja između grupa u prvim koracima iterativnog postupka sporije raste, odnosno, ostvaruje veći rast (beleži veći priraštaj) sa smanjivanjem broja grupa i ukрупnjavanjem strukture (Hair, et al. 2010; Kovačić, 1994). Preciznije, broj grupa zabeležen u koraku udruživanja grupa, u kojem je evidentiran značajan porast vrednosti mere odstojanja, predstavlja optimalni broj grupa. Najčešće korišćene metode hijerarhijskog grupisanja su: metod jednostrukog povezivanja, metod potpunog povezivanja, metod prosečnog povezivanja, metod centroida i Wardov metod.

Za razliku od hijerarhijskog pristupa, nehijerarhijski metodi grupisanja zasnivaju se na unapred poznatom broju grupa, pri čemu je dozvoljeno premeštanje objekata iz grupe u grupu tokom trajanja postupka grupisanja, ukoliko je to u saglasnosti sa kriterijumom za postizanje optimalnog rešenja. Postupak nehijerarhijskog grupisanja započinje podelom inicijalnog seta jedinica posmatranja u unapred izabrani broj grupa, nakon čega se pristupa izračunavanju inicijalnih centroida (reprezentativnih vrednosti) za svaku grupu. Na osnovu utvrđenih odstojanja pojedinačnih jedinica posmatranja u odnosu na centroid svake grupe, vrši se njihova realokacija u grupe od čijeg centroida su najmanje udaljeni (tj. najbliži) (Hair et al. 2010). Nakon izvršenog pridruživanja, ponovo se izračunavaju centriodi grupe kojoj je konkretna jedinica posmatranja pridružena, odnosno grupe koju je napustila. Postupak se ponavlja sve dok izabrani kriterijum optimalnosti nije zadovoljen. Najčešće korišćeni metod nehijerarhijskog grupisanja je *metod k-sredina* (engl: *K-means method*).

Za potrebe analize prezentovane u ovom radu, na odabranim varijablama implementirana je hijerarhijska aglomerativna analiza grupisanja, zasnovana na primeni Wardove metode i kvadrata Euklidskog odstojanja kao odgovarajuće mere udaljenosti. Analiza prikupljenih podataka i sva neophodna statistička izračunavanja sprovedena su korišćenjem statističkog softverskog paketa za društvene nauke, SPSS verzija 17.0.

Izvori i obuhvat podataka

Shodno definisanom cilju rada, korišćeni su godišnji podaci za sledeće dve varijable, kao najčešće korišćenih pokazatelja društveno–ekonomske razvijenosti zemalja: *Bruto domaći proizvod po glavi stanovnika* prema paritetu kupovne moći u američkim dolarima (*BDP per capita, PPP US\$*) i *Stopa nezaposlenosti* (u %), utvrđena kao učešće broja nezaposlenih lica u kontingentu radno sposobnog stanovništva posmatranih zemalja, starosti od 15 do 64 godine. Analizom je obuhvaćen istraživački period od 2006–2015. godine, pri čemu je isti podeljen na dva dela, i to: period 2006–2010. i period 2011–2015. god. Serije podataka posmatranih varijabli pribavljene su iz elektronske baze podataka Međunarodnog monetarnog fonda [<http://www.imf.org>] za svaku od sledećih 35 država na prostoru Evrope¹: *države članice Evropske unije* (EU-28: Velika Britanija [GBR], Irska [IRL], Belgija [BEL], Luksemburg [LUX], Holandija [NLD], Francuska [FRA], Portugalija [POR], Španija [ESP], Švedska [SWE], Finska [FIN], Estonija [EST], Letonija [LVA], Litvanija [LTU], Danska [DNK], Nemačka [GER], Austrija [AUT], Italija [ITA], Poljska [POL], Češka [CZE], Slovačka [SVK], Malta [MLT], Kipar [CYP], Mađarska [HUN], Rumunija [ROM], Bugarska [BUL], Grčka [GRE], Slovenija [SLO], Hrvatska [CRO]), *države kandidati za članstvo* (Ukrajina [UKR], Turska [TUR], BJR Makedonija [MKD], Crna Gora [MNE] i Srbija [SRB]) i *države potencijalni kandidati za članstvo* (Albanija [ALB] i Bosna i Hercegovina [BiH]). Pored navedenog, kao dodatni izvor podataka korišćene su i zvanične publikacije Zavoda za statistiku Crne Gore – *MONSTAT*, [<http://www.monstat.org>] u cilju prikupljanja podataka koji se odnose na kretanje stope nezaposlenosti u Crnoj Gori tokom definisanog vremenskog okvira. Takođe, važno je napomenuti da podaci koji se odnose na vrednosti obe varijable za poslednje dve godine istraživačkog perioda predstavljaju rezultat prognoza načinjenih od strane eksperata *MMF*-a, budući da njihove stvarne vrednosti još uvek nisu zvanično dostupne. U okviru inicijalne pripreme podataka, izračunate su prosečne vrednosti posmatrane dve varijable, za svaku zemlju pojedinačno, po svakom od dva izdvojena vremenska perioda, koje će biti korišćene kao ulazni podaci prilikom implementacije analize grupisanja.

Rezultati hijerarhijske analize grupisanja

Pre konkretnog sprovođenja analize grupisanja, neophodno je obratiti pažnju na merne jedinice u kojima se izražavaju odabrane dve varijable. Naime, budući da se primena analize grupisanja zasniva na izračunavanju vrednosti odgovarajućih mera udstojanja, važno je istaći da je većina mera odstojanja prilično osetljiva na prisustvo različitih mernih jedinica. Imajući u vidu da je *BDP per capita* apsolutna varijabla (iskazuje se u US\$), a stopa nezaposlenosti relativna (iskazuje se u %), pre primene analize grupisanja, neophodno je sprovesti postupak transformacije originalnih podataka. Preciznije, da bi se otklonio uticaj različitih jedinica mere, i da bi obe varijable bile u jednakom položaju prilikom izračunavanja mere odstojanja, sproveden je postupak *z*-standardizacije, odnosno transformacije vrednosti numeričke varijable, X_k (za $k = 1$ i 2 , budući da su analizom obuhvaćene dve varijable), u standardizovanu normalno raspoređenu varijablu, Z_k , sa aritmetičkom sredinom 0 i standardnom devijacijom 1, simbolički [$X_k \rightarrow Z_k: N(0;1)$], putem sledećeg izraza:

$$Z_{ik} = \frac{x_{ik} - \bar{x}_k}{s_k}, \text{ za } k=1, \dots, p, (p=2); i=1, \dots, n, (n=35). \quad (1)$$

¹ U zagradama su navedene skraćenice naziva zemalja korišćene u daljem tekstu.

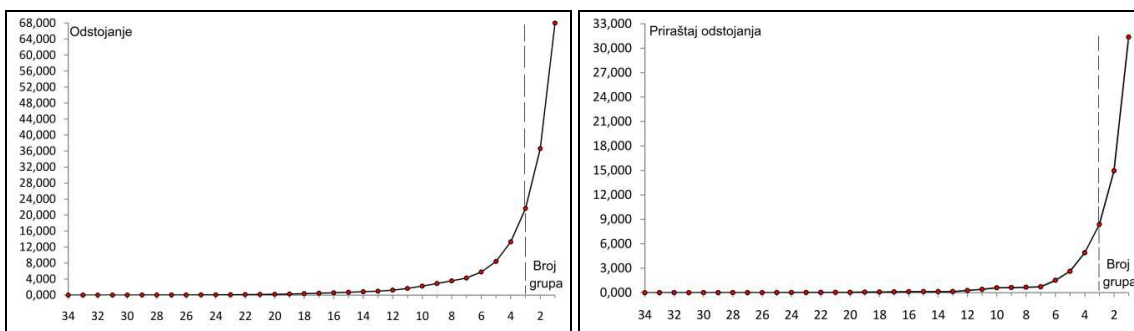
U izrazu (1), simbolom \bar{x} označena je aritmetička sredina posmatranih varijabli, simbolom s , njihova standardna devijacija, a n predstavlja ukupan broj posmatranih država. U *Tabeli 1*, predstavljene su prosečne vrednosti, prosečna odstupanja od proseka, kao i maksimalne i minimalne vrednosti za odabrane varijable za oba perioda posmatranja.

Tabela 1: Deskriptivne statističke mere odabranih varijabli za oba vremenska perioda

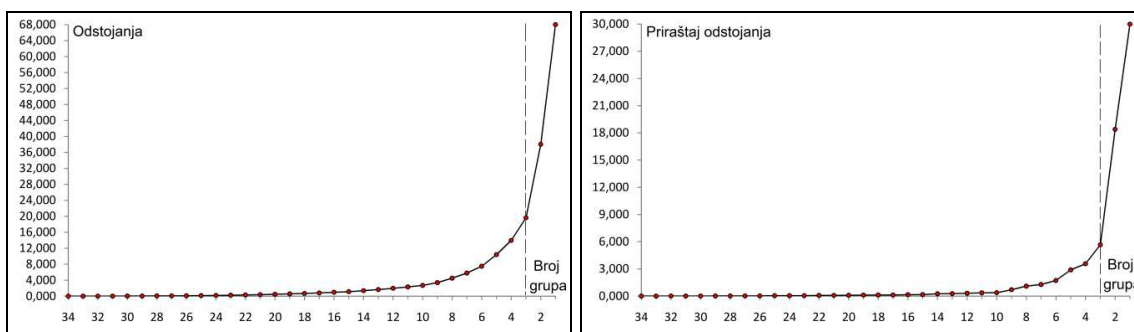
Varijable (prosek za periode)	Period	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Minimalna vrednost	Maksimalna vrednost
BDP per capita (PPP US\$)	2006-2010	27412,69	15327,33	7747,47 [UKR]	88065,55 [LUX]
Stopa nezaposlenosti (u %)	2006-2010	10,01	6,29	3,84 [NLD]	33,79 [MKD]
BDP per capita (PPP US\$)	2011-2015	29841,57	15598,77	8442,36 [UKR]	90744,94 [LUX]
Stopa nezaposlenosti (u %)	2011-2015	12,15	6,42	4,67 [AUT]	29,94 [MKD]

Izvor: Izračunavanja autora, SPSS 17.0

Na standardizovanim vrednostima selektovanih varijabli, za oba perioda posmatranja pojedinačno, implementirana je *hijerarhijska aglomerativna procedura* u okviru analize grupisanja, zasnovana na primeni *Ward-ove metode* i *kvadrata Euklidskog odstojanja* kao mere udaljenosti između jedinica posmatranja (tj. posmatranih država). Budući da se primena aglomerativnih metoda udruživanja zasniva na razvijanju hijerarhijske strukture među analizom obuhvaćenim državama, koja u konačnoj formi rezultira jednim velikim klasterom na vrhu u čijem sastavu su inkorporirane sve države, izbor „optimalnog“ broja grupa biće izvršen na osnovu *dendrograma*, *dijagrama vrednosti* i *priraštaja mere odstojanja između grupa*. Grafički prikazi kvadrata Euklidskog odstojanja između zemalja (i/ili formiranih grupa zemalja) i priraštaj pomenute mere odstojanja, predstavljeni su na *Slici 1* i *Slici 2*, za oba posmatrana perioda, respektivno.



Slika 1: Grafički prikaz vrednosti (levo) i priraštaja (desno) mere odstojanja prema broju formiranih grupa (za period 2006-2010.god.)



Slika 2: Grafički prikaz vrednosti (levo) i priraštaja (desno) mere odstojanja prema broju formiranih grupa (za period 2011-2015.god.)

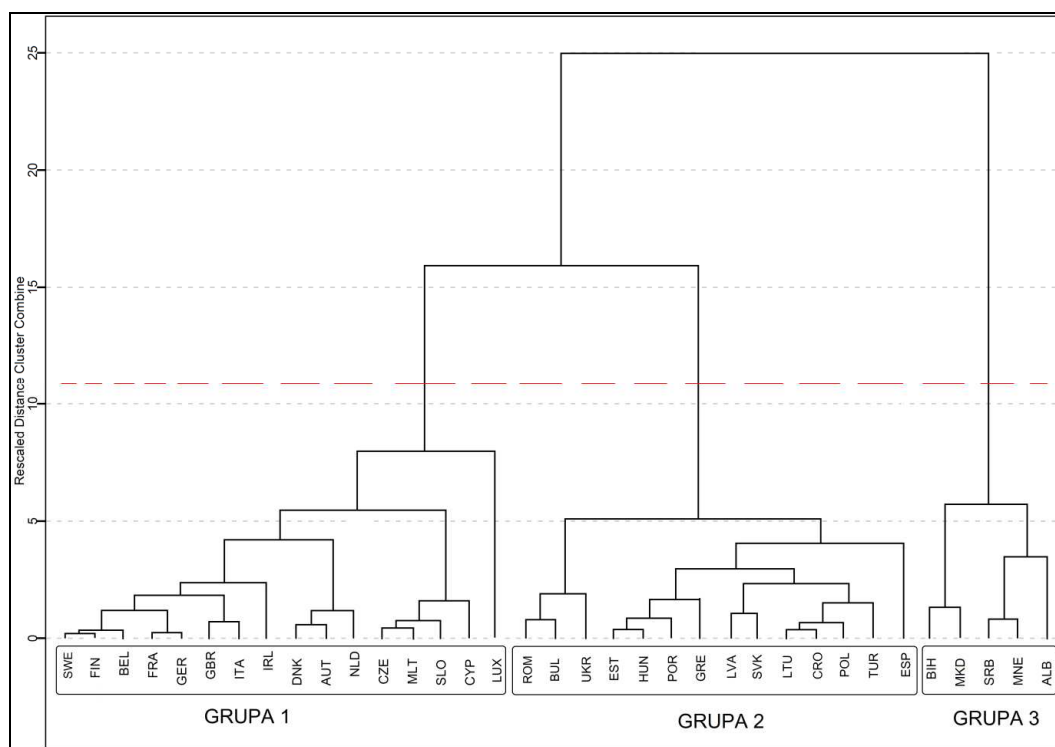
Horizontalna linija na grafičkim prikazima vrednosti mere odstojanja ukazuje na činjenicu da je većina grupa formirana aglomeracijom zemalja koje nisu u značajnoj meri međusobno udaljene. U kasnijim koracima, kako se broj formiranih grupa smanjuje, a struktura ukрупnjava, vrednosti mere udaljenosti između grupa čije se spajanje vrši, počinju sve intenzivnije da rastu, a linija nakon horizontalnog dobija veći (strmiji) nagib. Budući da se kao kriterijum za izbor optimalnog broja grupa uglavnom sagledava trenutak kada je usledio najizraženiji skok vrednosti mere odstojanja, može se zaključiti da je u slučaju oba posmatrana perioda, optimalan broj grupa formiran u 32 koraku, odnosno u trenutku kada su izdvojene tri grupe zemalja, budući da nakon toga sledi međusobno spajanje izrazito heterogenih grupa o čemu svedoči visoka vrednost kvadrata Euklidskog odstojanja. U prilog navedenom rešenju analize grupisanja svedoči i grafički prikazi kretanja priraštaja korišćene mere odstojanja. Preciznije, na pomenutim grafičkim prikazima, jasno se uočava drastičan (može se slobodno reći eksponencijalan) skok priraštaja vrednosti kvadrata Euklidskog odstojanja nakon postizanja rešenja koje obuhvata tri grupe zemalja.

Vizuelna interpretacija postupka i rezultati hijerhijske aglomeracije analizom obuhvaćenih zemalja za posmatrane dve varijable u periodu od 2006. do 2010. godine, predstavljena je u formi dendrograma na *Slici 3*, a raspored zemalja po utvrđenim grupama u *Tabeli 2*.

Tabela 2: Raspored država prema utvrđenim grupama

Oznaka grupa	Broj država	Nazivi država unutar formiranih grupa
Grupa 1	16	GBR, IRL, SWE, FIN, BEL, LUX, NLD, FRA, GER, DNK, AUT, ITA, CZE, SLO, MLT, CYP
Grupa 2	14	EST, LVA, LTU, SVK, POL, POR, ESP, GRE, HUN, ROM, BUL, CRO, TUR, UKR
Grupa 3	5	ALB, SRB, MNE, BIH, MKD

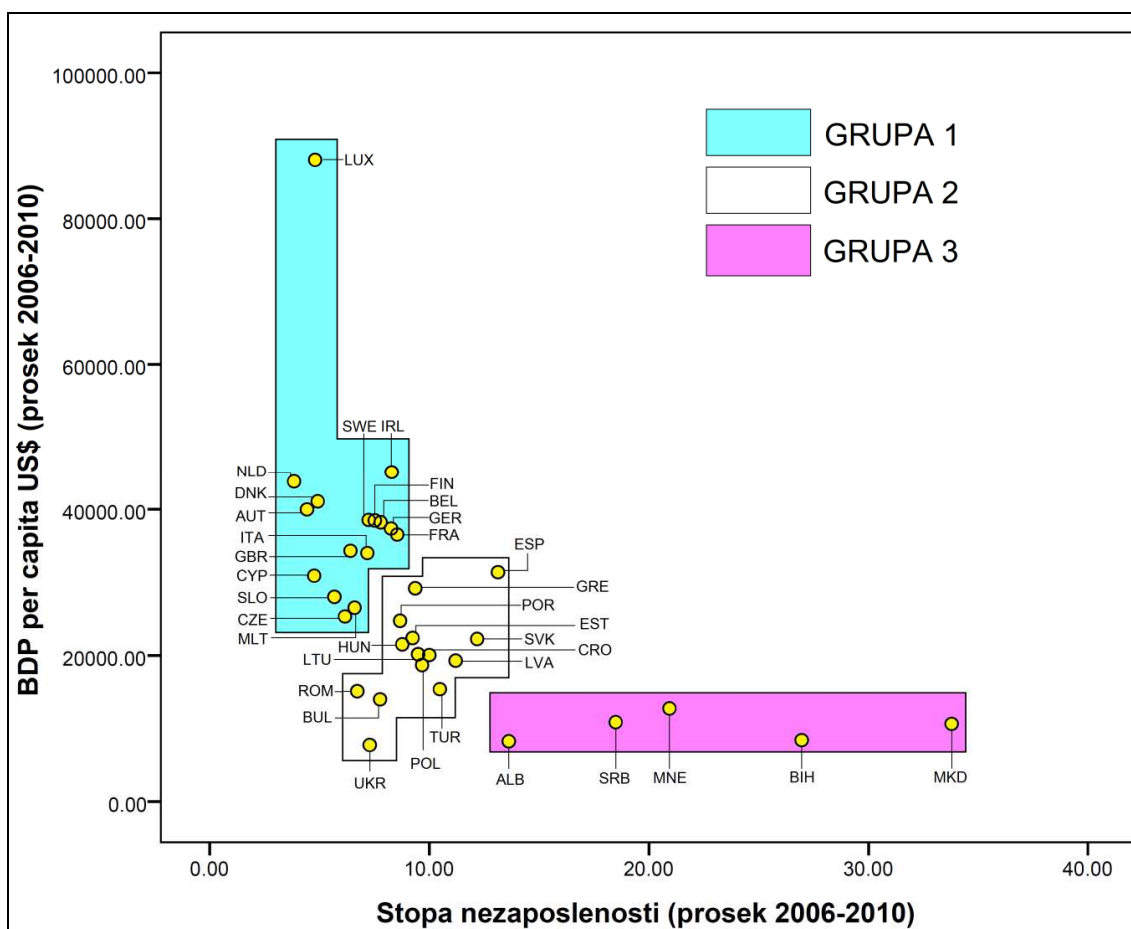
Napomena: Nazivi država kandidata i potencijalnih kandidata za članstvo su predstavljani kurzivom.



Slika 3: Dendrogram – rezultati analize grupisanja 35 zemalja Evrope prema prosečnim vrednostima odabranih varijabli, za period od 2006. do 2010. god.

Logička opravdanost izdvajanja tri grupe zemalja, kao konačnog rešenja sprovedene analize, još jasnije se očučava na predstavljenom dendrogramu, imajući u vidu vrednost mere udaljenosti pri kojoj se vrši merđžovanje grupe 1 i grupe 2. Polazeći od predstavljenog rasporeda država unutar formiranih grupa (*Tabela 2*), prema prosečnim vrednostima *BDP per capita* (PPP US\$) i *stope nezaposlenosti* za period od 2006-2010. godine, sasvim očekivano, za svoje mesto u **grupi 1**, izborile su se privredno najrazvijenije države na tlu Evrope, pretežno države EU koje su članstvo stekle pre 2000. godine, i nekoliko država koje su se pridružile EU u „talasu proširenja“ realizovanom 2004. god. (CZE, SLO, MLT i CYP). Navedene države odlikuju se izrazito visokim vrednostima BDP per capita tokom razmatranog perioda (budući da se iste kreću u intervalu od 25339,05 do 88065,55 US\$), i prosekom u iznosu od 39159,59 US\$, uz istovremeno, relativno niskim stopama nezaposlenosti (od 3,84% do 8,54%) u poređenju sa karakteristikama država klasifikovanih unutar preostale dve grupe. Imajući u vidu dominantnu poziciju država unutar grupe 1, sa aspekta odabranih varijabli kao pokazatelja ukupne privredne razvijenosti, ista se može nazvati *grupom zemalja visoke ekonomske (privredne) razvijenosti*.

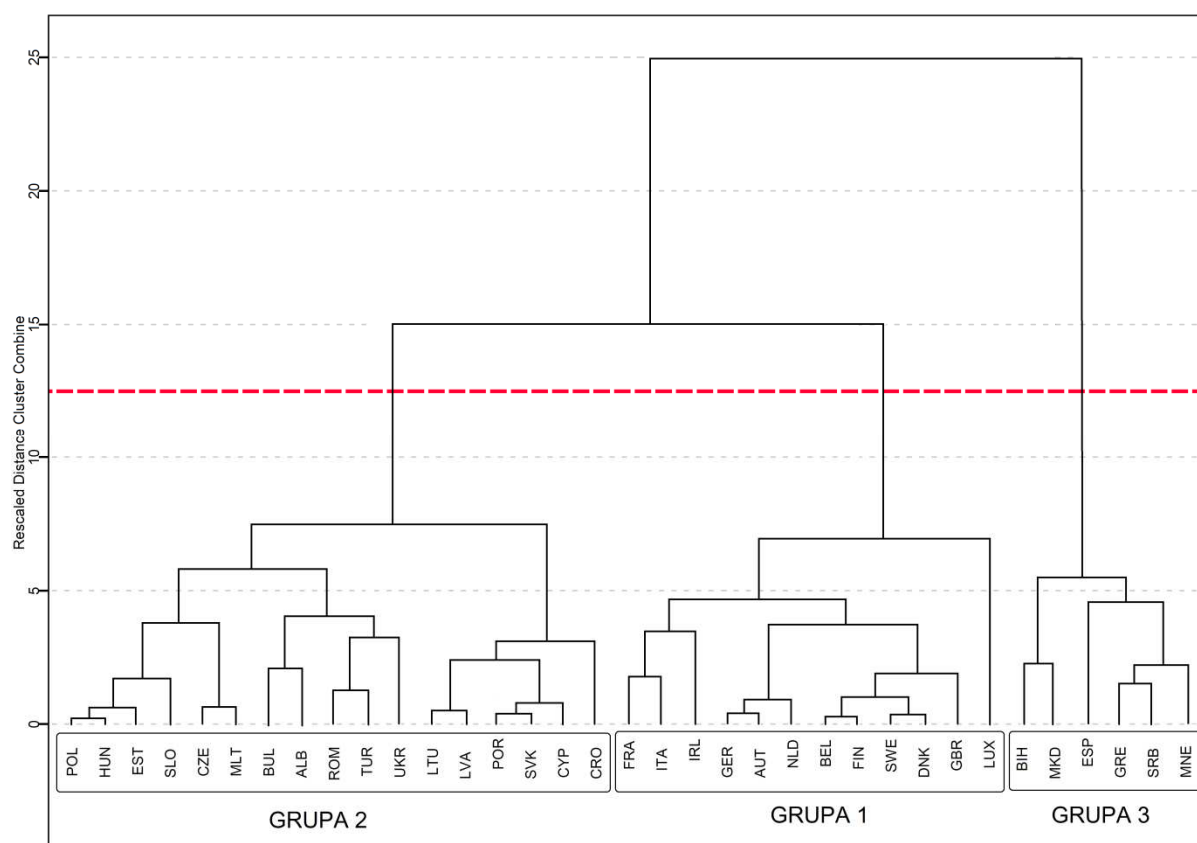
Grupu 2, pored [POR], [ESP] i [GRE] sačinjavaju pretežno države EU koje su svoje članstvo stekle u talasima proširenja EU nakon 2000. godine (tj. EST, LVA, LTU, SVK, POL, HUN, ROM, BUL, CRO), ali i dve države kandidati za članstvo [TUR] i [UKR]. Navedena grupa država odlikuje se znatno nižim BDP per capita i širim intervalom stope nezaposlenosti (*Slika 4*), pa se ista može nazvati *grupom zemalja srednje ekonomske (privredne) razvijenosti*.



Slika 4: Raspored posmatranih zemalja Evrope prema prosečnim vrednostima odabranih varijabli za period od 2006. do 2010. god. i izdvojenim grupama

Nažalost, poslednjoj grupi zemalja, koja se može nazvati *grupa zemalja niske ekonomske razvijenosti*, pored [ALB], [MNE], [BIH] i [MKD], pripada i Srbija. Reč je isključivo o državama kandidatima i potencijalnim kandidatima za članstvo u EU, koje u značajnoj meri zaostaju u odnosu na države klasifikovane u prethodne dve grupe sa aspekta korišćenih pokazatelja stepena privredne razvijenosti. Odlikuju se izrazito niskim prosečnim vrednostima BDP per capita koji se kreće u intervalu od 8253,26 (ALB) do 12750,36 US\$ (MNE) i izrazito visokim prosečnim stopama nezaposlenosti (od 13,62% (ALB) do 33,79% (MKD)) tokom perioda 2006–2010. god. Navedeni intervali prosečnih vrednosti analizom obuhvaćenih pokazatelja privredne razvijenosti su približno u dvostrukom zaostatku u odnosu na komparativne vrednosti država u grupi 2, a naročito u poređenju sa državama klasifikovanim unutar grupe 1.

Vizuelna interpretacija postupka i rezultati aglomerativnog hijerhijskog grupisanja analizom obuhvaćenih zemalja prema prosečnim vrednostima posmatrane dve varijable u periodu od 2011. do 2015. godine, predstavljeni su u formi dendrograma na *Slici 5*.



Slika 5: Dendrogram – rezultati analize grupisanja 35 zemalja Evrope prema prosečnim vrednostima odabranih varijabli, za period od 2011. do 2015. godine.

Tabela 3: Raspored država prema utvrđenim grupama

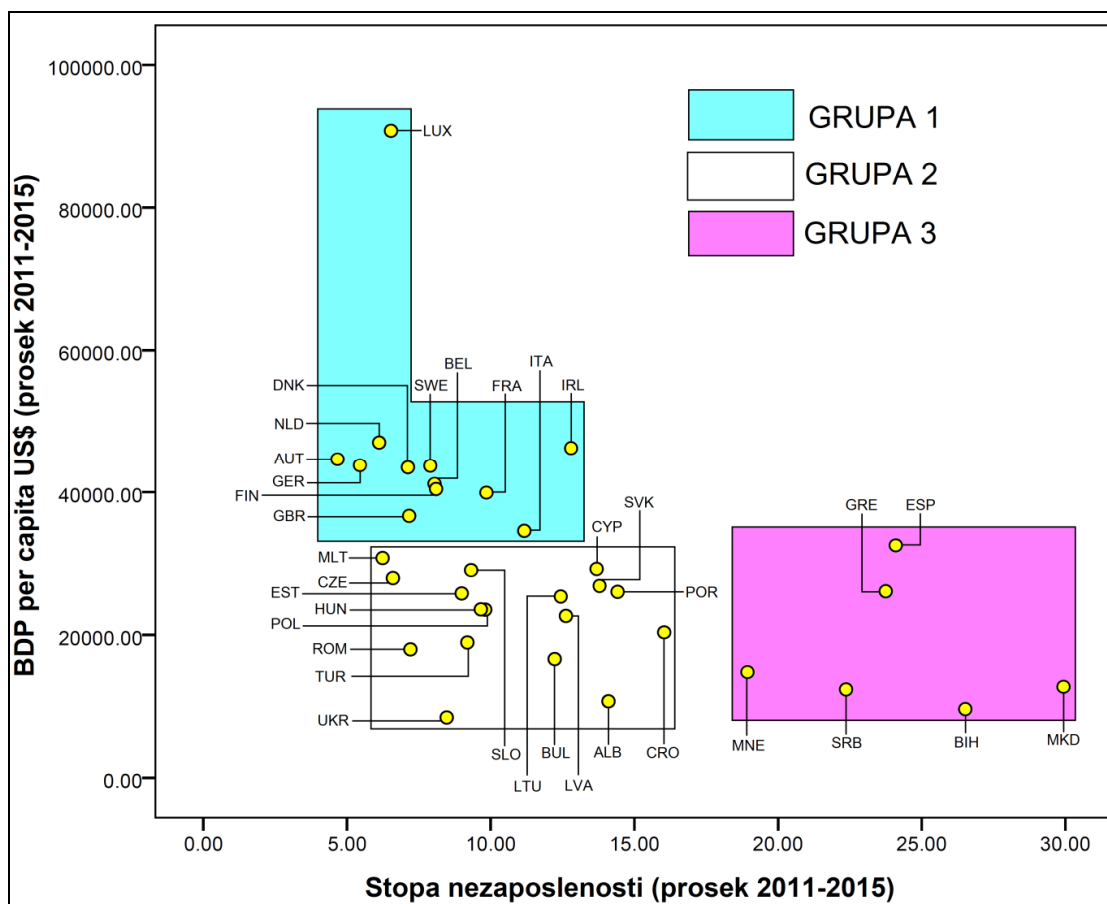
Oznaka grupa	Broj država	Nazivi država unutar formiranih grupa
Grupa 1	12	GBR, IRL, SWE, FIN, BEL, LUX, NLD, FRA, GER, DNK, AUT, ITA
Grupa 2	17	EST, LVA, LTU, SVK, POL, CZE, POR, MLT, CYP, HUN, SLO, ROM, BUL, CRO, TUR, UKR, ALB
Grupa 3	6	ESP, GRE, SRB, MNE, BIH, MKD

Napomena: Nazivi država kandidata i potencijalnih kandidata za članstvo su predstavljeni kurzivom.

Na predstavljenom dendrogramu jasno se izdvajaju tri grupe zemalja, kao i u prethodnom rešenju (Grupa 1 – države visoke ekonomske razvijenosti, Grupa 2 – države srednje ekonomske razvijenosti i Grupa 3 – države niske ekonomske razvijenosti). Raspored država prema izdvojenim grupama predstavljen je u *Tabeli 3*.

Posmatrano sa aspekta prosečnih vrednosti *BDP per capita* (PPP US\$) i *Stope nezaposlenosti* za period od 2011–2015. godine, a na osnovu rezultata analize grupisanja, drastičnije promene u rasporedu zemalja nisu uočene. Naime, u poređenju sa prethodno posmatranim periodom (2006–2010.god.), članstvo u grupi zemalja visoke ekonomske razvijenosti zadržale su skoro iste države, izuzev [CZE], [SLO], [MLT] i [CYP], koje su, verovatno kao posledica negativnih efekata krize realocirane u grupu zemalja srednje ekonomske razvijenosti. Slična je situacija i na nivou grupe 2, u kojoj su nastale minimalne i relativno očekivane izmene u pogledu članstva pojedinih zemalja. Preciznije, pored proširenja grupe državama čija se ekonomska pozicija pogoršala tokom posmatranog perioda u odnosu na prethodni, za članstvo u ovoj grupi izborila se i [ALB], dok su, kao posledica izrazito negativnih efekata ekonomske krize, članstvo izgubile [ESP] i [GRE], koje su pridružene grupi zemalja niske ekonomske razvijenosti.

U okviru grupe 3, pored [ESP] i [GRE], kao i u prethodnom periodu, članstvo su rezervisale države Zapadnog Balkana, [SRB], [MNE], [MKD] (kandidati za članstvo u EU) i BIH (potencijalni kandidat za članstvo). Države svrstane u okviru ove grupe odlikuju se izrazito zabrinjavajućim stepenom ekonomske razvijenosti, posmatrano sa aspekta odabranih pokazatelja (*Slika 6*).



Slika 6: Raspored posmatranih zemalja Evrope prema prosečnim vrednostima odabranih varijabli za period od 2011. do 2015. godine i izdvojenim grupama

Zaostajanje država koje pripadaju grupi 3 u odnosu na preostale dve grupe zemalja, preciznije se može sagledati kroz uporedni prikaz prosečnih, minimalnih i maksimalnih vrednosti posmatranih indikatora, karakterističnih za identifikovane grupe (Tabela 4). Prosečna vrednost BDP-a per capita (12375,65) i stope nezaposlenosti (22,37%) za period od 2011–2015. godine, pozicioniraju Srbiju u grupu zemalja niske ekonomske razvijenosti, daleko ispod susednih država (članica EU) pozicioniranih u okviru grupe 2, a naročito u odnosu na države pozicionirane u okviru grupe 1.

Tabela 4: Deskriptivne statističke mere odabranih varijabli po grupama zemalja, za period 2011-2015.god.

Grupa zemalja / Srbija	Aritmetička sredina		Minimalna vrednost		Maksimalna vrednost	
	X1	X2	X1	X2	X1	X2
Grupa 1	47480,41	7,105	34565,18 [ITA]	3,12 [SWI]	90744,94 [LUX]	12,80 [IRL]
Grupa 2	21517,84	9,86	4597,78 [MOL]	0,57 [BLR]	30738,37 [MLT]	16,04 [CRO]
Grupa 3	18028,61	24,27	9618,37 [BIH]	18,94 [MNE]	32527,29 [ESP]	29,94 [MKD]

Napomena: X_1 – BDP per capita (PPP US\$); X_2 – Stopa nezaposlenosti (u %)

Izvor: Izračunavanja autora, SPSS 17.0

Diskusija i zaključna razmatranja

U ovom radu, shodno definisanom cilju, izvršena je i analizirana klasifikacija zemalja članica EU (EU-28), država kandidata (SRB, MNE, UKR, TUR i MKD) i potencijalnih kandidata za članstvo (ALB i BIH), prema odabranim pokazateljima društveno-ekonomskog razvoja (BDP po glavi stanovnika prema paritetu kupovne moći u američkim dolarima i stopa nezaposlenosti), u okviru dva perioda posmatranja (2006–2010. i 2011–2015.god.). Za potrebe provere postavljenih istraživačkih hipoteza, primenjena je hijerarhijska aglomerativna analiza grupisanja, zasnovana na primeni Wardove metode i kvadrata Euklidskog odstojanja kao odgovarajuće mere odstojanja. Rezultati sprovedene analize sugerišu izdvajanje tri homogene grupe država, sa aspekta stepena razvijenosti privrede, posmatranog u kontekstu izabrana dva pokazatelja. Preciznije, u okviru oba perioda posmatranja, izdvojene su grupe država visoke (grupa 1), srednje (grupa 2) i niske privredne razvijenosti (grupa 3).

Na temeljima rezultata sprovedene multivarijacione statističke analize grupisanja, Srbija je, kao država kandidat za članstvo, klasifikovana (u slučaju oba perioda posmatranja) u grupu zemalja niske privredne razvijenosti sa izuzetno nepovoljnom kombinacijom vrednosti analizom obuhvaćenih pokazatelja. Pored činjenice da se pozicija Srbije tokom posmatrana dva perioda nije promenila (tj. poboljšala), dodatno zabrinjava i uočeni, kontinuirani porast prosečne stope nezaposlenosti, čime je pogoršana njena pozicija unutar pripadajuće grupe za period od 2011–2015. godine. Svoju pripadnost navedenoj grupi država Srbija deli sa ostalim državama kandidatima sa područja Zapadnog Balkana, odnosno MKD i MNE. Ove tri bivše jugoslovenske države, evidentno pogođene zajedničkim nasleđem iz prošlosti, u značajnoj meri (višestruko) zaostaju u odnosu na zemlje članice EU posmatrano sa aspekta korišćenih pokazatelja privredne razvijenosti. Slična je situacija i sa BIH, kao potencijalnim kandidatom za članstvo, ali i ALB, bez obzira na njen prelazak tokom drugog posmatranog perioda u sastav grupe srednje ekonomski razvijenih država.

Sa druge strane, posmatrano iz ugla zemalja članica Evropske unije, jasno je uočljiv ekonomski bipolaritet na teritoriji ove moćne regionalne zajednice država. Naime, uz izvesne izuzetke prisutne u rasporedu država EU-28 tokom perioda 2006–2010.god., prava slika stanja i ekonomskih prilika u EU potvrđena je dobijenim rezultatima analize grupisanja za period 2011-2015.god. U grupi ekonomski visoko razvijenih zemalja svrstane su članice EU tzv. „starosedeci“ koji su svoje članstvo stekli sredinom 1990-ih i ranije, dok se pozicijom u grupi 2 (grupa država srednje ekonomske razvijenosti) odlikuju sve države koje su pristupile Evropskoj uniji tokom poslednjih talasa proširenja koji su usledili nakon 2000. godine (EST, LVA, LTU, SVK, POL, CZE, POR, MLT, CYP, HUN, SLO, ROM, BUL, CRO), zajedno sa državama kandidatima [UKR] i [TUR]. Ovakva klasifikacija država EU-28 nedvosmisleno potvrđuje tezu o ekonomski jakom „centru“ EU i ekonomski slabije razvijenim „periferijama“, ali i rezultate do kojih su došli autori u sličnim istraživanjima tokom prethodnog perioda (Kurnoga Živadinović et al. 2009; Bahovec et al. 2011).

Polazeći od predstavljenih rezultata i iznetih razmatranja, može se zaključiti da se prva istraživačka hipoteza (H_1), prema kojoj se Srbija, Makedonija i Crna Gora kao države kandidati za članstvo u EU, sličnih privrednih karakteristika, geografskog položaja, istorijskog i političkog nasleđa nalaze u istoj grupi prema odabranim pokazateljima stepena privredne razvijenosti, može prihvatiti. Takođe, budući da su, tokom oba posmatrana perioda, sve države u okruženju, članice EU, (CRO, SLO, HUN, BUL i ROM) pozicionirane u okviru grupe država srednje ekonomske razvijenosti, može se potvrditi i druga istraživačka hipoteza (H_2). Posmatrano sa aspekta istraživačke hipoteze (H_3), imajući u vidu „napredak“ Albanije u privrednim kretanjima tokom perioda 2011-2015.god., čime je pozicionirana u povoljniju grupu država od Srbije, ova hipoteza ne može se smatrati u potpunosti potvrđenom, bez obzira na bolji položaj Srbije u odnosu na [BIH] unutar grupe 3.

Evidentno je da Srbija mora da uloži još dosta napora i sprovede dosta ozbiljnih reformi kako bi svoju privredu u dovoljnoj meri integrisala i približila ekonomijama evropske zajednice država. Shodno navedenom, EU članstvo nije samo po sebi cilj, već sredstvo za ostvarivanje dugoročne nacionalne strategije efikasnog privrednog razvoja u funkciji poboljšanja životnih uslova celokupnog stanovništva. U predstojećem periodu, Srbija mora da iskoristi proces pridruživanja i pristupanja EU u pravcu prevazilaženja ozbiljnih sistemskih i razvojnih problema sa kojima se suočava njena privreda i time stvori uslove za poboljšanje svoje pozicije u okruženju na osnovama kontinuiranog ekonomskog razvoja i prosperiteta građana.

Reference

1. Aaker, D., Kumar, V. i Day, G. (2007). *Marketing research, ninth edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
2. Bahovec, V., Dumičić, K. i Palić, I. (2011). Multivarijatna analiza pokazatelja društveno-ekonomskog razvoja u odabranim evropskim zemljama. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, IX(1): 85-103.
3. Đorđević, V., Lepojević, V. i Janković-Milić, V. (2011). *Primena statističkih metoda u istraživanju tržišta*. Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
4. Hair, J.F.Jr., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis, 7th edition*. Pearson Prentice Hall.
5. Kovačić, Z. (1994). *Multivarijaciona analiza*. Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
6. Kurnoga Živadinović, N., Dumičić, K. i Časni Čeh, A. (2009). Cluster and factor analysis of structural economic indicators for selected European countries. *WSEAS Transactions on business and Economics*, 7(6): 331-341.

7. Mirić, O. (2009). *Regionalna politika Evropske unije kao mentor ekonomskog razvoja*. Beograd: Evropski pokret u Srbiji.
8. Popescu, M.E., Andreica, M. & Micu, D. (2014). A method to improve economic performance evaluation using clasification tree models. *European journal of business and social science*, 3(4):249-259.
9. Savić, M. (2006). Principal components analysis of employment in Eastern Europe. *Panoeconomicus*, 4: 427-437.
10. Savić, M. i Mihajlović-Mihić, S. (2010). Varijacije na tržištima rada u Evropi sa aspekta pola. *Stanovništvo*, 2:53-74.
11. Žmuk, B. i Morović, A. (2015). Statistička analiza trendova u turizmu u zemljama Evropske unije pomoću odabranih pokazatelja turističke potražnje. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, XIII(1): 19-38.
Izvori podataka:
12. International Monetary Fond (IMF), elektronska baza podataka [<http://www.imf.org>].
13. Zavod za statistiku Crne Gore – *MONSTAT*, [<http://www.monstat.org>].

ZAŠTITA OSIGURAVAJUĆIH DRUŠTAVA OD RIZIKA REZERVISANJA U NEŽIVOTNOM OSIGURANJU U CILJU POVEĆANJA NJIHOVE KONKURENTNOSTI

Dr Slavica Jovetić*

Apstrakt: Rizik je ključna determinanta postojanja osiguravajućih društava. Preuzimajući različite profile rizika fizičkih i privrednih subjekata, osiguravači povećavaju rizik svog funkcionisanja. Osnovni postulat funkcionisanja osiguravajućih društva, o nadoknadi štete svojih osiguranika, prvenstveno zavisi od dve ključne kategorije: premije osiguranja i visine novčanih fondova usmerenih za njihovu isplatu, odnosno tehničkih rezervi. U radu je analizirana struktura tehničkih rezervi, na podacima poslovanja 15 osiguravajućih društava u Republici Srbiji u 2011. i 2013. godini, radi utvrđivanja funkcionalne zavisnosti između komponenti tehničkih rezervi i ukupnih tehničkih rezervi osiguravača, a zatim i međuzavisnost premije osiguranje i visine kako komponenti tako i iznosa ukupnih tehničkih rezervi. Detektovana jaka korelacija između premije osiguranja i visine ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na neophodnost konstantne i jake regulativne supervizije nad esencijalnim operacijama osiguravača - formiranju cena osiguranog pokrića i formiranju adekvatnog nivoa tehničkih rezervi. Rezultati analize kvantitativnog ali i kvalitativnog slaganja svake komponente tehničkih rezervi i ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na visok nivo kontrole solventnosti i rigidnog nadzora nad formiranjem tehničkih rezervi. Osim toga, prisutna je i svest osiguravača da bilo kakve manipulacije o nivou tehničkih rezervi mogu da naruše solventnost njihovog poslovanja, upravo zbog jake povratne sprege između procesa tarifiranja i procesa rezervisanja. Rast konkurentnosti na tržištu, kroz visinu premije osiguranje, osiguravači mogu povećati samo kvalitetnim i brzim odgovorom na zahteve svojih korisnika, odnosno kroz dovoljan iznos tehničkih rezervi. Samim tim, multidimenziona zaštita osiguravača od brojnih, kako internih tako i eksternih faktora koji mogu zamagliti percepcije i pojačati rizik rezervisanja, rezultiraće većim i dominantnijim učešćem na tržištu osiguranja.

Ključne reči: ciklus osiguranja, ciklus rezervisanja, tehničke rezerve, neživotna osiguravajuća društva, premija osiguranje

Uvod

Konceptualna baziranost postojanja i funkcionisanja osiguranja na riziku, izlaže osiguravajuća društva ne samo rizicima sa kojima se susreću ostali privredni i fizički akteri, već i nizu specifičnih rizika. Da bi odgovorili na sve zahteve svojih konzumenata, osiguravači moraju obezbediti finansijsku sposobnost da apsorbuju monetarne iznose realizovanih rizika. Osiguranici uplatom premije osiguranja stiču osigurano pokriće za neželjene posledice brojnih opasnosti koji mogu narušiti njihovo funkcionisanje. Uplaćena premija osiguranja mora da odgovori mnogim zahtevima, kako finansijskim tako i tržišnim. Naime, njen iznos mora da bude pandan ne samo visini nastalih šteta i troškova vezanih sa sticanje i realizaciju osigurane zaštite, već treba da bude dostupna što širem broju korisnika i konkurentna na tržištu. Kako osnovni prihod, ali i obaveze osiguravača, proizilaze iz naplaćenih premija, procena njihovih iznosa je relevantna za solventno poslovanje i zbog činjenice da one učestvuju u akumulaciji novčanih sredstava neophodnih za isplate šteta osiguranika – tehničkih rezervi. Glavni atribut spremnosti osiguravača da odgovori na sve preuzete obaveze su tehničke rezerve. Zakonska regulativa, opšte prihvaćeni međunarodni

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: sjovetic@kg.ac.rs

računovodstveni standardi poslovanja, kao i osnovni aksiom funkcionisanja osiguravajućih kompanija, nalaže da one moraju biti sposobne da u svakom trenutku odgovore na zahteve svojih korisnika. “Procena rezervi za štete može materijalno uticati na finansijsko stanje jedne firme, uključujući nivo suficita, prijavljen nivo profita, plaćanje poreza, određivanje cena, alokaciju kapitala i finansijske pokazatelje, koji mogu da postave firmu pod strogu regulatornu pažnju i uticati na strategije koje firme mogu da nastave“ (Zhang & Browne, 2013).

Regulatorni imperative o formiranju tehničkih rezervi proizilazi iz vremenske distance između naplate premije i isplate šteta. Zakonski okvir u Republici Srbiji (Zakon o osiguranju, 2014) nalaže osiguravajućim društvima, u zavisnosti od vrsta osiguranja, odnosno prirode preuzetih rizika, obavezu formiranja: rezervi za prenosne premije, rezervi za neistekle rizike, rezervi za bonuse i popuste, rezervisane štete, matematičku rezervu, rezervu za osiguranje kod kojih su osiguranici prihvatili da učestvuju u investicionom riziku, rezervu za izravnjanje rizika, kao i drugih rezervi potrebnih za pokriće očekivanih budućih obaveza i rizika, koji nisu obuhvaćeni navedenim rezervama. Dok su rezerve za prenosne premije usmerene na pokriće obaveza iz polisiranih premija, koje mogu nastati u narednom vremenskom periodu prema ugovorima iz tekućeg perioda, rezerve za neistekle rizike služe kao dopuna prethodnih rezervi; rezerve za bonuse i popuste služe za isplate osiguranicima i korisnicima osiguranja u narednim periodima po osnovu učestvovanja u dobiti, budućim delimičnim sniženjem premije osiguranja ili povraćaja dela premije; rezervisane štete obuhvataju procenjene iznose namenjene isplati šteta, kako prijavljenih tako i neprijavljenih, kao i troškova vezanih sa rešavanjem i isplatom šteta; matematička rezerva, kao i rezerva za osiguranja kod kojih su osiguranici prihvatili da učestvuju u investicionom riziku, se formira za izmirenje sadašnje vrednosti budućih obaveza proisteklih iz ugovora o životnom osiguranju; rezerva za izravnjanje rizika se obavezno formira kod osiguranja kredita, a može se formirati i kod drugih vrsta neživotnih osiguranja, radi vremensko izravnjanje toka šteta.

Tačnost u proceni neizvesnog iznosa budućih isplata osiguranicima, reflektovanog kroz nivo tehničkih rezervi, u mnogome utiče na pravilno donošenje strateških i finansijskih odluka. Međutim, interesi i prioriteti zainteresovanih za njihovu visinu, mogu da budu različiti. Dok je za menadžment osiguravajućih društava visina tehničkih rezervi neophodan input o mogućnosti maksimiziranja profitabilnosti i daljeg razvoja društva, regulatori kroz njihov iznos prate solventnost osiguravača, u cilju blagovremene zaštite osiguranika, koji su zainteresovani za brzinu i adekvatnu isplatu nastalih gubitaka.

Rizici u obavljanju delatnosti osiguranja

Osim rizika kojima su izloženi svi privredni i tržišni akteri, osiguravajuća društva se, usled prirode svog postojanja i funkcionisanja, suočavaju sa specifičnim vrstama rizika, čija struktura, sa razvojem nauke i tehnike, konstantno evoluira. U cilju procene i postavljanja relevantnih kvantitativnih okvira solventnosti, odnosno kapitalnih zahteva, koji bi osiguravačima obezbedili solventno poslovanje, na inicijativu Međunarodne asocijacije supervizora osiguranja (International Association of Insurance Supervisors - IAIS), Međunarodno udruženje aktuara (International Actuarial Association – IAA) je 2002. godine formiralo Radnu grupu, sa zadatkom formiranja strukture sistema za procenu solventnosti zasnovane na rizicima osiguravača. Naglašavajući da poslovne operacije osiguravača mogu dovesti do interne zavisnosti pojedinih rizika, pa time i do neophodnosti integrisanog pristupa riziku, Radna grupa je sve rizike osiguravača kategorizovala u četiri osnovne grupe: rizik osiguranja, tržišni rizik, operativni rizik i rizik likvidnosti (IAA, 2004). Narodna banka Srbije, u okviru Odluke o sistemu upravljanja u društvu za osiguranje/reosiguranje, je ovu

kategorizaciju proširila, navodeći da “društvo je u svom poslovanju izloženo ili može biti izloženo naročito sledećim rizicima: 1) riziku osiguranja, 2) tržišnom riziku, 3) riziku neispunjenja obaveza druge ugovorne strane, 4) riziku likvidnosti, 5) operativnom riziku, 6) pravnom riziku, 7) drugim značajnim rizicima”.

Komitet evropskih supervizora osiguranja i penzionih planova (CEIOPS), kod neživotnih osiguravača, rizik osiguranja definiše kao: “Rizik od gubitka ili nepovoljne promene u vrednosti obaveza osiguranja usled neadekvatne cene i rezervisanja” (CEIOPS, 2009). Pri tome, rizik određivanja cene osiguranja podrazumeva rizik da će troškovi i štete (nastale ili one koje će nastupiti) biti veći od naplaćenih premija. Ovaj premijski rizik nastaje zbog neizvesnosti o dužini vremenskog horizonta, u vreme izdavanja polise osiguranja. Samim tim, ova neizvesnost indukuje rizik određivanja premijske stope, precizne rokove i uslove polise osiguranja kao i precizan miks i obim poslovanja osiguravača. Rizik rezervisanja se definiše kao rizik da će stvarni troškovi šteta, za obaveze nastale pre datuma procene štete, odstupiti od očekivanja ili postavljenih pretpostavki.

Izvori grešaka rezervisanja

Aktivnost osiguravača je izložena riziku procene sadašnjih i budućih obaveza, koje mogu nastati iz zaključenih ugovora o osiguranju. Međunarodna asocijacija supervizora osiguranja apostrofira, kao osnovni cilj supervizije osiguranja, zaštitu osiguranika kroz sistemski nadzor, kako kvalitativnih tako i kvantitativnih elemenata njihovog solventnog poslovanja. Brojne studije i analize poslovanja osiguravača širom Evropske unije detektovale su visinu tehničkih rezervi kao jednog od glavnih repera kolapsa posebno neživotnih osiguravajućih društava. Potcenjena vrednost tehničkih rezervi, usled koje se ne mogu kompenzovati potraživanja korisnika, već se u tu svrhu moraju angažovati druga sredstva osiguravača, je prepoznata kao jedan od glavnih uzroka bankrota osiguravajućih društava. Ali i precenjeni iznos tehničkih rezervi, poželjan sa stanovišta osiguranika i supervizora, može takođe indukovati osiguravačima probleme, jer prekorezervisanje smanjuje tehnički rezultat poslovanja.

Greške u formiranju rezervi mogu biti indukovane brojnim faktorima koji mogu biti interne ili eksterne prirode. Među internim faktorima dominantni su:

- neadekvatni nivo premije,
- neadekvatne metode obračuna rezervi,
- nedovoljnost pouzdanih i potpunih istorijskih podataka,
- pogrešno tumačenje raspoloživih podataka,
- problemi određivanja udela reosiguravača,
- procena troškova za isplatu šteta, itd.

Spoljni faktori su u korelaciji sa makroekonomskim uslovima na tržištu među kojima su:

- nepredvidive fluktacije frekvencije šteta,
- disproporcija sa veličinom portfelja osiguranja usled katastrofalnih događaja,
- pravne, političke ili ekonomske promene,
- ukupna inflacija i inflacija povezana sa određenom klasom rizika,
- promene u ponašanju osiguranih lica, i
- socijalne i druge promene koje utiču na krajnji iznos šteta.

Istraživački interes o varijabilnosti tehničkih rezervi rezultirao je brojnim radovima, koji su detektovali, kao potencijalne uzroke njihove neizvesnosti:

- nesavršenost aktuarskih tehnika formiranja rezervi i
- manipulacije koje preduzima menadžment.

Aktuarski modeli su usmereni na projekciju frekvencije, vremena i iznosa potencijalnih šteta. Razvijene su brojne tehnike koje, zasnovane na iskustvima iz prošlosti, ne mogu apsolutno odgovarati aktuelnim informacijama, pa predstavljaju izvor nepreciznosti i grešaka. Uspostavljanje rezervi je uglavnom zasnovano na prikupljenim informacijama o štetama osiguravača, na osnovu kojih aktuari generišu predviđanja o budućim plaćanjima i pratećim troškovima. Najveća neizvesnost predstavlja buduća evolucija rezervi za štete, odnosno rezervi za nastale ali neprijavljene štete, sa akutnim problemom procene različitih dimenzija potencijalnih potraživanja.

Projekcija koju aktuari naprave može odstupati od stvarnog iznosa prijavljenih tehničkih rezervi. Konačna ocena o nivou rezervi leži na menadžmentu, pa nije neuobičajeno da rezerve budu više ili niže od aktuarske najbolje procene. Proces formiranja rezervi zapravo predstavlja kombinaciju aktuarske procene i korekcije koje preduzima više rukovodstvo. Motiv menadžera da manipuliše nivoom tehničkih rezervi može biti nivo prihoda (Anderson, 1971; Smith, 1980; Weiss, 1985; Grace, 1990), smanjenje poreza (Diacon, Fenn & O'Brien, 2003; Grace & Leverty, 2005; Gaver & Paterson, 2004; Penalva, 1998), izbegavanje regulatornog nadzora (Petroni, Ryan & Wahlen, 2000; Beaver, McNichols & Nelson, 2003; Gaver & Paterson, 2004), kao i opravdavanje nivoa premijskih stopa (Penalva, 1998; Nelson, 2000). Sve više studija ukazuje na činjenicu da je opreznost menadžmenta u donošenju odluke o konačnom iznosu tehničkih rezervi indukovana ciklusom osiguranja i ciklusom formiranja rezervi. Ciklus osiguranja je ciklično kretanje profita osiguravača, koje karakterišu sledeće faze (General Insurance Convention, 2008):

- visoka profitabilnost na tržištu osiguranja,
- ulazak novog kapitala na tržište, ili kroz prisustvo novih osiguravača ili povećanje udela na tržištu već prisutnih osiguravača,
- povećana konkurencija snižava premijske stope,
- pad premijskih stopa inicira pad profita,
- tržište postaje neprofitabilno,
- osiguravači napustaju tržište ili smanjuju svoje učešće na tržištu,
- smanjuje se konkurencija,
- dolazi do povećanja premijskih stopa i
- dolazi do povećanja profita pa ciklus opet počinje.

„Trajanje jednog ciklusa je, istorijski posmatrano, ograničeno na tipične periode od pet do sedam godina. Za različite zemlje različiti su i podaci za trajanje ciklusa. Na primer, u Italiji zabeleženo trajanje ciklusa iznosilo je 4,84 godine, u Australiji 5,18 godina, u Japanu 7,07 godina, u SAD 7,39 godina, u Francuskoj 10,19 godina a u Holandiji čak 12,03 godine.“ (Njegomir, 2006)

U toku ovakvog stanja na tržištu, praksa je ukazala na tendenciju da rukovodstvo opreznije sprovodi proces formiranja rezervi na početku ciklusa osiguranja ali i da je ono agresivnije u rezervisanju šteta u kasnijim fazama ovog ciklusa. Tokom trajanja "teškog" tržišta, osiguravajuće društvo će biti profitabilno i fleksibilnije u postavljanju rezervi, tako da je njihov krajnji iznos iznad aktuarske procene. S druge strane, tokom "mekog" tržišta, osiguravajuće društvo će biti finansijski ograničeno, što povećava verovatnoću da visina prijavljenih rezervi bude znatno ispod aktuarske procene. Ukoliko rukovodstvo usvoji takav obrazac intervencije, dolazi do ciklusa rezervisanja, bez obzira da li takav obrazac postoji u aktuarskim projekcijama. Jedan od glavnih problema razumevanja ciklusa rezervisanja je

nepostojanje jasnih dokaza da li ciklus nastaje iz aktuarskih procesa/intervencije rukovodstva ili njihovom kombinacijom.

Organizacioni odbor istraživanja opšteg osiguranja (General insurance research organising committee-GIRO) je dokazao postojanje ciklusa osiguranja i ciklusa rezervisanja u Velikoj Britaniji (Line et al., 2003), ukazujući na činjenicu da aktuarska projekcija može uticati na ciklus rezervisanja. Dajući aktuarima neke predloge u cilju minimiziranja njihovog subjektivnog mišljenja i uticaja, sugerisali su da postojanje ovih ciklusa treba uzeti u obzir prilikom projektovanja tehničkih rezervi.

Empirijsko istraživanje rezervisanja u Republici Srbiji

Identifikovani uticaj neadekvatnog iznosa tehničkih rezervi, kao glavnog uzroka nelikvidnosti neživotnih osiguravajućih društava, potencirao je ulogu aktuara i menadžmenta u postavljanju razumnog i opreznog nivoa iznosa potrebnog da obezbedi solventno poslovanje. Brojne sofisticirane tehnike i kompjuterske simulacije, pri kalkulaciji rezervi za buduće potencijalne isplate, još uvek nisu uspele da odgovore na pitanje koja je tehnika najadekvatnija u određenoj klasi poslovanja. Inherentna neizvesnost, posebno u obračunu rezervi za štete, čini njihovu kalkulaciju izuzetno subjektivnom i usmerenom na ekspertizu aktuara. Suočeni sa brojnim problemima i izazovima u određivanju visine rezervi za štete, bez sigurnog metodološkog oslonca, aktuari primenjuju različite raspoložive tehnike, da bi njihovi rezultati mogli da odrede rang razumne procene. Ali konačna odluka o visini projektovanih rezervi zavisi od konačne procene menadžmenta o poslovno-tržišnim kako internim tako i eksternim uticajima. Kako pravovremena isplata šteta, odnosno zaštita korisnika osiguranje, zavisni od adekvatnog nivoa tehničkih rezervi, empirijsko istraživanje je usmereno na strukturu tehničkih rezervi neživotnog osiguranja. Predmet analize su osnovne komponente tehničkih rezervi, čije formiranje je, po zakonu o osiguranju iz 2005. godine, bila obaveza osiguravača: rezerve za prenosne premije (RPP), rezerve za štete (RŠ) i rezerve za izravnjanje rizika (RIR) kao i premije (PR) neživotnih linija osiguranja kod kompozitnih osiguravajućih društava, odnosno osiguravača koji u portfelju imaju i životna osiguranja. Cilj istraživanja je da se utvrdi funkcionalna zavisnost elemenata ukupnih tehničkih rezervi (UTR) i premija osiguranja kao i da se izmeri uticaj visine pojedinih komponenti na iznos ukupnih tehničkih rezervi, prema rezultatima poslovanja izabranih osiguravajućih društava u 2011. godini i 2013. godini.

Istraživanje obuhvata 15 osiguravajućih društava, od toga je pet osiguravača sa domaćim kapitalom, ostalih 10 posluju u Republici Srbiji, ali su u većinskom stranom vlasništvu. Prikupljeni podaci o promenljivama odnose se na sledeća osiguravajuća društva:

- domaća - AMS osiguranje, Dunav osiguranje, Energoprojekt, Globos i Takovo-osiguranje i
- strana: AS, Basler, DDOR Novi Sad, Generali osiguranje, Grawe, Milenijum osiguranje, Sava osiguranje, Triglav osiguranje, Uniqa i Wiener Städtische.

Visini pojedinih komponenti, kao i ukupnih tehničkih rezervi i naplaćenih premija osiguranja, korišćeni za istraživanje, preuzeti su sa sajta Narodne banke Srbije (NBS) (http://www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html) a sačuvani su u bazi podataka IBM SPSS Statistic 19 i Microsoft Exel 2007, a obrađeni pomoću kompjuterskih programa IBM SPSS Statistic 19. Za određivanje statističke značajnosti korišćen je nivo poverenja $\alpha = 0,01$.

Kako bi se detektovao uticaj i manipulacija menadžmenta na nivo tehničkih rezervi, ispitivano je postojanje i stepen kvantitativnog slaganja između navedenih promenljivih. Naime, ispitivano je slaganje nivoa pojedinih komponenti tehničkih rezervi sa visinom

iskazanih tehničkih rezervi u finansijskim izveštajima kao i stepen kvantitativnog slaganja premija osiguranja sa nivoom ukupnih tehničkih rezervi.

Kao odgovarajući statistički instrument za ovu analizu, korišćen je koeficijent korelacije, jer on pored jačine pokazuje i smer zavisnosti između pojava, odnosno uzima vrednosti iz intervala $[-1;1]$, tako da važi: $-1 \leq R \leq 1$. Ako je koeficijent korelacije -1 , onda se izvodi zaključak da postoji idealno inverzno kvantitativno slaganje između pojava. U slučaju da je koeficijent korelacije blizak 1 izvodi se zaključak da postoji visok stepen pozitivne korelacije između promenljivih. Koeficijent proste linearne korelacije uzorka se definiše kao kvadratni koren iz koeficijenta determinacije. Koeficijent proste linearne korelacije u uzorku je:

$$R = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}, \text{ a može se izračunati i sa: } R = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}},$$

Osnovna pretpostavka hipoteze o njegovoj statističkoj značajnosti je da je zajednički raspored posmatranih promenljivih normalan raspored. Kako izvršeno istraživanje obuhvata 15 osiguravajućih društava izvršen je test normalnosti posmatranih veličina za 2011.godinu i 2013.godinu i ustanovljeno da nijedna od posmatranih veličina nema normalan raspored. Rezultati Kolmogorov-Smirnov-og i Shapiro-Wilk-og testa dati su u tabelama 1a i 1b.

Zbog nepostojanja normalnog zajedničkog rasporeda, za analizu korelacije posmatranih veličina korišćen je neparametarski metod korelacije, zasnovane na rangiranim podacima i pretpostavci o neprekidnosti rasporeda osnovnog skupa (populacije)-Spirmanov (Spearman) koeficijent korelacije ranga- ρ_s . Njegova optimalna ocena, sa maksimalnom verodostojnošću, je koeficijent korelacije ranga uzorka, koje se obeležava simbolom R_s a definiše se i određuje sa:

$$R_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^n d_i^2}{n \cdot (n^2 - 1)}.$$

gde je $d_i = W_{x_i} - W_{y_i}$ razlika između ranga promenljive $X (W_{x_i})$ i ranga promenljive $Y (W_{y_i})$, d_i^2 je kvadrat te razlike, a n predstavlja veličinu uzorka, odnosno broj posmatranih parova podataka.

Tabela 1a: Test normalnosti podataka iz 2011. godine

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
UTR	.325	60	.000	.737	60	.000
RŠ	.282	60	.000	.745	60	.000
RPP	.290	60	.000	.700	60	.000
RIR	.357	60	.000	.567	60	.000
PR	.257	60	.000	.665	60	.000

Izvor: Autorov proračun na podacima preuzetim od NBS

		Pearson -ov test korelacije					Spearman-ov test korelacije				
		UTR	RŠ	RPP	RIR	PR	UTR	RŠ	RPP	RIR	PR
		I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V
RIR	Correlation	.860**	.848**	.822**	1	.815**	.817**	.720**	.836**	1.000	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.	.000
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
PR	Correlation	.869**	.853**	.863**	.815**	1	.926**	.862**	.925**	.805**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: Autorov proračun na podacima preuzetim od NBS

U tabeli 2b dati su rezultati testova korelacije između tehničkih rezervi, njenih komponenti i premije osiguranja na kvartalnim podacima posmatranih 15 osiguravača za 2013. godinu.

Tabela 2b: Matrica korelacije između premije osiguranja, tehničkih rezervi i komponenti tehničkih rezervi za 2013.godinu

		Pearson -ov test korelacije					Spearman-ov test korelacije				
		UTR	RŠ	RPP	RIR	PR	UTR	RŠ	RPP	RIR	PR
		I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V
UTR	Correlation Coefficient	1	.988**	.484**	.390**	.864**	1.000	.930**	.219	.413**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.	.000	.093	.001	.000
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
RŠ	Correlation Coefficient	.988**	1	.477**	.397**	.850**	.930**	1.000	.221	.413**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.000	.	.089	.001	.000
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
RPP	Correlation Coefficient	.484**	.477**	1	.812**	.460**	.219	.221	1.000	.786**	.144
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.093	.089	.	.000	.271
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
RIR	Correlation	.390**	.397**	.812**	1	.386**	.413**	.413**	.786**	1.000	.353**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000		.002	.001	.001	.000	.	.006
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
PR	Correlation	.864**	.850**	.460**	.386**	1	.889**	.845**	.144	.353**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.271	.006	.
	n	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Izvor: Autorov proračun na podacima preuzetim od NBS

Pearson-ov test korelacije detektuje visoku međuzavisnost, skoro identičnu kao i u 2011. godini, između ukupnih tehničkih rezervi i premije osiguranja, tako da je i ovde odbačena nulta a prihvaćena alternativna hipoteza, o značajnoj korelaciji ovih posmatranih veličina. Međutim, korelacija između tehničkih rezervi i odgovarajućih komponenti ukazuje na osetni pad korelacije između tehničkih rezervi i rezervi za prenosne premije i rezervi za izravnjanje rizika, mada je korelacija i ovde verifikovana tj prihvaćena je alternativna a odbačena nulta hipoteza. Rezultati Spearman-ovog testa korelacije odbacuju nultu a prihvataju alternativnu hipotezu o međuzavisnosti između premija osiguranja i tehničkih rezervi, odnosno visina ovog koeficijenta odbacuje međuzavisnost ovih veličina. Isto tako, Spearman-ov koeficijent korelacije verifikuje alternativnu hipotezu o nepostojanju međuzavisnosti između tehničkih rezervi i rezervi za prenosne premije a ukazuju i na nekorelisanost rezervi za prenosne premije i rezerisanih šteta.

Jaka korelacija između premije osiguranja i visine ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na neophodnost konstantne i jake regulativne supervizije nad esencijalnim operacijama osiguravača - formiranju cena osiguranog pokrića i formiranju adekvatnog nivoa tehničkih rezervi. Rezultati analize kvantitativnog ali i kvalitativnog slaganja svake komponente tehničkih rezervi i ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na visok nivo kontrole solventnosti i rigidnog nadzora nad formiranjem tehničkih rezervi. Osim toga, prisutna je i svest osiguravača da bilo kakve manipulacije o nivou tehničkih rezervi mogu da naruše solventnost njihovog poslovanja, upravo zbog jake povratne sprege između procesa tarifiranja i procesa rezervisanja. Aktuarska ekspertiza i njihova kontinuirana edukacija svakako su okosnica kvalitativnog odgovora na rizike sa kojima se susreću prilikom procene brojnih neizvesnosti, konherentnih procesu rezervisanja u neživotnom osiguranju. "Očekivani rapidan rast domaćeg tržišta osiguranja je usporen zbog lošeg socijalnog položaja stanovništva i nedovoljnih investicionih potencijala za razvoj privrede i industrije. Multinacionalni osiguravači, prisutni uz domaća osiguravajuća društva, učinili su tržište osiguranja isuviše koncentrovanim" (Djurić, 2015). Nelojalna konkurencija velikog broja osiguravača, prisutna u tržišnoj utakmici osiguravajućih društava, kroz širok dijapazon cena osiguranih rizika, loše utiče na poverenje korisnika. Kako je detektovana jaka korelacija između premija osiguranje i visine ukupnih tehničkih rezervi, nesumnjivo da konkurentnost na tržištu, kroz visinu premije osiguranje, osiguravači mogu povećati samo kvalitetnim i brzim odgovorom na zahteve svojih korisnika, kroz dovoljan iznos tehničkih rezervi. Samim tim, multidimenziona zaštita osiguravača od brojnih, kako internih tako i eksternih faktora rezultiraće i njihovim većim učešćem na tržištu osiguranja.

Zaštita osiguravača na nerazvijenim tržištima osiguranja od rizika rezervisanja

Značaj adekvatnog obračuna tehničkih rezervi u neživotnom osiguranju indukovao je brojne studije na nivou Evropske unije, kao što su Milerov izveštaj (Müller, 1997), Magnatijev izveštaj (Manghetti, 2000), KPMG izveštaj (KPMG, 2002), izveštaj radne grupe o solventnosti neživotnih osiguravajućih društava (European Commission, 2002). Međunarodni odbor supervizora osiguranja (International Association of Insurance Supervisors–IAIS), u saradnji sa organizacijom za reformu i jačanje finansijskog sektora (FIRST), je pokrenuo projekat za pomoć zemljama u razvoju, prepoznajući njihove probleme u ovoj oblasti, naglašavajući da dobro regulisan sektor osiguranja značajno doprinosi veličini, stabilnosti i raznovrsnosti finansijskog sektora i ima pozitivan uticaj na smanjenje siromaštva. Apostrofirajući kvalitet i kvantitet raspoloživih podataka i adekvatne informacione sisteme, kao preduslov dobre rezervacije, date su brojne sugestije o prevazilaženju problema i zaštiti osiguravača od brojnih rizika rezervisanja (IAIS, 2006). U skladu sa međunarodnim regulatornim standardima preporuka je da:

- tehničke rezerve treba da obuhvate rezerve za prijavljene neisplaćene štete, rezerve za nastale neprijavljene štete (IBNR), rezerve za prenosne premije, rezerve za neistekle rizike i rezerve sigurnosti;
- rezerve za prenosne premije treba obračunavati metodom dvadesetčetvrtina ili metodom *pro rata temporis*, u zavisnosti od količine kredibilnih podataka;
- rezerve za prijavljene neisplaćene štete treba formirati na osnovu procene svakog zahteva pojedinačno, oslanjajući se na procene kvalifikovanog i iskusnog aktuaru umesto na statističke metode;
- rezerve za ponovo otvorene štete bi trebalo formirati na osnovu istorijskih podataka o realnoj sposobnosti osiguravača da proceni buduća potraživanja, stavovima osiguranika o isplaćenim štetama i trenda u sudskim presudama za vanparnična potraživanja. Kako

su ovi podaci teško dostupni, ova rezerva može biti proizvoljno postavljena na nivou od 5% IBNR rezervi;

- rezerve za neistekle rizike treba postaviti na osnovu stope štete za svaku liniju poslovanja. Ukoliko je njihov iznos veći od rezervi za prenosne premije, nesumljivo je da su premijske stope neadekvatne, pa je neophodno uspostavljanje dodatnih rezervi za neistekle rizike, čiji iznos treba da pokrije ovu razliku;
- rezerve za izravnjanje rizika treba postaviti na nivo od 10% kumulativnog iznosa svih prethodnih rezervi, izuzimajući rezerve za prijavljene a neisplaćene štete;
- rezerve za nastale neprijavljene štete treba da obuhvate troškove rešavanja nastalih potraživanja, a njihov iznos ne bi trebao biti ispod 5% neto prihoda od premija;
- solventnost poslovanja treba pratiti preko sledeće tri ključne oblasti: vrednosti dugoročnih obaveza osiguravača, vrednosti ulaganja i margine solventnosti.

Odluke Narodne banke Srbije, relevantne za obračun navedenih količina rezervi i margine solventnosti su konvergentne datim predlozima.

Zaključak

Razvoj i dominantnija implementacija osiguranja u privredno–ekonomski ambijent Republike Srbije, kao i razvojni potencijal osiguranja, leže u jačanju poverenja korisnika da će kvalitet i kvantitet osiguranog pokrića njihovih materijalnih gubitaka odgovoriti njihovom očekivanju. Jaka korelacija između premije osiguranja i visine ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na neophodnost konstantne i jake regulativne supervizije nad esencijalnim operacijama osiguravača - formiranju cena osiguranog pokrića i formiranju adekvatnog nivoa tehničkih rezervi. Rezultati analize kvantitativnog ali i kvalitativnog slaganja svake komponente tehničkih rezervi i ukupnih tehničkih rezervi ukazuju na visok nivo kontrole solventnosti i rigidnog nadzora nad formiranjem tehničkih rezervi. Osim toga, prisutna je i svest osiguravača da bilo kakve manipulacije o nivou tehničkih rezervi mogu da naruše solventnost njihovog poslovanja, upravo zbog jake povratne sprege između procesa tarifiranja i procesa rezervisanja. Aktuarska ekspertiza i njihova kontinuirana edukacija svakako su okosnica kvalitativnog odgovora na rizike sa kojima se susreću prilikom procene brojnih neizvesnosti, konherentnih procesu rezervisanja u neživotnom osiguranju. Nelojalna konkurencija velikog broja osiguravača, prisutna u tržišnoj utakmici osiguravajućih društava, kroz širok dijapazon cena osiguranih rizika, loše utiče na poverenje korisnika. Kako je detektovana jaka korelacija između premija osiguranje i visine ukupnih tehničkih rezervi, nesumnjivo da konkurentnost na tržištu, kroz visinu premije osiguranje, osiguravači mogu povećati samo kvalitetnim i brzim odgovorom na zahteve svojih korisnika, kroz dovoljan iznos tehničkih rezervi. Samim tim, multidimenziona zaštita osiguravača od brojnih, kako internih tako i eksternih faktora rezultiraće i njihovim većim učešćem na tržištu osiguranja.

Reference

1. Anderson, Dan R. (1971). Effects of Under and Over-valuations In Loss Reserves. *Journal of Risk & Insurance*, 38, 585-600.
2. Beaver, W. H., Maureen F. McNichols, & Karen K. Nelson. (2003). Management of the Loss Reserve Accrual and the Distribution of Earnings in the Property-Casualty Insurance Industry. *Journal of Accounting and Economics*, 35(3), 347-76.
3. CEIOPS (2009). Advice for Level 2 Implementing Measures on Solvency II: SCR standard formula. Article 111: Non- Life Underwriting Risk, <https://eiopa.europa.eu/>

4. Diacon, Stephen R., Paul T. Fenn & Chris O'Brien. (2003). How Accurate are the Disclosed Provisions of UK General Insurers? *Nottingham University Business School. Working Paper*. <http://www.nottingham.ac.uk/business/cris/papers/>
5. Djurić, Z., Jovanović, Z. (2015). Izazovi u primeni Direktive o solventnosti II u Srbiji, *Evropska revija za pravo osiguranje*, 4/2015, 10-17.
6. European Commission. (2002). Report of the working group on non-life technical provisions to the IC Solvency Subcommittee". Working paper, MARKT/2529/02. http://europa.eu.int/comm/internal_market/insurance/solvency_en.htm
7. Gaver, Jennifer J. & Jeffrey S. Paterson. (2004). Do Insurers Manipulate Loss Reserves to Mask Solvency Problems?. *Journal of Accounting and Economics*, 37 (3), 393-416.
8. General Insurance Convention. (2008). The Implications of the Underwriting and Reserving Cycles for Reserving. <http://www.actuaries.org.uk/research-and-resources/documents/>
9. Grace, E.V. (1990). Property-Liability Insurer Reserve Errors: A Theoretical and Empirical Analysis. *Journal of Risk & Insurance*, 57 (1), 28-46.
10. Grace, M. F. & Leverty, J. T. (2005). Dupes or Incompetents? An Examination of Management's Impact of Property - Liability Insurer Distress. *Journal of Risk & Insurance*, 79, 751-783.
11. IAA (2004). A Global Framework for Insurer Solvency Assessment, A Report by the Insurer Solvency Assessment Working Party of the International Actuarial Association, 26 str.
12. International Association of Insurance Supervisors (IAIS). (2006). Technical Reserving Template for Non-life Insurance. www.firstinitiative.org/content/
13. KPMG. (2002). European Commission. Study into the methodologies to assess the overall financial position of an insurance undertaking from the perspective of prudential supervision.
14. Line, N. (2003). The Cycle Survival Kit: An Investigation into the Reserving Cycle and Other Issues. *GIRO Working Party Report*. www.actuaries.org.uk/files/pdf/proceedings/giro2003/Line.pdf.
15. Manghetti, G. (2000). Report: Technical provisions in non-life insurance. *Conference of the Insurance Supervisory Authorities of the Member States of the European Union*.
16. Müller, H. (1997). Report: Solvency of insurance undertakings. Conference of the Insurance Supervisory Authorities of the Member States of the European Union.
17. Nelson, K. K. (2000). Rate Regulation, Competition, and Loss Reserve Discounting by Property-Casualty Insurers. *The Accounting Review*, 75, 1, 115-138
18. Njegomir, V. (2006). Ciklični karakter industrije osiguranja i reosiguranja. *Industrija*, 50, Savez računovođa i revizora Srbije, Beograd, 60-74.
19. Одлука о систему управљања у друштву за осигурање/реосигурање *Службени гласник РС*, бр. 51/2015
20. Penalva, A. F. (1998). Loss Reserves and Accounting Discretion in the Property- Casualty Insurance Industry, Accounting, Ph.D. Dissertation, University of California, Berkeley.
21. Petroni, K. R., Ryan, S. G. & Wahlen, M. J. (2000). Discretionary and Non- Discretionary Revisions of Loss Reserves by Property-Casualty Insurers: Differential Implications for Future Profitability, Risk and Market Value. *Review of Accounting Studies* 5 (2), 95-107.
22. Schmidt, K. (2008): Bornhuetter-Ferguson as a General Principle of Loss Reserving. *ASTIN Manchester*, 14-16.
23. Zhang, C. & Browne, M. (2013). Loss Reserve Errors, Income Smoothing and Firm Risk of Property and Casualty Insurance Companies. *Annual Meeting of the American Risk and Insurance Association*, Washington, D.C
24. Закон о осигурању, *Службени гласник РС*, бр. 139/2014.
25. Weiss, Mary. (1985). A Multivariate Analysis of Loss Reserving Estimates in Property-Liability Insurers. *Journal of Risk and Insurance*, 52(2), 199-221.

INTEGRISANA PRIMENA DEA I AHP METODA U EVALUACIJI ORGANIZACIONIH PERFORMANSI

Predrag Mimović*

Ana Krstić

Apstrakt: *Merenje učinaka u organizacijama je od ključnog značaja za efikasno i efektivno funkcionisanje ekonomskih sistema, jer se na taj način prati u kojoj meri se ostvaruju definisani ciljevi. Organizacione performanse se mere različitim metodama, kvantitativnim i kvalitativnim. Mnogi od poznatih metoda za ocenu i merenje organizacionih performansi uzimaju u obzir samo finansijske, a zanemaruju nefinansijske pokazatelje. Integralno obuhvatanje jednih i drugih pokazatelja, kombinovanom primenom više metoda, kao i poređenje njihovih rezultata, treba da omogući potpuniju i objektivniju meru organizacione performanse. Analitički hijerarhijski proces (AHP) predstavlja formalan okvir za rešavanje kompleksnih problema višekriterijumskog odlučivanja, kao i sistemsku proceduru za hijerarhijsko prikazivanje elemenata nekog problema. Analiza obavijanja podataka (DEA) predstavlja neparametarski pristup baziran na linearnom programiranju, koji omogućuje izračunavanje efikasnosti jedinica odlučivanja u okviru grupe organizacija. Cilj rada da je da se na primeru evaluacije rangiranja fakulteta u Republici Srbiji prevaziđu nedostaci AHP i DEA metoda korišćenjem novog, hibridnog DEAHP (Data Envelopment Analytic Hierarchy Process) modela. Ideja je da se DEA metod koristi za deriviranje lokalnih prioriteta elemenata odlučivanja iz matrice poređenja posmatranih elemenata u AHP modelu. Evaluacija organizacionih performansi pomoću hibridnog modela, odnosno integrisanom primenom AHP i DEA metoda, daje objektivnije rezultate i pouzdanija rešenja posmatranog problema i na taj način stvara kvalitetniju informacionu osnovu za donošenje dobrih odluka.*

Ključne reči: *višekriterijumska analiza, analitički hijerarhijski proces, analiza obavijanja podataka, efikasnost, organizacione performanse.*

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: mimovicp@kg.ac.rs

Uvod

Za efikasno funkcionisanje ekonomskih sistema od suštinske je važnosti kontinuirano merenje njihovog učinka. Merenje učinka je važno kako bi se u kontekstu unapred definisane misije i vizije preduzeća ili bilo koje druge organizacije, odgovarajuće strategije rasta i razvoja prevele u merljive ciljeve, što omogućuje ne samo da se izmeri napredak u ostvarivanju postavljenih ciljeva, već i razumevanje šta je to što dovodi do poboljšanja rezultata. Druge prednosti kontinuiranog merenja učinka mogu se odnositi na učvršćivanje odgovornosti i donošenje odluka u vezi s planiranjem operativnih aktivnosti i resursima neophodnim za realizaciju strateških ciljeva organizacije, razumevanje planiranih aktivnosti i jasnu komunikaciju sa očekivanjima na svim organizacionim nivoima.

Uspešan sistem performansi je skup mera performansi (to jest, merenje se koristi za kvantifikaciju efikasnosti i efektivnosti akcije) koje pružaju preduzeću korisne informacije za planiranje, realizaciju i kontrolu poslovnih aktivnosti. Informacije preuzete iz sistema merenja performansi moraju zauzvrat biti tačne, relevantne, blagovremene (pod uslovom u pravo vreme) i lako dostupne za osobe kojima je to potrebno. Osim toga, sistem mera performansi mora biti dizajniran tako da odražava najvažnije faktore koji utiču na produktivnost različitih procesa koji se mogu naći u preduzeću. Izrada takvog merenja performansi sistema je težak zadatak i šta je to što se može smatrati optimalnim sistemom mera performansi, će se razlikovati od slučaja do slučaja (Tangen, 2005). Pri tome, veoma je važno razumeti kako bi sistemi merenja učinka trebalo da se razvijaju i da se integrišu u modelima upravljanja organizacija.

Evaluacija organizacionih performansi je jedna od najvažnijih aktivnosti za sve menadžere i stakholdere. Kao alat koji im omogućuje da procene organizacione snage i slabosti, kao i kompetitivne prednosti u odnosu na konkurenciju, evaluacija organizacionih performansi stvara pretpostavke za definisanje smernica i izbor mera koje moraju biti preduzete u cilju prevazilaženja postojećih problema. Organizacione performanse su po pravilu višedimenzionalne i aficirane dejstvom brojnih faktora, kao što su: 1) finansijski faktori, kao indikator finansijske pozicije organizacije, 2) strateški faktori kvalitativne prirode, koji determinišu interne aktivnosti organizacije i njihovu povezanost s tržištem, 3) ekonomski faktori koji uključuju poslovno okruženje, itd. Agregacija svih ovih faktora u kompozitnu meru performanse (indeks globalne evaluacije) je subjektivan i kompleksan proces koji zavisi od sistema vrednosti i sistema preferencija donosioca odluka u procesu odlučivanja. Ovakvi zaključci su u potpunosti konzistentni s bazičnom paradigmom višekriterijumskog procesa odlučivanja, što je kao posledicu imalo brojna istraživanja mogućnosti primene višekriterijumskog odlučivanja u procesu evaluacije organizacionih performansi. U tabeli 1, dat je pregled nekih od aplikacija višekriterijumskog odlučivanja u procesu merenja i ocene organizacionih performansi.

Rad je strukturiran na sledeći način: najpre je dat pregled literature koja tangira problematiku evaluacije organizacionih performansi, s posebnim osvrtom na radove koji se baziraju na metodima primenjenim u ovom radu. Zatim su u kratko objašnjeni ključni teorijski postulati na kojima počivaju AHP, DEA i DEAHP metodi, nakon čega slede formiranje odgovarajućih modela, rešavanje problema, analiza i interpretacija dobijenih rezultata i zaključna razmatranja.

Tabela 1: Primena višekriterijumskog odlučivanja u merenju i oceni organizacionih performansi

Primena	Alternative	Kriterijumi	Problem	Tehnike	Najbolja alternativa
Primena višekriterijumskog odlučivanja na evaluaciju nastavničkih performansi i njihova procena	5 nastavnika T1 T2 T3 T4 T5	1. Interakcija sa studentima 2. Vreme potrebno za rešavanje problema (odlučivanje) 3. Posvećenost, preciznost, angažman 4. Pedagogija nastave	Pronaći najbolje nastavničke koristeći tehnike višekriterijumskog odlučivanja. Određivanje performansi i procena svakog nastavnika se rade odvojeno.	COPRAS - G	T3
Obuka i evaluacija performansi od strane instruktora uprave nauke pomoću fazi višekriterijumskog pristupa odlučivanju	4 instruktora Instruktor A Instruktor B Instruktor C Instruktor D	1. Stil nastave, 2. Individualne karakteristike i društveni odnosi, 3. Nivo znanja, 4. Poštovnje obrazovnih propisa, 5. Obrazovni alati	Pronaći najbolje izvršenu obuku i performansu od strane instruktora uprave nauke	FMCDM	Instruktor A
Procena zadovoljstva potrošača i analiza rentabilnosti pomoću višekriterijumskog odlučivanja	A1 A2 A3 A4	troškovi, pouzdanost, dostupnost, mogućnost održavanja, kvalitet napajanja	Istražiti odgovarajuće alate koji će omogućiti donosiocima odluka da ostvare svoje ciljeve	Analitičko hijerarhijski proces (AHP)	A2
Metod višekriterijumske analize baziran na interval vrednosti intuicije fazi skupova	1. Automobilska kompanija 2. Prehrambena kompanija 3. Kompjuterska kompanija 4. Kompanija oružja	1. Analiza rizika 2. Analiza rasta 3. Analiza uticaja na životnu sredinu	Pronaći najbolju kompaniju za ulaganje novca od 4 kompanije koristeći interval vrednosti intuicije fazi skupova	Interval vrednosti intuicije fazi informacije	A2>A4>A3>A1

Izvor: Aruldoss, M., Lakshmi, T.M., Venkatesan, V.P. (2013). A survey on multicriteria decision making methods and its applications *American Journal of Information Systems* 1, str. 38.

Pregled literature

U naučnoj i stručnoj literaturi, postoje brojna istraživanja koja se odnose na problem merenja organizacionog učinka. Tangen (2005). sve modele za merenje organizacionih performansi svrstava u tri kategorije: 1) prva klasa – potpuno integrisani modeli, 2) druga klasa – uravnoteženi, višedimenzionalni modeli i 3) treća klasa – finansijski, jednodimenzionalni modeli. Pun & White (2005). apostrofiraju mišljenja nekoliko autora o procesu merenja učinka, od kojih Zairi (1994). definiše merenje performansi kao sistematsko određivanje brojnih aktivnosti i ističe da je cilj merenja dobiti informacije koje će biti od koristi za brojne probleme i situacije sa kojima se suočava neka organizacija. Buxton & Ward (1998), naglašavaju da merenje učinka obuhvata različite mere koje su povezane sa upravljanjem performansama kroz postavljanje ciljeva, standarda i ciljeva za poboljšanje performansi preduzeća. Neely et al. (1995). ističu da je merenje učinka proces kvantifikacije efikasnosti i efektivnosti akcije koje vode performansama. Prema Sinclair & Zairi (1995). merenje performansi je usmereno na utvrđivanje koliko su preduzeća uspešna u postizanju svojih ciljeva, a mere performansi su numerički ili kvantitativni pokazatelji koji ukazuju na to koliko se svaki cilj se ostvaruje. Ghalayini & Noble (1997). uvode integrisani sistem merenja dinamičke performanse razvijen u saradnji sa kompanijom. Bourne et al. (2000). definišu okvir za analizu sprovođenja merenja učinka sistema i koriste ga za tumačenje tri uzdužne studije slučaja. Hudson et al. (2001). opisuju metod istraživanja za procenu adekvatnosti

strategijskog sistema merenja performansi za mala i srednja preduzeća. Kako navode Kennerley & Neely (2003). strategijsko merenje performansi omogućava preduzećima da usaglase svoje poslovne aktivnosti sa strategijom i ostvare praćenje učinka u kontekstu realizacije strategijskih ciljeva preduzeća. Prema tome, strategijsko merenje učinka se može definisati kao sistem merenja i izveštavanja, koji kvantifikuje stepen u kojem menadžeri postignu svoje ciljeve (Domanović, 2010). Na taj način preduzeće obezbeđuje osnovu i sredstva za upravljanje ključnim poslovnim procesima bolje razumevanje i realizaciju utvrđenih ciljeva, definisanje ključnih indikatora organizacionih performansi i povećanje zadovoljstva potrošača. Chenhall (2005). identifikuje integrisane informacije kao ključnu dimenziju strategijskog merenja učinka sistema, koji pomaže menadžerima da ostvaruju pozitivne strategijske rezultate.

Evaluacija organizacionih performansi po svojim karakteristikama je kompleksan problem višekriterijumskog odlučivanja i mora se rešavati metodama najmanje istog nivoa kompleksnosti. U naučnoj i stručnoj literaturi, kako je to već navedeno, postoje brojni radovi koji direktno ili indirektno obrađuju ovu problematiku, a mi ćemo pomenuti neke od najznačajnijih, sa aspekta teorijsko-metodološko-praktičnog doprinosa, a u kontekstu metodologije korišćene u ovom radu.

Nazarko i Šaparauskas (2014). u svojoj studiji ocenjuju efikasnost 19 univerziteta u Poljskoj, primenom CRS-CCR izlazno orijentisanih DEA modela, demonstrirajući korisnost i racionalnost primene DEA metoda u visokom obrazovanju; Basso & Funari (2001). vrše evaluaciju performansi 47 investicionih fondova primenom DEA metode, pokazujući da DEA metod može biti više nego korisna dopuna tradicionalnim pristupima merenju performansi; Feng i Bi (2004). kombinuju AHP i DEA metod u merenju efikasnosti razvojno-istraživačkih aktivnosti na univerzitetima. Na primeru 29 univerziteta u Kini, oni pokazuju da su univerziteti koji su poboljšali svoje menadžmentske aktivnosti, ostvarivali visoku efikasnost, što potvrđuje da je za univerzitete korisno da rade na poboljšanju procesa upravljanja;

O primeni hibridnog DEAHP metoda u merenju organizacionih performansi, pisali su Lin et al. (2011). na primeru evaluacije ekonomskih performansi lokalnih samouprava u Kini, ukazujući na snagu i sinergijski efekat integrisane primene ovih metoda; Mahapatra et al. (2015). na primeru Indijskih železara; Pakkar (2015). merenje finansijskih performansi osam kompanija u industriji čelika u Kini, Banwet and Deshmukh (2008). evaluacija performansi nacionalnih naučnoistraživačkih organizacija, Ar I Kurtaran (2013). evaluacija relativne efikasnosti komercijalnih banaka u Turskoj, Lee et al.(2012), merenje performansi u *Photovoltaics* industriji. Royendegh i Erol (2009). kombinuju DEA (Data Envelopment Analysis) i ANP (Analytic Network Process) u evaluaciji univerzitetskih performansi, itd.

Metodologija

Analitički hijerarhijski proces

Analitičko hijerarhijski proces daje kvalitativne mere jačine preference jednog mišljenja u odnosu na drugo, umesto da traži od pojedinaca da daju procene određenih vrednosti ishoda za svako mišljenje. Čitav pristup je baziran na konceptu poređenja parova kako bi se definisala važnost datog broja faktora, za neku specifičnu situaciju, pri čemu se koristi relativna skala za poređenje dva cilja istovremeno. Zato se za n ciljeva zahteva ukupno $n(n-1)/2$ poređenja.

Dve važne oblasti u AHP su skala poređenja koja se koristi i maksimalni broj ciljeva koji se uključuju u analizu. U mnogim studijama koje su rađene došlo se do zaključka da skala poređenja od 1-9, najbliže simulira ljudsko odlučivanje, pri poređenju faktora. Ova se skala generalno definiše na sledeći način:

Tabela 2: Skala poređenja 1-9.

Intenzitet relativne važnosti	Definicija	Objašnjenje
1	Jednaka važnost	Dve aktivnosti jednako doprinose cilju
3	Umerena važnost jednog u odnosu na drugi	Iskustvo i procena blago favorizuju jednu aktivnost u odnosu na drugu
5	Esencijalna ili jaka važnost	Iskustvo i procena jako favorizuju jednu aktivnost u odnosu na drugu
7	Demonstrirana važnost	Jedna aktivnost se jako favorizuje i njena dominacija se demonstrira u praksi
9	Ekstremna važnost	Dokazi koji favorizuju jednu aktivnost u odnosu na drugu su najvišeg mogućeg reda afirmacije
2, 4, 6, 8	Srednje vrednosti između dve susedne procene	Kada je potreban kompromis
Reciprociteti gornjih nenultih brojeva		Ako jedna aktivnost ima jedan od gornjih brojeva, (npr.3.) u poređenju sa drugom aktivnošću, onda druga aktivnost ima recipročnu vrednost (tj. 1/3), kada se poredi sa drugom

Izvor: Saaty, T., and Kearns, K., (1985), Analytical Planning: The Organization of Systems, The Analytic Hierarchy Process Series, Vol.IV, str.27.

U psihološkim eksperimentima je pokazano da donosilac odluke ne može simultano porediti više od 7 ± 2 faktora bez konfuzije. Ova tvrdnja se bazira na broju poređenja koja treba izvršiti i na vremenu potrebnom da se taj zadatak izvrši. Stoga, postoji prirodna granica broja faktora koji se mogu uključiti u istraživanje. Da bi se predstavio matematički model AHP – a moraju biti ispunjena sledeća četiri koraka:

1. razvoj hijerarhije međusobno povezanih elemenata odlučivanja koji opisuju problem;
2. poređenje parova elemenata odlučivanja, obično koristeći skalu poređenja 1-9, da bi se dobili input podaci;
3. izračunavanje relativnih pondera elemenata odlučivanja, najčešće korišćenjem metoda karakteristične vrednosti i
4. agregacija relativnih pondera elemenata odlučivanja kako bi se izračunao rejting alternativnih mogućnosti odlučivanja.

Matematički model analitičko hijerarhijskog procesa zasniva se na poređenju matrica $A = (a_{i,j})$, $i, j=1, \dots, n$, gde su $a_{i,j}$ parovi poređenja alternativa koje su rangirane na skali od devet nivoa. Zatim se lokalni prioriteti $i=1, \dots, n$ izračunavaju iz matrica poređenja. Konačno, lokalni prioriteti se ponderišu i agregiraju tako da daju globalni prioritet p_i alternativa.

AHP matrica je savršeno konzistentna, ako je za sva poređenja $a_{i,j}$ ispunjena tranzitivnost $a_{i,j} = a_{i,k} * a_{k,j}$ и реципрочност $a_{i,j} = 1/a_{j,i}$,

gde su i, j i k neke od alternativa iz matrice. AHP prihvata neke nekonzistentnosti koje se često mogu javiti u praksi. Zbog toga se mora vršiti provera konzistentnosti, a to se najčešće radi uvođenjem indeksa konzistentnosti (CI)

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$$

gde je n , kao što je prethodno u tekstu već rečeno, broj kriterijuma koji se porede, a λ_{\max} je najveća karakteristična vrednost. Ako podelimo CI sa brojem slučajne konzistentnosti, za matricu iste veličine, dobijamo koeficijent ili indeks konzistentnosti CR . Vrednost CR treba da bude negde oko 10% ili manja, da bi bila prihvatljiva.

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

gde je CI indeks konzistentnosti, a RI slučajna konzistentnost.

Analiza obavijanja podataka (DATA ENVELOPMENT ANALYSIS – DEA)

Charnes, Cooper, i Rhodes su predložili matematički pristup za izračunavanje efikasnosti, neparametarsku tehniku koja ne zahteva specifičnu funkcionalnu formu, i služi za evaluaciju performansi jedinica odlučivanja (Decision Making Unit – DMU) (Amindoust et al. 2012). Oni su više ulaza sveli na jedan "virtuelni" ulaz i više izlaza sveli na jedan "virtuelni" izlaz koristeći težinske koeficijente. DEA metodologija se pokazala kao adekvatna za procenu efikasnosti neprofitnih organizacija koje posluju van tržišta, jer u njihovom slučaju indikatori performansi kao što su prihod i profit ne mere efikasnost na zadovoljavajući način. Naziv Analiza obavijanja podataka dolazi upravo od toga što metoda analizira svaku jedinicu odlučivanja i proverava da li je njene ulazne promenljive moguće obaviti odozdo (date izlazne promenljive moguće je postići sa manjom količinom ulaznih promenljivih) imajući u vidu vrednost ulaznih promenljivih preostalih jedinica, kao i da li je moguće njene izlazne promenljive obaviti odozgo (sa datim ulaznim promenljivim moguće je proizvoditi veće izlazne promenljive) na osnovu vrednosti izlaznih promenljivih preostalih jedinica. Tako se za razliku od tipičnih statističkih metoda, analiza obavijanja podataka zasniva na ekstremnim opažanjima upoređujući svaku jedinicu odlučivanja samo sa onom najboljom DMU. Ako je jedinicu moguće obaviti ona je relativno neefikasna, a ako nije, ona učestvuje u formiranju granice efikasnosti koja predstavlja ekvivalent za graničnu funkciju proizvodnje.

Efikasnost koja se izračunava ovom metodom je relativna. Svi podaci o inputima i outputima za svaku jedinicu odlučivanja ubacuju se u određeni linearni program koji je zapravo neki od DEA modela. Tako se ocenjuje efikasnost posmatranih jedinica odlučivanja, koja u stvari predstavlja odnos težinske sume outputa i težinske sume inputa. Kod analize obavijanja podataka radi se o relativnoj efikasnosti jer se jedinice odlučivanja gledaju u odnosu na druge. Efikasnost se kreće od 0 do 1, a svako odstupanje od 1 se pripisuje višku inputa ili manjku outputa.

DEA model se može formulisati u vidu sledećeg zadatka (Nazarko, Šaparauskas, 2014):

$$\max h_{j_0} = \frac{\sum_{r=1}^s u_{rj_0} y_{rj_0}}{\sum_{i=1}^m v_{ij_0} x_{ij_0}},$$

gde su:

y_{rj} - vrednost outputa

x_{ij} - vrednost inputa

u_{rj} - težinski koeficijent outputa y_{rj}

v_{ij} - težinski koeficijent inputa x_{ij}

$r = 1, 2, \dots, s$ - broj ostvarenih proizvoda

$i = 1, 2, \dots, m$ - broj korišćenih resursa

$j = 1, 2, \dots, n$ - broj DMU

Mogu se izdvojiti četiri glavne faze u sprovođenju studije efikasnosti korišćenjem DEA metode (Nedeljković, Drenovac, 2008):

1. definisanje i izbor jedinica odlučivanja čiju relativnu efikasnost treba odrediti. Preporučuje se da broj jedinica koje se porede bude najmanje duplo veći od broja ulaznih i izlaznih promenljivih koje se posmatraju.

2. određivanje ulaznih i izlaznih promenljivih koji su relevantni i pogodni za procenu relativne efikasnosti izabranih jedinica odlučivanja

3. izbor adekvatnog DEA modela.

4. rešavanje DEA modela, analiza i tumačenje rezultata.

Postoji razlika u određivanju efikasnosti kod višekriterijumskih metoda odlučivanja i kod analize obavljanja podataka, koja se bazira na drugačijim pristupima pri određivanju težina ulaza i izlaza. Kod višekriterijumskih metoda se obično očekuje od donosioca odluke da definiše težinske koeficijente unapred, odnosno donosilac određuje značaj pojedinih ulaza i izlaza u analizi. Takva analiza omogućava brzinu donošenja odluka i povećava korisnost jedinica odlučivanja. Takođe, odražava relativnu važnost inputa i outputa predstavljenih njihovim težinama. Ukoliko se baziraju na ovakvoj analizi jedinice (alternative) mogu biti rangirane od od najgore do najbolje. S druge strane DEA metod dodeljuje težine inputima i outputima na osnovu optimizacije. Oslanjajući se na to jedinice odlučivanja se dele na efikasne i neefikasne. Kod neefikasnih jedinica pomoću analize obavljanja podataka dodeljuju se vrednosti ulazima i izlazima koji pretvaraju neefikasnu jedinicu u efikasnu (Vincova, 2005).

DEA modeli mogu biti ulazno ili izlazno orijentisani. Ulazna orijentacija ima za cilj da se minimiziraju ulazi potrebni za stvaranje tražene količine izlaza. S druge strane, izlazna orijentacija teži maksimiziranju izlaza pri zadanom nivou ulaza.

DEA metod vrši poređenje jedinica odlučivanja uzimajući u obzir sve resurse koji se koriste i identifikuje najefikasnije jedinice. Takođe, ova metoda je veoma dobra benčmark tehnika. Pomoću analize obavljanja podataka može se obračunati odnosno sagledati ušteda u pogledu troškova i resursa.

DEA metodologija je posebno adekvatna za procenu efikasnosti neprofitnih subjekata koji posluju van tržišta, jer za njih indikatori performansi, kao što su prihod i profitabilnost, ne mere njihovu efikasnost na zadovoljavajući način. DEA pruža komparativne efikasnosti jedinica koje se posmatraju. (Jovanović, Kojić, Jeremić, 2011).

DEAHP metod

Ramanathan predlaže hibridni, DEAHP model, kao način za prevazilaženje nedostataka parcijalne primene DEA i AHP metoda (Ramanathan, 2006). Analiza obavljanja podataka se koristi za deriviranje lokalnih prioriteta elemenata odlučivanja iz matrice poređenja posmatranih elemenata u AHP modelu. U tabelama 3 i 4, prikazane su matrice poređenja karakteristične za AHP metod i za DEAHP metod, respektivno. Kao što Ramanathan sugerise, elementi a_{ij} , $a_{ij} > 0$, $a_{ij} = 1/a_{ji}$, $a_{ii} = 1$, za svako i , AHP matrice poređenja, postaju elementi DEAHP matrice poređenja u tabeli 3, prilagođenoj za primenu DEA metoda, u cilju izračunavanja lokalnih prioriteta. Svaki red matrice je je posmatran kao tipičan DMU, a svaka kolona kao jedan output. Osim toga, matrica sadrži i kolonu tzv. Dummy tj. lažnog inputa, koji uzima vrednost 1, za svaku DMU, u cilju primene DEA metoda.

Tabela 3: Tradicionalna AHP matrica poređenja elemenata po parovima

	Element 1	Element 2	Element n
Element 1	1	a_{12}	...	a_{1N}
Element 2	$1/a_{12}$	1	...	a_{2N}
....
Element N	$1/a_{1N}$	$1/a_{2N}$...	1

Tabela 4: DEAHP matrica poređenja elemenata po parovima i ocene njihove efikasnosti

	Output 1	Output 2		Output n	Dummy input
DMU ₁	1	a_{12}		a_{1N}	1
DMU ₂	$1/a_{12}$	1		a_{2N}	1
...
DMU N	$1/a_{1N}$	$1/a_{2N}$		1	1

Ramanathan dokazuje da se primenom DEA metode na AHP matricama poređenja, dobijaju objektivizirane vrednosti prioriteta elemenata odlučivanja, čime se umanjuje subjektivnost procena kod AHP metoda, i eliminiše inverzija ranga, do koje dolazi dodavanjem ili izuzimanjem irelevantne alternative, što je karakterističan problem za primenu AHP. Ovako izračunate DEA efikasnosti mogu biti interpretirane kao lokalni prioriteti jedinica odlučivanja. Na kraju, DEA se koristi i za agregaciju konačnih prioriteta elemenata odlučivanja. Kada se, u tom smislu, koristi DEA pristup, alternative se posmatraju kao jedinice odlučivanja DMU, a njihovi lokalni prioriteti izračunati u odnosu na svaki kriterijum, kao outputi, uz korišćenje kolone dummy inputa (Tabele 5 i 6). S druge strane, za razliku od klasičnog DEA pristupa, koji meri samo relativnu efikasnost, primenom DEAHP metoda, koji, implicitno, uključuje i sposobnost AHP da obuhvati i kvantitativne i kvalitativne faktore procesa odlučivanja, dobija se potpunija ocena performansi posmatranih jedinica odlučivanja.

Tabela 5: AHP matrica poređenja alternativa u odnosu na kriterijume

	Kriterijum 1	Kriterijum 2	Kriterijum J
Alternativa 1	y_{11}	y_{12}	...	y_{1J}
Alternativa 2	y_{21}	y_{22}	...	y_{2J}
....
Alternativa N	y_{N1}	y_{N2}	...	y_{NJ}

Tabela 6: DEA pristup oceni efikasnosti alternativa u odnosu na definisane kriterijume

	Kriterijum 1	Kriterijum 2	Kriterijum J	Dummy input
DMU 1	y_{11}	y_{12}	...	y_{1j}	1
DMU 2	y_{21}	y_{22}		y_{2j}	1
....	1
DMU N	y_{N1}	y_{N2}	...	y_{Nj}	1

Opis problema i strukturiranje DEAHP modela

Obezbeđenje kvaliteta u visokoškolskom obrazovanju se koncentriše na osam tipova evaluacije: predmeta, studijskog programa, institucije, tematska evaluacija, audit, akreditacija i benčmarking programa i predmeta. Akreditacija i evaluacija su dva tipa evaluacije primenjivani u sistemima kvaliteta u evropskom visokoškolskom obrazovanju i slede prema učestalosti primene: institucionalni audit, akreditacija institucije, institucionalna evaluacija i evaluacija predmeta. Evaluacija se često primenjuje kao opšti pojam za procese obezbeđenja kvaliteta bez obzira na konkretno primenjenu metodu kvaliteta (širi smisao). (Hodolič i dr. 2011). U skladu s prethodno pomenutim, evaluaciju možemo da definišemo kao proces davanja vrednosti nekome ili nečemu u odnosu na prethodno postavljene kriterijume i/ili standarde. Ona treba da se shvati kao proces istraživanja obrazovne prakse, koji može da se sprovodi kako kvantitativnim metodama, koje se najčešće odnose na merenje produkata obrazovnog rada, tako i kvalitativnim metodama za procenjivanje vrednosti, efikasnosti i/ili korisnosti neke pojave, predmeta i/ili osobe (Janković, Jarić, 2009).

Naučnoistraživačka kompetentnost naučnoistraživačke organizacije vrednuje se na osnovu sledećih kriterijuma (Hodolič i dr. 2011):

- broja naučnoistraživačkih projekata koje je naučnoistraživačka organizacija realizovala u poslednje 4 godine, a koje je (su)finansiralo Ministarstvo za nauku i tehnološki razvoj (MNTR),
 - broja tekućih naučnoistraživačkih projekata koje (su)finansira MNTR,
 - broja naučnoistraživačkih projekata koje je Naučnoistraživačka organizacija (NIO) realizovala u okviru međunarodne saradnje,
 - kvaliteta projekata koji su u toku,
 - strukture istraživača po kategorijama,
 - najznačajnijih naučnoistraživačkih rezultata u poslednje 4 godine ostvarenih na projektima MNTR,
 - najznačajniji rezultati ostvareni u okviru međunarodnih projekata u poslednje 4 godine,
 - najznačajniji rezultati projekata ostvarenih u saradnji sa privredom,
 - izdavačke delatnosti,
 - odgovarajućeg prostora u odnosu na broj zaposlenih istraživača,
 - vrednost i kvalitet opreme u odnosu na vrstu istraživanja i broj istraživača
 - obim naučno-informacione dokumentacije.

Univerziteti su danas, između ostalog kao posledica Bolonjskog procesa, internacionalizacije i uvođenja privatnih koledža i univerziteta, izloženi sve većoj konkurenciji. Javlja se stalna potreba za poređenjem različitih institucija, kako bi oni koji žele da upišu fakultete mogli da se odluče za najbolji prema nekom od kriterijuma koje sagledavaju. Cilj rangiranja je da se uspostavi transparentnost i da na taj način informacije o univerzitetima budu korisne za više ciljnih grupa, kao što su đaci koji završavaju srednju školu, njihovi roditelji, univerzitetski profesori, univerzitetski menadžeri, ministarstva i poslodavci. Mnoge studije pokazuju da rangovi univerziteta utiču na izbor fakulteta/univerziteta kod đaka koji završavaju školu.

Na iskustvu postojećih univerzitetskih rangiranja i na ranijim projektima Evropske unije, novi sistem rangiranja treba da je (Hodolič i dr. 2011):

- *multidimenzionalan*: da pokriva različita područja djelovanja institucija, kao što su obrazovanje, istraživanje, inovacije, internacionalizacija i odnos prema zajednici;
- *nezavisan*: ne treba da ga vode javne vlasti ili univerziteti;
- *transparentan*: treba da korisnicima ponudi jasan uvid u sve faktore korištene za mjerenje učinaka i da im ponudi da konsultuju rangiranje u skladu s njihovim potrebama;
- *globalan*: da pokriva institucije u Evropi i izvan nje (posebno one u SAD-u, Aziji i Australiji).

Postoje neka merila koja se često javljaju u istraživanjima, izražavaju se kvantitativno, a istovremeno daju znatan doprinos rangiranju univerziteta. Neka od njih su: broj upisanih studenata, procenat diplomiranih studenata, odnos broja nastavnika i broja studenata, broj doktorskih disertacija, nagrade kako nastavnika tako i studenata i „alumni” studenata, citiranost, broj radova objavljenih na SCI listi, broj patenata, broj međunarodnih časopisa koje fakultet izdaje, broj stranih autora u tim časopisima, web sajt i dostupni web servisi, biblioteka fakulteta, opremljenost laboratorijskog i učioničkog prostora. Jedan od veoma važnih kriterijuma je i međunarodna saradnja gde bi se vršila analiza o broju stranih studenata koji studiraju na univerzitetu kao i broj studenata koji je otišao da studira na druge univerzitete (mobilnost studenata). Broj gostujućih profesora na univerzitetu, kao i broj profesora koji su izabrani u zvanje gostujućeg profesora na drugim univerzitetima, takođe može biti koristan indikator kvaliteta visokoškolske institucije.

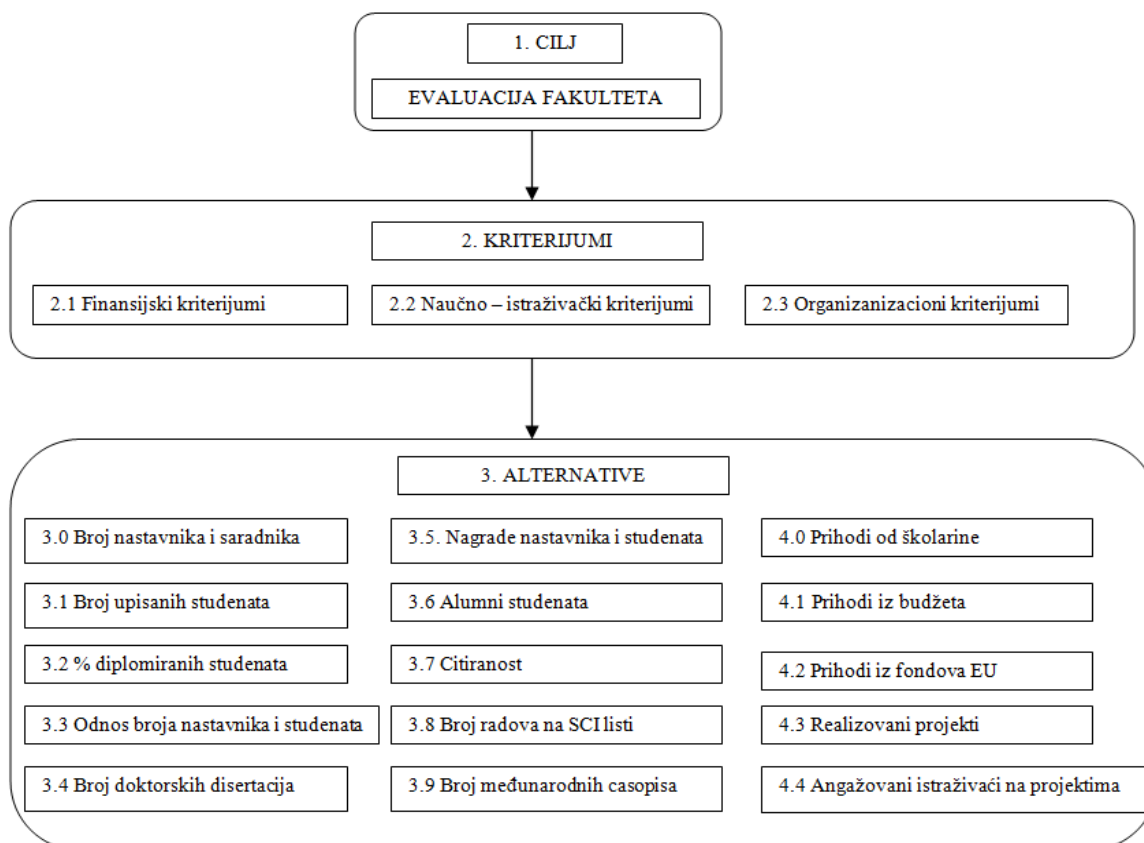
Za kvalitet visokog obrazovanja je zainteresovana i država, koja ulaže značajna sredstva i pokušava da ostvari svoje strateške ciljeve uz pomoć obrazovanja, tj. kroz kvalitetno obrazovanje napreduje pojedinac ali i društvo u celini. Zahtevi i očekivanja studenata i ostalih stejkholdera su različiti i da bi se osigurao kvalitet obrazovanja potrebno je te različitosti povezati i prema njima uskladiti svoj rad da bi se osigurao kvalitet (Bojanić, Kovačević, Nikolić, 2013).

AHP model evaluacije ključnih faktora za vrednovanje performansi fakulteta

Da bi se formulisao AHP model potrebno je definisati cilj, kriterijume, podkriterijume i alternative. Cilj modela u radu je evaluacija i rangiranje visokoškolskih ustanova u Republici Srbiji. Rangiranje će se vršiti od najbolje do najlošije ustanove. Kriterijumi su podeljeni u dve grupe, kvantitativne i kvalitativne. U kvantitativne spadaju finansijski pokazatelji, a u kvalitativne naučno – istraživački i organizacioni kriterijumi. Kako bi se ovaj model mogao iskoristiti za rangiranje fakulteta potrebno je odrediti težine glavnih kriterijuma i podkriterijuma. Težine se računaju pomoću softverskog paketa *Super Decision*. Na sledećoj

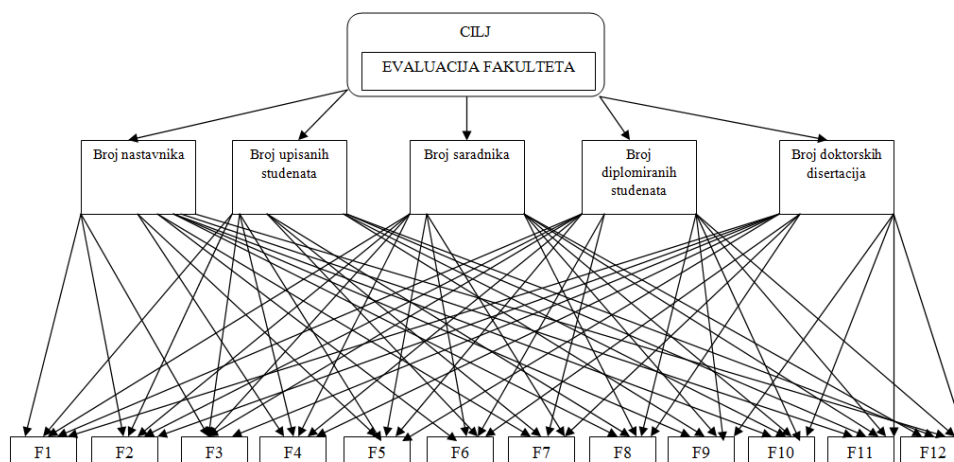
slici je grafički predstavljen AHP model evaluacije ključnih faktora za vrednovanje performansi fakulteta.

Slika 1. Hijerarhijska struktura AHP modela evaluacije ključnih faktora za vrednovanje performansi fakulteta



Evaluacija i rangiranje fakulteta vršice se na primeru 12 fakulteta sa 5 kriterijuma. Kao kriterijumi za rangiranje uzeti su: (K_1) broj nastavnika na fakultetu, (K_2) broj upisanih studenata, (K_3) broj saradnika, (K_4) broj diplomiranih studenata i (K_5) broj doktorskih disertacija. Navedeni kriterijumi su izabrani u skladu s mogućnošću prikupljanja informacija neophodnih za primenu određenog kriterijuma. Za istraživanje i primenu DEA metoda u ovom radu biće izabrana tri ulaza i dva izlaza, koji korespondiraju s izabranim AHP kriterijumima u cilju uporedivosti rezultata.

Slika 2. AHP hijerarhijska struktura problema evaluacije fakulteta (kriterijumi su svi identifikovani ulazi i izlazi)



Na osnovu date hijerarhijske strukture, formirana je matrica poređenja kriterijuma AHP modela evaluacije fakulteta.

Tabela 7: Matrica poređenja kriterijuma AHP modela evaluacije fakulteta

Kriterijumi	K 1	K 2	K 3	K 4	K 5
K 1	1	2	$\frac{1}{4}$	$\frac{1}{3}$	1
K 2	$\frac{1}{2}$	1	$\frac{1}{3}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{4}$
K 3	4	3	1	2	2
K 4	3	2	1	1	$\frac{1}{2}$
K 5	1	4	$\frac{1}{2}$	2	1

Strukturiranje DEA modela za ocenu efikasnosti fakulteta u Republici Srbiji

Broj DMU koji treba da se uporedi zavisi od cilja studije i od broja homogenih jedinica čiji učinak u praksi mora da se poredi. Preporučuje se da broj DMU bude veći od proizvoda broja ulaza i izlaza kako bi se efikasno razlikovale efikasna i neefikasna DMU. U konkretnom primeru za ocenu efikasnosti fakulteta u Republici Srbiji odabrano je 12 fakulteta, odnosno jedinica odlučivanja, 3 ulaza (broj nastavnika, broj saradnika i broj upisanih studenata) i 2 izlaza (broj diplomiranih studenata i broj doktorskih disertacija). Kriterijumi za izbor ovih ulaza i izlaza su sasvim subjektivni. Ne postoji posebno pravilo prilikom utvrđivanja procedura za izbor ulaza i izlaza. Skup ulaza i izlaza za merenje performansi u sektoru obrazovanja je često kritikovan zbog toga što je bio neadekvatan i nepogodan za analizu efikasnosti. Dakle, skup može biti promenljiv u skladu sa zahtevima istraživanja. Jedan od razloga za ovakav odabir ulaza i izlaza jeste i nemogućnost pristupa pojedinim podacima o ulazima i izlazima za posmatrane fakultete.

U narednoj tabeli dat je prikaz strukturiranog DEA modela za ocenu efikasnosti fakulteta u Republici Srbiji.

Tabela 8: Strukturiranje DEA modela za ocenu efikasnosti fakulteta

Fakultet	Input 1 (broj nastavnika)	Input 3 (broj upisanih studenata)	Input 2 (broj saradnika)	Output 1 (broj diplomiranih studenata)	Output 2 (broj doktorskih disertacija)
(F ₁)	52	510	32	424	34
(F ₂)	100	1350	36	1060	71
(F ₃)	64	305	49	287	45
(F ₄)	71	543	12	210	32
(F ₅)	43	739	18	321	18
(F ₆)	35	445	24	172	24
(F ₇)	79	306	40	176	88
(F ₈)	40	306	25	374	24
(F ₉)	57	272	41	98	42
(F ₁₀)	26	204	20	140	6
(F ₁₁)	35	94	11	35	5
(F ₁₂)	98	591	71	600	81

Prilikom primene analize obavljanja podataka korišćen je izlazno orijentisan model koji teži da maksimizira izlaz pri datom nivou ulaza, a neefikasna jedinica postaje efikasna kroz povećanje svojih izlaza.

Matematički zapis ovog modela glasi:

$$\max h_k = \sum_{r=1}^s u_r \times y_{ro}$$

$$\sum_{r=1}^s u_r \times y_{rj} - \sum_{i=1}^m v_i \times x_{ij} \leq 0, j=1, \dots, n$$

$$\sum_{i=1}^m v_i \times x_{io} = 1$$

$$u_r \geq 0, v_i \geq 0$$

Rezultati DEA modela dobijeni su korišćenjem softverskog paketa *DEA Frontier*, a biće interpretirani u narednom delu rada.

Rezultati primene modela AHP

Korišćenjem softverskog paketa *Superdecision* izračunati su težinski koeficijenti kriterijuma i podkriterijuma na osnovu procene u parovima relativnih važnosti posmatranih kriterijuma i podkriterijuma. U narednoj tabeli se vidi da najveći rang ima kriterijum *Broj radova na SCI listi*, a najmanji rang kriterijum *Broj upisanih studenata*.

Tabela 9: Prioriteti i rang ključnih faktora opšteg AHP modela za vrednovanje performanse fakulteta, izračunati primenom softverskog paketa Superdecision.

Alternative	Ukupno	Normalizovano	Idealizovano	Rang
3.0 Broj nastavnika i saradnika na fakultetu	0.0571	0.1143	0.6498	3
3.1 Broj upisanih studenata	0.0136	0.0272	0.1549	22
3.2 Procenat diplomiranih studenata	0.0242	0.0483	0.2748	10
3.3 Odnos broja nastavnika i studenata	0.0265	0.0530	0.3014	9
3.4 Broj doktorskih disertacija	0.0330	0.0660	0.3750	7
3.5 Nagrade nastavnika i studenata	0.0105	0.0210	0.1196	13
3.6 Alumni studenata	0.0077	0.0154	0.0878	14
3.7 Citiranost	0.0776	0.1553	0.8829	2
3.8 Broj radova na SCI listi	0.0879	0.1759	1.0000	1
3.9 Broj međunarodnih časopisa koje izdaje fakultet	0.0397	0.0793	0.4509	4
4.0 Prihodi od školarine	0.0322	0.0643	0.3659	8
4.1 Prihodi iz budžeta	0.0141	0.0281	0.1598	11
4.2 Prihodi iz fondova EU	0.0061	0.0123	0.0698	15
4.3 Realizovani projekti	0.0340	0.0680	0.3867	6
4.4 Angazovani istraživači na projektima	0.0358	0.0716	0.4069	5

Tabela 10: Težinski koeficijenti kriterijuma AHP modela za vrednovanje performanse fakulteta izračunati primenom softverskog paketa Superdecision.

Kriterijumi	Težinski koeficijenti	Rang
2.1 Finansijski kriterijumi	0.10473	3
2.2 Naučno-istraživački kriterijumi	0.63698	1
2.3 Organizacioni kriterijumi	0.25829	2

Tabela 11: Težinski koeficijenti i rang kriterijuma AHP modela evaluacije fakulteta izračunati primenom softverskog paketa Superdecision.

Kriterijum	Težinski koeficijenti	Rang
K 1	0.126346	4
K 2	0.078690	5
K 3	0.368173	1
K 4	0.193262	3
K 5	0.233529	2

Kada bi sve procene koje su izvršene bile potpuno konzistentne tada bi indeks konzistentnosti imao vrednost 0. Međutim, kada se rešavaju realni upravljački problemi, mnoge situacije nisu konzistentne pa je dozvoljen pa je dozvoljeno da se kod donosioca odluke pojavi nekonzistentnost do 10%, odnosno 0,1. Ukoliko je vrednost ovog indeksa veća od 0,1 to ukazuje da je u modelu došlo do greške. Tada je neophodno ponovo preispitati procene donosioca odluke i prekontrolisati dobijene rezultate. U ovom modelu dobijen je indeks konzistentnosti 0,0742 što je zadovoljavajuće.

Prikaz konačnog ranga alternativa AHP modela evaluacije fakulteta primenom softverskog paketa Superdecision dat je u tabeli 11. Iako je izvršena prioritizacija svih faktora, relevantnih za ocenu i rangiranje visokoškolskih institucija, za potrebe ovog rada, kako je već rečeno, izabrano je 5 kriterijuma, za koje je bilo moguće prikupiti podatke, iako neki od njih nisu ocenjeni kao najvažniji po prioritetu u opštem AHP modelu za vrednovanje performansi fakulteta (Tabela 9). U skladu s navedenim ograničenjima, prema dobijenim rezultatima primene AHP modela sa slike 2, može se uočiti da najbolji rang ima Fakultet 12, a odmah za njim na drugom mestu je Fakultet 2.

Tabela 12: Prioriteti i konačan rang alternativa AHP modela evaluacije fakulteta izračunati primenom softverskog paketa Superdecision.

Alternatives	Total	Normal	Ideal	Rank
Fakultet 1	0.0394	0.0788	0.3519	5
Fakultet 2	0.1107	0.2214	0.9886	2
Fakultet 3	0.0414	0.0829	0.3699	4
Fakultet 4	0.0360	0.0721	0.3219	6
Fakultet 5	0.0352	0.0704	0.3144	7
Fakultet 6	0.0185	0.0370	0.1654	9
Fakultet 7	0.0445	0.0890	0.3972	3
Fakultet 8	0.0170	0.0340	0.1518	0
Fakultet 9	0.0295	0.0590	0.2633	8
Fakultet 10	0.0087	0.0174	0.0775	1
Fakultet 11	0.0070	0.0140	0.0626	2
Fakultet 12	0.1120	0.2240	1.0000	1

Rezultati primene DEA modela

Za ocenu efikasnosti fakulteta u Republici Srbiji upotrebljen je ulazno orijentisan CCR model sa konstantnim prinosom na obim (constant return to scale – CRS). Rezultati koji su predstavljeni u Tabeli 12, dobijeni su na osnovu tri ulaza (broj nastavnika, broj saradnika, broj upisanih studenata) i dva izlaza (broj diplomiranih studenata, broj doktorskih disertacija). S obzirom da je u literaturi postoje brojne dileme oko odnosa DMU i broja ulaznih i izlaznih veličina, predlaže se da broj DMU bude barem dva puta veći od zbira ulaznih i izlaznih veličina (2+1). Imajući u vidu da predloženi model ima ukupno pet promenljivih (3 ulazne i 2 izlazne), minimalan broj jedinica odlučivanja je 10. U ovom modelu je korišćeno 12 DMU, odnosno 12 fakulteta Republike Srbije. Efikasnost je određena primenom softverskog paketa DEA Frontier.

Tabela 13: Efikasnost i optimalne vrednosti težinskih koeficijenata inputa i outputa DEA modela ocene efikasnosti fakulteta, izračunati primenom softverskog paketa DEA Frontier

		Output-Oriented					
		CRS	Optimal Multipliers				
DMU No.	DMU Name	Efficiency	Input 1	Input 2	Input 3	Output 1	Output 2
1	(F1)	0.90949	0.01453	0.00000	0.00048	0.00115	0.01241
2	F2)	1.00000	0.00000	0.00725	0.00055	0.00069	0.00383
3	F3)	0.95397	0.00000	0.00000	0.00328	0.00224	0.00692
4	(F4)	1.00000	0.00000	0.05362	0.00066	0.00101	0.02464
5	(F5)	0.70426	0.02326	0.00000	0.00000	0.00219	0.00000
6	(F6)	0.75553	0.02857	0.00000	0.00000	0.00113	0.02339
7	F7)	1.00000	0.00000	0.00000	0.00327	0.00000	0.01136
8	(F8)	1.00000	0.00000	0.00000	0.00327	0.00223	0.00690
9	(F9)	0.67119	0.01754	0.00000	0.00000	0.00069	0.01436
10	(F10)	0.57332	0.03160	0.00000	0.00088	0.00410	0.00000
11	(F11)	0.36652	0.00000	0.00000	0.01064	0.00726	0.02247
12	(F12)	0.99293	0.00851	0.00000	0.00028	0.00067	0.00727

Tabela 14: Efikasnost i rang fakulteta izračunati primenom DEA metoda.

Fakultet	Efikasnost	Rang
F1	0.90949	7
F2	1.00000	1
F3	0.95397	6
F4	1.00000	1
F5	0.70426	9
F6	0.75553	8
F7	1.00000	1
F8	1.00000	1
F9	0.67119	10
F10	0.57332	11
F11	0.36652	12
F12	0.99293	5

Sagledavanjem rezultata iz Tabele 14, može se zaključiti da su fakulteti F2 (Ekonomski fakultet u Beogradu), F4 (Ekonomski fakultet u Nišu), F7 (Prirodno matematički fakultet u Kragujevcu) i F8 (Filološko – umetnički fakultet u Kragujevcu) relativno efikasni, odnosno 4 jedinice odlučivanja formiraju efikasnu obvojniju. Njihova efikasnost je 1, a to znači da ne poseduju „viškove“ u ulaznim niti „manjkove“ u izlaznim promenljivi. Ostali fakulteti se mogu smatrati relativno neefikasnim.

DEAHP model

U skladu sa sugestijama Ramanathan-a (2005), DEA metod se može koristiti za deriviranje objektiviziranih lokalnih prioriteta elemenata odlučivanja. Kako su to takođe pokazali Royendegh and Erol (2009), moguće je formirati i primeniti efikasan model za rangiranje jedinica odlučivanja sa višestrukim izlazim i ulazima, koristeći DEA metod u kombinaciji sa AHP/ANP metodologijom. U tabeli 15, data je matrica poređenja kriterijuma u kojoj su ulazne vrednosti procene nastale kao rezultat AHP poređenja kriterijuma prema skali 1-9. Ove procene se nadalje, kako sugeriše Ramanthan, mogu koristiti kao vrednosti izlaza u odgovarajućem DEA modelu (Tabela 16), kojem je, takođe, dodata i kolona vrednosti fiktivnog ulaza, kao uslov za formiranje i primenu DEA modela. Primenom DEA metode na tako strukturiran problem, dobijene su relativne efikasnosti ulaza i izlaza, odnosno izabranih kriterijuma, koje međutim, nisu od značaja za dalju primenu DEAHP metoda, s obzirom da njih i njihove relativne važnosti nije neophodno uzeti u obzir prilikom formiranja DEAHP matrica poređenja i izračunavanja DEAHP relativnih efikasnosti alternativa. DEAHP matrice poređenja alternativa, kao i njihove izračunate DEAHP relativne efikasnosti u odnosu na sve pojedinačne ulaze i izlaze, odnosno kriterijume, predstavljene su tabelama 15-27.

Tabela 15: Matrica poređenja kriterijuma AHP modela evaluacije fakulteta

Kriterijumi	K 1	K 2	K 3	K 4	K 5
K 1	1	2	¼	1/3	1
K 2	1/2	1	1/3	1/2	1/4
K 3	4	3	1	2	2
K 4	3	2	1	1	½
K 5	1	4	1/2	2	1

Tabela 16: DEAHP matrica poređenja za ocenu efikasnosti kriterijuma

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5
I1	1	1	2	0.250	0.333	1
I2	1	0.5	1	0.333	0.5	1.4
O1	1	4	3	1	2	2
O2	1	3	2	1	1	0.5
O3	1	1	4	0.5	2	1

Tabela 17: Efikasnost kriterijuma izračunata primenom DEAHP metoda

Output-Oriented CRS		
DMU No.	DMU Name	Efficiency
1	I1	0.60000
2	I2	0.70000
3	O1	1.00000
4	O2	1.00000
5	O3	1.00000

Tabela 18: DEAHP matrica poređenja alternativa u odnosu na Izlaz 1

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
F1	1	1	0.5	4.000	5	6	5	5	6	7	5	7	0.333
F2	1	2	1	6	7	5	8	8	5	8	7	9	4
F3	1	0.2	0.167	1	3	0.5	4	4	0.25	4	3	6	0.2
F4	1	0.2	0.143	0.333	1	0.333	4	4	0.333	4	3	5	0.2
F5	1	0.333	0.2	2	3	1	3	3	0.333	5	4	7	0.2
F6	1	0.2	0.125	0.25	0.25	0.333	1	0.5	0.2	3	2	4	0.143
F7	1	0.2	0.125	0.25	0.25	0.333	2	1	0.25	4	3	6	0.143
F8	1	0.333	0.2	4	3	3	5	4	1	7	6	8	0.25
F9	1	0.143	0.125	0.25	0.25	0.2	0.333	0.25	0.143	1	0.5	4	0.125
F10	1	0.2	0.143	0.333	0.333	0.25	0.5	0.333	0.167	2	1	4	0.125
F11	1	0.143	0.111	0.167	0.2	0.143	0.25	0.167	0.125	0.25	0.25	1	0.111
F12	1	3	0.25	5	5	5	7	7	4	8	8	9	1

CI=0,09886

Tabela 19: DEAHP relativna efikasnost alternativa u odnosu na Izlaz 1.

Output-Oriented CRS		
DMU No.	DMU Name	Efficiency
1	F1	0.87500
2	F2	1.00000
3	F3	0.66667
4	F4	0.55556
5	F5	0.77778
6	F6	0.44444
7	F7	0.66667
8	F8	0.88889
9	F9	0.44444
10	F10	0.44444
11	F11	0.11111
12	F12	1.00000

Tabela 20: DEAHP matrica poređenja alternativa u odnosu na Izlaz 2

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
F1	1	1	5	0.200	2	5	4	0.333	4	0.5	7	7	0.25
F2	1	0.2	1	4	5	6	5	0.333	5	4	9	9	0.333
F3	1	2	0.25	1	2	4	3	0.25	2	1	6	6	0.25
F4	1	0.5	0.2	0.5	1	4	2	0.25	2	0.333	4	4	0.2
F5	1	0.2	0.167	0.25	0.25	1	0.5	0.2	0.5	0.2	2	2	0.125
F6	1	0.25	0.2	0.333	0.5	2	1	0.2	1	0.25	2	2	0.125
F7	1	3	3	4	4	5	5	1	5	0.333	7	7	2
F8	1	0.25	0.2	0.25	0.5	2	1	0.2	1	0.333	3	3	0.167
F9	1	2	0.25	1	3	5	4	3	3	1	7	7	0.25
F10	1	0.143	0.111	0.167	0.5	0.5	0.5	0.143	0.333	0.143	1	1	0.111
F11	1	0.143	0.167	0.167	0.25	0.5	0.5	0.143	0.333	0.143	1	1	0.111
F12	1	4	3	4	5	8	8	0.5	6	4	9	9	1

CI =0,10**Tabela 21: DEAHP relativna efikasnost alternativa u odnosu na Izlaz 2.**

DMU No.	DMU Name	Output-Oriented CRS Efficiency
1	F1	1.00000
2	F2	1.00000
3	F3	0.66667
4	F4	0.50000
5	F5	0.22979
6	F6	0.26047
7	F7	1.00000
8	F8	0.33617
9	F9	1.00000
10	F10	0.12077
11	F11	0.12077
12	F12	1.00000

Tabela 22: DEAHP matrica poređenja alternativa u odnosu na Ulaz 1.

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
F1	1	1	0.2	0.500	0.333	2	4	0.333	3	1	5	4	0.25
F2	1	5	1	6	5	7	9	5	7	6	9	8	1
F3	1	3	0.2	1	0.5	4	3	0.333	4	3	7	6	0.2
F4	1	3	0.2	2	1	5	6	0.5	5	4	7	6	0.25
F5	1	0.5	0.143	0.25	0.2	1	2	0.25	1	0.333	4	3	0.143
F6	1	0.25	0.111	0.2	0.167	0.5	1	0.167	0.5	0.2	3	1	0.111
F7	1	3	0.2	3	2	4	6	1	6	5	7	7	0.2
F8	1	0.333	0.143	0.25	0.2	1	2	0.167	1	0.25	4	2	0.143
F9	1	1	0.167	0.333	0.25	3	5	0.2	4	1	5	4	0.167
F10	1	0.2	0.111	0.143	0.25	0.25	0.333	0.143	0.25	0.2	1	0.5	0.111
F11	1	0.25	0.125	0.167	0.167	0.333	1	0.143	0.5	0.25	2	1	0.125
F12	1	4	1	5	4	7	9	5	7	6	9	8	1

CI =0,06518

Tabela 23: DEAHP relativna efikasnost alternativa u odnosu na Ulaz 1.

DMU No.	DMU Name	Output-Oriented CRS Efficiency
1	F1	0.55556
2	F2	1.00000
3	F3	0.77778
4	F4	0.77778
5	F5	0.44444
6	F6	0.33333
7	F7	0.87500
8	F8	0.44444
9	F9	0.57143
10	F10	0.11111
11	F11	0.22222
12	F12	1.00000

Tabela 24: DEAHP matrica poređenja alternativa u odnosu na Ulaz 2.

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
F1	1	1	0.5	0.200	6	5	4	0.5	3	0.5	3	6	0.2
F2	1	2	1	0.333	5	4	3	0.5	3	0.5	4	6	0.2
F3	1	5	3	1	7	6	5	4	5	3	5	7	0.2
F4	1	0.167	0.2	0.143	1	0.5	0.333	0.2	0.25	0.2	0.333	1	0.111
F5	1	0.2	0.25	0.167	2	1	0.333	0.25	0.333	0.25	1	3	0.125
F6	1	0.25	0.333	0.2	3	3	1	0.25	1	0.25	2	4	0.125
F7	1	2	2	0.25	5	4	4	1	4	0.25	5	6	0.143
F8	1	0.333	0.333	0.2	4	3	1	0.25	1	0.25	2	4	0.111
F9	1	2	2	0.333	5	4	4	4	4	1	5	6	0.143
F10	1	0.333	0.25	0.2	3	1	0.5	0.2	0.5	0.2	1	3	0.125
F11	1	0.167	0.167	0.143	1	0.333	0.25	0.167	0.25	0.167	0.333	1	0.111
F12	1	5	5	5	9	8	8	7	9	7	8	9	1

CI =0,07419**Tabela 25: DEAHP relativna efikasnost alternativa u odnosu na Ulaz 2.**

DMU No.	DMU Name	Output-Oriented CRS Efficiency
1	F1	0.66667
2	F2	0.66667
3	F3	1.00000
4	F4	0.11111
5	F5	0.33333
6	F6	0.44444
7	F7	0.66667
8	F8	0.44444
9	F9	0.66667
10	F10	0.33333
11	F11	0.11111
12	F12	1.00000

Tabela 26: DEAHP matrica poređenja alternativa u odnosu na Ulaz 3.

DMU	I1	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12
F1	1	1	0.167	5.000	0.5	0.333	3	4	5	4	5	7	0.5
F2	1	6	1	6	4	3	6	6	9	8	8	9	3
F3	1	0.2	0.167	1	0.333	0.2	0.333	1	4	2	3	4	0.2
F4	1	2	0.25	3	1	0.25	3	4	6	4	5	8	0.333
F5	1	3	0.333	5	4	1	4	7	9	7	8	9	4
F6	1	0.333	0.167	3	0.333	0.25	1	3	5	3	5	5	3
F7	1	0.25	0.167	1	0.25	0.143	0.333	1	3	3	4	4	0.2
F8	1	0.167	0.111	0.25	0.167	0.111	0.2	0.333	1	0.2	0.333	0.5	0.143
F9	1	0.25	0.125	0.5	0.25	0.143	0.333	0.333	5	1	4	5	0.2
F10	1	0.2	0.125	0.333	0.2	0.125	0.2	0.25	3	0.25	1	4	0.167
F11	1	0.143	0.25	0.25	0.125	0.111	0.2	0.25	2	0.2	0.25	1	0.125
F12	1	2	0.333	5	3	0.25	0.333	5	7	5	6	8	1

CI =0,10

Tabela 27: DEAHP relativna efikasnost alternativa u odnosu na Ulaz 3.

Output-Oriented CRS		
DMU No.	DMU Name	Efficiency
1	F1	0.83333
2	F2	1.00000
3	F3	0.44444
4	F4	0.88889
5	F5	1.00000
6	F6	0.75000
7	F7	0.50000
8	F8	0.11111
9	F9	0.55556
10	F10	0.44444
11	F11	0.25000
12	F12	0.88889

Pošto su izračunati lokalni prioriteti alternativa u odnosu na sve pojedinačne ulaze i izlaze, sledeći korak je formiranje DEAHP matrice poređenja alternativa u odnosu na sve kriterijume istovremeno, pri čemu ulazne vrednosti matrice predstavljaju lokalni prioriteti alternativa izračunati u odnosu na pojedinačne kriterijume, a u tabeli je uobičajeno I kolona vrednosti fiktivnog ulaza u cilju primene DEA metoda. Konačni prioriteti alternativa, odnosno njihove DEAHP relativne efikasnosti, prikazane su u tabeli 29, iz koje je vidljivo da su fakulteti F1, F2, F3, F5, F7, F9 i F12, relativno efikasni, dok su ostali relativno neefikasni, pri čemu je fakultet F11 najslabije rangiran. Konačno, u tabeli 30, dat je uporedni prikaz prioriteta alternativa, odnosno njihovih relativnih efikasnosti¹, izračunatih primenom sva tri metoda. Uočljivo je i sa slike 3, da fakulteti F2 i F12, imaju slaganje vrednosti prioriteta

¹ Efikasnosti alternativa izračunate AHP metodom su preuzete iz kolone *ideal*, a dobijaju se deljenjem svih pojedinačnih vrednosti prioriteta najvećom vrednošću prioriteta u koloni *normal*.

izračunatih primenom sva tri metoda, što samo potvrđuje činjenicu da su to fakulteti s najboljim performansama.

Tabela 28: Lokalni prioriteti alternativa u odnosu na kriterijume (izlaze i ulaze)

DMU	I1	C1	C2	C3	C4	C5
F1	1	0.55556	0.66667	0.833	0.875	1
F2	1	1	0.66667	1	1	1
F3	1	0.77778	1	0.44444	0.66667	0.66667
F4	1	0.77778	0.11111	0.88889	0.55556	0.5
F5	1	0.44444	0.33333	1	0.77778	0.22979
F6	1	0.33333	0.44444	0.75	0.44444	0.26047
F7	1	0.875	0.66667	0.5	0.66667	1
F8	1	0.44444	0.44444	0.11111	0.88889	0.33617
F9	1	0.57143	0.66667	0.55556	0.44444	1
F10	1	0.11111	0.33333	0.44444	0.44444	0.12077
F11	1	0.22222	0.11111	0.25	0.11111	0.12077
F12	1	1	1	0.88889	1	1

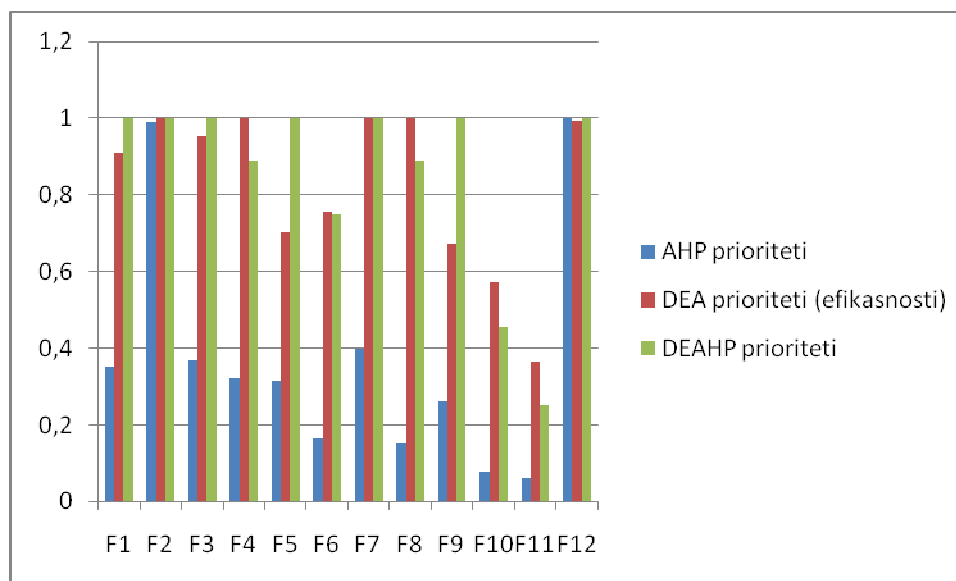
Tabela 29: Konačni prioriteti alternativa izračunati DEAHP pristupom

DMU No.	DMU Name	Output-Oriented CRS Efficiency
1	F1	1.00000
2	F2	1.00000
3	F3	1.00000
4	F4	0.88889
5	F5	1.00000
6	F6	0.75000
7	F7	1.00000
8	F8	0.88889
9	F9	1.00000
10	F10	0.45454
11	F11	0.25000
12	F12	1.00000

Tabela 30: Uporedna analiza prioriteta alternativa, dobijenih primenom AHP, DEA i DEAHP metoda

	AHP prioriteti	DEA prioriteti (efikasnosti)	DEAHP prioriteti
F ₁	0.3519	0.90949	1.00000
F ₂	0.9886	1.00000	1.00000
F ₃	0.3699	0.95397	1.00000
F ₄	0.3219	1.00000	0.88889
F ₅	0.3144	0.70426	1.00000
F ₆	0.1654	0.75553	0.75000
F ₇	0.3972	1.00000	1.00000
F ₈	0.1518	1.00000	0.88889
F ₉	0.2633	0.67119	1.00000
F ₁₀	0.0775	0.57332	0.45454
F ₁₁	0.0626	0.36652	0.25000
F ₁₂	1.0000	0.99293	1.00000

Slika 3. Uporedni prikaz prioriteta alternativa izračunatih primenom AHP, DEA i DEAHP metoda.



Zaključak

U radu je analizirano 12 fakulteta u Republici Srbiji kako bi se na adekvatan način ocenila njihova performansa, izmerila relativna efikasnost i izvršilo rangiranje. Za svaki fakultet posmatrano je 5 faktora, kriterijuma kod AHP modela, odnosno 3 ulaza i 2 izlaza, kod DEA modela. Pomoću AHP metoda izračunati su prioriteti i izvršeno rangiranje fakulteta u odnosu na svaki kriterijum. Rezultati pokazuju da fakulteti F12 i F2 imaju najviše rangove u odnosu na ostale po svakom kriterijumu, dok je najlošije rangiran fakultet F11. Ovi rezultati su značajni za ostale fakultete kako bi videli kako su pozicionirani i kako treba da promene svoje ulaze i izlaze kako bi povećali rang.

Primenom analize obavljanja podataka, odnosno standardnog, izlazno orijentisanog CRS modela, na posmatrane fakultete, najveću efikasnost imaju fakulteti F2, F4, F7, F8 i F12, dok je fakultet F11 na poslednjem mestu kao relativno neefikasna jedinica, što znači da poseduje viškove u ulaznim i manjkove u izlaznim jedinicama. Na kraju, u cilju prevazilaženja postojećih ograničenja kod parcijalne primene DEA i AHP metoda, a koja se odnose na relativnost izračunatih efikasnosti (DEA) i subjektivnost procena (AHP), primenjen je DEAHP metod, kod kojeg se na matricama poređenja iz AHP modela, primenjuje DEA metod za deriviranje lokalnih i konačnih prioriteta elemenata odlučivanja. Time se postiže veća objektivnost i pouzdanost dobijenih rezultata i sinergijski efekat po osnovu integrisanog korišćenja oba metoda. Primenom DEAHP metoda, pokazalo se da postoji slaganje ranga kod najbolje i najlošije ocenjenih fakulteta, sa rangovima dobijenih primenom DEA i AHP metoda. Tako su fakulteti F12 i F2 najbolje ocenjeni primenom sva tri metoda, kao što je i fakultet F11 najlošije ocenjen u sva tri slučaja. Detaljnija analiza dobijenih rezultata se može sprovesti i uz izračunavanje Spirmanovog koeficijenta korelacije ranga. S druge strane, rezultati bi bili realniji i pouzdaniji da su u analizu uključeni i naučnoistraživački i finansijski kriterijumi, kao što bi bilo zanimljivo i poređenje dobijenih rezultata s rezultatima dobijenim primenom nekog drugog metoda višekriterijumskog odlučivanja. Time bi se stvorile pretpostavke za iznalaženje optimalnog sveobuhvatnog

pristupa za evaluaciju I rangiranje ne samo visokoškolskih institucija (što je u trenutku poisanja ovog rada u najavi), već I drugih neprofitnih organizacijau Republici Srbiji.

Na osnovu dobijenih rezultata, može se generalno zaključiti da su značajne mogućnosti primene naučno utemeljenih metoda i modela višekriterijumske analize u oblasti visokog obrazovanja, jer se stvaraju bolje pretpostavke za donošenje kvalitetnih menadžment odluka koje imaju dugoročne posledice za društvo. Ako se posmatra širem društvenom kontekstu, ovo istraživanje doprinosi unapređenju sistema upravljanja i rukovođenja ustanovama visokog obrazovanja, a svako unapređenje u ovoj oblasti je još jedan korak ka daljem razvoju visokoškolskih ustanova i srpskog društva u celini.

Reference

1. Amindoust, A., Ahmed, S., Saghafinia, A. (2012). Supplier Selection and Performance Evaluation of Telecommunication Company, *American J. of Engineering and Applied Sciences* 5
2. Ar, I.M., Kurtaran, A. (2013). Evaluating the Relative Efficiency of Commercial Banks in Turkey: An integrated AHP/DEA Approach, *International Business Research*, 6(4), 129-146.
3. Aruldoss, M., Lakshmi, T.M., Venkatesan, V.P. (2013). A survey on multicriteria decision making methods and its applications. *American Journal of Information Systems*, 1(1), 31-43.
4. Banwet, D.K., Deshmukh, S.G. (2008). Evaluating performance of national R&D organizations using integrated DEA-AHP technique, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57(5), 370-388.
5. Basso, A., Funari, S. (2001). A data envelopment analysis approach to measure the mutual fund performance. *European Journal of Operational Research* 135, 477-492.
6. Bhagavath, V. (2013). Technical Efficiency Measurement by Data Envelopment Analysis: An Application in Transportation, *Alliance Journal of Business Research*
7. Bojanić, R., Kovačević, I., Nikolić, D., i drugi, (2012). Metodologija rangiranja univerziteta u svetu i mogućnost primene u Srbiji, XVIII Skup Trendovi razvoja: "Internacionalizacija Univerziteta" Kopaonik
8. Bojanić, R., Kovačević, I., Nikolić, D., i dr. (2013). Merenje performansi uspešnosti univerziteta kao preduslov za konkurentsku prednost na tržištu visokog obrazovanja, XIX Skup trendovi razvoja: "Univerzitet na tržištu..." Maribor, Pohorje, Slovenija
9. Buxton, C. and Ward, R. (1998). From inspiration to performance: an assessment of what organizations are doing to inspire people through performance measurement. The ASQ's 52nd Annual Quality Congress Proceedings, *Philadelphia, PA, May*, 11-18.
10. Changki, L., Soung Hie, K. (2008). A Method to Reflect Corporate Business Strategy on Information System Assessment Using the Quality Function Deployment and Analytic Hierarchy Process, *KAIST Business School Working Paper Series Index: http://business.kaist.ac.kr/p_faculty/faculty.asp?left_01=03&left_02=03_04*
11. Chenhall, R. H. (2005). Integrative Strategic performance measurement systems, strategic alignment of manufacturing, learning and strategic outcomes: an exploratory study, *Accounting, Organizations and Society*, 30, 395-422.
12. Dluhošová, D., Zmeškal, Z. (2013). Companies financial performance determination applying the Data envelopment analysis (DEA) method, *Metal 2013*, Brno, Czech Republic
13. Domanovic, V (2010). Balanced Scorecard – mogućnosti i efekti primene (Balanced Scorecard – Possibilities and Effects of Implementation), Faculty of Economics, University of Kragujevac.
14. Feng, Y.J., Lu, H., Bi, K. (2004). An AHP/DEA method for measurement of the efficiency of R&D management activities in universities, *International Transactions in Operational Research* 11, 181-191.
15. Ghalayini, A. M., Noble, J. S. (1997). An integrated dynamic performance measurement system for improving manufacturing competitiveness, *International Journal of Production Economics*, 48, 207-225.

16. Hodolič, J., Ćosić, I., Katić, V., Kolaković, S., Vrebalov, V. (2011). Akreditacija naučnoistraživačkog rada i njegov značajza obrazovni proces, XVII Skup Trendovi razvoja: “ Evropa 2020: Društvo zasnovano na znanju”, Kopaonik
17. Хуњак, Т., Јаковчевић, Д. (2001). AHP based model for bank performance evaluation and rating, *Proceedings – 6th ISAHP*, Berne, Switzerland
18. Ishizaka, A. & Labib, A. (2011). Review of the main developments in the analytic hierarchy process. *Expert Systems with Applications*, 38(11): 14336–14345.
19. Janković, A., Jarić, I., (2009), Uslovi rada nastavnog osoblja na Univerzitetu u Beogradu: Evaluacija rada nastavnika, Filozofija i društvo, Originalni naučni rad
20. Jovanović, M., Kojić J., Jeremić, V. (2011). Evaluacija ARWU liste najboljih svetskih univerziteta pomoću DEA metode, XXXVIII Symposium on Operational Research, Beograd
21. Lee, A.H.I., Lin, C.Y., Kang, H-Y. and Lee, W.H. (2012). An Integrated Performance Evaluation Model for the Photovoltaics Industry, *Energies*, 5, 1271-1291.
22. Lin, M-I., Lee, Y-D., Ho, T-N. (2011). Applying integrated DEA/AHP to evaluate the economic performance of local governments in China, *European Journal of Operational Research*, 209, 129-140.
23. Liberatore, M., Nydick, R. (1997). Group decision making in higher education using The Analytic Hierarchy Process, *Research in Higher Education*, 38 (5).
24. Mahapatra, B., Mukherjee, K., Bhar, C. (2015). Performance Measurement – An DEA-AHP based approach, *Journal of advanced Management Science*, 3(1), 26-30.
25. Markovits-Somogyi, R. (2011). Ranking Efficient and Inefficient Decision Making Units in Data Envelopment Analysis, *International Journal for Traffic and Transport Engineering*
26. Мартић, М., Новаковић, М., Baggia, A. (2009). Data Envelopment Analysis - Basic Models and their Utilization, *Organizacija, Volume 42*
27. Melvin, A. (2012). Decision Making using The Analytic Hierarchy Process (AHP) and SAS/IML, *SESUG*, Baltimore.
28. Mimović, P. (2012). Primena analitičkog mrežnog procesa u predviđanju prodaje automobila Fiat 500 L. *Ekonomski horizonti*, Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, 14(3), 165-176.
29. Nazarko, J., Šaparauskas, J. (2014). Application of DEA method in efficiency evaluation of public higher education institutions, *Tehnological and Economic Development of Economy*, London: Taylor & Fransis
30. Nedeljković, R., Drenovac, D. (2008). Primena fazi analize obavljanja podataka u poštanskom saobraćaju, XXVI Simpozijum o novim tehnologijama u poštanskom I telekomunikacionom saobraćaju, Beograd.
31. Neely, A.D., Mills, J.F., Gregory, M.J., Platts, K.W. (1995). Performance measurement system design –a literature review and research agenda, *International Journal of Operations and Production Management* 15 (4): 80-116.
32. Ozdemir, A. (2013). Integrating analytic network process and data envelopment analysis for efficiency measurement of Turkish commercial banks, *Banks and Bank System*, 8 (2).
33. Pakkar, M.S. (2015). An integrated approach based on DEA and AHP, *Comput. Manag.Sci.*, 12, 153-169.
34. Petković, B., Petković, D., Ćatić, R. (2013). *Kako povezati sistem osiguranja kvaliteta u visokom obrazovanju sa aspekta postojećih sistema rangiranja univerziteta* 8. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem ”KVALITET 2013”, Neum, B&H
35. Pun, K., White, A. (2005). A performance measurement paradigm for integrating strategy formulation: a review of systems and frameworks, *International Journal of Management Reviews* 7 (1), 49-71.
36. Rabar, D. (2010). Ocenjivanje efikasnosti poslovanja hrvatskih bolnica metodom analize obavljanja podataka, *EKONOMSKI PREGLED, JEL Classification I12, I67 Izvorni naučni članak*.
37. Rabar, D., Blažević, S. (2011). Ocenjivanje efikasnosti hrvatskih županija u turizmu primjenom analize omeđivanja podataka, *Privredna kretanja i ekonomska politika* 127, Zagreb
38. Ramanathan, R. (2006). Data envelopment analysis for weight derivation and aggregation in the analytic hierarchy process, *Computers & Operations Research*, 33, 1289-1307.

39. Royendegh, B.D., Erol, S. (2009). A DEA-ANP hybrid algorithm approach to evaluate a Universitys performance, *International Journal of Basic & Applied Sciences*, 9(10),115-129.
40. Saaty, T. (2006). *Fundamentals of decision making and priority theory with the Analytic Hierarchy Process*, Pittsburgh: University of Pittsburgh 322 Mervis Hall
41. Saaty, T., Kearns, K. (1985). *Analytical Planning: The Organization of Systems*, Pittsburgh: Pergamon Press
42. Saaty, T.L. (1990). How to Make a Decision: The Analytic Decision Process, *European Journal of Operations Research* 48
43. Sinclair, D., Zairi, M. (1995). Effective process management through performance measurement: part III – an integrated model of total quality-based performance measurement, *Business Process Re-engineering & Management Journal* 1(3), 50-65.
44. Tangen, S. (2005). Analysing the requirements of performance measurement systems, *Measuring Business Excellence* 9(4), 46-54.
45. Vaidya, O.S and Kumar, S., (2006). Analytic hierarchy process: An overview of applications, *European Journal Of Operational Research*, 169(1), 1-29
46. Velasquez, M., Hester, P. (2013). An Analysis of Multi-Criteria Decision Making Methods, *International Journal of Operations Research Vol. 10, No. 2*
47. Vincova, K. (2005). Using DEA models to measure efficiency, *BIATEC, Volume XIII*, Narodna Banka Slovenska
48. Zari, M., Letza, S.R. Oakland, J.S. (1994). Does TQM impact on bottomline results? *TQM Magazine*, 6 (1), 38-43.
49. Šporčić, M., Martinić, I. i dr. (2008). Analiza omeđivanja podataka kao metoda efikasnosti – mogućnosti primene u šumarstvu, *Nova mehanizacija šumarstva*, 29.
50. [http:// www.superdecisions.com/~saaty/.../SuperDecisionsManualMar2005.doc/](http://www.superdecisions.com/~saaty/.../SuperDecisionsManualMar2005.doc/)

PRIMENA TALASIĆA U ANALIZI EKONOMSKIH I FINANSIJSKIH PODATAKA

Olivera Janković*

Dr Mikica Drenovak

Apstrakt: Analiza vremenskih serija je statistička disciplina koja poslednjih decenija beleži vrlo dinamičan razvoj. U ovom radu biće predstavljene ideje koje se koriste pri analizi diskretnih vremenskih serija zasnovane na metodama talasića. Koncept finansijskih vremenskih serija prirodno je predstavljen pojmom multirezolucije. To znači da vremenske serije razmatramo na različitim vremenskim skalama, odnosno sa različitom rezolucijom. Transformacija talasićima se upravo na tome i zasniva, što opravdava njihovu veliku primenu u ovoj oblasti. Talasići se mogu smatrati prirodnim nastavkom spektralne i Furijeove analize iz razloga što obezbeđuju kompletnije razlaganje originalnih vremenskih serija, fleksibilniji su i ne zahtevaju stroge pretpostavke. Zbog neograničenog trajanja sinusoida, Furijeova analiza nije pogodna za obradu nestacionarnih signala, tj. signala čiji se frekvencijski sadržaj menja sa vremenom. Varijacije frekvencije i neperiodičnost sastavni su deo vremenskih serija koje srećemo u ekonomskim i finansijskim podacima, pa je pri Furijeovoj analizi takođe problematična i neophodnost periodičnosti funkcija. Time je i motivisano uvođenje i sve češća primena teorije talasića u ovim oblastima.

Cljučne reči: talasići, vremenske serije, multirezolucija

Uvod

Sa matematičke tačke gledišta, talasić je funkcija koja omogućava razdvajanje datog signala na nekoliko komponenti od kojih svaka odražava razvoj signala kroz vreme na određenoj frekvenciji. Iz perspektive fizičara, ali sa primenama u analizi vremenskih serija, Percival/Walden [18] su pružili matematički precizan i iscrpan uvod u teoriju talasića. Gencay [12] je obrazložio upotrebu talasića u ekonomiji i finansijama uz usvajanje intuitivno prihvatljivijeg pristupa uz mnoge primere i ilustracije. Ramsey [20] je dao pregled najvažnijih osobina talasića i razmatrao oblasti njihove primene u ekonomiji i finansijama. Crowley [8] je objavio „An intuitive guide to wavelets for economists“, gde je kroz lako razumljiv pristup objasnio pod kojim okolnostima i na koji način treba koristiti talasiće u ekonomiji. Schleicher [24] je dao pregled gore pomenutih referenci i fokusirao se na matematičke pojmove na kojima se zasnivaju talasići razmatrajući ih kroz konkretne primere.

Postoji nekoliko metoda talasića koje imaju veliku primenu u ekonomiji i finansijama. Jedna od najprimenljivijih je MODWT (Maximal overlap discrete wavelet transform) (Percival/Walden) [18], koja predstavlja modifikaciju obične DWT (Discrete wavelet transform). Prilikom ove transformacije gubi se ortogonalnost baze, ali se stiču nove osobine pogodne za ekonomska istraživanja, kao što su glatkost (kvalitet prikaza) i mogućnost analiziranja nediadskih procesa.

Jedan od ključnih problema pri analizi vremenskih serija predstavlja uklanjanje šuma (denoising), tj. rekonstrukcija „realnog“ signala iz serije koja u sebi sadrži neodređenost u vidu šuma. U poslednje vreme su postignuti veoma dobri rezultati u eliminaciji šuma

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: jankovic.olivera@gmail.com

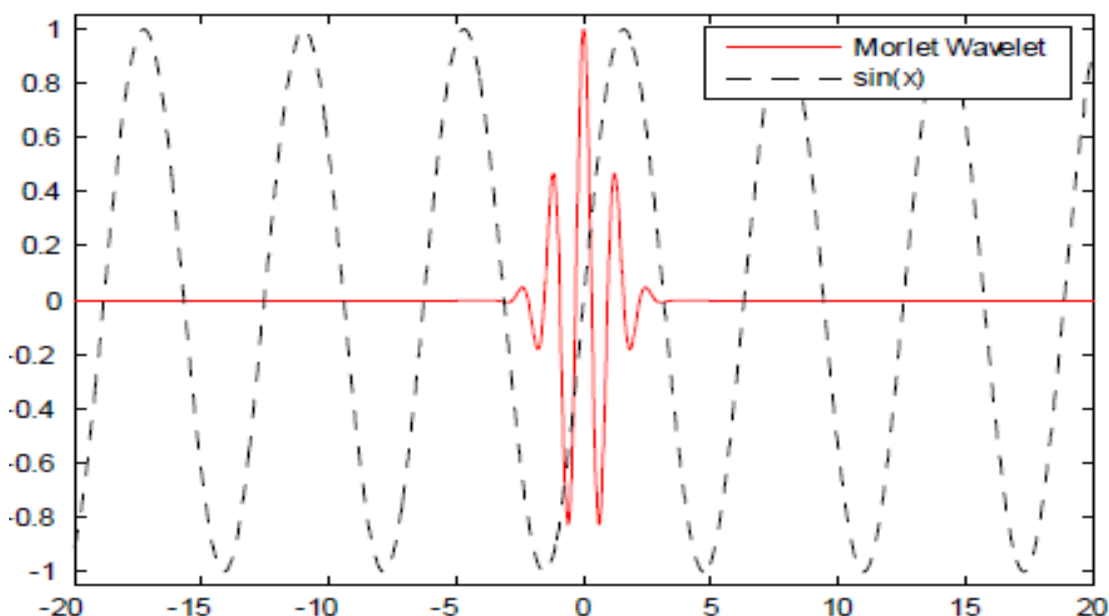
primenom DWT i MODWT. Pokazano je da se na bazi pogodno izabranog praga može doći do reprezentacije signala koji ima željeni stepen glatkosti.

U nastavku će najpre biti dat uvod u teoriju talasića, a zatim opis metoda DWT i MODWT uz analizu dva aspekta otklanjanja šumova u vremenskoj seriji. Biće predstavljene osnovne ideje i aplikacije koje se primenjuju u ekonomiji, a u navedenim referencama mogu se naći detaljnije informacije, drugačiji pristupi i primeri.

Na kraju je dat primer zasnovan na analizi indeksa nekretnina za različite gradove Severne Amerike, a dobijeni rezultati potvrđuju primenljivost talasića u analizi finansijskih vremenskih serija. Svi proračuni dobijeni su primenom programskog paketa MATLAB.

Šta je talasić?

Talasić je funkcija talasne prirode sa kompaktnim nosačem. Nazvana je talas zbog oscilatorne prirode, a mali zbog konačnog domena na kome je različita od nule. Dakle, kao što i samo ime kaže, talasić je mali talas. Slika 1. ilustruje sam pojam upoređujući grafike Morletovog talasića i sinusne funkcije, koja može biti smatrana za „veliki“ talas.



Slika 1. Morletov talasić i sinusoida

Važno je istaći da je Furijeova analiza određena konkretnom funkcijom, sinusoidom, dok talasić nije jednoznačno određen, tj. definisani su samo uslovi koji treba da budu zadovoljeni da bi talasić imao određena svojstva.

Skaliranjem i translacijama osnovnog talasića $\psi(x)$ („majke“) definiše se bazi talasića,

$$\psi_{a,b}(x) = \frac{1}{\sqrt{a}} \psi\left(\frac{x-b}{a}\right), \quad a > 0.$$

Ova funkcija je definisana na realnoj osi i zadovoljava uslove:

$$\int_{-\infty}^{+\infty} \psi(t) dt = 0$$

$$\int_{-\infty}^{+\infty} |\psi(t)|^2 dt = 1$$

Navedeni uslovi su veoma uopšteni i nisu dovoljni za karakterizaciju određenih praktičnih problema. Zato se jedan od njih može proglasiti za dopustiv uslov. Funkcija talasića je dopustiva ako je Furijeova transformacija:

$$\Psi(f) = \int_{-\infty}^{+\infty} \psi(t) e^{-i2\pi ft} dt,$$

takva da

$$C_{\Psi} = \int_0^{\infty} \frac{|\Psi(f)|^2}{f} df$$

zadovoljava uslov $0 < C_{\Psi} < \infty$.

Ovaj uslov omogućava rekonstrukciju funkcije iz njene neprekidne transformacije talasićima (Percival/Walden)[18].

Neprekidna transformacija talasićima (CWT)

CWT (eng. Continuous Wavelet Transformation) je alat kojim se razlažu podaci, funkcije ili operatori na različite frekvencijske komponente a zatim se svaka komponenta analizira sa rezolucijom koja odgovara njenoj skali. Definisana je skalarnim proizvodom funkcije i bazisnog talasića,

$$W(a, b) = (x, \psi_{a,b}) = \int_{-\infty}^{+\infty} x(t) \psi_{a,b}(t) dt .$$

$W(a, b)$ je funkcija skale a i položaja b i pokazuje koliko su blisko korelisani talasić i funkcija u vremenskom intervalu koji određuje nosač talasića. Transformacijom talasićima meri se sličnost frekvencijskog sadržaja funkcije i bazisnog talasića u vremensko-frekvencijskom domenu.

Talasićima se vremenska analiza vrši pomoću kompresovanih, visoko-frekvencijskih verzija osnovnog talasića, pošto se na maloj skali dobro uočavaju brzo promenljivi detalji. Frekvencijska analiza se vrši pomoću razvučenih nisko-frekvencijskih verzija istog talasića, jer je velika skala zadovoljavajuća za praćenje sporih promena. Ove osobine čine talasiće idealnim alatom za analizu kako stacionarnih tako i nestacionarnih funkcija koje se često proučavaju u analizi ekonomskih podataka. Transformacija talasićima daje odličnu vremensku rezoluciju visoko-frekvencijskih komponenti i frekvencijsku (skalnu) rezoluciju nisko-frekvencijskih komponenti.

Međutim, u praksi postoje izvesne poteškoće sa primenom CWT jer je potrebno računati korelaciju funkcije i talasića koji se kontinualno translira i kontinualno skalira (parametri a i b su neprekidne veličine), pa je CWT pogodniji za proučavanje funkcija nego

signala ili ekonomskih vremenskih serija. Zato se u tim situacija češće koristi diskretna transformacija talasićima (eng. DWT = Discrete Wavelet Transformation) (Gencay)[12].

Diskretna transformacija talasićima (DWT) i piramidalni algoritam

Ključna razlika između CWT i DWT je činjenica da DWT koristi ograničen broj translacija i dilatacija majke talasića za dekompoziciju originalnog signala. Ideja je da se parametri a i b odaberu tako da se informacije o signalu mogu prikazati minimalnim brojem koeficijenata talasića. To je postignuto tako što se algoritmom koeficijenti talasića i funkcije skaliranja određuju na diadskim skalama i u diadskim tačkama

$$a = 2^{-j} \text{ i } b = k2^{-j} ,$$

gde su j i k celi brojevi koji predstavljaju skup diskretnih translacija i diskretnih dilatacija.

Dakle, za vremensku seriju od T realizacija (zapažanja), najveći broj skala pri DWT je jednak celom broju J takvom da je $J = \lceil \log_2(T) \rceil = \lceil \log(T) / \log(2) \rceil$. Nije moguće direktno primeniti DWT ukoliko dužina originalne serije nije diadska ($J < \log_2(T) < J + 1$). U tom slučaju se originalna serija mora dopuniti do diadske dužine ili se neki podaci moraju ukloniti. Postoji nekoliko metoda koje rešavaju ovaj problem na granici pa će u nastavku biti navedene.

DWT je baziran na filtriranju koje se sastoji u razdvajanju detalja $h_l = (h_0, \dots, h_{L-1})$ i aproksimacije $g_l = (g_0, \dots, g_{L-1})$ diskretnog signala. Aproksimacije su nisko frekvencijske komponente vremenske serije na velikim skalama, a detalji su visoko frekvencijske komponente funkcije na malim skalama. Važi

$$\sum_{l=0}^{L-1} h_l = 0, \quad \sum_{l=0}^{L-1} g_l = 1, \quad \sum_{l=0}^{L-1} h_l^2 = 1, \quad \sum_{l=0}^{L-1} h_l h_{l+2n} = 0 \quad \forall n \neq 0, n \in \mathbb{Z}.$$

Uglavnom se nisko i visoko frekvencijski filtri biraju tako da budu filtri sa ogledalskom simetrijom ili QMF (engl. Quadrature Mirror Filters), tj. da zadovoljavaju uslov

$$h_l = (-1)^l g_{L-l-1} \text{ ili } g_l = (-1)^{l+1} h_{L-l-1} \text{ za } l = 0, \dots, L-1 .$$

Oba signala su dužine polaznog, čime se udvostručuje broj podataka. Kompresijom, odnosno odbacivanjem svakog drugog podatka, polovi se dužina izlaznog signala. Dobijena aproksimacija je ulazni signal u sledećem koraku. Efekat izvršenih promena je lošija vremenska, a bolja frekvencijska rezolucija izlaznih signala. Dakle, ako originalni signal ima dužinu 2^m , DWT ima najviše m koraka tako da se na izlazu dobije aproksimacija kao signal dužine 1. DWT originalnog signala dobija se povezivanjem svih koeficijenata polazeći od poslednjeg nivoa dekompozicije. Broj koeficijenata DWT-a jednak je dužini polaznog signala.

U procesu dekompozicije, koji se realizuje direktnom transformacijom, polazi se od 2^J aproksimacionih koeficijenata i dobijaju se koeficijenti razvoja funkcije po bazu talasića u najviše J koraka. U jednom koraku dekompozicije 2^J aproksimacionih koeficijenata određuje 2^{J-1} novih aproksimacionih koeficijenata i 2^{J-1} koeficijenata talasića. Obrnuti proces je

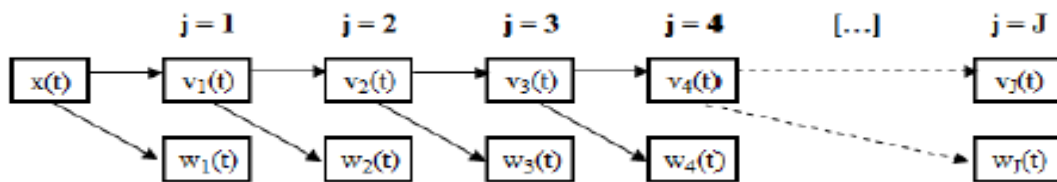
rekonstrukcija funkcije i vrši se inverznom transformacijom talasićima algoritmom sličnim pomenutom. Opisani postupak se efikasno realizuje tzv. piramidalnim algoritmom.

Neka je $\{X_t; t = 0, \dots, N - 1\}$ posmatrana vremenska serija i neka su $\{V_{j,t}^D; t = 0, \dots, N_j - 1\}$ i $\{W_{j,t}^D; t = 0, \dots, N_j - 1\}$, gde je $N_j \equiv N/2^j$, redom aproksimacioni koeficijenti i koeficijenti talasića u j -tom koraku dekompozicije. Onda je j -ti ulazni podatak u piramidalnom algoritmu zapravo $\{V_{j-1,t}^D; t = 0, \dots, N_{j-1} - 1\}$, uzimajući $V_{0,t}^D \equiv X_t$. Koeficijenti talasića i funkcije skaliranja u j -oj fazi računaju se piramidalnim algoritmom za DWT korišćenjem sledećih izraza:

$$W_{j,t}^D = \sum_{l=0}^{L-1} h_l V_{j-1,(2t+1-l) \bmod N_{j-1}}^D, \quad V_{j,t}^D = \sum_{l=0}^{L-1} g_l V_{j-1,(2t+1-l) \bmod N_{j-1}}^D.$$

$t = 0, \dots, N_j - 1$. (mod operator je uključen zbog problema na granicama jer obezbeđuje pozitivnost) Ako se koeficijenti $\{W_{j,t}^D; t = 0, \dots, N_j - 1\}$ zapišu u vektorskom obliku kao W_j^D , a koeficijenti $\{V_{j,t}^D; t = 0, \dots, N_j - 1\}$ kao V_j^D i ako je $N = 2^J$, tada se piramidalni algoritam završava nakon J koraka i dobija se dekompozicija $W_1^D, \dots, W_J^D, V_J^D$ (poslednja dva vektora sadrže samo po 1 koeficijent). Ovo definiše tzv. potpunu DWT. Ako je N celobrojni umnožak od 2^{J_0} recimo, može se izvršiti tzv. delimična DWT do nivoa J_0 .

Na Slici 2. je šematski prikazan gore navedeni postupak.



Slika 2.

Koeficijenti talasića i funkcije skaliranja j -og nivoa mogu se direktno povezati sa serijom $\{X_t\}$.

Neka se filter talasića j -og nivoa $\{h_{j,l}\}$ definiše konvolucijom sledećih j filtera

$$\begin{aligned} &g_0, g_1, \dots, g_{L-2}, g_{L-1}; \\ &\vdots \\ &g_0, 0, \dots, 0, g_1, 0, \dots, 0, \dots, g_{L-2}, 0, \dots, 0, g_{L-1}; \\ &h_0, 0, \dots, 0, h_1, 0, \dots, 0, \dots, h_{L-2}, 0, \dots, 0, h_{L-1}. \end{aligned} \quad (2.1)$$

(Filter $g_0, 0, \dots, 0, g_1, 0, \dots, 0, \dots, g_{L-2}, 0, \dots, 0, g_{L-1}$ između elemenata g_i i g_{i+1} ima $2^{j-2} - 1$ nula, a filter $h_0, 0, \dots, 0, h_1, 0, \dots, 0, \dots, h_{L-2}, 0, \dots, 0, h_{L-1}$ između elemenata h_i i h_{i+1} ima

$2^{j-1} - 1$ nula). Slično, definišimo filtar funkcije skaliranja j -og nivoa $\{g_{j,l}\}$ konvolucijom prvih $j - 1$ navedenih filtara i filtra

$$g_{0,0}, 0, \dots, 0, g_{1,0}, 0, \dots, 0, \dots, g_{L-2,0}, 0, \dots, 0, g_{L-1}. \quad (2.2)$$

Tada je

$$W_{j,t}^D = \sum_{l=0}^{L_j-1} h_{j,l} X_{(2^j(t+1)-1-l) \bmod N}, \quad V_{j,t}^D = \sum_{l=0}^{L_j-1} g_{j,l} X_{(2^j(t+1)-1-l) \bmod N}.$$

Filtri na j -om nivou imaju sledeća svojstva:

$$\sum_{l=0}^{L_j-1} g_{j,l} = 2^{j/2}; \quad \sum_{l=0}^{L_j-1} g_{j,l}^2 = 1; \quad \sum_{l=0}^{L_j-1} g_{j,l} h_{j,l} = 0; \quad \sum_{l=0}^{L_j-1} h_{j,l} = 0; \quad \sum_{l=0}^{L_j-1} h_{j,l}^2 = 1.$$

Frekvencijski opseg kome su odgovarajući koeficijenti talasića $\{W_{j,t}^D\}$ pridruženi je dat sa $\frac{1}{2^{j+1}} \leq \omega \leq \frac{1}{2^j}$.

MODWT i piramidalni algoritam

MODWT je modifikacija DWT koja se najčešće koristi u ekonomskim istraživanjima. Naime, standardna DWT ima nekoliko nedostataka: zahteva da posmatrane vremenske serije imaju diadsku dužinu ($N = 2^J$), nije invarijantan na pomeranja (jer ako pomerimo seriju za jedan period udesno, koeficijenti multirezolucije će biti drugačiji), vrhovi ili udubljenja u originalnoj seriji mogu biti nekorektno usklađeni sa sličnim događajima u multirezoluciji, broj koeficijenata talasića i funkcije skaliranja se smanjuju 2 puta na svakom sledecem nivou transformacije što ograničava mogućnost sprovođenja statističke analize na koeficijentima. Da bi se prevazišle ove poteškoće, predložen je MODWT. Pri ovoj transformaciji se gubi ortogonalnost, ali se dobijaju nove osobine koje su, kao što je već rečeno, pogodnije za analizu ekonomskih i finansijskih podataka. Među njima su glatkost, mogućnost analiziranja nediadskih procesa, povećana rezolucija na grubljim skalama i invarijantnost na translaciju. Najvažnija razlika između DWT i MODWT je činjenica da MODWT uzima u obzir sve translacije u skupu celih brojeva, tj. $a = k$. Ovo znači da MODWT na svakoj frekvenciji održava potpunu rezoluciju serije. Bez obzira koju skalu posmatramo, dužina vektora koeficijenata talasića i funkcije skaliranja biće jednaka dužini originalne serije.

Zbog očuvanja energije pri MODWT vrši se reskaliranje filtara, $\bar{g}_l = g_l / \sqrt{2}$ i $\bar{h}_l = h_l / \sqrt{2}$, tako da je na primer sada $\sum_{l=0}^{L-1} \bar{g}_l^2 = 1/2$, a filtri su još uvek QMF. Ako je $V_{0,t}^M = X_t$, tada MODWT piramidalni algoritam generiše MODWT koeficijente talasića $\{W_{j,t}^M\}$ i MODWT koeficijente funkcije skaliranja $\{V_{j,t}^M\}$ iz $\{V_{j-1,t}^M\}$ koristeći “nove filtre” sa nenula koeficijentima podeljenim sa $\sqrt{2}$,

$$W_{j,t}^M = \sum_{i=0}^{L-1} \bar{h}_i V_{j-1,(t-2^{j-1}i)}^M, \quad V_{j,t}^M = \sum_{i=0}^{L-1} \bar{g}_i V_{j-1,(t-2^{j-1}i)}^M,$$

$$t = 0, \dots, N-1.$$

I ovi koeficijenti analogno kao u DWT se mogu povezati sa $\{X_t\}$, koristeći filtre $\{\bar{h}_{j,l} = h_{j,l}/2^{j/2}\}$ i $\{\bar{g}_{j,l} = g_{j,l}/2^{j/2}\}$:

$$W_{j,t}^M = \sum_{i=0}^{L_j-1} \bar{h}_{j,i} X_{(t-i) \bmod N}, \quad V_{j,t}^M = \sum_{i=0}^{L_j-1} \bar{g}_{j,i} X_{(t-i) \bmod N}.$$

Takođe, može se primetiti da se DWT koeficijenti vremenske serije $\{X_t\}$ mogu dobiti iz MODWT:

$$W_{j,t}^D = 2^{j/2} W_{j,2^j(t+1)-1}^M, \quad V_{j,t}^D = 2^{j/2} V_{j,2^j(t+1)-1}^M.$$

MODWT koeficijenti na nivou j imaju isti frekvencijski opseg kao i DWT koeficijenti, $\frac{1}{2^{j+1}} \leq \omega \leq \frac{1}{2^j}$, ali na svakom nivou ih ima N .

Multirezolucija

Multirezolucijska analiza se koristi za razlaganje originalne vremenske serije X na glatke komponente i detalje.

Neka su V_j i W_j koeficijenti funkcije skaliranja i talasića na skali j dobijeni primenom MODWT na originalnoj vremenskoj seriji X . Polazeći od njih, primenom inverznog MODWT, mogu se dobiti koeficijenti funkcije skaliranja na skali $j-1$, a samim tim i rekonstruisati originalna vremenska serija X . Inverzna MODWT se efikasno implementira pomoću piramidalnog algoritma gde se koeficijenti funkcije skaliranja na skali $j-1$ računaju pomoću sledeće formule:

$$V_{j-1,t} = \sum_{i=0}^{L-1} \bar{h}_i W_{j,(t-2^{j-1}i)}^M + \sum_{i=0}^{L-1} \bar{g}_i V_{j,(t-2^{j-1}i)}^M$$

gde je $t = 0, 1, \dots, N$. Desna strana jednačine se može matrično predstaviti

$$V_{j-1,t} = \bar{B}_j W_j + \bar{A}_j V_j.$$

Analogno se mogu dobiti slični rezultati za svaku skalu j , što u kombinaciji sa

$$X = \bar{E}_1 W_1 + \bar{A}_1 V_1 ,$$

daje razlaganje originalne vremenske serije

$$X = S_J + D_J + \dots + D_1$$

gde je $D_j = \bar{A}_1 \dots \bar{A}_{j-1} \bar{E}_j W_j$ i $S_j = \bar{A}_1 \dots \bar{A}_{j-1} \bar{A}_j V_j$. Elementi od S_j su vezani za koeficijente funkcije skaliranja na maksimalnoj skali pa zato predstavljaju glatke komponente od X . Elementi D_j su detalji od X na skali j . Takođe, ako posmatramo koeficijente funkcije skaliranja i talasića od skale J_s ($1 < J_s < J$) do J , reprezentacijom

$$X_s = S_J + D_J + \dots + D_s$$

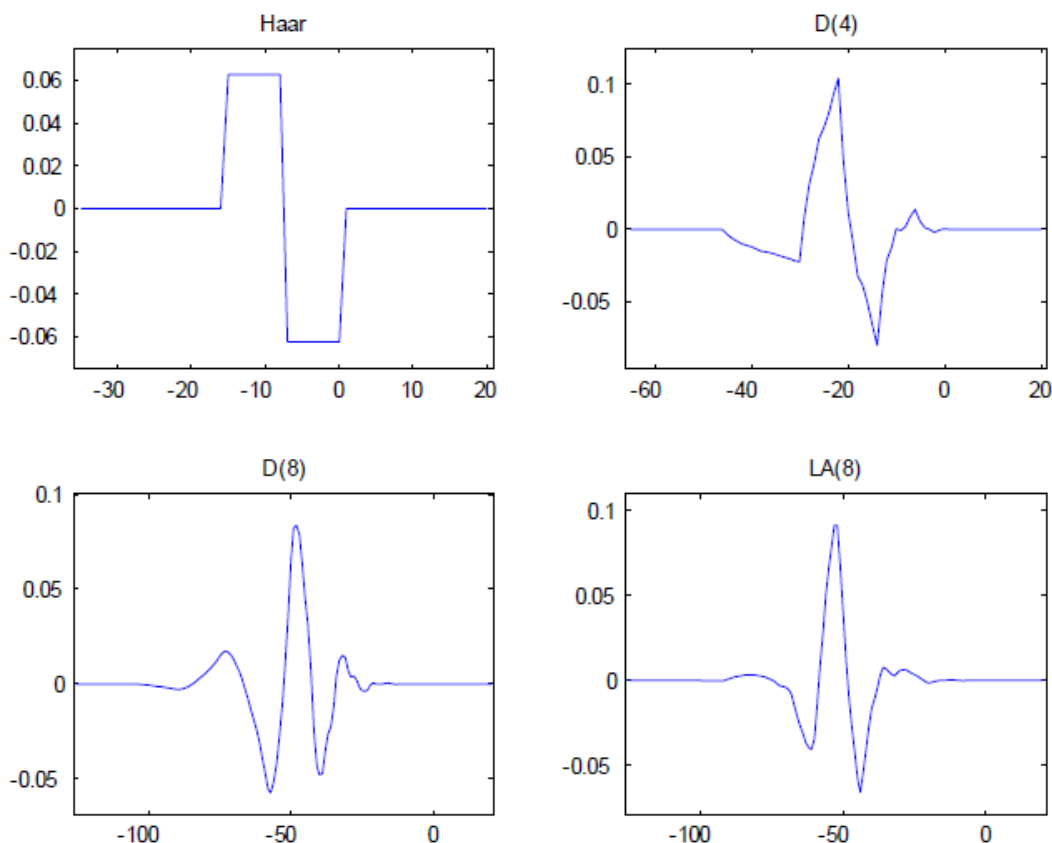
se može vršiti uklanjanje šuma iz vremenske serije, o čemu će u nastavku biti reči. Ove formule važe i za DWT i za MODWT (Percival/Walden) [18].

Filtri

Kao što je već napomenuto, filtri služe za izdvajanje iz signala frekvencijskih grupa, tj. svih komponenti čije su frekvencije iz nekog zadatog opsega. Postoje različiti filtri po osobinama i svojim mogućnostima da se povežu sa karakteristikama određenih vremenskih serija pri istraživanju. Pri DWT i MODWT je bitna i dužina filtra, jer zbog graničnih uslova duži filtri su pogodniji za duge vremenske serije. U finansijama se najčešće koristi Daubechies i Least-Asymmetric filtri dužine 4 do 8. U zavisnosti od svrhe analize i osobina serije podataka koja se posmatra, mogu se izabrati filtri sa nekom od sledećih osobina: simetrija, ortogonalnost, glatkost, broj iščezavajućih momenata itd.

Najvažnije je izabrati filter odgovarajuće dužine. Problemi sa graničnim uslovima nastaju u dve situacije. Već je napomenuto da se pri DWT zahteva diadska dužina vremenske serije. Ako ovaj zahtev nije ispunjen, tj. ako je dužina N takva da je $2^j < N < 2^{j+1}$, podaci se mogu ili ukloniti do dužine $N = 2^j$ ili dopuniti do $N = 2^{j+1}$. Drugi zahtev se odnosi i na DWT i na MODWT. Kako filter mora biti primenjen u svim tačkama, uključujući i zapažanje na početku $t = 1$, problem nastaje zbog zahteva operatora konvolucije da uzme u obzir $L - 1$ zapažanja pre t . U ovom slučaju je uklanjanje podataka beskorisno, pa treba dopuniti seriju. Neke mogućnosti su dopuna nulama („zero padding“), periodično produžavanje, simetrično preslikavanje („mirror“ ili „reflection“). Izbor zavisi od posmatrane serije podataka.

Na Slici 3. su prikazani koeficijenti Haar, D(4), D(8) i LA(8) talasića na nivou $j = 4$. Jasno je da LA(8) deluje manje asimetričan od D(8), ali je još uvek daleko od simetričnosti.



Slika 3. Haar, D(4), D(8) i LA(8) filtri

Eliminacija šuma u vremenskim serijama

Kod problema eliminacije šuma poznate su vrednosti serije (signala) u odgovarajućim tačkama, ali su one pogođene šumom, pa je potrebno iz njih što bolje estimirati “pravi” signal. Konkretno, eliminacija šuma se može definisati kao standardni problem estimacije funkcije pod dodatnim uslovima :

- Fiksna učestalost odabiranja u ulaznom (x) prostoru – ne postoji statistička neizvesnost za x vrednosti obučavajućeg skupa podataka
- Niska dimenzionalnost problema – signal je u jednoj ili dve dimenzije
- Estimacija se postiže pomoću klase ortogonalnih bazičnih funkcija.

U ekonomskim analizama vremenskih serija najčešće se primenjuju metode Univerzalno odsecanje talasića (“wavelet tresholding”) i Ciklična rotacija („cycle-spinning“).

Osnovni algoritam za uklanjanje šuma putem DWT

Sve postojeće metode uklanjanja šuma pomoću talasića prate sledeću proceduru:

1. Primeni se DWT na N odbiraka signala (kod kojih je prisutan šum), čime se dobija N koeficijenata talasića.
2. Formira se poredak koeficijenata talasića (najčešće prema njihovoj veličini).
3. Primenom praga bira se m “najznačajnijih” koeficijenata prema utvđenom pravilu 2.

4. Estimirani signal (sa uklonjenim šumom) dobija se primenom inverzne transformacije talasića na izabranim m koeficijenata.

Osnovna razlika između metoda je u izboru praga. Prag se obično bira na osnovu statističkih pretpostavki o šumu i o samom signalu koji se estimira.

Pretpostavimo da se posmatrana vremenska serija može predstaviti

$$X = D + \varepsilon,$$

gde je D deterministički signal, a εN -dimenzioni vektor belog Gausovog šuma kod kojeg slučajne promenljive imaju varijansu σ_ε^2 .

Za određivanje praga otklanjanja šuma, Donoho i Johnstone [9,10], preporučuju se parcijalni DWT na nivou J_0 , koji daje koeficijente u vektorskom obliku $W_1^D, \dots, W_{J_0}^D$ i $V_{J_0}^D$, gde je

$$W_{j,t}^D = d_{j,t} + e_{j,t}, \quad j = 1, \dots, J_0; \quad t = 0, \dots, N_j - 1.$$

(J_0 je određen od strane istraživača) Samo koeficijenti u vektoru W_k^D su podvrgnuti određivanju praga šuma, tj. elementi vektora $V_{J_0}^D$ se ne uzimaju u obzir, pa se taj deo serije X automatski dodeljuje signalu D .

Kako izabrati prag otklanjanja šuma? Ključna je činjenica da transformisan šumima ista statistička svojstva kao i netransformisan, tj. da je $\{e_{j,t}\}$ takođe beli Gausov šum sa varijansom σ_ε^2 i očekivanjem nula. Univerzalni prag je definisan u radu Donoho i Johnstone [10],

$$\delta_U \equiv \sqrt{2\sigma_\varepsilon^2 \log(N)}.$$

Radi pojašnjenja, pretpostavimo da je signal D vektor nula tako da su koeficijenti $\{e_{j,t}\}$ transformacije $\{W_{j,t}^D\}$ delovi belog Gausovog šuma sa varijansom σ_ε^2 i očekivanjem nula. Tada, ako $N \rightarrow \infty$,

$$P[\max\{|W_{j,t}^D|\} \leq \delta_U] \equiv P[\max\{|e_{j,t}\}| \leq \delta_U] \rightarrow 1,$$

Asimptotski se korektno procenjuje signal. Univerzalni prag najčešće otklanja ceo šum, ali je moguće da i neke male koeficijente signala izjednači sa nulom. Zato on osigurava sa velikom verovatnoćom da je rekonstrukcija barem glatka barem koliko i početni deterministički signal. Pošto je u praksi σ_ε^2 često nepoznato, koristi se zamena bazirana na izračunavanju srednje apsolutne devijacije (MAD, eng. Mean absolute deviation), po definciji

$$\bar{\sigma} \equiv \frac{\text{median}\{|W_{1,0}^D|, |W_{1,1}^D|, \dots, |W_{1,N/2-1}^D|\}}{0.6745}.$$

$\bar{\sigma}$ je procenjena preko elemenata W_1^D jer su uglavnom šumovi najveći na najmanjim skalama koeficijenata talasića, sa mogućim izuzetkom.

Znači, za $W_{j,t}^D, j = 1, \dots, J_0, t = 0, \dots, N_j - 1$, moguće je definisati pravilo pomoću kog se dobijaju novi koeficijenti $\{\bar{W}_{j,t}^D\}$, tj. $\bar{W}_j^D, j = 1, \dots, J_0$:

$$\bar{W}_{j,t}^D = \begin{cases} 0, & |W_{j,t}^D| \leq \delta_U ; \\ W_{j,t}^D, & \text{inače.} \end{cases}$$

D se procenjuje kao \bar{D} i dobija se inverznom transformacijom $\bar{W}_1^D, \dots, \bar{W}_{J_0}^D$ i $V_{J_0}^D$.

U slučaju da delovi $\{e_{j,t}\}$ koeficijenta transformacije talasića $\{W_{j,t}^D\}$ nisu beli Gausov šum, univerzalni prag se definiše kao

$$\delta_{U,j} \equiv \sqrt{2\sigma_j^2 \log(N)},$$

gde je σ_j^2 varijansa koeficijenta j -og nivoa. U opštem slučaju kada su varijanse nepoznate, može se na svakom nivou odrediti srednja apsolutna devijacija po formuli

$$\bar{\sigma}_j \equiv \frac{\text{median}\{|W_{j,0}^D|, |W_{j,1}^D|, \dots, |W_{j,N_j-1}^D|\}}{0.6745},$$

a zatim iskoristiti univerzalni prag

$$\bar{\delta}_{U,j} \equiv \sqrt{2\bar{\sigma}_j^2 \log(N)}$$

na svakom nivou. Procena $\bar{\sigma}_j$ je pogodna jedino za malo j , sa odgovarajućim brojem koeficijenta na svakom nivou.

Ciklična rotacija i MODWT

Pri uklanjanju šuma koristeći DWT, rezultat će zavistiti od početne tačke vremenske serije. Koeficijenti talasića i funkcije skaliranja nisu invarijantni na ciklično pomeranje, tj. ciklično pomeranje vremenske serije neće dovesti do cikličnog pomeranja DWT koeficijenta. Da bi se izbegao ovaj problem, predložena je ideja ciklične rotacije („cycle-spinning“) [7].

Ako se posmatra DWT na nivou J_0 dobijena iz vremenske serije dužine N (celobrojni umnožak od 2^{J_0}), ideja ciklične rotacije otklanjanja šuma se zasniva na uklanjanju šuma ne samo na X , već i na svim mogućim jedinstvenim cikličnim pomeranjem od X i izračunavanju prosečne vrednosti dobijenih rezultata.

Neka je X vremenska serija opisana u 3.1 i neka je $\tau X = [X_{N-1}, X_0, X_1, \dots, X_{N-2}]$, tj. operator τ usporava (ciklično) X za jednu jedinicu vremena, i neka je $\tau^2 = \tau\tau X$ itd. τ^{-1} ubrzava X za jednu jedinicu vremena. Pretpostavimo da je \bar{D}_n dobijeno od D primenjujući proceduru uklanjanja šuma na $\tau^n X$. Tada je uklanjanje šuma dobijeno od D dato sa

$$\bar{D} = \frac{1}{2^{J_0}} \sum_{n=0}^{2^{J_0}-1} \tau^{-n} \bar{D}_n.$$

(Pomeranja veća ili jednaka od 2^{J_0} su suvišna.)

Kako se DWT za svako $\tau^n X$ može lako izdvojiti iz MODWT od X (videti 1.3), „ciklična rotacija“ se može lakše implementirati preko MODWT na sledeći način:

- odrediti MODWT koeficijente na nivou J_0 , date vektorima $W_1^M, \dots, W_{J_0}^M$ i $V_{J_0}^M$.
- za svako $j = 1, \dots, J_0$ primeniti uklanjanje šuma za svaki element vektora W_j^M koristeći univerzalni prag $\delta_{v,j} \equiv \sqrt{2\sigma_j^2 \log(N)}$, $\sigma_j^2 = \sigma_\varepsilon^2 / 2^j$.
- novi koeficijenti $\{\bar{W}_j^M\}$ će obrazovati vektor $\bar{W}^M, j = 1, \dots, J_0$. \bar{D} će biti procenjeno kao \bar{D} , dobijeno inverznim MODWT preko vektora $\bar{W}_1^M, \dots, \bar{W}_{J_0}^M$ i $V_{J_0}^M$.

Dvostruke su prednosti ovakvog pristupa. Prvo, veličina uzorka N ne mora da bude celobrojan umnožak od 2^{J_0} , već MODWT važi za svaku vrednost N i drugo, ako je σ_ε^2 nepoznato, srednja apsolutna devijacija (MAD) može biti prilagođena

$$\bar{\sigma}_j \equiv \frac{2^{2^{j/2}} \text{median}(|W_{1,0}^M|, |W_{2,1}^M|, \dots, |W_{1,N-1}^M|)}{0.6745}.$$

Faktor $2^{1/2}$ u prethodnom izrazu reflektuje činjenicu da je $W_{1,t}^D = 2^{1/2} W_{1,2t+1}^M$.

Primer : Posmatrajmo promenljivu y , čija je dinamika opisana AR(1)¹ procesom

$$y_t = 0,90y_{t-1} + \sum_{s=3}^5 5 \cos\left(\frac{2\pi t}{s}\right) + \varepsilon_t, \quad (3.1)$$

gde je $\{\varepsilon_t, t \in T\}$ niz nezavisnih slučajnih promenljivih, koji predstavlja proces belog šuma, tj. familiju slučajnih promenljivih koje su nekorelisane, sa konačnom varijansom i očekivanjem 0.

Model ne zahteva da ε_t postoji u svakom trenutku zadatog intervala, već samo u trenucima t_i u kojima se proces posmatra. Kao što je već napomenuto, šum se javlja kao neželjeni produkt beleženja signala, a talasići se mogu upotrebiti za njegovo uklanjanje. Talasićima se izdvaja signal, a uklanjaju smetnje.

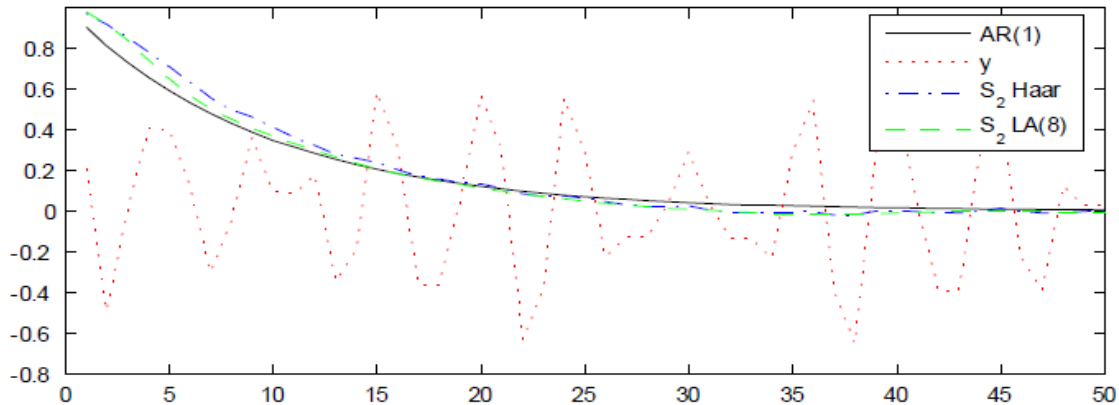
Iz jednačine (3.1) se može zaključiti da ciklične komponente imaju dužinu perioda od 3 do 5. Kako je frekvencija jednaka recipročnoj vrednosti skale, zaključujemo da imaju uticaj na frekvencije između 1/5 i 1/3.

Čišćenje signala se sastoji u odbacivanju detalja čiji su koeficijenti talasića ispod nekog praga, tako što se oni zamenjuju nulama. Inverznom transformacijom talasića se zatim dobija pročišćeni signal.

Na skali j , detalji D_j imaju frekvencije $\frac{1}{2^{j+1}} \leq \omega \leq \frac{1}{2^j}$, a S_j frekvencije $\omega \leq \frac{1}{2^{j+1}}$. Ako posmatramo nivo 2 multirezolucije, S_2 će obuhvatiti komponente vremenske serije koje imaju

¹ Autoregresivni model prvog reda

frekvenciju $\omega < \frac{1}{2^{j+1}}$ tj. $\omega < \frac{1}{8}$. To znači da će S_2 obuhvatiti promene od y koje su povezane sa dužinom perioda od najmanje 8 jedinica vremena. Odavde sledi da će S_2 zadržati AR(1) dinamičnost od y uklanjajući ciklično ponašanje i šumove.



Slika 4.

Na Slici 4. je prikazana originalna serija y , odgovarajući AR(1) proces i S_2 . Upotrebljeni su Haar i LA(8) talasići i dobijeni veoma slični rezultati iako za manje korake LA(8) daje neznatna poboljšanja.

Može se reći da talasići predstavljaju sočiva istraživaču, kojima može videti manje oblasti i dobiti više detalja što omogućava detaljnije istraživanje ekonomskih i finansijskih odnosa koji su ranije bili neuočljivi.

Primeri i rezultati

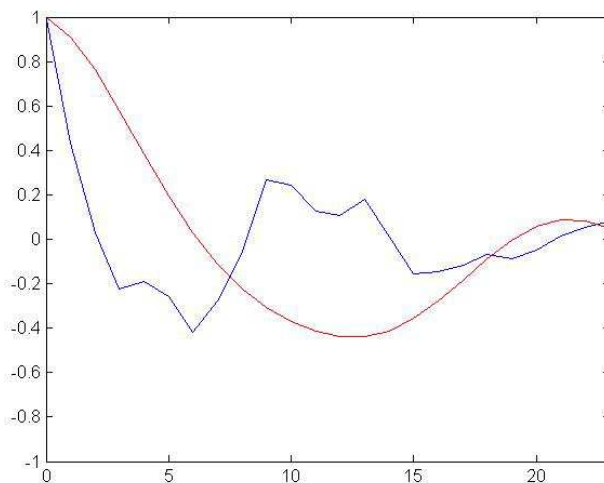
Kao što je poznato, na skali j , detalj D_j obuhvata frekvencije $\frac{1}{2^{j+1}} \leq \omega \leq \frac{1}{2^j}$, dok gladak deo S_j obuhvata frekvencije $\omega < \frac{1}{2^{j+1}}$ ([18]). Zato, ako koristimo treći nivo MRA, S_3 će obuhvatiti komponente vremenske serije koje imaju frekvenciju $< \frac{1}{16}$. To znači da će S_3 obuhvatiti promene u vremenskoj seriji koje su pridružene periodu od najmanje 16 vremenskih jedinica, samim tim i zadržati dinamiku vremenske serije dok će ciklična ponašanja i šumovi biti eliminisani.

U primeru koji sledi su posmatrani indeksi nekretnina za različite gradove u SAD (Boston, Chicago, Denver, Los Angeles, Miami, New York, Las Vegas). Korišćeni su Case-Shiller indeksi preuzeti sa Standard and Poors sajta. $P_j(t)$ je indeks j -og grada u periodu t (u prvom mesecu uzorka svaki indeks biće normiran na vrednost 100 zbog uporedivosti). Indeksi prinosa se definišu kao

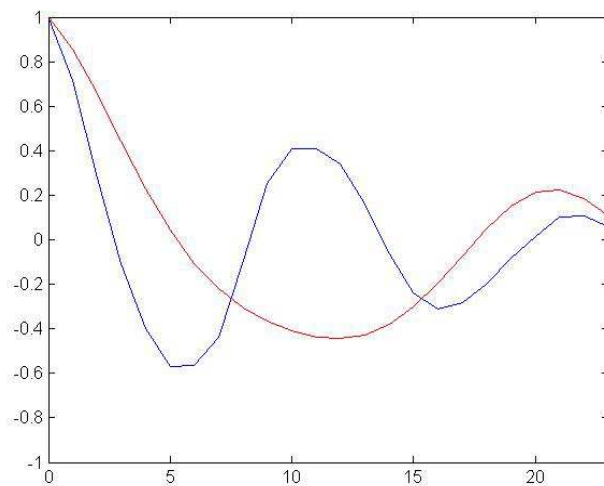
$$r_j(t) = \log(P_j(t)) - \log(P_j(t-1)).$$

Na slikama su prikazane autokorelacije (za 24 meseca, od juna 2013. do maja 2015.god) indeksa prinosa (plavom bojom originalne vremenske serije, a crvenom glatkog dela talasića dobijenog pomoću multirezolucijske analize parcijalne MODWT). Korišćeni su

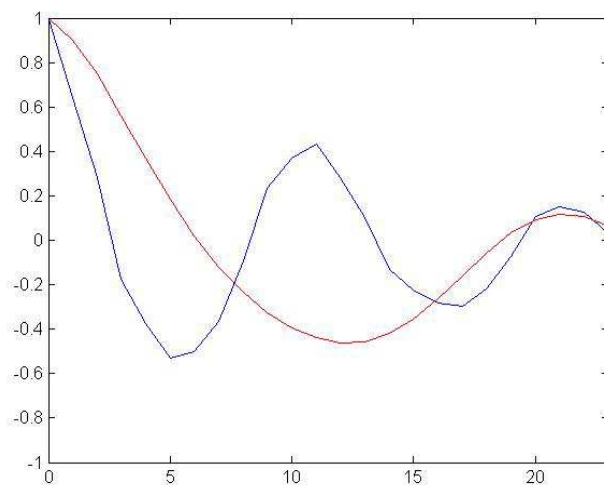
Least Asymmetric (8) filtri i nivo $J = 3$. U konkretnom slučaju S_3 će obuhvatiti frekvencijske komponente pridružene periodu dužine od najmanje 16 meseci dok će sezonski efekti biti u potpunosti ili delimično eliminisani. Drugim rečima, sposobnost talasića biće iskorišćena za uklanjanje (umanjivanje) sezonskih efekata.



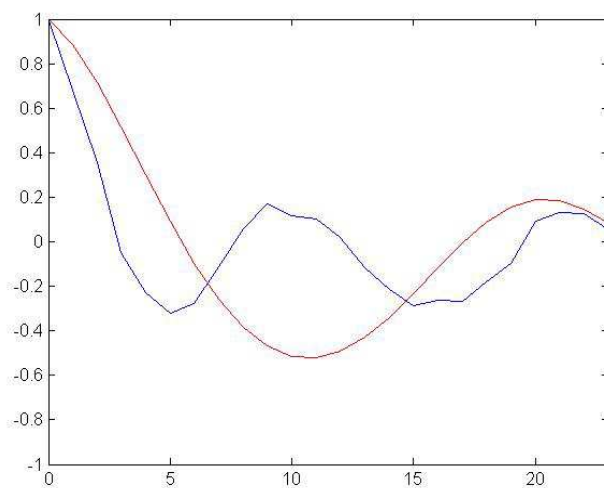
Boston



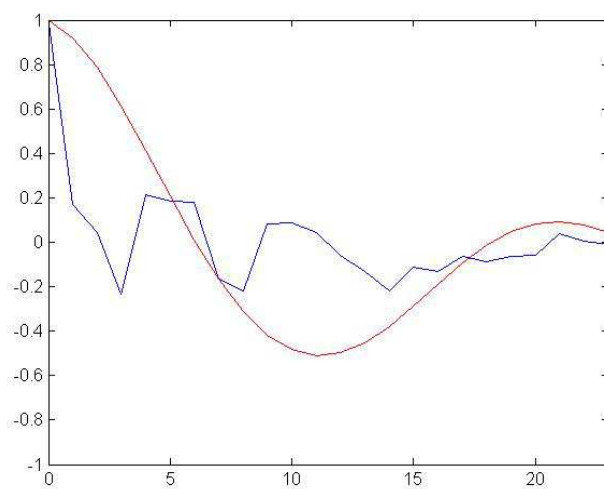
Chicago



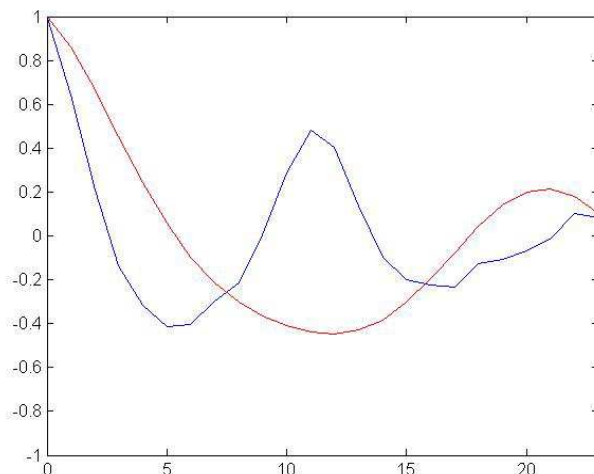
Denver



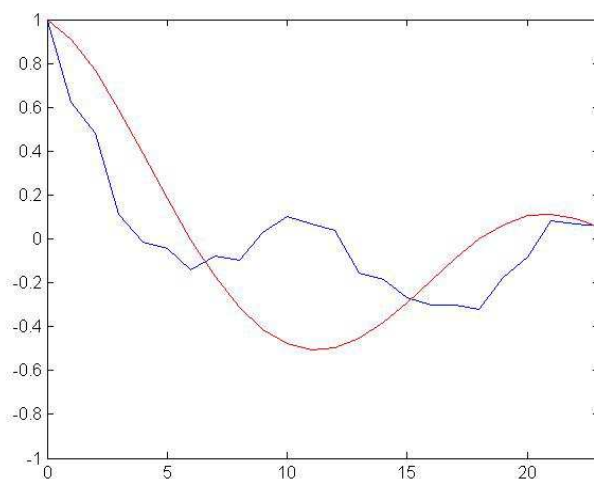
Los Angeles



Miami



New York



Las Vegas

Na osnovu glatkog dela može se proceniti kakav je trend vremenske serije i eventualno vršiti predviđanja za naredni period. Autokorelacije procenjene preko glatkog dela talasića pokazuju dugoročnu vremensku dinamiku indeksa nekretnina što predstavlja dobru osobinu za predviđanje. U kontekstu finansijskih tržišta, čiji je razvoj skoro nepredvidiv, indeksi nekretnina su strogo autokorelisani. Autokorelacija je pozitivna čak i nakon 2 godine (uzastopne vrednosti imaju tendenciju istog predznaka). Kao što možemo videti na slikama (grafika autokorelacija vremenskih serija), neki indeksi prinosa su više pogođeni sezonskim efektima (Boston, Chicago, Denver, New York, Los Angeles), dok su drugi manje pogođeni (Miami i Las Vegas). Sa druge strane, na osnovu grafika autokorelacija glatkih delova talasića možemo zaključiti da su sezonski efekti uspešno eliminisani iz originalnih serija, pa se dobijeni glatki delovi mogu uspešno koristiti u svrhu daljeg predviđanja.

Zaključak

U radu je pokazana uloga talasića u analizi ekonomskim istraživanjima. Izložena su dva algoritma za DWT (standardni DWT i modifikovani DWT), kao i postupak razlaganja originalne serije na njene detalje i glatke komponente. Glatki deo zadržava dinamiku vremenske serije dok su ciklična ponašanja i šumovi delimično ili u potpunosti eliminisani. Stoga, na osnovu glatkog dela, može se uspešno proceniti kakav je trend vremenske serije i eventualno vršiti predviđanja za naredni period. Pored toga rad sadrži i pregled literature koja se odnosi na neke primene talasića u ekonomiji. Izložene metode su implementirane u MATLAB-u i primenjene na indekse nekretnina za različite gradove, u svrhu predviđanja za naredni period. Dobijeni su ohrabrujući rezultati koji potvrđuju značaj talasića u ekonomskoj analizi i motivišu njihovu sve češću primenu u ovoj oblasti.

Reference

1. Arino, M. A., *Time series forecasts via wavelets: an application to car sales in the Spanish market*. Institute of Statistics & Decision Sciences, Duke University (1995).
2. Arino, M. A., Morettin, P. A., Vidakovic, B., *Wavelet scalograms and their applications in economic time series*. Brazilian Journal of Probability and Statistics 18 (2004): 37-51.
3. Aussem, A., Murtagh, F., *Combining neural network forecasts on wavelet-transformed time series*. Connection Science 9 (1997): 113-122.
4. Aussem, A., Campbell, J., Murtagh, F., *Wavelet-based feature extraction and decomposition strategies for financial forecasting*. Journal of Computational Intelligence in Finance 6 (1998): 5-12.
5. Chatfield, C., *The Analysis of Time Series: An Introduction*. New York, NY: Chapman and Hall (1984).
6. Chiann, C., Morettin, P., *A Wavelet Analysis for Time Series*, Nonparametric Statistics 10(1998):1-46.
7. Coifman, R., Donoho, D., *Translation-invariant denoising*. In Wavelets and Statistics (Lecture Notes in Statistics, Volume 103), New York: Springer-Verlag(1995):125–50.
8. Crowley, P., *An intuitive guide to wavelets for economists*, Bank of Finland Research Papers(2005).
9. Donoho, D., *Denoising by soft thresholding*, IEEE Transactions on IT 41(3) (1995): 613-625.
10. Donoho, D., Johnstone, J., *Ideal spatial adaptation by wavelet shrinkage*, Biometrika, 81(3)(1994): 425-455.
11. Fryzlewicz, P., Van Bellegem, S., Von Sachs, R., *Forecasting non-stationary time series by wavelet process modelling*. Annals of the Institute of Statistical Mathematics 55 (2003): 737-764
12. Gencay, R., Selçuk, F., Whicher, B., *An Introduction to Wavelets and Other Filtering Methods in Finance and Economics*. Academic Press, San Diego, CA, USA.(2001)
13. Hamilton, J., *Time Series Analysis*, Princeton (1994).
14. Jensen, M. J., Liu, M. *Do long swings in the business cycle lead to strong persistence in output?* Journal of Monetary Economics 53 (2006): 597-611
15. Masset, P., *Analysis of Financial Time-Series using Fourier and Wavelet Methods*, Department of Finance, University of Fribourg(2008).
16. Mihailović, A., *Analiza vremenskih serija*, Master rad, (Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad)
17. Percival, D., Mofjeld, H., *Analysis of Subtidal Coastal Sea Level Fluctuations Using Wavelets*, J. Am. Stat. Assoc. 92, (1997):868-880.
18. Percival, D., Walden, A., *Wavelet Methods for Time Series Analysis*. Cambridge UK: Cambridge University Press (2000).
19. Radunović D., Talasići (Wavelets), Akademska misao, Beograd, (2005).
20. Ramsey, J., *Wavelets in Economics and Finance: Past and Future*, Working Paper, New York University, (2002).

21. Ramsey, J. B., Usikov, D. Zaslavsky, G.M., *An analysis of US stock price behavior using wavelets*, *Fractals* 3 (1995): 377-389
22. Ramsey, J. B., Zhang, Z., *The application of wave form dictionaries to stock market index data*, *Predictability of Complex Dynamical Systems*, edited by Yurii A. Kravtsov and James Kadtke, Springer Berlin Heidelberg, (1996).
23. Ramsey, J. B., Zhang, Z., *The analysis of foreign exchange data using waveform dictionaries*, *Journal of Empirical Finance* 4 (1997): 341-372
24. Schleicher, C., *An Introduction to Wavelets for Economists*, Bank of Canada Working Paper, (2002).
25. Udovičić Z., *Odredjivanje praga kompresije pri transformaciji ortonormiranim talasićima*, Magistarski rad, (Matematički fakultet, Beograd).

DEO V

REGULATORNE REFORME U FUNKCIJI POVEĆANJA KONKURENTNOSTI PLATNOG SISTEMA REPUBLIKE SRBIJE

Doc. dr Violeta Todorović*

Nenad Tomić**

Abstrakt: Tokom prethodnih 15 godina, platni promet u Republici Srbiji prošao je kompletnu organizacionu i funkcionalnu reformu. Iz prethodnog perioda nasleđeni su problemi centralizacije, zasnovane na monopolskom položaju Zavoda za obračun i plaćanja i upotrebe neadekvatnih platnih instrumenata i procedura. Donošenjem Zakona o platnom prometu, stvoreni su uslovi za približavanje međunarodnim tokovima u oblasti platnog prometa i razvoj sistema za trgovinu hartijama od vrednosti. Naredna faza reformi, zasnovana na primeni novog Zakona o platnim uslugama, trebalo bi da izvrši harmonizaciju nacionalnog zakonodavstva sa propisima Evropske unije u ovoj oblasti. Pored ovog koraka koji će suštinski značaj imati u procesu pristupanja Republike Srbije EU, novim Zakonom uvode se nove kategorije platnih institucija, što će dovesti do povećanja konkurencije pružalaca platnih usluga, uticati na smanjenje cena i povećanja kvaliteta usluga za krajnje korisnike. Uveden je i novi tip instrumenta plaćanja - elektronski novac, čime se stvaraju uslovi za brži razvoj elektronske trgovine u budućnosti. Predmet rada je analiza izvedenih reformi platnog prometa Republike Srbije u periodu nakon 2000. godine. Cilj rada je utvrđivanje značaja donošenja i sprovođenja Zakona o platnim uslugama, koji predstavlja poslednju etapu reformi platnog prometa Republike Srbije i približavanje principima funkcionisanja platnog prometa u EU.

Ključne reči: Direktiva o platnim uslugama, Zakon o platnim uslugama, platni promet, platne institucije, elektronski novac

Uvod

Početak XXI veka, platni sistem Republike Srbije karakterisali su niska efikasnost poslovanja i neusaglašenost sa važećim principima poslovanja u svetu, naročito sa principima harmonizacije platnih sistema Evropske unije. Ključni problemi platnog sistema bili su prevaziđeni princip poslovanja, koji je svoje korene vukao još iz vremena socijalističkog društvenog sistema i velika centralizacija poslovanja kroz Zavod za obračun i plaćanja. Dodatnu prepreku činile su međunarodne okolnosti, jer je tadašnja SR Jugoslavija bila isključena iz međunarodnih tokova kao posledica političkih događaja tokom devedesetih godina.

Nakon društvenih promena krajem 2000. godine pristupa se reformi celokupnog ekonomskog sistema, sa ciljem potpunog prelaska na principe tržišne ekonomije. Reforma platnog sistema činila je važan aspekt ukupne privredne reforme, budući da neefikasan platni sistem deluje kao prepreka razvoju realne privrede. Proces reforme otpočeo je usvajanjem Zakona o platnom prometu 2002. godine, a nastavljen kasnijim izmenama i dopunama Zakona.

Prvobitni ciljevi reforme platnog sistema postignuti su merama Zakona o platnom prometu. Pa ipak, ni prva verzija Zakona, ni kasnije izmene i dopune nisu u potpunosti uskladile principe poslovanja platnog sistema Republike Srbije harmonizovanim principima

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: v.todorovic@kg.ac.rs

** Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: ntomic@kg.ac.rs

Evropske unije. U cilju usklađivanja sa evropskim standardima, krajem 2014. godine usvojen je Zakon o platnim uslugama. Ovim Zakonom su odredbe Direktive o platnim uslugama EU prilagođene za potrebe nacionalnog zakonodavstva Republike Srbije.

U prvom delu rada biće analizirane odredbe i efekti Zakona o platnom primetu, kao prve faze reforme platnog sistema Republike Srbije. Kroz drugi deo detaljnije će biti prikazana Direktive o platnim uslugama EU, nova zakonodavna rešenja koja su odlučno uticala na formulisanje Zakona o platnim uslugama. U trećem delu biće analiziran Zakon o platnim uslugama, uz ocenu stepena harmonizacije sa zakonodavstvom EU, i kritičkog osvrta na buduće efekte ovog zakonskog rešenja.

Ciljevi i mere reforme platnog sistema Republike Srbije

Institucionalnim promenama započetim usvajanjem Zakona o platnom prometu 2002. godine stvorene su osnove za razvoj savremenog i efikasnog platnog prometa, zasnovanog na međunarodnim principima i standardima poslovanja. Stanje platnog sistema nakon društvenih i političkih promena u tadašnjoj SR Jugoslaviji (SRJ) krajem 2000. godine bilo je jako loše. Nacionalni platni promet bio je potpuno segmentiran od međunarodnog, zbog različite organizacione strukture, primene prevaziđene informaciono-tehnološke osnove i neadekvatnih platnih instrumenata. Pored toga, kao posledica postojanja spoljnog zida sankcija i nakon ukidanja apsolutnih sankcije 1995. godine, SRJ je bio onemogućen pristup svim međunarodnim finansijskim institucijama i sistemima. Tako SRJ nije mogla da zaključi ni jedan aranžman sa Svetskom bankom i Međunarodnim monetarnim fondom, niti je imala pristup SWIFT-u kao najvećem svetskom mehanizmu za razmenu platnih transakcija. Vraćanje Jugoslavije u međunarodne institucije nije bilo dovoljno *per se*, već je neophodno bila korenita reforma platnog sistema kako bi se osigurala podrška razvoju finansijskog tržišta i nesmetano poslovanje realnog sektora ekonomije. Ciljevi reforme platnog sistema Republike Srbije bili su približavanje nacionalne platnoprometne infrastrukture evropskoj, stvaranje uslova za efikasno funkcionisanje bankarskog sektora i finansijskog tržišta, i borba protiv sive ekonomije (Vuksanović, 2009).

Od konkretnih mera sprovedenih u cilju reforme platnog sistema, poseban značaj imali su ukidanje postojećih monopolskih struktura u platnom sistemu, uvođenje platnih kartica kao instrumenata bezgotovinskog platnog prometa, i uvođenje sistema za trgovinu hartijama od vrednosti.

Monopolski položaj u platnom prometu imao je Zavod za obračun i plaćanja (ZOP), kao relikv centralno-planske privrede iz vremena socijalističkog društvenog sistema. Zakonom o platnom prometu, koji je na snagu stupio 1. januara 2003. godine, platni promet je prenet u banke.

Članom 3 predviđeno je da pravna i fizička lica račune za obavljanje plaćanja vode isključivo kod banaka koje imaju licencu za rad izdatu od strane tadašnje Narodne banke Jugoslavije (NBJ). Sve dalje odredbe Zakona odnose se na izvršavanje prenosa sredstava sa računa na račun, i prenos platnih instrumenata između banaka kao nosilaca platnog prometa. Zakon propisuje tehničko-tehnološku osposobljenost banaka za obavljanje poslova platnog prometa, korišćenje elektronskog naloga za plaćanje, elektronskog prenosa sredstava i pristup sistemu međubankarskog obračuna kao uslov za dobijanje licence za obavljanje poslova platnog prometa.

Članom 15 utvrđeno je da obračun plaćanja na međubankarskom nivou organizuje NBJ, u skladu sa propisima koje donese. Ubrzo nakon donošenja Zakona, a pre početka njegove primene, NBJ donosi Odluku o obračunu i kliringu i o funkcionisanju obračunskih

računa banaka. Ovim dokumentom se reguliše organizacija i poslovanje međubankarskog sistema obračuna, koji može funkcionisati po bruto i po neto principu, kao i operativna pravila za obavljanje obračuna i kliringa.

Članovima 39 i 40 regulisani su poslovi koje u domenu platnog prometa obavljaju centralna banka i poslovne banke. Banke su odgovorne za aktivnosti izdavanja platnih kartica i obezbeđivanja mogućnosti plaćanja karticama, dok centralna banka organizuje kliring i obračun po osnovu plaćanja platnim karticama.

Nakon usvajanja Zakona o platnom prometu, u više navrata vršene su izmene i dopune i to 2003., 2004., 2006., 2009. i 2011. godine, dok je najveći deo odredbi prestao sa primenom usvajanjem Zakona o platnim uslugama. Zakon o platnom prometu predstavlja okosnicu prve faze reforme platnog sistema Republike Srbije, koji je stvorena osnova ne samo za inovacije kroz uvođenje novih institucijam, instrumenata i procesa, već i za reformu bankarskog sektora i finansijskog sistema. Na pozitivne efekte reforme platnog sistema Republike Srbije ukazali su i međunarodni stručnjaci iz ove oblasti (BIS, 2007).

Prenošenjem poslova platnog prometa u poslovne banke, stvoreni su uslovi za povećanje efikasnosti poslovanja, kroz primenu jedinstvenih međunarodno priznatih standarda u plaćanjima, sa orijentacijom na standarde koji se primenjuju u elektronskoj razmeni podataka. Na ovaj način stvorena je osnova za korišćenje jedinstvene bezbedne računarske mreže za prijem, procesiranje, obračun i razmenu podataka, sa mogućnošću za povezivanje sa mrežama drugih institucija koje obavljaju platni promet i učesnicima u platnom prometu. Time su stvoreni uslovi i za uključivanje platnog prometa SR Jugoslavije i kasnije Republike Srbije u međunarodne tokove. Takođe, stvorena je osnova za efikasnije sprovođenje regulativne i kontrolne funkcije NBJ i kasnije Narodne banke Srbije (NBS) u sistemima plaćanja i bankarskom sistemu.

Direktiva o platnim uslugama Evropske unije

Evropska unija funkcioniše kao nadnacionalna politička struktura, na koju su države članice prenele deo svojih zakonodavnih ovlašćenja. Stepem integracije i prenosa ovlašćenja na nadnacionalni nivo varira u zavisnosti od društveno-ekonomskog segmenta, od politike razvoja poljoprivrede koja se u potpunosti vodi na nivou EU, do javnih finansija koje su (za sada) u potpunosti ostale u nadležnosti nacionalnih vlasti.

Jedna od značajnijih tekovina EU je postojanje jedinstvenog zajedničkog tržišta roba, usluga, kapitala i rada (engleski: *common market, internal market*). To znači da, u načelu, proizvodi iz jedne države članice mogu da se nude u ostalim državama po istim uslovima kao u državi porekla, bez carinjenja ili stvaranja nefiskalnih nameta koji bi umanjili njihovu konkurentnost. Isti princip primenjuje se i na ponudu radne snage, kapitala i usluga. Sektor usluga je u kontekstu politike zajedničkog tržišta izazivao najviše polemike, jer postoji čitav spektar usluga koje po svojoj prirodi ne mogu imati „prekogranični karakter“. Kako usluge platnog prometa spadaju u domen usluga koje se mogu nuditi inostranim rezidentima, bilo da su u pitanju pravna ili fizička lica, ovaj sektor zahtevao je detaljno regulatorno uređenje.

Kao nadnacionalna tvorevina, EU ne donosi zakonska akta, već poseduje širi spektar pravnih dokumenata, koji se razlikuju prema tome da li se odnose na sve države članice, ili samo na određene, i da li je njihova sadržina pravno obavezujuća ili je data u formi preporuke. Direktiva je pravni dokument najvišeg ranga, jer se po pravilu odnosi na sve države članice, i njena sadržina je obavezujuća. Direktivom se propisuju norme koje države članice moraju inkorporirati u svoja nacionalna zakonodavstva u cilju harmonizacije zakonskih propisa na nivou celokupne EU.

Sektor platnih usluga je početkom XXI veka bio jako heterogen u pogledu organizacije i principa poslovanja. Države članice su koristile različite platne instrumente, po različitim uslovima korišćenja, uz različite cene. Postojao je i problem valutnog pluraliteta, koji je sprečavao dublju integraciju finansijskog sektora EU i pretio da postane ozbiljna prepreka daljoj integraciji realnog sektora. Uvođenjem zajedničke valute evro na nivou Evropske monetarne unije, kojoj nisu pristupile sve države članice, umanjen je problem heterogenosti platnih sistema država članica.

Potreba za prilagođavanjem nacionalnim platnoprmetnim standardima u svakoj državi poslovanja, i vođenje različitih tekućih računa za svaku državu sa kojom se posluje pretilo je da ugrozi nastojanja brojnih malih i srednjih preduzeća da internacionalizuju svoje poslovanje. U cilju daljeg olakšavanja prekograničnih plaćanja pravnih i fizičkih lica, pristupilo se izradi sistemskog rešenja koje će dovesti do ujednačavanja kriterijuma poslovanja platnih institucije na nivou EU (Vasić, 2007.). Rezultat rada je donošenje Direktive o platnim uslugama

Direktiva o platnim uslugama – Payment Services Directive (PSD)¹ predstavlja harmonizovan pravni okvir za pružanje platnih usluga, radi kreiranja jedinstvenog tržišta za platne usluge na nivou Evropske unije („single market for payments“). Direktiva je neutralna jer osigurava jednake tržišne uslove. Objavljena 13. novembra 2007. god., a na snagu je stupila 27. decembra 2007. godine. Države članice ne mogu ograničavati ili uvesti odredbe drugačije od onih koje su utvrđene ovom Direktivom, osim u tačno određenim slučajevima. Najznačajniji ciljevi direktive su:

- kreiranje jedinstvenog tržišta za platne usluge u Evropskoj uniji
- obezbeđivanje zaštite korisnika platnih usluga
- stvaranje konkurencije bankama kod pružanja platnih usluga
- ukidanje razlike između nacionalnih i prekograničnih plaćanja za sve zemlje članice Evropske unije, odnosno stvaranje uslova da se one obavljaju po jedinstvenim pravilima.

Direktiva platnih usluga definiše šest kategorija pružalaca platnih usluga, a to su (Directive 2007/64/EC, Član 1, stav 1):

- 1) banke i druge kreditne institucije;
- 2) institucije za izdavanje elektronskog novca;
- 3) pošte, kada to dozvoljavaju propisi kojima je uređeno njihovo poslovanje;
- 4) platne institucije (institucije za platni promet), kao nova kategorija institucija u Evropskoj uniji;
- 5) Evropska centralna banka i nacionalne centralne banke kada ne deluju u svojstvu monetarne ili druge javne vlasti;
- 6) države članice ili njihova regionalna i lokalna tela kada ne deluju u svojstvu javne vlasti.

Područje primene PSD odnosi se na usluge platnog prometa unutar Evropske unije, koje se između učesnika obavljaju u evrima, ali i drugoj valuti ukoliko se učesnik nalazi izvan Evrozone. Aneksom Direktive definisano je 7 kategorija platnih usluga, i to:

- 1) usluge koje omogućavaju polaganje gotovog novca na račun za plaćanje, kao i sve aktivnosti potrebne za vođenje računa za plaćanje

¹ Pun naziv: *Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council on payment services in the internal market, amending Directives 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 97/5/EC*

- 2) usluge koje omogućavaju podizanje gotovog novca sa računa za plaćanje, kao i sve aktivnosti potrebne za vođenje računa za plaćanje;
- 3) usluge izvršavanja platnih transakcija, uključujući prenos novčanih sredstava na korisnikov račun za plaćanje kod pružaoca platnih usluga ili kod drugog pružaoca platnih usluga:
 - izvršavanje direktnih zaduženja, uključujući jednokratna direktna zaduženja,
 - izvršavanje platnih transakcija putem platnih kartica ili sličnog instrumenta,
 - izvršavanje kreditnih transfera, uključujući trajne naloge
- 4) usluge izvršavanja platnih transakcija u kojima su novčana sredstva obezbeđena kreditom odobrenim korisniku platnih usluga:
 - izvršavanje direktnih zaduženja, uključujući jednokratna direktna zaduženja,
 - izvršavanje transakcija sredstava putem platnih kartica ili sličnog instrumenta,
 - izvršavanje kreditnih transfera, uključujući trajne naloge;
- 5) usluge izdavanja i/ili prihvatanja platnih instrumenata;
- 6) usluge izvršavanja novčanih doznaka, i
- 7) usluge izvršavanja platnih transakcija kod kojih se saglasnost platioca za izvršavanje platnih transakcija daje upotrebom telekomunikacionog sredstva, digitalnog ili informatičko-tehnološkim uređajem, a plaćanje se vrši telekomunikacijskom ili mrežnom operateru ili operateru informatičko-tehnološkog sistema, koji deluje isključivo kao posrednik između korisnika platnih usluga i dobavljača robe i usluga.

Takođe, Direktivom su definisane i one transakcije na koje se ne primenjuju njene odredbe. Definisane ove grupe transakcija je izvršeno vrlo studiozno i precizno u Članu 3, kroz 15 kategorija, koje generalno čine transakcije bez posrednika, transakcije neprofitnih institucija, menjački poslovi, i plaćanja kroz sisteme za trgovinu hartijama od vrednosti.

Član 4 definiše ukupno 30 ključnih pojmova, datih radi lakšeg razumevanja sadržine Direktive, koji obuhvataju učesnike, mehanizme i institucionalne okolnosti platnih usluga koje su predmet regulacije.

- 1) "matična država članica" označava: državu članicu u kojoj se nalazi registrovano sedište pružaoca usluga platnog prometa; ili, ako pružalac usluga platnog prometa prema svom nacionalnom pravu nema registrirano sedište - državu članicu u kojoj se nalazi njegova glavna uprava;
- 2) "država članica domaćin" označava državu članicu koja nije matična država članica, a u kojoj pružalac usluga platnog prometa ima filijalu ili zastupnika, ili u kojoj pruža usluge platnog prometa;
- 3) "usluga platnog prometa" označava poslovne aktivnosti koje obavljaju institucije platnog prometa a koje su već obrazložene;
- 4) "institucije za platni promet" označavaju pravne osobe koje su dobile odobrenje za pružanje i izvršavanje usluga platnog prometa na celom području Zajednice;
- 5) "platna transakcija" označava polaganje, prenos ili podizanje sredstava koje obavlja platilac ili primalac plaćanja;
- 6) "jedinstvena identifikaciona oznaka" označava kombinaciju slova, brojeva ili simbola koju pružalac usluga platnog prometa odredi korisniku usluga platnog prometa i koju korisnik usluga platnog prometa mora navesti kako bi se jasno odredio drugi korisnik usluga platnog prometa i/ili njegov račun za obavljanje platnog prometa koji se koristi u platnoj transakciji;
- 7) "instrument plaćanja" označava svako personalizirano sredstvo i/ili skup postupaka dogovorenih između korisnika usluga platnog prometa i pružaoca usluga platnog

prometa, koje korisnik usluga platnog prometa primenjuje za davanje naloga za plaćanje;

Drugo poglavlje Direktive odnosi se na pružaoce platnih usluga, odnosno platne institucije. Član 5 propisuje uslove pod kojima institucija može konkurisati za dobijanje dozvole za pružanje platnih usluga. Zahtev za dobijanje dozvole za pružanje platnih usluga upućuje se matičnoj državi članici, i mora sadržati dokaze o ispunjenju uslova, od adekvatnog nivoa osnivačkog kapitala, preko poslovnog plana sa predviđenim proračunom za prve tri radne godine, opisom organizacione strukture i opisom mehanizama unutrašnje kontrole, do podataka o direktoru, statutu i pravnom statusu. Članom 6 uređuje se pitanje visine osnivačkog kapitala, koje u zavisnosti od tipa institucije varira od minimalnih 20 000 evra za remitente novca, do 125 000 evra za ostale institucije. Članovima 7 i 8 regulisana je obaveza držanja minimalnog nivoa sopstvenih sredstava raspoloživih za vršenje usluga plaćanja. Postoje tri metode za računanje minimalnog nivoa sopstvenih sredstava, pri čemu institucija može samostalno odabrati metodu proračuna. Država članica može zahtevati u cilju sprečavanja nastanka sistemskog rizika od institucije da drži minimalni nivo sopstvenih sredstava koji je za do 20% viši od nivoa dobijenog kalkulacijom odabranom metodom.

Članom 12 predviđena je mogućnost oduzimanja ovlašćenja za rad instituciji platnog prometa, u predviđenim okolnostima. Stavovi 2 i 3 propisuju obavezu dostavljanja razloga za oduzimanje dozvole zainteresovanim stranama, i javnost vođenja postupka oduzimanja dozvole.

Preostali deo drugog poglavlja (druga, treća i četvrta sekcija) propisuju poslovanje platnih institucija posredstvom agenata, odnosno outsorsingom platnih aktivnosti na treća lica. Članom 27 državama članicama se zabranjuje da uvedu diskriminatorna ograničenja na štetu jednog ili više pružalaca platnih usluga, a u korist jednog ili više drugih pružalaca. Takođe, neprihvatljivim se smatra postavljanje uslova kojim se članstvom u nacionalnom sistemu plaćanju pružaoци platnih usluga sprečavaju da budu članovi drugih sistema plaćanja.

Treće poglavlje Direktive odnosi se na transparentnost poslovanja i informacione zahteve pružaoциma platnog prometa. Članovima 35-50 propisuje se obavezno dostavljanje informacija platiocu u slučaju pristizanja naloga za naplatu pre realizovanja same transakcije, kao i platiocu i primaocu plaćanja nakon izvršenja same transakcije.

Četvrto poglavlje definiše prava i obaveza pružalaca platnih usluga. Članovima 58-61 posebna pažnja posvećena je problemu neautorizovanih platnih transakcija, i obavezama pružalaca platnih usluga u slučaju potrebe za refundiranjem sredstava. Narednim članovima propisana je neopozivost izdatog platnog naloga, prijem sredstava na račun, dostupnost primljenih sredstava, polaganje novca na račun, tretman transakcija koje se izvode u istoj državi članici i među državama članicama.

Poslednja dva poglavlja odnose se na implementaciju Direktive i harmonizaciju sa prethodnim direktivama sa kojima ima zajednički predmet regulisanja. Donošenje Direktive 2007/64/EC dovelo je do promena u sadržini Direktiva 97/7/EC, 2002/65/EC, 2005/60/EC i 2006/48/EC, a potpuno poništilo Direktivu 97/5/EC.

Odredbe Zakona o platnim uslugama

Narodna skupština Republike Srbije usvojila je Zakon o platnim uslugama krajem 2014. Na predlog Narodne banke Srbije. Zakon se primenjuje od 1. oktobra 2015. godine, sa izuzetkom odredbi koje će se primenjivati kada Srbija pristupi Evropskoj uniji, jer su uvrštene u tekst Zakona u cilju usklađivanja nacionalne regulative sa Direktivama Evropske

unije (Direktiva 2007/64/EC o uslugama plaćanja na unutrašnjem tržištu, Direktiva 98/26/EC o konačnosti poravnanja u platnom sistemu i poravnanja u transakcijama sa HoV i Direktiva 2009/110/EC o prudencionalnoj superviziji poslova koje obavljaju institucije elektronskog novca), kojima se stvara usklađen, moderan i sveobuhvatan set pravila za pružanje platnih usluga na nivou Evropske unije. Početkom primene ovog Zakona, prestaju da vaze odredbe Zakona o platnom prometu, kojim je do sada uređivan platni sistem naše zemlje.

Ovim Zakonom uređuju se uslovi i način pružanja platnih usluga, elektronski novac, platni sistem, kao i nadzor nad primenom odredbi ovog Zakona.

Uvodne odredbe obuhvataju definisanje pojmova u kontekstu Zakona. Članom 2 definisano je 37 pojmova, od kojih su ključni pojmovi poput platne transakcije, platnog sistema, platioca i primaoca plaćanja u potpunosti prilagođeni definiciji koju daje Direktiva o platnim uslugama. S obzirom da se kroz Zakon o platnim uslugama u nacionalno zakonodavstvo uvodi veći broj odredbi Direktiva EU, broj definisanih pojmova srazmerno je veći nego u Direktivi o platnim uslugama. Na primer, poslove oko izdavanja elektronskog novca, upravljanja sistemom i pravima i obavezama posednika elektronskog novca na nivou EU reguliše Direktiva 2009/110/EC, dok su se ove odredbe našle u Zakonu o platnim uslugama Republike Srbije.

Članom 4 definisano je ukupno 7 kategorija platnih usluga, i to:

- 1) usluge koje omogućavaju uplatu gotovog novca na platni račun, kao i sve usluge koje su potrebne za otvaranje, vođenje i gašenje tog računa;
- 2) usluge koje omogućavaju isplatu gotovog novca sa platnog računa, kao i sve usluge koje su potrebne za otvaranje, vođenje i gašenje tog računa;
- 3) usluge prenosa novčanih sredstava sa platnog računa, odnosno na platni račun, (i to: transferom odobrenja, direktnim zaduženjem, uključujući jednokratno direktno zaduženje, korišćenjem platne kartice ili sličnog sredstva);
- 4) usluge izvršavanja platnih transakcija kod kojih su novčana sredstva obezbeđena kreditom odobrenim korisniku platnih usluga, (i to: transferom odobrenja, direktnim zaduženjem, uključujući jednokratno direktno zaduženje, korišćenjem platne kartice ili sličnog sredstva);
- 5) usluge izdavanja platnih instrumenata i/ili prihvatanja ovih instrumenata na osnovu kojeg pružalac platnih usluga primaocu plaćanja omogućava izvršavanje platnih transakcija koje inicira platilac upotrebom određenog platnog instrumenta;
- 6) usluge izvršavanja novčane doznake kod koje pružalac platnih usluga prima platiočeva novčana sredstva bez otvaranja platnog računa za platioca ili primaoca plaćanja, isključivo radi stavljanja tih sredstava na raspolaganje primaocu plaćanja ili radi prenosa tih sredstava primaočevom pružaocu platnih usluga, koji ih stavlja na raspolaganje primaocu plaćanja;
- 7) usluge izvršavanja platne transakcije za koju platilac daje saglasnost upotrebom telekomunikacionog, digitalnog ili informaciono-tehnološkog uređaja, i plaćanje se vrši operatoru telekomunikacione, digitalne ili informaciono-tehnološke mreže, koji deluje samo kao posrednik između korisnika platnih usluga i prodavca proizvoda ili pružaoca usluga.

Ove kategorije odgovaraju kategorijama platnih usluga datim od strane Direktive 2007/64/EC, s tim što su tumačenja značenja svake kategorije ponaosob u slučaju nacionalnog Zakona data šire i konkretnije.

Članom 3 pobrojane su usluge koje ne podležu odredbama Zakona, čime je takođe izvršeno usaglašavanje sa Direktivom 2007/64/EC. Članom 5 Zakon potvrđuje svoju primenjivost i nad deviznim transakcijama rezidenata i nerezidenata, a u skladu sa odredbama Zakona o deviznom poslovanju.

U drugom delu definisani su uslovi i način pružanja platnih usluga. Deo počinje definisanjem institucija pružalaca platnih usluga, i to sledećih 6 kategorija institucija:

- Banka,
- Institucije elektronskog novca,
- Platna institucija,
- Narodna banka Srbije,
- Uprava za trezor ili drugi organi javne vlasti u Republici Srbiji,
- Javni poštanski operator sa sedištem u Republici Srbiji

Članovima 14-25 regulisano je pitanje ugovornog okvira pružaoca platnih usluga i korisnika, i to: sadržina i forma, dostavljanje informacija u predugovornoj fazi, izmene i dopune ugovora na osnovu predloga pružaoca usluge, promene kamatnih i deviznih uslova u ugovoru, mogućnost raskida ugovora jedne, odnosno druge ugovorne strane. Daljim odredbama regulisano je pitanje oglašavanja i pružanja informacija, kao i mogućnost pružalaca platnog prometa da naplaćuju proviziju na osnovu usluge pružanja informacija. Glavom tri uređuju se vrste, sadržina i upotreba platnih instrumenata, kao i ograničenja upotrebe. U nastavku poglavlja regulisano je neizvršenje platne transakcije, odgovornost ulsed neizvršenja i izuzetak od odgovornosti usled neizvršenja. U četvrtoj glavi regulisane su vrste i upravljanje platnim računima. Istim poglavljem regulisani su i računi koje vodi Narodna banka Srbije, i jedinstveni registar računa, kao i klase podataka koje moraju biti unete u registar za pravna, odnosno za fizička lica koja imaju otvoren račun. Petom glavom propisana je tajnost i zaštita podataka u procesu izvršenja platne usluge.

Članovima 75-113 regulisane su platne institucije kao nova kategorija institucija koju Zakon uvodi u platni sistem Republike Srbije. Zakon reguliše osnivanje, delatnost, dobijanje dozvole za rad, njeno oduzimanje i promenu okolnosti pod kojima je izdata, početni kapital, pravni status i registar platnih institucija. Platne institucije su privredna društva koje vrše poslove pružanja platnih usluga i ovlašćene su za te poslove od strane Narodne banke Srbije. Platna institucija može voditi samo one platne račune koji se koriste isključivo za izvršavanje platnih transakcija. Pored platnih usluga, platna institucija može, u skladu sa ovim Zakonom, obavljati i sledeće poslove:

- 1) operativne i pomoćne poslove neposredno povezane s pružanjem platnih usluga, kao što su obezbeđivanje izvršenja platne transakcije, čuvanje i obrada podataka, zamena valuta i davanje kredita;
- 2) upravljanje platnim sistemom;
- 3) druge poslovne aktivnosti koje nisu povezane s pružanjem platnih usluga (u tom slučaju reč je o hibridnoj platnoj instituciji koja je regulisana posebnim članom).

Dužnost je platne institucije da uspostavi, održava i sprovodi pouzdane i sveobuhvatne sisteme upravljanja i unutrašnje kontrole, koji obezbeđuju odgovorno i pouzdano upravljanje platnom institucijom. Sistemi upravljanja i sistem unutrašnjih kontrola obuhvataju:

- 1) jasno i precizno utvrđenu organizacionu strukturu, u kojoj su poslovi, dužnosti i odgovornosti koji se odnose na vršenje platnih usluga transparentno i dosledno podeljene i razgraničene

- 2) efektivne i efikasne procedure za identifikovanje, merenje, praćenje, upravljanje i izveštavanje o rizicima kojima je platna institucija izložena ili bi mogla da bude izložena;
- 3) odgovarajuće računovodstvene procedure i procedure za ocenu usklađenosti s propisima kojima se uređuju sprečavanje pranja novca i finansiranja terorizma.

Treći deo Zakona u celosti reguliše poslove vezane za elektronski novac, izdavanje elektronskog novca, njegov promet, otkup, vođenje računa elektronskog novca, mogućnost distribucije i otkupa elektronskog novca preko trećeg pravnog lica, poslovanje institucije izdavalaca elektronskog novca, minimalne kapitalne uslove i dobijanje dozvole za rad. Ovaj deo Zakona uporište ima u Direktivi 2009/110/EC, poznatoj i kao Druga direktiva elektronskog novca, kojom su regulisani upravo pobrojani poslovi vezani za funkcionisanje sistema elektronskog novca. Zakonom se kategorija elektronskog novca po prvi put uvodi u platni sistem Republike Srbije.

Institucija elektronskog novca je privredno društvo, koja od Narodne banke Srbije dobija ovlašćenje da izdaje elektronski novac. Pored izdavanja elektronskog novca, ove institucije mogu obavljati i poslove: 1) pružanja platnih usluga, 2) davanja kredita povezanih sa platnim uslugama, 3) operativne i pomoćne poslove vezane za izdavanje elektronskog novca ili pružanja platnih usluga, 4) mogu upravljati platnim sistemom u skladu sa ovim Zakonom. Zakon određuje organizacione, kadrovske, tehničke i ostale zahteve koje institucija elektronskog novca mora poštovati tokom poslovanja. Radi stabilnog i sigurnog poslovanja, i ispunjenja obaveza prema poveriocima, institucija elektronskog novca mora održavati kapital koji ni u jednom trenutku ne sme biti niži od iznosa početnog kapitala, koji prema Zakonu iznosi 350000 evra u dinarskoj protivvrednosti prema zvaničnom srednjem kursu.

Četvrtim delom regulišu se uslovi i pravila funkcionisanja platnih sistema, mogućnost institucija da se pojave u ulozi operatora sistema, potreba za agentom za poravnanja. Zakon predviđa članom 144. mogućnosti da se sve kategorije institucija koje imaju dozvolu da se bave pružanjem platnih usluga nađu u ulozi operatora sistema, mada članom 145. predviđa posebne odredbe za slučaj da se u ulozi operatora nađe NBS.

Petim delom propisani su poslovni vršenja nadzora, tajnost podataka u procesu vršenja nadzora, obaveza saradnje sa NBS u procesu vršenja nadzora i kaznene mere.

Šestim delom su u nacionalno zakonodavstvo inkorporirane odredbe kojim će se primenjivati nakon pristupanja Republike Srbije EU. Ove odredbe zapravo predstavljaju prerađen tekst Direktive o platnim uslugama, u delu kojim se reguliše plaćanje između država članica, odnosno prava i odgovornosti platilaca i primalaca plaćanja, i institucija pružalaca usluga plaćanja u domaćoj, odnosno drugoj državi članici. Ovim delom se takođe reguliše i internacionalizacija poslova izdavanja elektronskog novca, prava i obaveze izdavalaca elektronskog novca, odnosno korisnika elektronskog novca iz Republike Srbije i drugih država članica u slučaju prekograničnih poslova sa elektronskim novcem.

Završnim odredbama predviđeno je da Zakon o platnim uslugama zameni Zakon o platnom prometu u svim onim aspektima u kojima se sadržina ova dva Zakona preklapa. Izuzetak su članovi Zakona o platnom prometu članovi 47 – 49 koji reguliše poslove prinudne naplate (Vuksanović, Tomić 2014), kao i deo člana 2, koji i dalje ostaju u primeni.

Potencijalni efekti Zakona o platnim uslugama

Zakon o platnim uslugama stvara pravni osnov za povećanje konkurencije na tržištu platnih usluga, a veća konkurencija trebalo bi da donese kvalitetniji nivo usluga i povoljnije

cene za korisnike. Zakon po prvi put uvodi kategorije institucija elektronskog novca i platnih institucija kao pružaoce platnih usluga.

Pored unapređenja poslovanja na tržištu platnih usluga, povećanja kvaliteta pružanja usluga, a sa druge strane i smanjenje troškova poslovanja, uvođenja novih institucija, formiranja pravne osnove za uvođenje elektronskog novca kao novog oblika platnog instrumenta, neke od bitnih novina koje ovaj Zakon donosi su i:

- Obaveza za sve pružaoce platnih usluga da se platne transakcije u dinarima u našoj zemlji moraju izvršiti u okviru istog poslovnog dana;
- Precizno i detaljno su definisane informacije koje korisnik platnih usluga mora da dobije od pružalaca platnih usluga. Neke od informacija su: iznos platne transakcije u valuti u kojoj je odobren platni račun primaoca plaćanja, ili u valuti u kojoj su novčana sredstva stavljena na raspolaganje primaocu plaćanja; iznos bilo koje naknade koja se naplaćuje primaocu plaćanja za izvršavanje pojedinačne platne transakcije, a ako pružalac platnih usluga zbirno naplaćuje ove naknade – i vrstu i visinu svake pojedinačne naknade koja čini zbirnu naknadu; iznos kamate koju plaća primalac plaćanja, ako se ta kamata plaća; iznos bilo koje naknade koja se platiocu naplaćuje za izvršenje pojedinačne platne transakcije, a ako pružalac platnih usluga zbirno naplaćuje ove naknade – i vrstu i visinu svake pojedinačne naknade koja čini zbirnu naknadu;
- Pružalac platnih usluga dužan je da bez naknade jednom mesečno dostavlja izvod o izvršenim platnim transakcijama korisniku - fizičkom licu na njegov zahtev, u štampanoj formi;
- Daje se mogućnost da primalac plaćanja (npr. trgovac) ponudi popust za korišćenje platne kartice ili drugog platnog instrumenta.
- Uređuje se platni sistem, koji predstavlja deo finansijske infrastrukture koji omogućava međusobno povezivanje pružalaca platnih usluga radi pravovremenog izvršavanja platnih transakcija njihovih klijenata.
- Proširuje se i pojačava nadzor - Narodna Banka Srbije vršiće nadzor nad svim pružiocima platnih usluga i izdavaocima elektronskog novca, kao i nad operatorima platnih sistema.

Zaključak

Zakon o platnom prometu iz 2002. godine predstavlja okosnicu prve faze reforme platnog sistema Republike Srbije, kojom je stvorena osnova ne samo za inovacije kroz uvođenje novih institucija, instrumenata i procesa u platni sistem, već i za reformu bankarskog sektora i finansijskog sistema. Ovim Zakonom promenjena je organizaciona osnova platnog prometa, koja je počivala na Zavodu za obračun i plaćanja kao centralnoj instituciji. Zakon je pozitivno uticao na rast efikasnosti poslovanja, a doprineo je i prelasku bankarskog sektora na tržišne pricripe poslovanja. Propisima NBJ u skladu sa Zakonom uvedeni su bruto sistem plaćanja u realnom vremenu i neto sistem plaćanja, što je delovalo podsticajno na razvoj finansijskog tržišta. Sistemi za trgovinu hartijama od vrednosti su u svim tržišnim ekonomijama funkcionalno povezani sa sistemima plaćanja, pa se u tom kontekstu shvata sistemski značan platnog prometa za nacionalnu ekonomiju.

Zakonom o platnim uslugama ukinut je najveći deo odredbi Zakona o platnom prometu, i regulisan od početka. Ovo ne poništava reformske efekte Zakona o platnom prometu, već predstavlja njihovu svojevresnu nadgradnju u novom okruženju. Uporednom analizom ova dva zakona lako se dolazi do zaključka da je novi Zakon o platnim uslugama kompleksniji i obuhvatniji, da platni sistem reguliše detaljnije i preciznije. Osnovne razlike su uvođenje novih institucija u grupu potencijalnih pružalaca platnih usluga, i uvođenje elektronskog

novca kao potpuno novog instrumenta plaćanja. Očigledna je težnja zakonodavca da ovim Zakonom, ne samo približi nacionalno zakonodavstvo evropskoj regulativi, već i da reguliše savremena kretanja i tendencije u oblasti sistema plaćanja. Elektronski novac još uvek nije postao instrument plaćanja sa značajnim obimom upotrebe, ali permanentni razvoj informacionog društva sve izvesnije ukazuje na to da će u bližoj budućnosti plaćanja elektronskim novcem postati realnost. Domaći zakon u tom kontekstu u potpunosti prati evropska rešenja, i ne zaostaje ni u jednom segmentu, pružajući šansu domaćim korisnicima, ali i potencijalnim izdavaocima elektronskog novca, da se uključe u tržišna kretanja onda kada to bude bilo ekonomski opravdano.

Posebno važan aspekt Zakona je deo koji se odnosi na pristupanje Republike Srbije EU. Kako je strateško opredeljenje Republike Srbije članstvo u EU, proces pristupanja pratiće dugotrajni pregovori, čiji će važan aspekt biti usklađivanje nacionalnog zakonodavstva sa evropskim. Zakonom o platnim uslugama ovaj korak je praktično preskočen, jer je Zakon u potpunosti saglasan sa Direktivom 2007/64/EC, a u delu koji će se primenjivati nakon pristupanja, Zakon definiše prava i obaveze pružalaca usluga i klijenata u skladu sa principima Direktive 2007/64/EC. S obzirom da je platni sistem Republike Srbije pre 15 godine bio ne samo zakonski neusklađen sa evropskom regulativom, već i da je u praksi počivao na potpuno suprotnim principima, Zakon o platnim uslugama, kao naslednik Zakona o platnom prometu, predstavlja veliki iskorak u pogledu integracija u evropske i svetske tokove. Može se slobodno reći da sistemski posmatrano finansijski sektor predstavlja sektor nacionalne ekonomije koji je daleko više usklađen sa evropskim standardima.

Kako je primena Zakona o platnim uslugama počela 1. oktobra 2015. godine mogu se očekivati i određeni problemi i usporenja u sprovođenju pojedinih zakonskih odredbi. Treba podsetiti da je Zakon o platnom prometu za osam godina doživeo čak pet ciklusa izmena i dopuna, od čega prvi ciklus nakon manje od godinu dana primene. Zakonsko rešenje uvek kasni određeni vremenski period za uočenim problemom u primeni, a odgovornost nadležnih je da se postaraju da ovaj vremenski gep bude što uži.

Reference

1. Bank for international settlements (2007) Payment systems in Serbia, CPSS, Basel
2. European Commission (2009) *Directive 2009/110/EC on the taking up, pursuit and prudential supervision of business of the electronic money institutions*, Official Journal of European Union, L series
3. European Commission (2007) *Directive 2007/64/EC of the European Parliament and of the Council on payment services in the internal market*, Official Journal of European Union, L series
4. Vasić, N. (2007) Koncept integralnog plaćanja u evrozoni, *Bankarstvo*, Vol. 37, No 9-10, str. 4-19
5. Vuksanović, E., Tomić, N. (2014) Funkcionisanje sistema prinudne naplate, U: Maksimović, Lj., Stanišić, N. (ur.) *Stanje i perspektive ekonomskog razvoja grada Kragujevca*, str. 563-572, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
6. Vuksanović, E. (2009) *Elektronski sistemi plaćanja*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
7. Zakon o platnom prometu Republike Srbije, *Službeni list SRJ*, br. 3/2002 i 5/2003 i *Službeni glasnik RS*, br. 43/2004, 62/2006 i 31/2011
8. Zakon o platnim uslugama Republike Srbije, *Službeni glasnik RS*, br. 139/2014

POLITIKA DEVIZNOG KURSA U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI DOMAĆE PRIVREDE

Prof. dr Veroljub Dugalić

Doc. dr Nenad Janković*

***Apstrakt:** Konkurentnost predstavlja izuzetno složen pojam. Jedna od mnogih definicija konkurentnosti (sa makro aspekta) bi bila da je to sposobnost zemlje da izvozi na svetsko tržište. Kao deo makroekonomske politike jedne zemlje, politika deviznog kursa (izabrani režim deviznog kursa) može delovati i pozitivno i negativno na njenu konkurentnost. Fiksni devizni kurs može biti dobar za postizanje makroekonomske stabilnosti u zemlji, ali opstajanje veće stope inflacije nego u inostranstvu, odnosno realna depresijacija domaće valute, dovodi do gubitka izvozne konkurentnosti i problema u platnom bilansu. Sa druge strane, realna depresijacija posmatrane valute vodi poboljšanju izvozne konkurentnosti. Srbija, kao mala, otvorena tranziciona zemlja mora biti uključena u svetske trgovinske tokove. Iako je od početka 21. veka izvoz povećan više puta, problem predstavlja niska startna osnova i još uvek nedovoljna konkurentnost srpske privrede. Izabrani režim (rukovođeno fluktuirajući) deviznog kursa, ukoliko se dozvoli realna depresijacija dinara bi trebalo da utiče pozitivno na konkurentnost. Međutim, ne može se izvoz podsticati samo politikom deviznog kursa, neophodne su i značajne strukturne reforme realnog sektora ekonomije.*

***Ključne reči:** politika deviznog kursa, realni efektivni devizni kurs, konkurentnost, izvoz, Srbija*

Uvod

Može li devizni kurs da „reši“ problem konkurentnosti srpske privrede? Da li je dobro imati „jak“ ili „slab“ dinar? Gde je granica kad dinar prestaje da bude „jak“ i počinje da bude „slab“? Koji su najveći problemi sa kojima se monetarna vlast u Srbiji suočava prilikom izbora režima deviznog kursa? Kako se osloboditi „uticaja“ evra i vratiti poverenje u dinar? Da li je promenom režima deviznog kursa udeo izvoza u BDP-u Srbije dovoljno porastao? Da li je ostvarena stabilnost deviznog kursa?

Mnogo postavljenih pitanja, a u središtu svega – devizni kurs. Zbog svega ne treba da čudi da je za veliki broj ekonomista devizni kurs najvažnija cena u ekonomiji – cena od koje zavise sve ostale cene. Izbor režima deviznog kursa, odnosno politika deviznog kursa svakako u određenoj meri može uticati na konkurentnost neke privrede, međutim to neće biti dovoljno. U osnovi, prilikom izbora režima deviznog kursa, stoji podela na fiksni i fleksibilni, pri čemu treba naglasiti da postoji razlika između „de facto“ i „de jure“ klasifikacije. Ono što je za stručnu, ekonomsku javnost s jedne strane, odnosno za „obične“ građane sa druge strane značajno, je to da će stabilnost deviznog kursa (samim tim i poverenje u nacionalnu valutu) biti posledica vođenja adekvatne kompletne makroekonomske politike, a ne samo izabranog režima deviznog kursa.

Pored povećanja izvoza posle 2000. godine, po skoro svim pokazateljima, konkurentnost srpske privrede je i dalje prilično niska. Svojom veličinom i ekonomskom snagom, sa skoro zanemarljivim procentualnim učešćem u ukupnom svetskom izvozu, Srbija svakako ne može uticati na formiranje svetskih cena, čime vođenje politike deviznog kursa

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: njankovic@kg.ac.rs

dinara dobija na značaju. Hiperinflatorna prošlost i veliki stepen nepoverenja u sopstvenu valutu uticali su da izabrani režim deviznog kursa na početku 21. veka odigra značajnu ulogu u postizanju makroekonomske stabilnosti. Sa druge strane, taj režim deviznog kursa je doprinio realnoj apresijaciji dinara, što je vodilo gubitku izvozne konkurentnosti i negativno se odražavalo na izvoz. Međutim, podsticanje izvoza samo politikom deviznog kursa (realnom depresijacijom dinara), bez ikakvih strukturnih reformi realnog sektora ekonomije, dugoročno gledano može imati negativne posledice. Velika uvozna zavisnost, visoka spoljna zaduženost, visok stepen nezvanične evroizacije, ponovno oživljavanje inflatornih očekivanja i otežavanje socijalnog položaja velikog broja građana samo su neki od faktora koji idu u prilog činjenici da realna depresijacija dinara ne može biti jedino rešenje u pokušaju povećavanja konkurentnosti srpskog izvoza.

Cilj ovog rada je da se analizira konkurentnost srpske privrede, oceni adekvatnost izabranog režima deviznog kursa i utvrdi da li je to imalo uticaja na konkurentnost privrede u posmatranom periodu. Iz tog razloga, ostatak rada je organizovan na sledeći način: drugi deo rada se ukratko bavi pojmom, definicijom i merenjem konkurentnosti sa makro aspekta, treći deo rada analizira politiku deviznog kursa u Srbiji nakon 2000. godine, četvrti deo analizira konkurentnost privrede Srbije nakon 2000. godine, u petom delu se prati kretanje najznačajnijih makroekonomskih pokazatelja u privredi Srbije i u šestom delu se izvode određeni zaključci.

Pojam i definicija konkurentnosti privrede

Pojam konkurentnosti je relativnog karaktera i podrazumeva neko upoređivanje. Ukoliko se to poređenje vrši na međunarodnom nivou, dolazi se do pojma međunarodne konkurentnosti koji se može posmatrati sa dva nivoa – makro i mikro. Makro međunarodna konkurentnost podrazumeva da se razmatra konkurentnost nacionalnih privreda između sebe, dok mikro međunarodna konkurentnost podrazumeva analiziranje konkurentnosti domaćih u odnosu na strana preduzeća u međunarodnom poslovanju (Bjelić, 2008, str. 83).

Ni jedna zemlja ne može biti konkurentna u svim segmentima privrede. Konkurentnost treba stvarati i zato će biti konkurentna ona privreda koja je sposobna da inovira i unapređuje. Smatra se da postoje brojne varijable koje utiču na nacionalnu konkurentnost. Raspoloživost jeftine radne snage, velika prirodna bogatstva, uspešno vođena državna politika, razlike u načinu upravljanja i odnosi između menadžmenta i radnika i vođenje adekvatne politike deviznog kursa, samo su neke od tih varijabli. Efekat konkurentnosti obuhvata uticaj promena u tehnologiji, raspoloživost faktora, relativne cene kao i elemente trgovinske i makroekonomske politike zemalja izvoznica. Aktivna trgovinska politika može znatno uticati na strukturu izvoza (samim tim i na konkurentnost) putem unapređenja izvoza pojedinih industrijskih grana (Kovačević, 2004, str. 91).

Prilikom poređenja konkurentnosti nacionalnih privreda i njenih performansi u odnosu na druge zemlje najvažnije je identifikovati potencijalne institucionalne i tržišne nedostatke i slabosti ekonomske politike, koje bi mogle da se negativno odraze na ekonomski rast u narednom periodu. U tom kontekstu, jedan od aspekata konkurentnosti može biti da je to sposobnost nacionalne privrede da izvozi na svetsko tržište (UNCTAD). Prema definiciji OECD-a konkurentnost će biti mera prednosti ili nedostatka zemlje u prodaji njenih proizvoda na međunarodnim tržištima (Competitiveness in International Trade, OECD), dok stručnjaci Evropske komisije smatraju da je to sposobnost kompanija, industrija, regiona ili nadnacionalnih regiona da ostvaruju relativno visok nivo dohotka i zaposlenosti na održivoj osnovi dok su bili i ostali izloženi međunarodnoj konkurenciji (Competitiveness in International Trade).

Makroekonomska politika može delovati na konkurentnost privrede uopšte, i to na više načina (Bošnjak, 2005, str. 134):

- politikom deviznog kursa tj. njegovim održavanjem na određenom nivou;
- monetarnom politikom uz pomoć kamata i kontrole likvidnosti banaka;
- fiskalnom politikom uz pomoć prihoda i rashoda, odnosno deficita i suficita;
- spoljnotrgovinskom politikom i politikom konkurencije preko zaštite domaće proizvodnje i zaposlenosti, jačanja konkurentnosti i liberalizacije kapitalnih transakcija i
- politikom dohotka uz pomoć administrativno regulisanih cena i preko izdataka za plate.

Na osnovu navedenog, zaključuje se da i uticaj deviznog kursa na privredu neke zemlje može biti višestruk. Zbog nedovoljne razvijenosti i osetljivosti, najveći uticaj će imati u zemljama u razvoju, odnosno tranziciji i može se primetiti u sledećim oblastima (Frenkel i Taylor, 2006, str. 1):

- alokacija resursa – devizni kurs ostvaruje značajne efekte na alokaciju resursa u određenom društvu time što utiče na nivo cena. Kako utiče istovremeno na alokaciju resursa i ukupnu tražnju, relativno nizak kurs može da doprinese povećanju zaposlenosti;
- ekonomski razvoj – relativno nizak devizni kurs, uz adekvatnu industrijsku i spoljnotrgovinsku politiku, utiče na povećanje konkurentnosti, a time stvara neophodne uslove za povećanje produktivnosti i ekonomski rast;
- finansije – sam devizni kurs značajno utiče na očekivanja i ponašanje finansijskog tržišta, što znači da može biti upotrebljen kao mehanizam za njegovu kontrolu i stabilizaciju;
- tekući bilans – saldo tekućeg bilansa u velikoj meri zavisi od relativne cene inostranih roba i usluga u odnosu na domaću, odnosno od realnog deviznog kursa i
- inflacija – devizni kurs može da ima ulogu sidra, time što drži cene na relativno niskom nivou putem apresijacije (precenjivanja domaće valute) i njenog održavanja na poziciji nižoj od realne.

Ocena Svetskog ekonomskog foruma u formi „Izveštaja o globalnoj konkurentnosti“ predstavlja jedan od najšire prihvaćenih pokazatelja nacionalne konkurentnosti. Brojni faktori koji utiču na konkurentnost su grupisani u 12 stubova konkurentnosti koji su organizovani u tri grupe (Osnovni faktori, Faktori povećanja efikasnosti i Faktori inovativnosti i sofisticiranosti). U zavisnosti od stepena razvijenosti (BDP po stanovniku) pojedini faktori će u većoj, ili manjoj meri uticati na konkurentnost neke privrede.

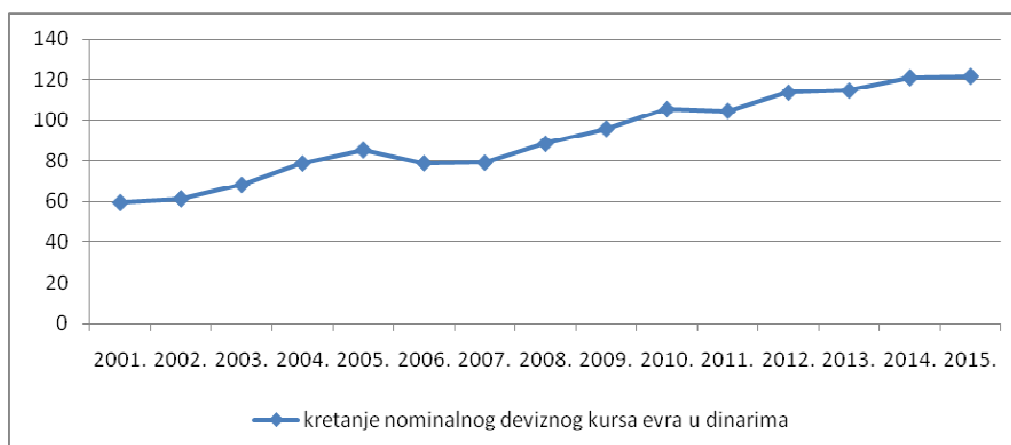
Politika deviznog kursa dinara nakon 2000. godine

Šesnaest godina od pravog početka tranzicionog procesa, pitanje deviznog kursa u Srbiji je i dalje prilično osetljivo. U prošlosti, Srbija se više puta suočavala sa problemima u vođenju politike deviznog kursa. Nepoverenje u dinar je nešto što nas prati već duži niz godina. Dovoljno je pomenuti čak 23 devalvacije u periodu od 1952. do 1998. godine, odnosno sedam denominacija u periodu od 1965. do 1994. godine i hiperinflaciju koja je kulminirala krajem 1993. godine i koja je iznosila 313 000 000 % na godišnjem nivou. Očigledno, sprovedene devalvacije su kratkoročno možda i imale pozitivne efekte, ali dugoročno gledano dovodile su do kontaproduktivnih posledica - umesto povećavanja izvoza dolazilo je do povećavanja cena u zemlji i do potrebe za novom devalvacijom.

Početak tranzicionog perioda je obeležila izuzetno nestabilna makroekonomska situacija i kao posledica toga, izabrana je politika targetiranja deviznog kursa, tj. „de facto“, primenjivan je režim fiksnog deviznog kursa koji je u određenim segmentima dao željene rezultate. Međutim, iako je makroekonomska stabilnost u velikoj meri popravljena, ne može se reći da je povraćeno poverenje u dinar. Potvrda te činjenice je da je i danas u Srbiji praktično prisutan dvovalutni sistem, odnosno da je evro, kao paralelna valuta, od dinara preuzeo najvažnije funkcije. Srbija će, kao zemlja koja je u ovom trenutku u najvećoj meri okrenuta Evropskoj uniji (koja teži ulasku u Evropsku uniju), možda u nekom trenutku zvanično zameniti svoju valutu evrom, ali dok se to ne desi, treba na pravi način da iskoristi politiku deviznog kursa.

Poslednjih desetak godina monetarna politika je okrenuta inflacionom targetiranju i na snazi je rukovođeno fluktuirajući devizni kurs što znači da je Srbija, do ulaska u monetarnu uniju, izabrala put sa većom fleksibilnošću deviznog kursa (za razliku od Estonije, Letonije, Litvanije). Rukovođeno fluktuirajući devizni kurs (ili, kako ga još nazivaju – „prljavo“ fluktuirajući) ima za cilj da iskoristi prednosti koje sa sobom nose i fiksni i fleksibilni devizni kurs. Vođenje politike „de facto“ fiksnog deviznog kursa u početnim godinama tranzicionog perioda (do 2003. godine) imalo je pozitivnih efekata na postizanje makroekonomske stabilnosti, ali postojao je strah gubitka izvozne konkurentnosti. Naime, opstajanje veće stope inflacije u zemlji nego što je stopa inflacije kod glavnih trgovinskih partnera, vodi ka realnoj apresijaciji i prećenosti domaće valute, što za posledicu ima gubitak izvozne konkurentnosti, povećan uvoz i probleme u platnom bilansu. Na grafikonu 1 je prikazano kretanje nominalnog deviznog kursa evra u dinarima u periodu od 2001. do 2015. godine (prikazani su zvanični srednji kursevi koji su primenjivani krajem navedenog perioda). Do 2003. godine su primetne manje oscilacije i „skoro“ fiksni devizni kurs. U tom periodu, depresijacija dinara je iznosila svega 2,94%, dok su nakon toga dozvoljene veće fluktuacije i NBS reaguje samo da spreči prevelike dnevne oscilacije. Rezultat takve politike je nominalna depresijacija dinara od 35,05% od početka primenjivanja inflacionog targetiranja (sredina 2006. godine), odnosno od 50,91% ukoliko se posmatra ceo period (od 2001. do 2015. godine).

Grafikon 1: Kretanje nominalnog deviznog kursa evra u dinarima u periodu od 2001. do 2015. godine



Izvor: Autor prema podacima Statističkog biltena NBS, decembar 2015, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_12_15.pdf, (31.1.2016.)

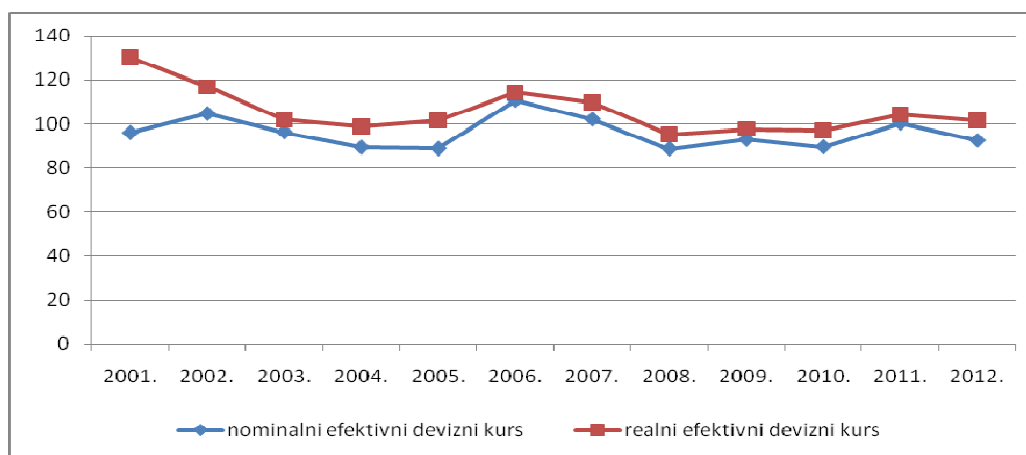
Međutim, kretanje nominalnog deviznog kursa nema prevelikog uticaja (osim psihološkog efekta u zemlji poput Srbije) na konkurentnost neke zemlje. U tom kontekstu posmatrano, realni pokazatelji su mnogo bolji. Najjednostavnije rečeno, realni devizni kurs je

nominalni koji je oslobođen uticaja promena cena u zemlji i inostranstvu. Dakle, praćenje promena realnog deviznog kursa predstavlja praćenje promena domaćih, inostranih cena i nominalnog kursa. Promene cena su najčešće date u formi lančanih indeksa (prati se promena u odnosu na prethodni period) pri čemu je za ekonomsko zaključivanje od veće pomoći ukoliko se lančani indeksi pretvore u bazne i realan devizni kurs se prati u formi indeksa sa stalnom bazom. Na taj način, dobija se vremenska serija podataka koja prikazuje kretanje realnog deviznog kursa tokom posmatranog vremenskog perioda (Miljković, 2008, str. 125-126). Još bolji pokazatelj promene konkurentnosti bi bio nominalni, odnosno pre svega, realni efektivni devizni kurs, gde se u odnos stavlja domaća valuta sa valutama najvažnijih (u najboljem slučaju svih) trgovinskih partnera. U svakom slučaju (da li će to biti povećanje ili smanjenje zavisi od izabranog notiranja), realna depresijacija neke valute dovodi do poboljšanja, a realna apresijacija do pogoršanja konkurentne pozicije neke zemlje. Nominalne i realne promene deviznog kursa će imati iste efekte samo ukoliko nivoi cena ostaju nepromenjeni, ili su promene cena istog smera i intenziteta.

Kod izračunavanja realnih pokazatelja problem predstavlja kako utvrditi koje cene treba porediti, tj. koji sve proizvodi i usluge treba da uđu u tu „referentnu korpu proizvoda“. Dodatni problem predstavlja kako izabrati baznu godinu (to bi trebalo da bude na neki način idealna godina u kojoj nije bilo nekih nepredviđenih situacija) u odnosu na koju ćemo posmatrati promenu konkurentnosti neke zemlje.

Na grafikonu 2 i 3 je prikazano kretanje indeksa nominalnog i realnog efektivnog deviznog kursa dinara u posmatranom vremenskom periodu. Iako Srbija trguje sa dosta zemalja, zbog toga što se trgovina u najvećoj meri obavlja u evrima i dolarima, u određivanju efektivnog deviznog kursa učestvuju samo ove dve valute (ponder za evro iznosi 0,8, a za dolar 0,2 i te veličine periodično podležu reviziji). Indeks nominalnog efektivnog deviznog kursa dinara predstavlja ponderisani geometrijski prosek indeksa prosečnog kursa dinara prema evru i dolaru, a realni efektivni kurs dinara predstavlja indeks nominalnog efektivnog kursa korigovan indeksom domaćih potrošačkih cena i ponderisanim geometrijskim proskom indeksa potrošačkih cena u zoni evra i SAD. Zbog drugačijeg notiranja, u ovom slučaju, na osnovu datih podataka iz NBS, ukoliko je indeks nominalnog ili realnog efektivnog deviznog kursa iznad 100, to podrazumeva apresijaciju, a ukoliko je ispod 100 depresijaciju dinara (Statistički bilten NBS, decembar 2015).

Grafikon 2: Kretanje nominalnog i realnog efektivnog deviznog kursa evra u dinarima u periodu od 2001. do 2012. godine, kraj prethodne godine = 100



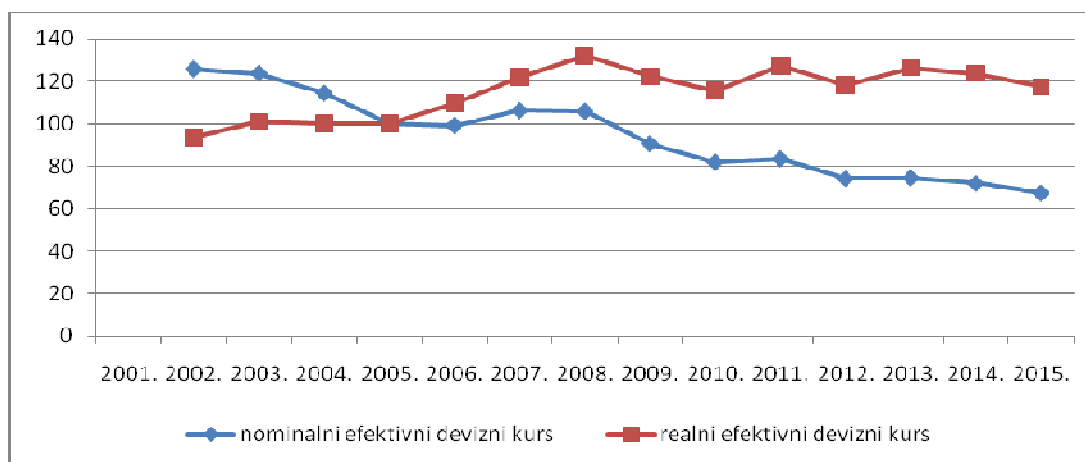
Izvor: Autor prema podacima Statističkog biltena NBS, januar 2013, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_01_13.pdf, (31.1.2016.)

* indeks iznad 100 ukazuje na apresijaciju dinara, a ispod 100 na depresijaciju dinara

Posmatrajući grafikone 2 i 3 mogu se izvesti zanimljivi zaključci. Definitivno, zaključci će u velikoj meri zavisiti od načina računanja indeksa (lančani ili bazni) i od izbora bazne godine. Na grafikonu 2 je predstavljeno kretanje nominalnog i realnog efektivnog deviznog kursa u formi lančanog indeksa (kraj prethodne godine je 100). Može se reći da obe linije imaju slične putanje, s tim što je linija koja predstavlja promenu realnog efektivnog deviznog kursa konstantno iznad linije koja označava nominalne promene. To znači da u godinama kada je dolazilo do poboljšanja konkurentske pozicije, to poboljšanje je realno bilo manje od onoga što su prikazivali nominalni pokazatelji, i obrnuto, u godinama kada je dolazilo do pogoršanja konkurentske pozicije u odnosu na prethodnu, to pogoršanje je realno bilo veće od onoga šta su prikazivali nominalni pokazatelji. Pored toga, na osnovu kretanja ovih indeksa u 2001., 2003., 2005. i 2012. godini, može se zaključiti da je u pomenutim godinama, na osnovu nominalnog pokazatelja konkurentska pozicija naše zemlje poboljšana u odnosu na prethodnu godinu, dok, realni pokazatelj govori suprotno – da je konkurentska pozicija pogoršana.

Grafikon 3 predstavlja kretanje nominalnog i efektivnog deviznog kursa dinara u odnosu na 2005. godinu i ovde su zaključci dosta drugačiji. Posmatrajući nominalni efektivni devizni kurs, zaključak bi bio da je na kraju 2015. godine, u odnosu na 2005. godinu, dinar u velikom procentu depresirao (indeks je iznosio 67,47) i da je konkurentska pozicija Srbije znatno poboljšana. Međutim, posmatrajući kretanje realnog efektivnog deviznog kursa dinara, zaključak je totalno drugačiji. U odnosu na 2005. godinu, svake naredne godine dinar je realno apresirao (u manjem ili većem procentu – na kraju 2015. godine indeks je iznosio 117,45) što je konstantno vodilo pogoršanju konkurentske pozicije Srbije u odnosu na posmatranu godinu.

Grafikon 3: Kretanje nominalnog i realnog efektivnog deviznog kursa evra u dinarima u periodu od 2001. do 2015. godine, 2005 = 100



Izvor: Autor prema podacima Statističkog biltena NBS, decembar 2015, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_12_15.pdf, (31.1.2016.)

* indeks iznad 100 ukazuje na apresijaciju dinara, a ispod 100 na depresijaciju dinara

Ocena (ne)konkurentnosti srpske privrede

Da li je ova promena politike deviznog kursa uticala na promenu konkurentnosti privrede Srbije? Prema BDP po stanovniku (6123 dolara u 2014. godini), Srbija spada u grupu zemalja kod kojih je najveći značaj druge grupe faktora. Međutim, ukoliko želi da uđe u grupu zemalja sa visokim nivoom dohotka, treba da primenjuje strategiju konkurentnosti koja se bazira na inovacijama, tj. da stvara konkurentsku prednost putem preduzetništva i inovativnosti preduzeća, podizanjem nivoa znanja i ubrzanim tehnološkim razvojem povećavajući ekonomske i tehničke mogućnosti. Podizanje konkurentnosti privrede Srbije, posebno njenih izvozno orijentisanih sektora podrazumeva značajno unapređenje opštih faktora konkurentnosti, kao što su makroekonomska stabilnost i privredni rast, uključenost u globalne i integracione tokove, kvalitet pravne države, kvalitet ekonomske politike i kvalitet zakonodavstva koje stvara privredni ambijent za preduzeća, kvalitet nauke i tehnološke razvijenosti, kvalitet obrazovanja i ljudskog potencijala, kvalitet menadžmenta (Bošnjak, 2005, str. 131-132).

Jačanjem institucija i vođenjem ekonomskih politika Srbija treba da ojača svoju konkurentsku sposobnost, poveća izvoz i stopu privrednog rasta. Niska konkurentnost privrede Srbije posledica je, ne samo rasta domaće agregatne tražnje i pogreški u vođenju ekonomske politike, već i usporenih ekonomskih reformi, usporene privatizacije, nedovoljnih investicija i tehnološkog zastarevanja opreme i uređaja (Bošnjak, 2005, str. 135).

Najznačajniji razlozi zbog kojih povećanje izvoza predstavlja jedan od prioriteta ekonomske politike Srbije u narednom periodu su: visok stepen uvozne zavisnosti proizvodnje (što zahteva povećanje izvoza kako bi moglo da se obavlja nesmetano plaćanje uvoza); potreba povećanja deviznog priliva zbog urednog servisiranja dužničkih obaveza prema inostranstvu i visok trgovinski deficit koji je nastao nakon 2000. godine. Izuzetno niska vrednost izvoza u periodu sankcija je svakako posledica i veoma loše izvozne strukture što govori da se kao glavni preduslov održivog povećanja izvoza na duži rok nameće povećanje konkurentnosti srpskog izvoza kroz, pre svega promenu njegove neadekvatne strukture (Kovačević, 2005, str. 5).

„Postkrizni model ekonomskog rasta i razvoja Srbije 2011-2020. godine“ koji je 2010. godine predstavljen od strane stručnjaka okupljenih u Fondu za razvoj ekonomske nauke sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu i časopisa MAT podrazumeva tri stuba novog modela u ovoj deceniji: povećanje investicija, podršku izvozno orijentisanoj privredi i ulaganje u infrastrukturu (pre svega, saobraćaj i informatiku). Neophodno je, s jedne strane odustati od povećanja potrošnje bez pokrića u rastu BDP, odnosno, sa druge strane izvršiti reindustrijalizaciju. Rezultat svega bi trebalo da bude da do 2020. godine vrednost BDP-a poraste na 52,7 milijardi evra (skoro 8 000 evra po stanovniku, uz prosečan godišnji rast od 5,8%). Da bi ovakav napredak do kraja perioda bio ostvaren, učešće investicija u BDP-u bi trebalo da iznosi 28% (uz znatno smanjenje učešća potrošnje), učešće izvoza roba i usluga u BDP-u bi trebalo da iznosi 65%, učešće platnobilansnog deficita u BDP-u bi trebalo da bude 3,3% (Jovović, 2011, str. 132-133).

S obzirom da je zaključeno da se model rasta i razvoja mora promeniti, da je i politika deviznog kursa 2006. godine promenjena, postavlja se pitanje, da li je Srbija u poslednjoj deceniji uspeła da popravi svoju konkurentnost prema Svetskom ekonomskom forumu? Prema Novom indeksu globalne konkurentnosti, može se (optimistički gledano) reći da se konkurentnost Srbije blago popravlja. Posmatrano od 2005. godine, Srbija trenutno jeste lošije rangirana za 7 mesta (2005. godine je bila 87. od 125, a 2014. godine 94. od 140 zemalja), ali je njen ukupan indeks blago porastao sa 3,7 na 3,9. Dakle, Srbija je beležila

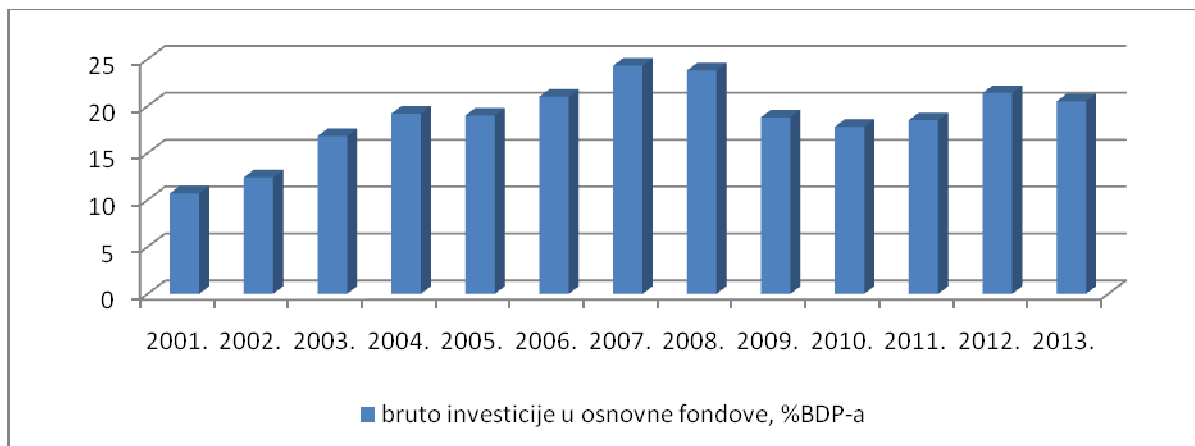
porast ukupnog indeksa konkurentnosti, ali uz istovremeno pogoršanje položaja na svetskoj rang listi. Na osnovu svega navedenog izvodi se zaključak da to što je uprkos poboljšanju ocene nivoa konkurentnosti došlo do pada na listi najkonkurentnijih zemalja, znači da su u međuvremenu druge zemlje ostvarile znatno brži rast konkurentnosti, čime se Srbiji jasno stavlja do znanja da je potrebno značajno ubrzanje podizanja nivoa konkurentnosti u odnosu na postojeći tempo (Savić i Džunić, 2008, str. 10). Promena politike deviznog kursa do koje je došlo sredinom 2006. godine nije doprinela značajnijem popravljaju Novog indeksa globalne konkurentnosti. Pored zabeleženog povećanja BDP po stanovniku (u 2005. godini je iznosio 5348 američkih dolara, a u 2014. godini 6123 američka dolara), Srbija se i dalje nalazi u grupi zemalja koja je u najvećoj meri vođena Faktorima povećanja efikasnosti, još uvek prilično daleko i od faze tranzicije između druge i treće grupe zemalja. Pri tome, beležeći u proseku najgore rezultate upravo u Faktorima inovativnosti i sofisticiranosti (125. mesto od 140 zemalja) (The Global Competitiveness Report 2015-2016).

Karakteristike najznačajnijih makroekonomskih pokazatelja privrede Srbije

Velika uvozna zavisnost, problem potencijalne prezaduženosti (javni dug na kraju 2015. godine je dostigao 75% BDP-a) jasno ukazuju da je promena modela ekonomskog rasta bila neophodna. Zbog neophodnog smanjivanja deficita (pre svega) trgovinskog bilansa i porasta izvoznih prihoda kako bi se izbegla kriza spoljne likvidnosti, povećanje izvoza Srbije je nametnuto kao neminovnost. S obzirom da se nalazimo negde na pola perioda, može se postaviti pitanje da li će ciljevi postavljeni u „Postkriznom modelu ekonomskog rasta i razvoja Srbije 2011-2020. godine“ biti ostvareni? Iako se u svim pokazateljima beleži napredak, trenutni rezultati govore da smo još uvek prilično daleko od zacrtanih ciljeva. Naročito, imajući u vidu realnu stopu privrednog rasta nakon izbijanja krize 2008. godine. Do izbijanja krize prosečna stopa rasta je iznosila 5,9%, međutim u godinama posle, u tri godine je zabeležena negativna stopa privrednog rasta, a i u ostale tri godine taj rast je bio daleko ispod zacrtanog cilja (najveća stopa rasta je bila 2,6%). Ostvarena stopa privrednog rasta je doprinela povećanju BDP po stanovniku (mereno u evrima BDP po stanovniku je uvećan 2,5) i u 2014. godini on iznosi 4672 evra. Međutim, to je još uvek daleko od zacrtanog cilja u 2020. godini – 8000 evra po stanovniku. Mereno u dolarima, u 2014. godini BDP po stanovniku je iznosio 6123 dolara. Iako je zabeleženo povećanje, problem predstavlja činjenica da prema Izveštaju o globalnoj konkurentnosti još pripadamo grupi zemalja koja je vođena drugom grupom faktora – Faktorima povećanja efikasnosti. Iz ove perspektive, i tranziciona faza (iz druge u treću grupu) deluje daleko – potrebno je da BDP po stanovniku bude u intervalu od 9000 do 17000 dolara (da se ne pominje treća grupa zemalja koja se razvija vođena Faktorima inovativnosti i sofisticiranosti i gde je potrebno imati BDP po stanovniku veći od 17000 dolara).

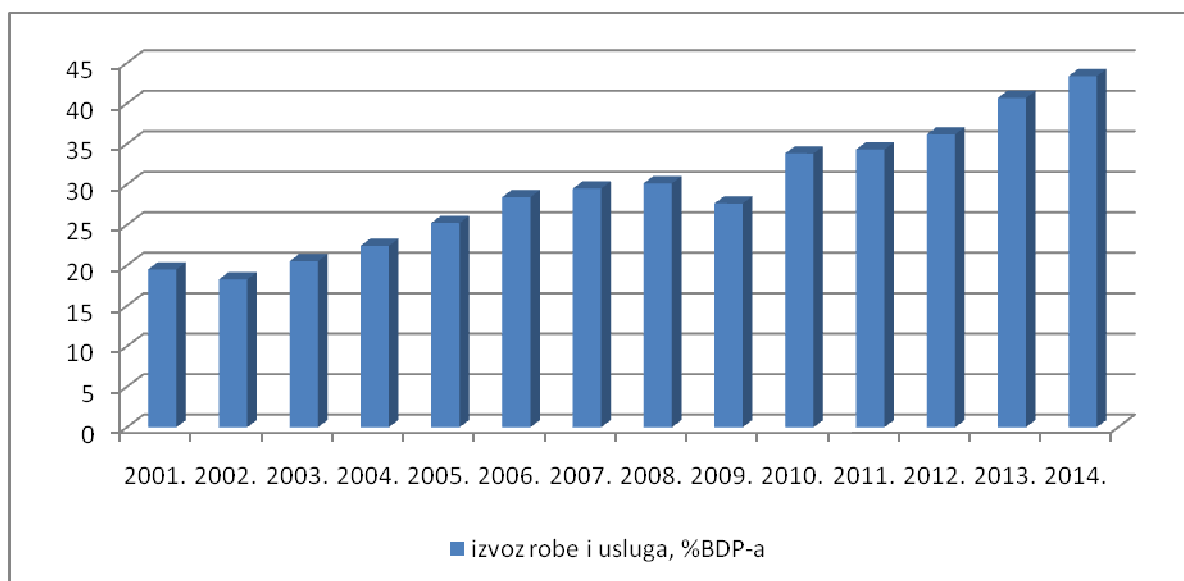
Na grafikonu 4 su prikazane bruto investicije u osnovne fondove kao % BDP-a posle 2000. godine. Iako je i ovde zabeleženo povećanje (skoro 2 puta), primetno je da je dolaskom krize prekinut određeni trend rasta koji je bio primetan u prethodnim godinama. U poslednje dve posmatrane godine (u 2012. i 2013. godini), bruto investicije su opet (neznatno) preko 20%, ali još uvek daleko od zacrtanog cilja (28% BDP-a).

Grafikon 4: Bruto investicije u osnovne fondove kao % BDP-a Srbije u periodu od 2001. do 2013. godine

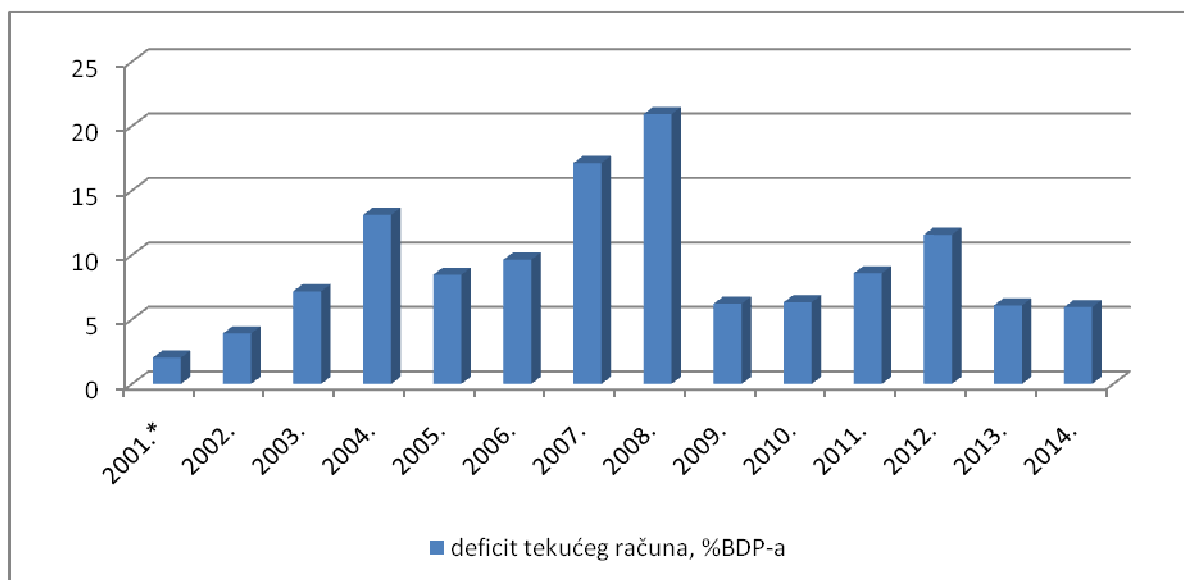


Izvor: Autor prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=62>, (31.1.2016)

Otvaranje zemlje prema inostranstvu u oktobru 2000. godine dovelo je i do značajnog rasta trgovinske razmene u narednim godinama. Trgovinska otvorenost zemlje, merena udelom izvoza i uvoza robe i usluga u BDP, porasla je sa 55,9% u 2001. godini, na 97,68% u 2014. godini. Promena modela ekonomskog rasta (zaokret ka izvozno orijentisanoj privredi) je dala određene rezultate - u posmatranom vremenskom periodu (izraženo u evrima) izvoz robe i usluga je povećan 5,4 puta (u 2001. godini je iznosio 2 693 miliona evra, a u 2014. godini 14451 milion evra), odnosno udeo izvoza u BDP-u je porastao sa 19,51% na 43,37% - grafikon 5 (još uvek daleko od zacrtanog cilja – 65%). Međutim, problem predstavlja prilično niska startna osnova kada se posmatra izvoz, odnosno znatno viša startna osnova kada se posmatra uvoz – 5023 miliona evra u 2001. godini. Jednostavno, otvaranje zemlje prema inostranstvu (i, možda prerana preterana liberalizacija uvoza), dovelo je do toga da, iako je uvoz u posmatranom periodu manje porastao od izvoza (3,6 puta), zbog različitih startnih osnova, sada imamo zemlju koja je prilično uvozno zavisna – udeo uvoza robe i usluga u BDP-u je u 2014. godini iznosio 54,31% (u 2001. godini je bio 36,38%). Dakle, zabeleženo povećanje izvoza je još uvek nedovoljno što se ogleda i u dalje prisutnom deficitu tekućeg računa (grafikon 6). Nakon 2001. godine prisutan je konstantni deficit tekućeg računa koji je u 2008. godini dostigao skoro 21% BDP-a. U ovom slučaju, kriza je donela i nešto dobro – pored smanjenja izvoza (što je svakako loše), u još većoj meri je smanjen i uvoz, tako da se to odrazilo pozitivno na deficit tekućeg računa (6,23% u 2009. godini). Ipak, u narednim godinama deficit tekućeg računa je ponovo počeo da raste (11,59% u 2012. godini), da bi se tek u poslednje dve posmatrane godine (u 2013. i 2014. godini) ponovo smanjio i „stabilizovao“ na oko 6% BDP-a.

Grafikon 5: Izvoz robe i usluga kao % BDP-a Srbije u periodu od 2001. do 2014. godine

Izvor: Autor prema podacima Statističkog biltena NBS, decembar 2015, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_12_15.pdf i Republičkog zavoda za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=62>, (31.1.2016)

Grafikon 6: Deficit tekućeg računa kao % BDP-a Srbije u periodu od 2001. do 2014. godine

Izvor: Autor prema podacima Statističkog biltena NBS, decembar 2015, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_12_15.pdf i Republičkog zavoda za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=62>, (31.1.2016)

* u 2001. godini je zabeležen suficit od 2,04% BDP-a

Zaključak

Konkurentnost privrede Srbije posle 2000. godine nije na nekom zavidnom nivou. Potvrda ove konstatacije stiže u vidu mesta koje Srbija zauzima na listi najkonkurentnijih zemalja koju objavljuje Svetski ekonomski forum. Od 140 zemalja, u 2014. godini zauzimali smo 94. mesto. Činjenica je da se Novi indeks globalne konkurentnosti blago popravlja (sa 3,7 na 3,9), ali s obzirom da smo lošije plasirani nego pre desetak godina, očigledno je da tempo podizanja nivoa konkurentnosti naše zemlje nije dovoljno dobar – druge zemlje napreduju brže.

Ukoliko konkurentnost posmatramo iz ugla sposobnosti privrede da izvozi na svetsko tržište, opet može se zaključiti da se beleži napredak. Međutim, te prilično velike stope rasta izvoza gube na značaju kada se primeti izuzetno niska startna osnova. Pored toga, i uvoz je nastavio da raste što je doprinelo sve većoj zavisnosti zemlje od uvoza (udeo uvoza u BDP-u je preko 50%). Svi analizirani makroekonomski pokazatelji su bolji nego na početku posmatranog perioda, ali su još uvek nedovoljno dobri.

Da li je politika deviznog kursa u proteklom periodu bila u funkciji unapređenja konkurentnosti naše privrede? Devizni kurs bi na neki način trebalo da predstavlja ogledalo privredne situacije u jednoj zemlji i veoma je teško imati „jaku“ valutu u slaboj privredi. Želja nosilaca ekonomske politike da, „de facto“ režimom fiksnog deviznog kursa na početku tranzicionog perioda postignu određeni stepen makroekonomske stabilnosti je bila opravdana i u tome se u velikoj meri uspelo. Međutim, fiksni devizni kurs, uz veću stopu inflacije nego kod najznačajnijih trgovinskih partnera, vodi gubitku izvozne konkurentnosti. Iz ovog ugla posmatrano, promena politike deviznog kursa, u smeru veće fleksibilnosti (pre svega dopuštanje depresijacije dinara) je delovala opravdano. Ipak, kao što je u radu već napomenuto, veoma teško je odrediti tu neku referentnu vrednost, odnosno tu neku bazu, u odnosu na koju treba posmatrati kretanje deviznog kursa i izvoditi zaključke da li je domaća valuta „jaka“ ili „slaba“, da li je dinar precenjen ili potcenjen. Opšti utisak je da je dinar precenjen i potvrdu toga imamo ukoliko kao baznu uzmemo 2005. godinu. Iako je vođena politika rukovođeno fluktuirajućeg deviznog kursa, depresijacija dinara je bila nedovoljna (indeksi realnog efektivnog deviznog kursa su bili stalno iznad 100), što je vodilo realnoj apresijaciji domaće valute, njenoj precenjenosti i doprinosilo pogoršanju konkurentne pozicije naše zemlje. Dakle, ta neka blaga, konstantna realna depresijacija dinara, koja bi pozitivno delovala na konkurentnost privrede, nije dostignuta. Međutim, sve veća uvozna zavisnost s jedne strane, i praktično dvovalutni sistem sa druge strane (veliki stepen nezvanične evroizacije), ne dozvoljavaju preveliku depresijaciju dinara i smanjuju efikasnost vođenja politike deviznog kursa. Svakako, nije dovoljan samo devizni kurs da bi izvoz porastao. Kao što se moglo videti, poželjno bi bilo voditi politiku deviznog kursa koja bi bila stimulaturna po pitanju povećanja izvoza, ali veći problem predstavlja pitanje da li imamo šta izvoziti? U svakom slučaju, u narednom periodu podrška izvozno orijentisanoj privredi ne bi smela izostati, ni po pitanju politike deviznog kursa, ni po pitanju popravljavanja poverenja u dinar, ni po pitanju poboljšanja strukture izvoza.

Reference

1. Bjelić, P., (2008), Međunarodna trgovina, Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd
2. Bošnjak, M., (2005), „Konkurentnost i razvoj kao poluge evropske perspektive Srbije“, Ekonomski anali, br. 166, Ekonomski fakultet u Beogradu, str. 129-148
3. Competitiveness in International Trade, OECD, <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>

4. Competitiveness, http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=DSP_GLOSSARY_NOM_DTL_VIEW&StrNom=CODED2&StrLanguageCode=EN&IntKey=16438235&RdoSearch=BEGIN&TxtSearch=competitiveness&CboTheme=&IntCurrentPage=1
5. Frenkel, R., i Taylor, L., (2006), Real Exchange Rate, monetary policy and employment, United Nations, New York, Desa Working Paper, No 19
6. Jovović, D., (2011), Dinar i devizni kurs, Prometej Beograd
7. Kovačević, R., (2004), „Položaj zemalja u razvoju u svetskoj trgovini“, Ekonomski anali, jul – septembar 2004, br. 162, Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd, str. 65-97
8. Kovačević, R., (2005), „Makroekonomski okviri konkurentnosti izvoza privrede Srbije“, Tržište, novac, kapital, jul-septembar, br. 3, Privredna komora Srbije, Centar za naučno-istraživački rad, Beograd, str. 4-24
9. Miljković, D., (2008), Međunarodne finansije, Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd
10. Republički zavod za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=62>
11. Savić, N. i Džunić, M., (2008), „*Konkurentnost Srbije u regionu*“, Miločerski ekonomski forum 2008 – Tranzicija i posle u regionu nekadašnje Jugoslavije, FEFA, Beograd
12. Statistički bilten NBS, januar 2013, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_01_13.pdf, (31.1.2016.)
13. Statistički bilten NBS, decembar 2015, www.nbs.rs/static_site/gen/latinica/90/statisticki/sb_12_15.pdf, (31.1.2016.)
14. The Global Competitiveness Report 2015-2016, www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf, (31.1.2016)

REDEFINISANJE MONETARNE POLITIKE NARODNE BANKE SRBIJE U CILJU UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI BANKARSKOG SEKTORA REPUBLIKE SRBIJE

Dr Srđan Furtula*

Apstrakt: Narodna banka Srbije sa strategijom inflacionog targetiranja i stabilnošću cena kao primarnim ciljem monetarne politike definitivno je podređena finansijskoj stabilnosti. Međutim, i pored referentne kamatne stope kao osnovnog instrumenta monetarnog regulisanja dominantni kanal monetarne transmisije jeste kanal deviznog kursa a ne kanal kamatnih stopa. Odsustvo harmonizacije aktivnih i pasivnih kamatnih stopa sa referentnom kamatnom stopom NBS, nedovoljna kontrola bankarskog sektora i neracionalne intervencije na međubankarskom deviznom tržištu nameću pitanje efikasnosti monetarne politike NBS. Zbog toga je neophodno redefinisati monetarnu politiku i definisati neophodna pravila u kontroli bankarskog sektora u funkciji unapređenja konkurentnosti.

Ključne reči: monetarna politika, referentna kamatna stopa, stopa inflacije, devizni kurs, bankarski sektor, NBS

Referentna kamatna stopa kao osnovni instrument monetarne politike NBS

Članom 3. Zakona o Narodnoj banci Srbije¹, definisani su ciljevi Narodne banke Srbije. Istovetno kao kod Evropske centralne banke, kod koje je članom 105. Mاستrihtskog sporazuma definisan primarni cilj ECB stabilnost cena, osnovni cilj Narodne banke Srbije, takođe je, postizanje i održavanje stabilnosti cena. Pored osnovnog cilja, Narodna banka Srbije ima za cilj i očuvanje finansijske stabilnosti. Prioritet održanju stabilnosti cena, logični je rezultat velikih inflacionih očekivanja u našoj državi, negativnih trendova iz prošlosti u pogledu inflacionih kretanja i interesa harmonizacije sa Evropskom centralnom bankom.

Memorandumom o novom okviru monetarne politike, usvojenom u avgustu 2006. godine, postepeno je uvođena praksa inflacionog targetiranja. Formalna primena režima inflacionog targetiranja utvrđena je Memorandumom o ciljanju (targetiranju) inflacije kao monetarnoj strategiji, sa početkom primene od 1. januara 2009. godine, kojim je kao osnovni instrument monetarnog regulisanja definišana referentna kamatna stopa. Zbog nedostataka projekcije na bazi pretpostavke o konstantnoj referentnoj kamatnoj stopi, i projekcije na bazi putanje kamatne stope, Narodna banka Srbije koristi projekcije inflacije zasnovane na putanji referentne kamatne stope koju namerava da sledi.

Projekcije inflacije Narodne banke Srbije, izrađuju se i objavljuju kvartalno, od 2006. godine, na bazi endogeno determinisane referentne kamatne stope. Model za projekciju, sadrži pravilo monetarne politike Tejlorovog tipa:²

$$i_t = a(i_{t-1}) + (1-a)[(r^* + \pi_t) + b(\pi_t - \pi^*)]$$

i_{t-1} predstavlja prethodnu referentnu kamatnu stopu; r^* je ravnotežna (neutralna) realna referentna kamatna stopa (tako da je $(r^* + \pi_t)$ ravnotežna (neutralna) nominalna referentna stopa);

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: furtulas@kg.ac.rs

¹ „Službeni glasnik RS“, br. 72/03 i 55/04

² www.nbs.rs

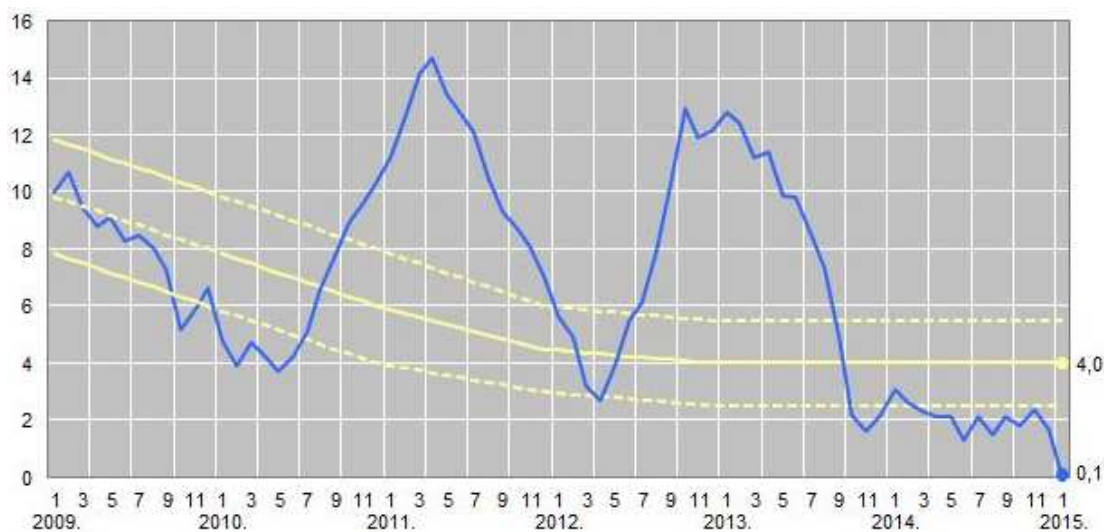
$(\pi_t - \pi^*)$ predstavlja odstupanje inflacije od cilja.

Pravilo definiše da referentna kamatna stopa treba da bude ispod neutralne kada je projektovana inflacija ispod cilja i obrnuto. U skladu sa standardnom praksom centralnih banaka, pravilo sadrži element koji se odnosi na ublažavanje promena referentne kamatne stope (relativni značaj stabilizacije osnovnog instrumenta monetarne politike izražen je vrednošću parametra a , od 0 do 1). Osnovno odstupanje u odnosu na Tejlorovo pravilo³ jeste isključivanje uticaja gema između realnog i projektovanog BDP.

Opređenje za putanju referentne kamatne stope koju namerava da sledi centralna banka, rezultat je nastojanja da projekcije inflacije utiču na izjednačavanje projektovane i ciljane inflacije u datom horizontu cilja, kako bi se efikasnije uticalo na inflaciona očekivanja.

Cilj je utvrđen kao stopa inflacije s dozvoljenim odstupanjem i definisan je natakav način ima prednosti sa stanovišta efikasnije komunikacije s javnošću. On predstavlja precizan i jasan signal javnosti o nivou inflacije koju centralna banka nastoji da postigne. Cilj je postavljen kontinuirano i treba da doprinese stabilizaciji inflacionih očekivanja u situacijama kada snažan šok rezultira privremenim odstupanjem inflacije od ciljanog nivoa. U kojoj meri postoji stabilizacija očekivanja i povećanje kredibiliteta monetarne politike NBS može se zaključiti sa slike 1., koja pokazuje da je stopa inflacije u periodu od 2009-2015. godine bila izvan dozvoljenih granica inflacionog koridora više od 70%. U poslednje tri godine postoji odstupanje od 90%

Slika 1. Ciljana i ostvarena inflacija, po mesecima (međugodišnji rast, u %)



Izvor: NBS

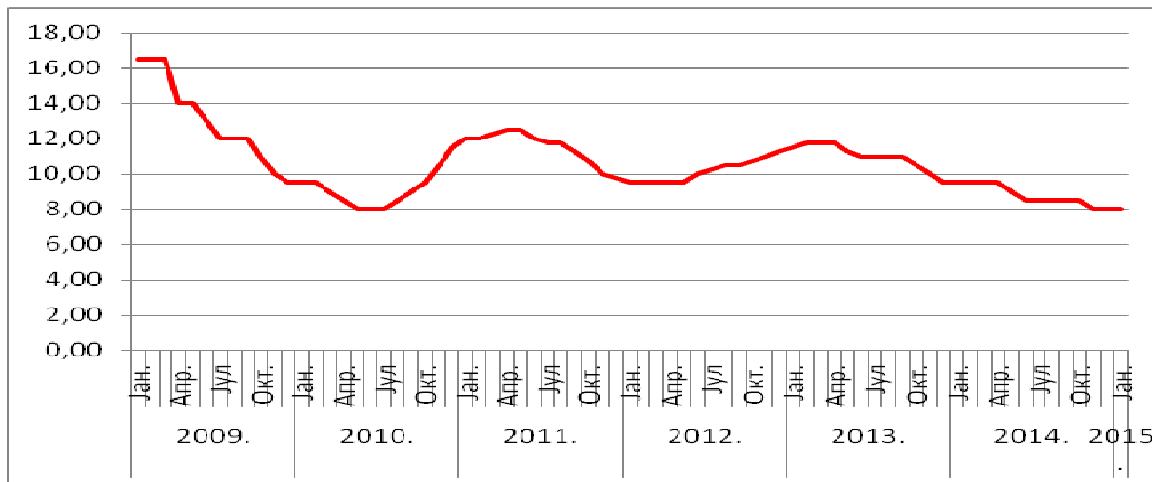
Ako se posmatraju korekcije referentne kamatne stope NBS u skladu sa utvrđenim odstupanjima stope inflacije od inflacionog koridora, može se primetiti nekoordiniranost

³ Tejlorovo pravilo:

i_t predstavlja nominalnu referentnu kamatnu stopu, r^* je ravnotežna (neutralna) realna referentna kamatna stopa, π_t je stopa inflacije (BDP deflator), π^* je stopa ciljane inflacije, $r^* + \pi_t$ ravnotežna neutralna referentna kamatna stopa, $\pi_t - \pi^*$ odstupanje bazne inflacije od projektovane, $y_t - y^*$ odstupanje realnog BDP od projektovanog.

odluka NBS i neefikasnost tog instrumenta monetarnog regulisanja, u posljednje tri godine, što se može videti na slici 2. i slici 3. Mada pravilo projekcije inflacije definiše da referentna kamatna stopa treba da bude proporcijalna stopi inflacije, iz tabele se može primetiti odsustvo reakcija monetarne vlasti na deflacione i recesione tendencije.

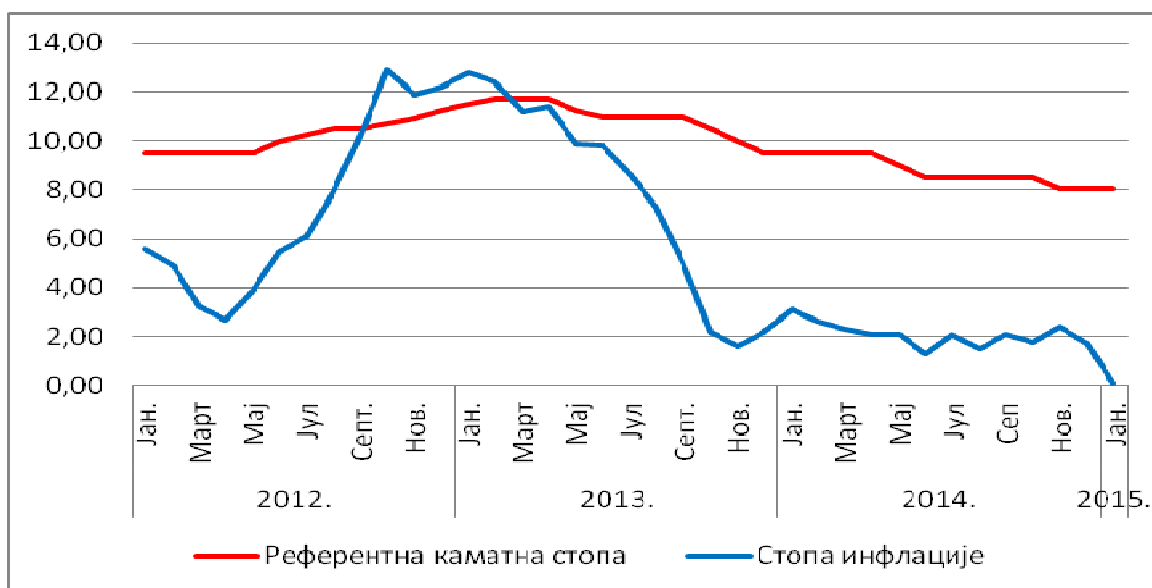
Slika 2. Referentna kamatna stopa NBS



Izvor: NBS

Nekorensodirajuće i neproporcionalno kretanje referentne kamatne stope i stope inflacije prikazano je u slici 3. Osnovno modifikovano pravilo Tejlorovog tipa nije implementirano, jer je Izvršni odbor u posljednje tri godine donosio nerazumne promene referentne kamatne stope. To posebno dobija na značaju ako se posmatraju ostale referentne kamatne stope u Evropi⁴, nedovoljna tražnja, recesiona kretanja, smanjenje proizvodnje i zaposlenosti što nameće neophodnost snižavanja referentne kamatne stope.

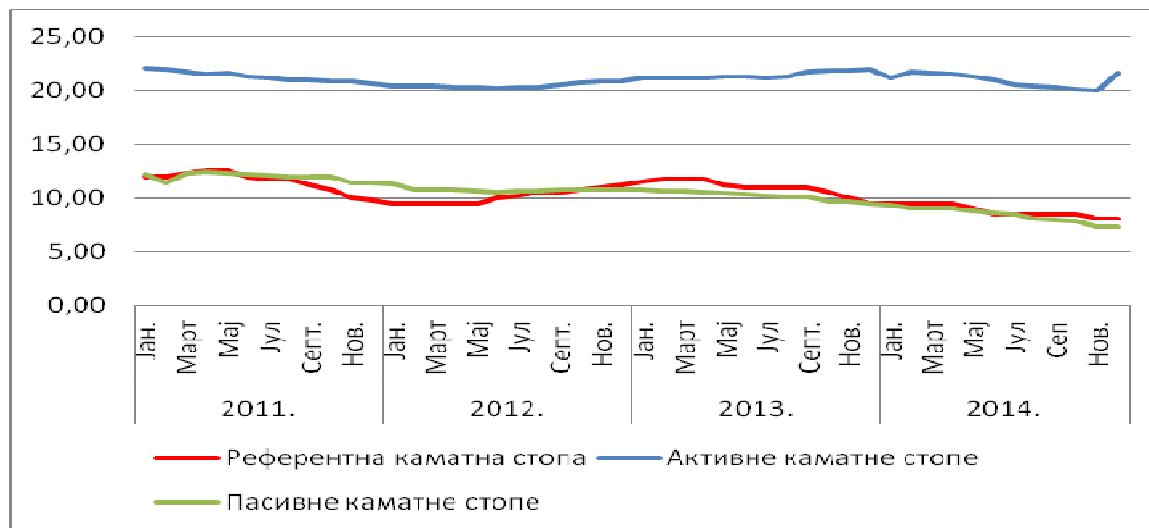
Slika 3. Referentna kamatna stopa NBS i stopa inflacije u periodu 2012-2015.



⁴ Referentna kamatna stopa Evropske centralne banke iznosi, na dan 10.03.2015. godine, 0,05%, a u periodu 2009-2015. godine, maksimalni iznos referentne kamatne stope ECB iznosio je 1%

Iako referentna kamatna stopa predstavlja reper za sve ostale kamatne stope, posmatranjem kretanja aktivnih i pasivnih stopa banaka ne može se sagledati njen korenspodirajući uticaj. U slici 4. prikazan je korelativni odnos referentne kamatne stope NBS, aktivne kamatne stope poslovnih banaka na dinarske kredite odobrene stanovništvu i pasivne kamatne stope poslovnih banaka na primljene depozite od stanovništva.

Slika 4. Odnos aktivne i pasivne kamatne stope poslovnih banaka i referentne kamatne stope NBS



Izvor: NBS

Sa slike 4. može se zaključiti da je od sredine 2011. godine do kraja 2012. godine referentna kamatna stopa bila ispod nivoa pasivnih kamatnih stopa banaka. Takođe, neracionalno je da se pasivne kamatne stope formiraju na nivou identičnom referentnoj kamatnoj stopi i da postoji ogromna diskrepanca između aktivnih kamatnih stopa i referentne kamatne stope NBS. Politika neznatnog povećanja i smanjenja referentne kamatne stope NBS ima indiferentni uticaj na aktivne kamatne stope poslovnih banka. Može se zaključiti da je kanal kamatnih stopa nerazvijen i da kod nas još uvek nema značaj kao u razvijenim tržišnim privredama, iako je referentna kamatna stopa definisana kao osnovni instrument monetarnog regulisanja. Jedan od razloga nekorenspodirajućeg dejstva referentne kamatne stope jeste činjenica da je ona formirana na izuzetno visokom nivou u odnosu na druge referentne kamatne stope, tako da su banke u mogućnosti da potrebna sredstva za odobravanje kredita dobijaju po znatno povoljnijim uslovima iz inostranstva.

Operacije na deviznom tržištu kao instrument monetarne politike NBS

U cilju efikasne kontrole deviznog kursa i transmisije monetarne politike, Narodna banka Srbije je izabrala sistem rukovođeno fluktuirajućeg deviznog kursa, sa mogućnošću određenih korekcija. Devizni kurs je fleksibilan i formira se na međubankarskom deviznom tržištu na osnovu ponude i tražnje deviza, a NBS u slučaju preteranih dnevnih oscilacija interveniše prodajom ili kupovinom deviza. U režimu targetiranja inflacije, devizne intervencije su okarakterisane kao retko korišćen pomoćni instrument monetarnog regulisanja, koji doprinosi ostvarenju ciljane stope inflacije nakon što se iscrpi potencijal za delotvoran uticaj referentne kamatne stope. Međutim, postoji niz kontradiktornosti u ovom režimu deviznog kursa NBS. *Prvo*, rukovođeno fluktuirajući devizni kurs i pored tržišnog formiranja preterano naglašava ulogu i uticaj centralne banke. *Drugo*, redovna intervencija

NBS u cilju sprečavanja dnevnih oscilacija podrazumeva anticipiranje reakcija NBS od strane banaka i time NBS smanjuje uticaj na kurs. I *treće*, ako se analizira određeni period intervencija NBS na međubankarskom deviznom tržištu, može se zaključiti da NBS, osim što smanjuje svoje devizne rezerve, ne utiče značajnije na promenu deviznog kursa. Na slikama 1., 2., i 3. prikazan je kvartalni srednji kurs dinara za evro u 2010. godini⁵.

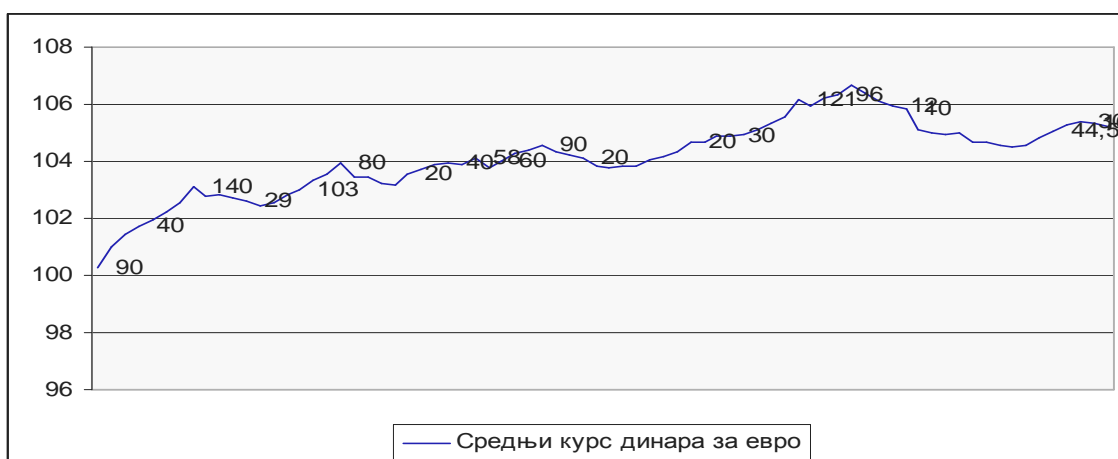
Slika 5. Intervencije NBS u cilju eliminisanja preteranih fluktuacija deviznog kursa u periodu 01.02.2010-01.05.2010



Izvor: NBS

Sa slike 5. može se zaključiti da je NBS u periodu od februara do aprila 2010. godine prodala 300 miliona evra, kako bi povećala ponudu evra i snizila devizni kurs, koji je i pored tih intervencija povećan sa 98,47 na 99,63 dinara za 1 evro. Takođe, može se zaključiti da je od 15 intervencija NBS samo 5 bilo efikasno i neznatno snizilo nivo deviznog kursa. Parodoksalno je da su intervencije najmanjeg iznosa imale najviše efekata, i da u je aprilu 2010. godine, kada je NBS najmanje intervenisala bilo najviše fluktuacija deviznog kursa.

Slika 6. Intervencije NBS u cilju eliminisanja preteranih fluktuacija deviznog kursa u periodu 01.05.2010-01.09.2010

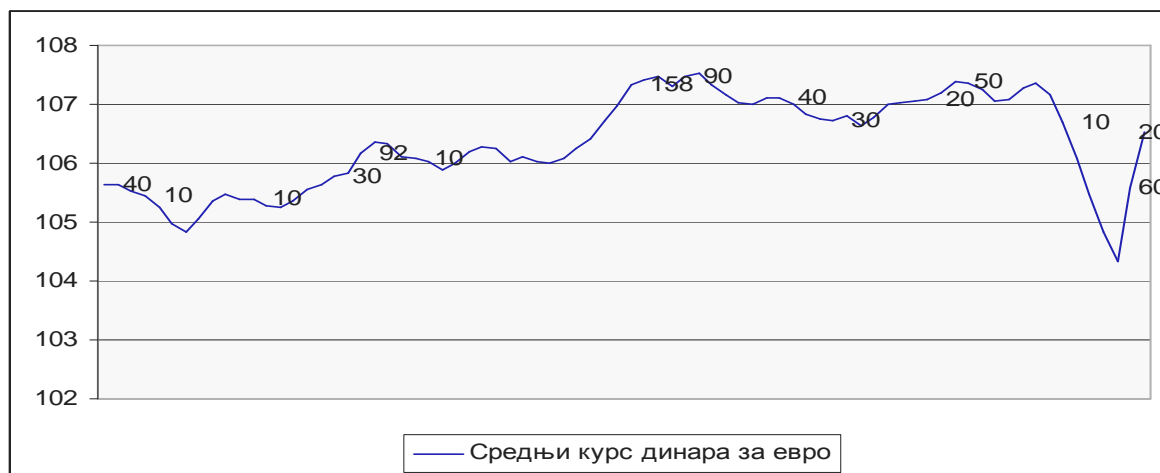


Izvor: NBS

⁵ Godina 2010. je uzeta kao reprezentativna zbog istorijski najvećih intervencija NBS i po obimu i po broju. NBS je za samo 11 meseci u toj godini intervenisala na međubankarskom deviznom tržištu ukupno 74 puta i prodala, tj. smanjila devizne rezerve za 2 milijarde i 114 miliona evra.

U periodu od 01.05. do 01.09.2010. godine, NBS je intervenisala čak 34 puta i prodala oko 1 milijardu i 144 miliona evra, a pritom nije promenila nivo deviznog kursa koji je, sa nivoa od 99,14 dinara za evro 01.05.2010, skočio na nivo od 105,10 dinara za evro krajem avgusta 2010. godine. Od 34 intervencije NBS bile su efikasne samo 13 intervencija koje su, takođe, samo neznatno uticale na pad deviznog kursa. Karakteristično je da je u ovom periodu NBS u nekoliko navrata prodala preko 200 miliona evra sukcesivno u pojedinim danima, a da pritom nije promenila nivo deviznog kursa, dok su postojali periodi kada je NBS sa intervencijom od 5 ili 10 miliona prodatih evra snizila nivo deviznog kursa.

Slika 7. Intervencije NBS u cilju eliminisanja preteranih fluktuacija deviznog kursa u periodu 01.09.2010-01.01.2011



Izvor: NBS

U periodu od septembra do kraja decembra 2010. godine, NBS je intervenisala 25 puta prodajom oko 670 miliona evra na međubankarskom deviznom tržištu, od čega je samo 10 intervencija bilo efikasno, tj. narednog dana nakon intervencije neznatno se snizio devizni kurs. Takođe, krajem decembra 2010. godine, NBS je nekoliko puta intervenisala i kupovinom određene količine evra, ali se može zaključiti da uvek kada NBS kupi nekoliko miliona evra na međubankarskom deviznom tržištu, već narednog dana mora prodati znatno veću količinu evra.

Može se zaključiti da nivo intervencija NBS ne utiče preterano na nivo deviznog kursa koji se formira u odnosu na nivo ponude i tražnje za devizama.

Bankocentrični finansijski sistem

U Srbiji ne postoji potpuno razvijeno finansijsko tržište, koje u Srbiji ima malu širinu i dubinu, a sa druge strane postoji bankocentričan finansijski sistem. Dominacija bankarskih institucija uticala je na stalno povećanje relativnog odnosa bilansne aktive banaka i BDP. Taj odnos je u prethodnoj godini dostigao čak 88,4%. S obzirom da postoji 5 banaka sa tržišnim učešćem preko 50%, može se konstatovati da finansijski sistem ima karakter čvrstog bankarskog oligopola. Informaciju o prisustvu koncentracije и недовољне конкурентности bankarskog sektora u Srbiji možemo dobiti iz podataka prezentiranih u tabeli 1.

Tabela 1. Koncentracija bankarskog sektora u Republici Srbiji

Koncentracija bankarskog sektora u Republici Srbiji Red. broj	Banka	Neto bilansna aktiva (u milijardama dinara)	Učešće
1.	Banca Intesa	428	14,7%
2.	Komercijalna banka	354	12,2%
3.	Unicredit Bank	254	8,7%
4.	Societe Generale banka	243	7,3%
5.	Raiffeisen banka	204	7,0%
6.	Eurobank	173	6,0%
7.	AIK banka	155	5,3%
8.	Hypo Alpe-Adria-Bank	149	5,1%
9.	Vojvođanska banka	112	3,9%
10.	Sberbanka	97	3,3%

Izvor: NBS

Ologopolska struktura bankarskog sektora može se videti i u tabeli 2. Podaci iz tabele 2 ukazuju da se broj banaka i broj poslovnih jedinica povećavao bez obzira što je broj banaka opadao u posmatranom periodu.

Tabela 2. Broj banaka i poslovnih jedinica u Republici Srbiji

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Broj banaka	37	35	34	34	33	33	32	30
Broj poslovnih jedinica	2158	2435	2711	2635	2487	2383	2243	2144

Izvor: NBS

Iz tabele 2 može se zaključiti da nezavisno od smanjenja broja banaka u Srbiji, dolazilo je do povećanja broja poslovnih jedinica. U periodu od 2006-2008 broj banaka je smanjen sa 37 na 34 a broj poslovnih jedinica je povećan sa 2158 na čak 2711. Broj poslovnih jedinica je bio na maksimalnom nivou 2008. godine, a zbog uticaja globalne finansijske krize smanjivan je narednih godina. Ipak, u 2013. godini zabeležen je isti broj poslovnih jedinica kao u 2006. godini, iako je u finansijskom sistemu Srbije funkcionisalo 8 banaka manje, što ukazuje da postoji inteziviran proces spajanja i pripajanja a sve u cilju ostvarivanja dominantnijeg tržišnog učešća.

Zaključak

U cilju približavanja NBS Evropskoj centralnoj banci i aktivnoj ulozi kanala kamatnih stopa, koji je dominantan u ECB, Novim konceptom monetarne politike NBS stavljena je intencija na aktivno korišćenje kamatnih stopa, tj. definisano je dominantno učešće kanala kamatnih stopa u monetarnoj transmisiji. Ono što obeshrabruje jeste činjenica da su krediti rasli, uprkos rastu kamatne stope, što znači da ni ponuda kredita (kreditni kanal), ni tražnja za kreditima (kanal kamatnih stopa) ne zavise od referentne stope, što nas još više udaljava od ECB.

Kanal kamatnih stopa, koji koriste centralne banke najrazvijenijih privreda sveta, u Srbiji ima nedovoljan uicaj. Na kretanje kamatnih stopa u Srbiji, pored referentne kamatne

stope, postoji i uticaj kamatnih stopa u Evrozoni, jer je većina kredita i većina depozita u ukupnim depozitima indeksirana u evrima. Definitivno u Srbiji postoji nezvanična Evroizacija, tj. situacija u kojoj se dinar koristi kao sredstvo plaćanja a evro kao čuvar bogatstva. Nezvanična Evroizacija rezultat je poljuljanog poverenja u dinar, zbog istorijskih faktora, i kredita indeksiranim u evrima.

Zbog visokog uticaja evroizacije srpske privrede, uticaj kanala kamatnih stopa još nije potpuno efikasan, pa se čini nerealnim stav NBS da je referentna kamatna stopa NBS definisana kao osnovni instrument monetarnog regulisanja. Pored sve prisutnih ideja o nužnoj deevroizaciji ili dinarizaciji Srbije, ostaje konstatacija da su relativno sve mere monetarne podrške i svi subvencionisani krediti države Srbije, imali deviznu klazulu i vezivani su za evro.

Uzimajući u obzir da su devizni depoziti u Srbiji četiri puta veći od dinarskih depozita, da stanovništvo prima dohodak u dinarima, štedi u evrima i zadužuje se u švajcarskim francima, nameće se neminovnim rešenje stabilizacije deviznog kursa. Pored povećanja proizvodnje i izvoza, neophodno je da Narodna banka Srbije izvrši niz korektivnih i obavezujućih mera u funkciji unapređenja konkurentnosti bankarskog sektora:

1. **Ukinuti deviznu klauzulu u odobravanju kredita banaka.** Izmeniti zakon o deviznom poslovanju, čija je prvobitna funkcija uvođenja devizne klauzule bila zaštita spoljnotrgovinskog prometa roba i usluga;
2. **Ukinuti deviznu klauzulu u subvencijama kredita od strane države.** Prema ugovoru zaključenom sa državom, korisnik vraća državi odobrena sredstva bez kamate. Iznos novčane obaveze je indeksiran u stranoj valuti kako bi se očuvala jednaka vrednost uzajamnih davanja, a u skladu sa članom 15. Zakona o obligacionim odnosima ("Sl. list SFRJ", br. 29/78, 39/85, 45/89 - odluka USJ i 57/89, "Sl. list SRJ", br. 31/93 i "Sl. list SCG", br. 1/2003 - Ustavna povelja), kojim je propisano da u zasnivanju dvostranih ugovora strane polaze od načela jednake vrednosti uzajamnih davanja.
3. **Ograničiti marže fluktuacije kupovnog i prodajnog deviznog kursa.** Naime, u odnosu na standardnu fluktuaciju srednjeg deviznog kursa dinara u odnosu na evro, koja iznosi +/-0,3% za devize i +/-0,7% za efektivu, u bankama se fluktuacija kupovnog i prodajnog deviznog kursa kreće u rasponu od 10%, dok u slučajevima švajcarskog franka ta razlika doseže i preko 10%. Nemoguće je dozvoliti banci da trguje po jednom kursu na međubankarskom deviznom tržištu i da istog dana definiše dijametralno suprotne devizne kurseve kojima će trgovati sa stanovništvom.

Rerefence

1. Bernanke, B. (2001) *Inflation Targeting: lessons from the international experience*, Princeton University Press, Oxford
2. Dragutinović D. (2008) *Moć i nemoć monetarne politike u uspostavljanju ravnoteže između platnobilansnih ciljeva i ciljeva inflacije*, Narodna banka Srbije, Beograd, (Radni papiri)
3. Ehrmann, M., Angeloni, I. (2003) *Monetary Policy Transmission in the Euro Area: any changes after EMU*, Working paper No. 716, European Central Bank, Frankfurt
4. Furtula, S., Marković, D. (2010) *Monetarni sistem Evropske unije*, Ekonomski fakultet, Kragujevac
5. Furtula, S. (2008) "Referentna kamatna stopa Narodne banke Srbije kao instrument regulisanja inflacije", *Bankarstvo*, Udruženje banaka Srbije, Beograd, br. 11-12, str. 68-76.,
6. Marković, D., Furtula, S., (2012) *Monetarna ekonomija*, Ekonomski fakultet, Kragujevac

7. Sellon-Gordon, H. (2004) "Expectations and the Monetary Policy Transmission Mechanism", Federal Reserve Bank of Kansas City, *Economic Review*, Vol. 89, no. 4, str. 5-41.
8. Tasić, N. (2008) *Pass-through efekat deviznog kursa na cene u Srbiji: 2001-2007*, Narodna banka Srbije, Beograd, (Radni papiri)
9. www.nbs.rs
10. www.ecb.int

KOMERCIJALNI PAPIRI KAO IZVOR FINANSIRANJA

Prof. dr Milena Jakšić*

Dragan Stojković

Apstrakt: Tržište novca, sa brojnim i raznovrsnim hartijama od vrednosti, omogućava brzo i efikasno susretanje ponude i tražnje kratkoročnih vrednosnih papira. Privremeni deficit u bilansu novčanih transakcija može da se pokrije emisijom kratkoročnih dužničkih hartija od vrednosti. S druge strane, privremeni suficit može da se konvertuje u kratkoročne vrednosne papire koje karakteriše nizak kreditni rizik i visoka likvidnost. Imajući u vidu značaj tržišta novca, a uzimajući u obzir činjenicu da su komercijalni papiri od osamdesetih godina prošlog veka imali intenzivan rast, cilj istraživanja je da se sagleda njihova uloga u finansiranju rasta kompanija. Komercijalne papire mogu emitovati finansijske i nefinansijske kompanije u cilju pribavljanja kratkoročnih finansijskih sredstava. Uglavnom ih izdaju velike kompanije dobrog kreditnog rejtinga za koje oni predstavljaju povoljniji način zaduživanja u odnosu na alternativne izvore finansiranja. Po svojim karakteristikama i nameni veoma su slični kratkoročnim korporativnim obveznicama.

Cljučne reči: tržište novca, komercijalni papiri, dužničke hartije od vrednosti, kompanija, prinos.

Uvod

U svom poslovanju kompanije se često suočavaju sa problemom nedostatka finansijskih sredstava. Stoga su prinuđene da emituju različite vrste hartija od vrednosti. Uglavnom se opredeljuju da do nedostajućih finansijskih sredstava dođu izdavanjem kratkoročnih i dugoročnih dužničkih hartija od vrednosti. Razlog za preferiranje emisije dužničkih hartija od vrednosti je što njihovo emitovanje, za razliku od vlasničkih hartija od vrednosti, ne podrazumeva prodaju dela vlasništva kompanije. Kratkoročno finansiranje neusklađenosti priliva i odliva u tokovima gotovine finansijske i nefinansijske kompanije mogu obezbediti uzimanjem kredita od poslovnih banaka i/ili emisijom komercijalnih papira i izdavanjem kratkoročnih korporativnih obveznica. Dakle, dužničke hartije od vrednosti koje emituju kompanije radi pribavljanja kratkoročnih finansijskih sredstava s ciljem obezbeđenja likvidnosti nazivaju se *komercijalni papiri ili zapisi*. Oni investitorima nude prinos koji je neznatno viši u odnosu na državne zapise u zamenu za minimalni kreditni rizik. S obzirom da su komercijalni papiri imali ključnu ulogu tokom globalne finansijske krize predmet istraživanja rada će biti uloga i značaj komercijalnih papira u finansiranju rasta finansijskih i nefinansijskih kompanija. Shodno definisanom predmetu istraživanja rad će se sastojati iz pet logički povezanih celina kroz koje će se analizirati značaj ove kratkoročne dužničke hartije od vrednosti. Prvi deo rada biće posvećen pojmovnom određenju problema kroz koji će se analizirati osnovne karakteristike komercijalnih papira. U drugom i trećem delu rada razmatraće se način na koji se određuje prinos koji donose komercijalni papiri i njihova konkurentna pozicija u odnosu na bankarske kredite. U četvrtom i petom delu rada biće ukazano na značaj i efekte koje komercijalni papiri ostvaruju na tržištu novca SAD i Srbije.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: milenaj@kg.ac.rs

Ključne karakteristike komercijalnih papira

Komercijalne papire (*commercial papers*) emituju kompanije iz realnog i finansijskog sektora. Kompanije iz realnog sektora emituju komercijalne papire u cilju prikupljanja obrtnog kapitala, a finansijske kompanije emisiju sprovode radi pribavljanja kratkoročnih finansijskih sredstava.

Kratkoročni dug je važna komponenta strukture kapitala kompanija i može biti u obliku kredita banaka, korporativnih obveznica ili u obliku komercijalnog papira. Komercijalni papiri su važan izvor finansiranja kako za privatne, tako i za mnoge velike javne kompanije (Kahl, Shivdasani i Wang, 2008). Sredstva prikupljena na ovaj način koriste se za finansiranje tekućih obaveza (plaćanje poreza, isplatu zakupnine i zarada, kao i za finansiranje drugih kratkoročnih obaveza). Emisijom ovih hartija od vrednosti ne mogu se finansirati dugoročne kapitalne investicije. Emitujući komercijalne papire na tržištu novca emitenti mogu doći do informacije u kojoj meri su potencijalni investitori zainteresovani za njihove hartije od vrednosti. To je korisna informacija kompanijama emitentima, jer ukoliko se odluče da emituju obveznice cena novog zaduživanja najčešće će biti niža. Komercijalni papiri se mogu emitovati i u cilju prevazilačenja kratkoročnih finansijskih poteškoća kod dugoročnih investicija. Na taj način, emitovanje komercijalnih papira ostvaruje korisne efekte i na tržištu kapitala (Nayar i Rozeff, 1994). Međutim, u tom slučaju postoji potencijalna opasnost od nastanka moralnog hazarda i zloupotrebe dobijenih finansijskih sredstava, tako da je ovo namena manje poželjna.

Komercijalni papiri se ubrajaju u najstarije instrumente tržišta novca. Finansijska teorija ističe da su nastali na tržištu SAD-a u XVIII veku. Iako se njihova pojava vezuje za XVIII vek intenzivnije su počeli da se koriste krajem XIX i početkom XX veka. Posle kraha Njujorške berze i nastanka velike ekonomske krize 30-ih godina dolazi do stagnacije u njihovom korišćenju. Nakon faze stagnacije, početkom 60-ih godina dolazi do njihovog ponovnog razvoja. Nastanak savremenog tržišta komercijalnih papira se vezuje za šezdesete godine prošlog veka. Značajniji razvoj tržišta komercijalnih papira počinje kasnih sedamdesetih i ranih osamdesetih godina. On je uzrokovan visokim i promenljivim kamatnim stopama koje su doprinele da domaćinstva i preduzeća počnu prebacivati sredstva deponovana kod banaka sa regulisanim kamatnim stopama u alternativne oblike plasmana koji nude višu kamatnu stopu. Plasmani u komercijalne papire su porasli sa manje od 5% krajem šezdesetih godina na 15% deceniju kasnije.¹ Razvoj tržišta komercijalnih papira u SAD u velikoj meri je podržala industrija fondova tržišta novca.

Kraj XX veka i intenzivna globalizacija i internacionalizacija finansijskih tokova je doprinela da se komercijalni papiri počnu koristiti i izvan područja SAD. Veoma brzo se njihova upotreba proširila Evropom i Dalekim Istokom. Razvoj evropskog tržišta komercijalnih papira nije suštinski različit u odnosu na SAD, mada ima znatno manju dubinu i širinu. Po svojim karakteristikama francusko tržište komercijalnih papira je najbližije američkom tržištu i po svom obimu čini 50% tržišta komercijalnih papira evro zone.² Drugo po veličini tržište komercijalnih papira u evro zoni je nemačko tržište.

Komercijalni papir je forma neobezbeđenog duga koji ima ročnost od 3 (tzv. vikend papir) do 270 dana. U SAD najučestalija ročnost je 30 dana (Fabozzi, 2013). Rok dospeća ovih hartija od vrednosti ne prelazi 270 dana, jer se time izbegava obaveza registrovanja emisije kod SEC-a. Obaveza registrovanja hartija od vrednosti sa rokom dužim od 270 dana

¹ The short term paper market in Europe: Recommendations for the development of a pan-European market. Preuzeto 07.12.2015. sa sajta <https://www.ecb.europa.eu/paym/pdf/cons/aci/acireport.pdf>

² Isto.

definisana je Zakonom o hartijama od vrednosti (The Securities Act) koji je donet 1933. godine.

S obzirom da su emitenti ovih hartija od vrednosti pravna lica investitor se suočava sa kreditnim rizikom izdavaoca. Viši rizik se kompenzuje višim prinosom komercijalnih papira u odnosu na državne hartije od vrednosti. Prinosi komercijalnih papira u SAD su neznatno viši od prinosa zapisa Trezora uporedive ročnosti. Razlog za navedeno je veći rizik neizvršenja obaveze, čak i kada se radi o komercijalnim papirima najvišeg kvaliteta (Ritter, Silber i Udell, 2004). Naravno, prinosi koje nose komercijalni papiri istih rokova dospeća mogu biti različiti u zavisnosti od kvaliteta izdavaoca. Većina komercijalnih papira u SAD se emituje uz diskont u odnosu na nominalnu vrednost (kao i trezorski zapisi i akcepti), ali postoje i oni komercijalni papiri koji nose unapred dogovorenu stopu prinosa. Kuponska isplata je karakteristična za one komercijalne papire koji se emituju na evrotržištu (Rose, 2003). Za komercijalne papire koji se emituju uz diskont, diskontna cena se određuje na osnovu prinosa na komercijalne papire koji se utvrđuje na bazi referentne kamatne stope za hartije od vrednosti iste ročnosti (najčešće LIBOR) uvećane za premiju koja odražava kreditni rizik emitenta.

Najznačajniji kupci komercijalnih papira su fondovi tržišta novca, osiguravajuće kompanije, otvoreni investicioni fondovi, penzioni fondovi, države i lokalne samouprave, brokeri i dileri hartijama od vrednosti i strani investitori (Kahl, Shivdasani i Wang). Komercijalne banke su bile prvi kupci komercijalnih papira u SAD-u, dok se danas kao najveći kupci izdvajaju otvoreni investicioni fondovi novčanog tržišta.

Komercijalne papire uglavnom izdaju emitenti sa najvišim kreditnim rejtingom odnosno, niskim kreditnim rizikom. Za njih zaduživanje putem emisije komercijalnih papira predstavlja jeftiniji izvor finansiranja u odnosu na kreditne linije banaka (Kahl, Shivdasani i Wang). Na taj način velike i dobre kompanije mogu izbeći posrednike i prodavati kratkoročni dug direktno velikim ulagačima. Uzimajući u obzir navedeno, banke su, u cilju zadržavanja svoje pozicije na tržištu, primorane da smanjuju kamatne stope za najbolje klijente (Brealey, Myers i Marcus, 2009). Međutim, u SAD-u veliki broj komercijalnih papira se izdaje od strane manjih kompanija koje, shodno tome, imaju i niži kreditni rejting. Ovi papiri imaju nepovratne garancije tj. jemstvo određene banke, što omogućava njihovu lakšu i bržu prodaju investitorima po nižim kamatnim stopama.

Komercijalni papiri se izdaju preko dilera ili od strane kompanija koje imaju potrebu za dodatnim kapitalom. Direktno izdavanje komercijalnih papira predstavljalo je 55% izdanja 80-tih godina prošlog veka, da bi početkom novog milenijuma ono predstavljalo svega 16% ukupnih izdanja. Polovinom 2006. godine oko 80% komercijalnih papira je izdato preko dilera, a preostalih 20% od strane kompanija. Dileri naplaćuju proviziju od 5 do 12,5 baznih poena za izdavanje komercijalnih papira.

Komercijalni papiri se emituju i prodaju i na evrotržištu. Izdaje ih manji broj nefinansijskih kompanija odličnog boniteta, a usluge distribucije pružaju im najpoznatija investiciona društva (Merrill Lynch, Goldman Sachs i dr.). Evropapiri uglavnom imaju duže rokove dospeća i zbog pretpostavljenog većeg kreditnog rizika nose više kamate od američkih komercijalnih papira. Takođe, u poređenju sa američkim komercijalnim papirima evropapiri imaju aktivnije sekundarno tržište. S obzirom da komercijalni papiri u SAD nemaju razvijeno sekundarno tržište investitori koji žele da prodaju komercijalni papir pre roka dospeća, najčešće se obraćaju emitentima koji su spremni da otkupe svoje obaveze (Ritter, Silber i Udell). Pored navedenog, u slučaju potrebe za likvidnim sredstvima investitor se može obratiti i specijalizovanom dileru.

Sa razvojem finansijskog inženjeringa na tržištu novca SAD, krajem prošlog i početkom novog veka, počela se koristi i inovativna vrsta komercijalnih papira tzv. komercijalni papir na bazi aktive (*asset-backed commercial paper* – ABCP). Njih izdaju jake finansijske institucije i to direktno, a ne preko posrednika. Ova vrsta papira je imala posebno važnu ulogu na tržištu komercijalnih papira tokom finansijske krize od 2007. do 2009. godine. Naime, pre krize učesnici na tržištu novca su smatrali komercijalne papire, zbog svog kratkog roka i visokog kreditnog rejtinga, sigurnim instrumentom. Međutim, dva razloga su promenila percepcije investitora. Prvi razlog je događaj koji se desio 31.07.2007. godine kada su dva *Bear Stearn's* hedž fonda koja su ulagala u *subprime* hipoteke bankrotirala. Drugi razlog je događaj koji se desio 07.08.2007. godine kada je *BNP Paribas* suspendovan zbog nemogućnosti da proceni vrednost hipoteka i ostale imovine u posedu fonda. S obzirom da su sredstva poslužila kao zaloga za ABCP mnogi investitori su nerado kupovali ovu vrstu finansijske aktive. To je uticalo da se njihova ukupna vrednost smanji za 37% (Kacperczyk i Schnabl, 2010).

Pored navedenog, u prošlosti nije bilo značajnijih manipulacija i eventualnih prevara na tržištu komercijalnih papira. U literaturi se obično navodi slučaj *Penn Central Transportation Company* koja 1970. godine nije izvršila obaveze po osnovu emitovanih komercijalnih papira u visini od 82 miliona USD. Iako je ovaj slučaj predstavljao izuzetak, on je bio dovoljan da se od tada nametnulo kao potrebno rejtingovanje ovih hartija od strane specijalizovanih rejting agencija, kao što su *Moody's Investor Service*, *Standard & Poor's Corporations* i *Fitch Investor Service* (Tabela 1). Između kreditnog rejtinga komercijalnog papira i njegove stope prinosa postoji obrnuta srazmera.

Tabela 1: Rejting komercijalnih papira.

Kategorija	Fitch	Moody' s	S&P
Investicioni rang	F-1+		A-1+
	F-1	P-1	A-1
	F-2	P-2	A-2
	F-3	P-3	A-3
Špekulativni rang	F-S	NP (not prime)	B
			C
Ne izvršava obaveze	D		D

Izvor: Frank J. Fabozzi, (2013) *Bond Market, Analysis, and Strategies*, Eighth Edition, Pearson Education, str. 168.

Agencija Moody's dodeljuje rejting Prime-1 (P-1) za papir najvišeg kvaliteta. Za emisije slabijeg kvaliteta dodeljuje rejting Prime-2 (P-2) ili Prime-3 (P-3). Agencija Standard & Poor's dodeljuje kreditni rejting od A-1+ ili A-1, A-2 i A-3, dok Fitch koristi F-1, F-2 i F-3 (sa modifikatorom + uz F-1, gde to rejting opravdava). Svaka emisija rangirana ispod P-2, A-2 i F-2 u većini slučajeva se teško prodaje ili uopšte ne prodaje (Rose i Marquis, 2011).

Dugo vremena u SAD banke sa državnim licencom nisu mogle da prikupljaju depozite i odobravaju kredite klijentima iz drugih država SAD. Korišćenje komercijalnih papira omogućava bankama prevazilaženje ovog problema ukoliko one žele da plasiraju sredstva izvan državnih okvira (Marinković, 2011). Restriktivno okruženje primoralo je banke da od 1969. godine i one počnu emitovati komercijalne papire kako bi finansirale nove zajmove. Da bi imale kontrolu nad ponudom novca Federalne rezerve su od 1970. godine uvele obaveznu rezervu na komercijalne papire koje izdaju banke. Iako je time uklonjena bitna prednost korišćenja komercijalnih zapisa za banke, bankovne holding kompanije ih još uvek koriste za finansiranje lizinga i potrošačkih kredita (Mishkin i Eakins, 2005).

Na primarnom tržištu, nove emisije komercijalnih papira emitenti mogu prodavati direktno kupcima bez posrednika (direktno plasirani papir) ili ih prodavati preko dilera komercijalnih papira (dilerski plasirani papir) (Ritter, Silber i Udell). Više od polovine komercijalnih papira emitenti prodaju direktno kupcima i time izbegavaju naknadu koju bi u drugom slučaju morali da plate dileru. Međutim, i kod direktnog plasmana postoje troškovi koji se ne mogu izbeći kao što su: plaćanje provizije bankama za kreditne linije, rejting agencijama koje rangiraju njihov papir i agentima koji distribuiraju potrebna plaćanja i prikupljaju sredstva (Rose i Marquis). Finansijske kompanije i bankarske holding kompanije komercijalne papire prodaju preko dilera ili direktno, dok ih nefinansijske kompanije prodaju samo preko dilera. Dilerski papir poznat je i kao industrijski papir i njega pored nefinansijskih kompanija mogu emitovati i manje bankarske holding kompanije i finansijske kompanije (Jakšić, 2011). Oko pedeset finansijski orijentisanih kompanija pokrivaju gotovo sve direktno plasirane papire, dok finansijskim institucijama od ukupno emitovanih komercijalnih papira pripada najveći deo emisije. Među vodeće finansijske kompanije koje ovu vrstu hartija od vrednosti prodaju direktno investitorima mogu se navesti: *General Motors Acceptance Corporation, General Electric Capital Corporation, CIT Financial Corporation i Commercial Credit Corporation*. Vodeći dileri komercijalnim papirima u USA su: *Citicorp (Citigroup), Credit-Suisse, Morgan Stanley i Bank of America* (Rose i Marquis).

Prinos na komercijalne papire

Prinos na komercijalne papire, kao i na zapise Trezora, se obračunava prema bankarskom diskontnom metodu (Rose i Marquis). Iznos koji investitor dobija o dospeću naziva se paritetna vrednost ili nominalna vrednost komercijalnog papira, dok se stopa prinosa obično naziva kuponski ekvivalent, ekvivalent obveznica ili investiciona stopa povraćaja. Ona se najčešće označava sa IR, ali se u finansijskoj literaturi sreće i oznaka *BEY (bond equivalent yield)*.

Najpre se izračunava stvarna stopa prinosa koja pripada investitoru, a zatim se izračunava godišnji prinos.

$$IR = \frac{\text{Paritetna vrednost} - \text{Kupovna cena}}{\text{Kupovna vrednost}} \times \frac{365 \text{ dana}}{\text{Dani do dospeća}}$$

Na novčanim tržištima se ne kotira kupovna cena komercijalnog papira već kamatna stopa. Ona se naziva bankarska diskontna stopa ili samo diskontna stopa i obeležava se sa DR. Potrebno je istaći da ona nije stvarna godišnja stopa prinosa na investiciju. Koristi se samo za potrebe trgovine i obično se lakše izračunava nego IR (Rose i Marquis).

$$DR = \frac{\text{Paritetna vrednost} - \text{Kupovna cena}}{\text{Paritetna vrednost}} \times \frac{360 \text{ dana}}{\text{Dani do dospeća}}$$

Stopa DR je uvek manja od IR.

Stvarni godišnji prinos (*effective annual interest return - EAR*) dobija se na osnovu sledeće formule (Saunders i Cornett, 2012):

$$EAR = \left(1 + \frac{IR}{365} \right)^{\frac{365}{n}} - 1$$

Važna karakteristika finansijske aktive koja se prodaje po eskontnoj stopi je njena cena koja ima tendenciju rasta tokom vremena i u potpunosti je jednaka paritetnoj vrednosti na datum dospeća.

Prinos za vreme perioda držanja na komercijalni papir = DR kod kupovine + / - Promena DR tokom perioda držanja
prodan po eskontnoj stopi

Promena DR
tokom perioda
= držanja

Dani do dospeća kod kupovine – Dani držanja
Dani držanja

Razlika DR na dan
x kupovine i prodaje

U cilju sagledavanja kretanja performansi komercijalnih papira u SAD u Tabeli 2 prikazan je ukupan godišnji prinos komercijalnih papira koji čine *S&P U.S. Commercial Paper Index*. Navedeni indeks čine komercijalni papiri finansijskog i nefinansijskog sektora sa rokom dospeća od jednog do tri meseca. Ukupan prinos komercijalnih papira u indeksu je upoređen sa ukupnim prinosom *benchmark-a*. Pri tome je kao reper korišćen ukupan godišnji prinos obveznica koje čine *S&P U.S. Aggregate Bond Index*.

Tabela 2: Kretanje godišnjih prinosa komercijalnih papira koji čine *S&P U.S. Commercial Paper Index-a* i godišnjih prinosa obveznica koje čine *S&P U.S. Aggregate Bond Index-a*.

Godina	Ukupan prinos (%)	Ukupan prinos benchmark-a (%)
2014	0,19	5,13
2013	0,24	-1,69
2012	0,39	3,95
2010	0,30	7,29
2009	0,31	6,41
2008	0,68	4,82
2007	/	5,70

Izvor: <http://us.spindices.com/indices/fixed-income/sp-us-commercial-paper-index>

Iz navedenog se može uočiti da je u posmatranom periodu ukupan prinos komercijalnih papira koji čine *S&P U.S. Commercial Paper Index* zabeležio pad bez većih oscilacija, dok je ukupan prinos obveznica koje čine *S&P U.S. Aggregate Bond Index* (*benchmark*) neznatno smanjen uz značajnije oscilacije.

Na Slici 1 je prikazano kretanje vrednosti indeksa komercijalnih papira (*S&P U.S. commercial paper index*), indeksa državnih zapisa (*S&P/BGCantor US Treasury Bill Index*) i ukupnog indeksa obveznica (*S&P U.S. Aggregate Bond Index*) u periodu od 2009. godine do 2015. godine.

Slika 1: Kretanje vrednosti *S&P U.S. commercial paper index*, *S&P/BGCantor US Treasury Bill Index* i *S&P U.S. Aggregate Bond Index*.



Izvor: <http://us.spindices.com/indices/fixed-income/sp-us-commercial-paper-index>

Analizirajući Sliku 1 može se uočiti da je smer i intenzitet kretanja vrednosti komercijalnih papira koji čine indeks u posmatranom periodu ostao na istom nivou za razliku od ukupnog indeksa obveznica, koji je uz blage oscilacije imao trend rasta.

Komercijalni papiri *versus* komercijalni krediti banaka

Opšte je poznato da kompanije mogu koristiti direktan ili indirektan način finansiranja rasta. Kod indirektnog načina finansiranja kompanije koriste usluge finansijskih posrednika (dominantno banaka), dok kod direktnog načina finansiranja kompanije prodaju dužničke hartije od vrednosti na tržištu direktno investitorima (Cecchetti i Schoenholtz, 2011). U Tabeli 3 izvršena je komparacija između ova dva načina zaduživanja u SAD-u, a kao kriterijume za poređenje koristi se bankarska primarna stopa i stopa na tromesečne komercijalne papire.

Tabela 3: Razlika između prosečne primarne stope koju nude velike američke banke i stope na tromesečne komercijalne papire.

Godina	Bankarska primarna stopa	Stopa na tromesečne komercijalne papire	Kamatni spred u procentnim poenima
1998	8,35	5,34	3,01
2000	9,23	6,31	2,92
2002	4,67	1,69	2,98
2004	4,34	1,41	2,93
2006	7,96	5,10	2,86
2008	5,09	2,13	2,96
2009*	3,25	1,11	2,14

Izvor: Peter S. Rose, Milton H. Marquis, (2011), *Finansijske institucije i tržišta, prevedeno izdanje UBS, Beograd, str. 347.* (brojke za 2009. godinu su za novembar)

Na osnovu podatak sadržanih u Tabeli 3 uočava se da su komercijalni papiri postali važna alternativa bankarskim kreditima prvenstveno zbog nižeg troška (Mishkin i Eakins).

Brojni su razlozi velikog rasta vrednosti emisija komercijalnih papira. U finansijskoj literaturi najčešće se navode sledeći: a) brojni investitori smatraju komercijalne papire dobrom zamenom za zapise Trezora i druge instrumente novčanog tržišta, b) za velike i dobro poznate kompanije komercijalni papir je adekvatna zamena za bankarske kredite i druge oblike zaduživanja, c) razvoj informacionih tehnologija u velikoj meri doprineo razvoju tržišta komercijalnih papira (Rose i Marquis).

Svake godine vodeće kompanije, kao što su *Verizon, Marriott Corp., General Electric i Philip Morris*, prikupljaju milijarde dolara na novčanom tržištu prodajom neobezbeđenih *promisori nota*, poznatih kao komercijalni papir (Rose i Marquis). Nebankarske kompanije koriste komercijalne papire kako bi finansirale zajmove svojim klijentima (npr. *General Motors Acceptance Corporation* zadužuje se izdajući komercijalni papir i pozajmljuje ga svojim klijentima koji kupuju njihove automobile).

Većina emitenata komercijalnih papira formira kreditne linije kod neke komercijalne banke. Na taj način banka se obavezuje da će odobriti emitentu zajam ako se javi potreba za otplatom dospelih komercijalnih papira. Time se smanjuje izloženost kupca kreditnom riziku.

Brojne su prednosti kao i nedostaci emitovanja komercijalnih papira. Prednosti emitovanja komercijalnih papira su: a) kamatne stope na komercijalne papire su niže od kamatnih stopa na kompanijske kredite koje odobravaju banke, b) stvarna stopa prinosa na

brojne komercijalne kredite koje odobravaju banke je viša od ponuđene primarne stope, zbog činjenice da korisnici kredita imaju obavezu da zadrže procenat svog kredita kao depozit kod banke, c) kamatne stope na tržištu komercijalnih papira su fleksibilnije od kamatnih stopa na kredite banaka i finansijskih kompanija i d) preko tržišta komercijalnih papira mogu se uzimati veći iznosi sredstava povoljnije nego iz drugih izvora (Rose i Marquis). Pored navedenih prednosti ključni nedostatak komercijalnih papira je da se ne mogu isplatiti po potrebi, odnosno, uglavnom moraju da ostanu u opticaju do roka dospeća. S druge strane, mnogi bankarski krediti omogućavaju raniju otplatu bez naknade. Pored navedenog, preterano oslanjanje na komercijalne papire, kao što je bio slučaj tokom 2007. i 2008. godine, može da onemogući isplatu zarada i drugih operativnih obaveza.

Značaj komercijalnih papira za tržište novca SAD

U Tabeli 4 prikazan je odnos komercijalnih papira prema ostalim finansijskim instrumentima na tržištu novca u SAD u periodu 1980 – 2005. godina.

Tabela 4: Osnovni instrumenti tržišta novca u SAD-u.

Vrsta finansijskog instrumenta	Iznos nedospelih dugovanja u milijardama dolara na kraju godine			
	1980	1990	2000	2005
Trezorski zapisi	216	527	647	923
Prenosivi depozitni certifikati o (velike denominacije)	317	543	1053	1742
Komercijalni papiri	122	557	1619	1544
Bankarski akcepti	42	52	8	4
Sporazumi o reotkupu	57	144	366	518
Federalna sredstva	18	61	60	83
Evrodolari	55	92	195	438

Izvor: Frederik S. Mishkin, (2010), Ekonomija novca, bankarstva i finansijskih tržišta, osmo izdanje, prevedeno izdanje Mate Zagreb, str. 28.

Komercijalni papiri su tokom posmatranog perioda ostvario najveći rast (Mishkin, 2010). Mnoge kompanije koje su praktikovale da uzimaju kratkoročne kredite kod banaka pribavljale su kratkoročna sredstva na tržištu komercijalnih papira. U ranim osamdesetim godinama korišćenje komercijalnih papira znatno se povećalo kao posledica rasta troškova bankarskih kredita. Iznos nedospelih komercijalnih papira povećao se u periodu 1980 – 2005. godina za preko 1200%, sa 122 na 1.544 milijarde dolara (Mishkin, 2010).

Ukoliko se proširi analiza na period od 50 godina (Tabela 5) takođe se uočava enorman rast kako obima, tako i vrednosti emisija komercijalnih papira.

Tabela 5: Vrednost emisija komercijalnih papira u SAD.

Godina	Vrednost izdatih komercijalnih papira u milijardama dolara
1960	4,5
1970	33,1
1980	121,6
1990	557,8
2000	1.606,1
2009	1.278,8

Izvor: Peter S. Rose, Milton H. (2011), Marquis, Finansijske institucije i tržišta, prevedeno izdanje UBS, Beograd, str. 344.

Tržište komercijalnih papira u SAD na kraju 2003. godine beleži vrednost papira u opticaju od 1.3 biliona dolara. U četvrtom kvartalu 2003. godine dnevni plamani komercijalnih papira u proseku su iznosili 100 milijardi dolara, sa rokom dospeća uglavnom od 90 dana i kraće, a emitovalo ih je u proseku oko 500 kompanija dnevno (Downing i Oliner, 2004).

U Tabeli 6 je izvršeno poređenje komercijalnih papira sa ostalim finansijskim instrumentima zastupljenim na novčanom tržištu SAD. S tim, što će u razmatranje biti uključen i prinos analiziranih finansijskih instrumenata.

Tabela 6: *Finansijski instrumenti novčanog tržišta u opticaju (u milijardama dolara).*

Vrsta finansijskog instrumenta	Pokriveni opticaj/Amount Outstanding		Stopa prinosa/Rate of Return	
	1990	2010	1990	2010
Trezorski zapisi	527	1,856	6,68	0,16
Federalni fondovi i sporazumi o reotkupu	372	1,656	7,31	0,20
Komercijalni papiri	538	1,083	8,14	0,43
Prenosivi depozitni sertifikati	547	1,822	8,13	0,53
Bankarski akcepti	52	1	7,95	0,55

Izvor: Anthony Saunders, Marcia Millon Cornett, (2012) Financial Market and Financial Institutions, McGraw-Hill, Fifth Edition str.147.

Može se uočiti da su komercijalni papiri jedan od najzastupljenijih finansijskih instrumenata na tržištu novca sa neotplaćenom vrednošću od 1,1 milijardi dolara u 2010. godini. Ukoliko se prati stopa prinosa oni su 1990. godine imali najvišu stopu prinosa u odnosu na druge instrumente na tržištu novca. Dvadeset godina kasnije, 2010. godine, uz bankarske akcepte i prenosive depozitne certificate, takođe su donosili atraktivnu stopu prinosa.

U Tabeli 7 prikazana je zastupljenost pojedinih vrsta komercijalnih papira u periodu 1985-2009. godina.

Tabela 7: *Vrednost komercijalnih papira u opticaju u milijardama dolara.*

Instrument	1985	1990	1995	2000	2005	2007*	2009*
Finansijski (ukupno)	213,8	420,2	499,8	1.290,0	1.521,1	1.932,6	1.148,3
Podržan aktivom	2,4	31,4	101,2	645,8	674,4	889,9	422,2
Nefinansijski	80,2	137,5	178,0	316,0	119,1	185,8	130,5
Sve emisije	294,0	557,9	677,8	1.606,0	1.640,2	2.109,4	1.278,8

Izvor: Peter S. Rose, Milton H. Marquis, (2011), Finansijske institucije i tržišta, prevedeno izdanje UBS, Beograd, str. 344 (za 2007 i 2009. godinu podaci nisu sa kraja godine).

Na osnovu podataka navedenih u Tabeli 7 uočava se da finansijske kompanije imaju dominantnu ulogu u emitovanju komercijalnih papira u odnosu na nefinansijske kompanije. Međutim, na svom vrhuncu u avgustu 2000. godine komercijalni papiri izdati od nefinansijskih kompanija sa vrednošću u opticaju od 312 milijardi dolara činili su približno 30% od ukupne vrednosti komercijalnih i industrijskih kredita (Kahl, Shivdasani i Wang). To bez sumnje ukazuje na njihovu važnu konkurentsku poziciju u odnosu na bankarske kredite. U periodu od 1994. do 2006. godine vrednost u opticaju komercijalnih papira izdatih od strane nefinansijskih kompanija kretala se u proseku oko 154 milijarde dolara (Kahl, Shivdasani i Wang).

Tržište komercijalnih papira u Republici Srbiji

U Republici Srbiji tržište komercijalnih papira nije razvijeno. Komercijalne papire su emitovale preduzeća krajem devedesetih godina prošlog veka. Razlog za korišćenje komercijalnih papira u ovom period je nerazvijeno tržište bankarskih kredita. Naime, u navedenom periodu bankarski krediti su bili skupi, tako da su komercijalni papiri predstavljali povoljniju alternativu zaduživanja. Međutim, zbog brojnim problema u realnom i finansijskom sektoru nije se dovoljno vodilo računa o bonitetu i stepenu zaduženosti emitenta. Tako su nastajali različiti problem koji su se pre svega odnosili na neizvršenje obaveza po osnovu emisije komercijalnih papira. Investitor je bio izložen visokom kreditnom riziku.

Početkom 2003. godine Komisija za hartije od vrednosti je uvela novu proceduru evidentiranja emisije ovih hartija, uz obavezno pribavljanje mišljenja Centra za bonitet Narodne Banke Srbije. Cilj je bio da se zaštite investitori kroz dobijanje relevantnih informacija o emitentima ovih hartija. Od 2004. godine komercijalni papiri nisu prisutni na tržištu novca Srbije (Kočović i Jovović, 2010). Trenutno postoji nedovoljna zakonska određenost kada je u pitanju izdavanje i promet komercijalnih papira kao instrumenata tržišta novca koja se ogleda u nedefinisanoj obavezi upisa i registracije ovih instrumenata kod Centralnog registra, depo i kliring hartija od vrednosti a.d. Beograd i neodređenog načina trgovanja ovim instrumentom novčanog tržišta.³

Usled nejasnoće da li se ovaj instrument tržišta novca mora upisati i registrovati kod Centralnog registra, depo i kliring hartija od vrednosti a.d. Beograd, i da li se trgovanje ovim instrumentom sprovodi preko investicionih društava, ostavlja se prostor emitentima da sami uređuju odnos sa eventualnim investitorima koji bi u ovom slučaju bio uređen Zakonom o obligacionim odnosima. Takođe, kao instrumenti novčanog tržišta komercijalni papiri imaju mogućnost pojavljivanja i u materijalizovanom obliku. Sve ovo doprinelo je da se na tržištu kratkoročnih finansijskih instrumenata povremeno pojavljuju samo emisije kratkoročnih korporativnih obveznica, ali ne i komercijalni papiri.

Zaključak

Komercijalni papiri predstavljaju kratkoročne finansijske instrumente koji omogućuju kompanijama da se na jednostavan i jeftin način zaduže na tržištu novca i tako dođu do neophodnih finansijskih sredstava koja su im potrebna da bi premostile kratkoročne finansijske probleme. Prednosti izdavanja komercijalnih papira ogledaju se u nižim troškovima finansiranja u poređenju sa bankarskim kreditima. Zaduzivanje nije ograničeno kreditnim limitima, kao što je slučaj kod bankarskih kredita. Izdanja su, u smislu iznosa zaduženja i roka dospeća, prilagođena zahtevima emitenta i zahtevima tržišta. Izlazak na tržište komercijalnih papira doprinosi transparentnosti poslovanja emitenta. To jača njegov publicitet i stvara pogodnu osnovu za izlazak na tržište kapitala. Zahvaljujući širokom krugu investitora omogućuje se diversifikacija izvora finansiranja i smanjenje rizika investiranja.

Zbog brojnih prednosti koje pružaju komercijalni papiri na razvijenim tržištima predstavljaju značajan izvor finansiranja. Mogu ih emitovati finansijske i nefinansijske kompanije, a kao najveći kupci javljaju se otvoreni investicioni fondovi tržišta novca. Prinos koji donose viši je od prinosa na zapise Trezora i zbog toga su veoma privlačni za investiture, iako nose veći kreditni rizik. Od sedamdesetih godina XX veka najveće rejting agencije

³ http://www.sec.gov.rs/index.php?option=com_content&task=view&id=1437&Itemid=79, Preuzeto 17.11.2015. godine.

određuju kvalitet ovih finansijskih instrumenata. Ubrzani razvoj komercijalnih papira usledio je od ranih osamdesetih godina i danas predstavljaju neizostavan instrument novčanog tržišta u SAD. Nažalost u Srbiji komercijalni papiri zbog neadekvatnog zakonskog okvira još uvek nisu doživeli svoj razvoj. Kada se govori o emisijama korporativnih dužničkih instrumenata na tržištu novca u Srbiji prisutne su samo sporadične emisije kratkoročnih korporativnih obveznica sa veoma kratkim rokovima dospeća.

Reference

1. Brealey A. Richard, Myers C. Stewart, Marcus J. Alan, (2009), *Osnovi korporativnih finansija*, peto izdanje, prevedeno izdanje Mate Zagreb,
2. Cecchetti G. Stephen, Schoenholtz L. Kermit, (2011), *Money, Banking, and Financial Markets*, 3-rd Edition, McGraw-Hill,
3. Downing Chris, Oliner Stephen, (2004), *The Term Structure of Commercial Paper Rates*, Federal Reserve Board, FEDS Working Paper No. 2004-18, (<http://ssrn.com/abstract=559522>),
4. Fabozzi J. Frank, (2013), *Bond Market, Analysis, and Strategies*, Eighth Edition, Pearson Education,
5. Jakšić Milena, (2011), *Finansijsko tržište, instrumenti i institucije*, Ekonomski fakultet, Kragujevac,
6. Kacperczyk Marcin, Schnabl Philipp, (2010). When Safe Proved Risky: Commercial Paper during the Financial Crisis of 2007–2009, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 24, Number 1, Winter 2010, pp. 29-50.
7. Kahl Matthias , Shivdasani Anil and Wang Yihui, (2008), Short-Term Debt as Bridge Financing: Evidence from the Commercial Paper Market, *Journal of Finance*, Forthcoming, (<http://ssrn.com/abstract=1120068>)
8. Kočović Jelena, Jovović Marija, (2010), Određivanje cena i prinosa kratkoročnih finansijskih instrumenata, *Ekonomski horizonti*, Ekonomski fakultet, Kragujevac, broj 2, 75-94.
9. Marinković Srđan (2011), *Finansijska tržišta*, Ekonomski fakultet, Niš,
10. Mishkin S. Frederic, Eakins G. Stanley, (2005), *Finansijska tržišta i institucije*, 4-th Edition, Prevedeno izdanje Mate Zagreb,
11. Mishkin S. Frederik, (2010), *Ekonomija novca, bankarstva i finansijskih tržišta*, osmo izdanje, prevedeno izdanje Mate Zagreb,
12. Nayar Nandkumar, Rozeff S. Michael, (1994), Ratings, Commercial Paper, and Equity Returns, *Journal of Finance*, Vol. 49, No. 4 (<http://ssrn.com/abstract=903184>)
13. Ritter S. Lawrence, Silber L. William, Udell F. Gregory, (2004), *Principles of Money, Banking, & Financial Markets*, Eleventh Edition, Pearson Education.
14. Rose S. Peter, (2003), *Menadžment komercijalnih banaka*, prevedeno izdanje Mate Zagreb,
15. Rose S. Peter, Marquis H. Milton, (2011), *Finansijske institucije i tržišta*, prevedeno izdanje UBS, Beograd,
16. Saunders Anthony, Cornett Millon Marcia, (2012), *Financial Market and Financial Institutions*, McGraw-Hill, Fifth Edition,

Internet izvori:

1. http://www.erstebank.hr/hr/Financijska_trzista/Izdavanje_vrijednosnih_papira/Komercijalni_zapisi
2. http://www.sec.gov.rs/index.php?option=com_content&task=view&id=1437&Itemid=79
3. <http://us.spindices.com/indices/fixed-income/sp-us-commercial-paper-index>
4. The short term paper market in Europe: Recommendations for the development of a pan-European market. Preuzeto 07.12.2015. sa sajta
5. <https://www.ecb.europa.eu/paym/pdf/cons/aci/acireport.pdf>
6. Board of Governors of the Federal Reserve System. Preuzeto 05.12.2015. godine sa sajta <http://www.federalreserve.gov/releases/cp/>

OCENA SAVREMENOG POREZA NA DODATU VREDNOST

Srdan Đinđić*

Stevan Luković**

***Apstrakt:** Razmatranje karakteristika poreza na dodatu vrednost ne može da počne bez osvrta na činjenicu da u istoriji oporezivanja ne postoji poreski oblik koji je u tako kratkom periodu stekao ogromnu popularnost i primenu u velikom broju zemalja. Činjenica da je za nepunih pedesetak godina porez na dodatu vrednost od poreskog oblika koji su stručnjaci iz oblasti poreske politike dočekivali sa velikim skepticizmom postao porez kojim se ubira značajan procenat ukupnih poreskih prihoda dovoljno govori o poželjnosti ovog poreskog oblika. U samom radu se analiziraju specifičnosti poreza na dodatu vrednost koje su dovele do postavke ovog poreza kao nezaobilaznog činioca u poreskim strukturama širom sveta, kao i trendovi u dinamici ovog poreskog oblika.*

***Ključne reči:** Evropski tip poreza na dodatu vrednost, Ekonomski efekti oporezivanja, Harmonizacija poreza na dodatu vrednost, Alternativni režimi oporezivanja dodate vrednosti*

Uvod

Za manje od pola veka, porez na dodatu vrednost (PDV) je postao jedan od dominantnih poreskih oblika širom sveta. Iako dočekan sa ne previše optimizma, pa čak i sa određenom dozom podozrenja, tokom 60-ih godina XX veka PDV stiže poziciju usaglašenog poreza na potrošnju u svim zemljama Evropske ekonomske zajednice, što je označilo početak nove ere u oporezivanju potrošnje. Međutim, začeci ideje o neto svefaznom oporezivanju datiraju još s početka XX veka. Smatra se da je nemački biznismen Siemens 1918. godine predložio koncept PDV-a kao poboljšanje tadašnjeg nemačkog kaskadnog poreza na promet. Američki ekonomista Tomas Adams je u radovima napisanim u periodu od 1910. godine do 1921. godine predložio metod PDV-a zasnovanog na fakturama kao alternativu za oporezivanje poslovnog dohotka (James, 2015). Pionir u uvođenju novog koncepta oporezivanja bila je Francuska, koja je 1954. godine bruto svefazni porez kojim se poreski teret kaskadno povećava u svakoj prometnoj fazi zamenila neto svefaznim porezom nazvanim TVA (Taxe sur la valeur ajoutée). Nakon toga, 1967. godine Evropska zajednica je I direktivom propisala PDV kao obavezan oblik opšteg poreza na promet u svim svojim članicama kojim je zamenjen kaskadni bruto svefazni porez na promet koji su prethodno primenjivale sve prvobitne članice Ekonomske zajednice (Nemačka, Italija, Belgija, Holandija, Luksemburg i Francuska). Dodatni pomak je ostvaren 1977. godine kada je VI direktivom postavljen temelj za potpunu harmonizaciju PDV-a u zemljama Evropske zajednice, a kasnije i Evropske unije. Od poreza kojim je svega nekoliko zemalja eksperimentisalo, PDV je u periodu od par decenija stekao veliku popularnost i implementiran je u nacionalne poreske sisteme u više od 150 zemalja. Procenjuje se da više od 4 milijarde ljudi, odnosno 70% svetske populacije, živi u zemljama koje oporezuju dodatu vrednost, a prihod od PDV-a čini više od 20% ukupnih globalnih poreskih prihoda.

* Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: srdjanmdjindjic@gmail.com

** Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: slukovic@kg.ac.rs

U cilju analize koncepta poreza na dodatu vrednost, rad je uređen na sledeći način. U prvom delu rada se razmatraju osnovne karakteristike poreza na dodatu vrednost. Drugi deo rada je posvećen analizi ekonomskih efekata poreza na dodatu vrednost, dok se u trećem delu rada posmatraju osnovni globalni trendovi u nacionalnim sistemima poreza na dodatu vrednost. Naročita pažnja je posvećena procesima harmonizacije PDV na teritoriji Evropske unije, kao i alternativama evropskom tipu PDV koje se primenjuju u svetu. U poslednjem delu rada data su zaključna razmatranja.

Osnovne karakteristike, prednosti i nedostaci poreza na dodatu vrednost

Porez na dodatu vrednost je neto (nekumulativni) svefazni opšti porez na potrošnju. Iz ove definicije proizilaze najznačajnije karakteristike poreza na dodatu vrednost.

Odsustvo kumulativnosti u oporezivanju. PDV je porez koji se ne obračunava na vrednost koju je dobru ili usluzi dodao prethodni učesnik u ciklusu niti na porez koji je u prethodnim fazama već naplaćen. Na taj način se izbegava povećanje poreskog tereta srazmerno broju prometnih faza kroz koje proizvod prođe, što je ključna manjkavost bruto svefaznog poreza na promet. Kod bruto svefaznog poreza na promet porez se naplaćuje tako što se u svakoj fazi prometa novčana naknada koja se dobije prodajom proizvoda javlja kao poreska osnovica na koju se primenjuje odgovarajuća poreska stopa. Kako je u cenu proizvoda uračunat i porez na promet, to se u svakoj sledećoj fazi poreska osnovica uvećava i za iznos prethodno plaćenog poreza, tako da se u svakoj sledećoj fazi plaća i porez na već, u prethodnoj fazi prometa, plaćeni porez (Raičević, 2008).

Svefaznost. Proizvod koji se nađe u prometu oporezuje se u svakoj prometnoj fazi (proizvodna faza, veleprodajna faza, maloprodajna faza). Svefaznost poreza na dodatu vrednost je jedna od njegovih ključnih karakteristika, jer se na taj način stvara lanac međusobne kontrole učesnika u prometnom ciklusu, kroz koji se poreski teret prenosi do krajnjeg potrošača.

Opštost. Ukoliko zakonskim odredbama nije predviđeno izuzimanje od oporezivanja, svaki promet dobara i usluga se oporezuje porezom na dodatu vrednost. Ovaj princip se dijametralno razlikuje od posebnih poreza na potrošnju, kao što su akcize, kod kojih se zakonskim odredbama propisuje promet kojih dobara ili usluga se oporezuje.

Porez na dodatu vrednost je porez na potrošnju. Iako se PDV vezuje za isporuku dobara, pružanje usluga i uvoz dobara (kako je definisano u Evropskoj direktivi o porezu na dodatu vrednost, ali i u srpskom Zakonu o porezu na dodatu vrednost), porez na dodatu vrednost konačno pogađa potrošne rashode krajnjeg potrošača, iako su poreski obveznici lica kod kojih potrošači utroše svoj novac u cilju ostvarivanja lične potrošnje. S obzirom da je broj krajnjih potrošača i po nekoliko hiljada puta veći od broja obveznika poreza na dodatu vrednost (učesnika u prometnom ciklusu), jasno se nameće razlog isticanja čina prometa kao poreskog objekta, a ne čina potrošnje.

Poreska regulativa kojom se propisuju pravila oporezivanja dodate vrednosti definiše obim poreskog "zahvatanja" prekograničnih transakcija ili poslovnih aktivnosti. S obzirom da je globalizacija značajno približila proizvođače iz različitih zemalja, problem oporezivanja transakcija u međunarodnom trgovanju je od suštinskog značaja. U užem smislu, kada se govori o porezu na dodatu vrednost, ključno je odlučiti da li oporezovati uvoz a osloboditi izvoz ili osloboditi uvoz a oporezovati izvoz. Gotovo sve zemlje koriste takozvani princip odredišta kojim se preferira prva opcija, to jest, oporezuje se potrošnja u zemlji odredišta, odnosno tamo gde se faktički i realizuje, što znači da se uvoz dobara oporezuje, a dobra namenjena izvozu, koja će se trošiti na teritoriji drugih zemalja su izuzeta od oporezivanja. U

praksi se alternativni način razmišljanja, takozvani princip porekla, prema kojem se izvoz oporezuje a uvoz oslobađa, jako retko sreće, i to isključivo na nivou određenih predloga poreskih reformi (na primer, u Sjedinjenim Državama postoji predlog poreza na poslovnu aktivnost koji je zasnovan na principu porekla) (Schenk et al. 2015). Nameću se dva razloga zašto je princip odredišta preovladao u praksi. Prvi, jer je operativno jednostavniji za primenu, to jest, njime se obuhvata celokupna domaća lična potrošnja na teritoriji zemlje. Prema principu porekla, samo deo domaće potrošnje bi bio oporezovan, a deo potrošnje ostvaren iz uvoza bi bio oslobođen oporezivanja. Drugi, principom odredišta se podstiče izvoz koji ima povoljan poreski tretman, pa se smatra da je u tom smislu poželjniji iz perspektive platnobilansnih prilagođavanja. Princip porekla je kontradiktoran samoj suštini PDV, to jest, načelu da porez ubira poreska jurisdikcija na čijoj teritoriji se ostvaruje potrošnja. Po principu porekla, prihode ostvaruje jurisdikcija gde se vrednost dodaje (OECD, 2015). Primena principa odredišta postiže neutralnost u međunarodnoj trgovini, jer se uvoz oporezuje na isti način kao i domaća proizvodnja, pa su sve firme koje konkurišu na određenoj teritoriji u istoj poziciji. S druge strane, princip porekla, stavlja potrošače u različitim jurisdikcijama u isti položaj, ali ne i proizvođače, s obzirom da se izvoz oporezuje na isti način kao i domaća potrošnja, a domaće kompanije koje prodaju na domaćem tržištu su u nepovoljnijem položaju u odnosu na kompanije koje uvoze proizvode. Primenom različitih poreskih stopa u različitim poreskim jurisdikcijama gde se dodaje vrednost, utiče se na ekonomsku i geografsku strukturu vrednosnog lanca i podriva se princip neutralnosti.

Velika popularnost poreza na dodatu vrednost u sferi oporezivanja potrošnje se može pripisati skupu vrlo povoljnih ciljeva koji se mogu postići primenom ovog poreskog oblika:

- 1) PDV je relativno neutralan, to jest, ne krivi ekonomske odluke proizvođača i potrošača;
- 2) Primena jednobraznog predmeta oporezivanja na teritoriji nacionalne poreske jurisdikcije;
- 3) Mehanizam ubiranja poreza prema kriterijumu lokacije poslovne aktivnosti;
- 4) Unificirana pravila oporezivanja međunarodnih tokova roba i usluga;
- 5) Poreska evazija je smanjena;
- 6) Efikasna alokacija resursa, nisu destimulisana investiciona ulaganja;
- 7) Nema dvostrukog oporezivanja inputa.

Pored očiglednih prednosti, porez na dodatu vrednost ima i određene nedostatke od kojih navodimo samo neke koji su zastupljeni u literaturi. Pre svega, PDV je skup za primenu jer zahteva u potpunosti primenjen računovodstveni sistem. Poreski obveznici vode evidenciju i o ostvarenim prodajama i o izvršenim nabavkama, uz čuvanje svih izdatih i primljenih faktura. U tom smislu, razvoj informacione tehnologije je stvorio pretpostavke za uspešnu primenu PDV. Određena istraživanja sugerišu da uvođenje poreza na dodatu vrednost može odbaciti inflatorne efekte o čime će više reči biti u narednom delu rada. U situaciji kada je promet dobara oslobođen poreza bez prava na odbitak prethodnog poreza, teret plaćanja poreza iskazanog u nabavkama snosi poreski obveznik, a ne krajnji potrošač. Poreska obaveza u sistemu poreza na dodatu vrednost se utvrđuje kao razlika poreza obračunatog na prodaje i poreza koji obveznik plaća prilikom nabavki inputa, a koji je iskazan u nabavnoj ceni inputa. Dakle, porez obračunat na inpute se priznaje kao kredit, to jest, odbitna stavka prilikom utvrđivanja poreske obaveze, pa se ovaj metod utvrđivanja poreske obaveze naziva kreditnim metodom. Razlika poreza obračunatog na prodaje i poreza obračunatog na nabavke predstavlja upravo porez koji tereti dodatu vrednost koju je stvorio poreski obveznik, a po kojoj je ovaj poreski oblik i dobio ime. S obzirom da, u situaciji kada je prodaja dobara oslobođena plaćanja poreza, ali bez prava odbitka prethodnog poreza, ne postoji stavka od koje bi se iznos poreza iskazan u nabavnim fakturama mogao odbiti, teret input poreza pada na poreskog obveznika. Porez se jedino može izbeći ukoliko se indirektnim

putem prenese na potrošače. Ukoliko se najveći deo prodatih proizvoda može pripisati radu kao inputu i nekolicini inputa koje radnici koriste u radu, razlika između poreza plaćenog na inpute i poreza koji bi se obračunavao na prodane proizvode da ne postoji poresko oslobođenje može biti zanemarljiva, pa šteta za poreskog obveznika nije prevelika. Međutim, ukoliko rad kao input učestvuje u maloj meri u proizvodnji ili prometu, a dodata vrednost je relativno mala na nivou obveznika, porez koji se ne može odbiti nije mnogo manji od poreza koji bi se obračunavao da su prodaje oporezive (Feria i Krever, 2012). U tom slučaju, poreski obveznik snosi značajan poreski teret.

Mali poslovni subjekti se najčešće ne nalaze u sistemu poreza na dodatu vrednost, to jest, nisu registrovani kao poreski obveznici, što za njih predstavlja značajnu prednost u smislu troškova plaćanja poreza i drugih administrativnih troškova. Međutim, poreski obveznici koji vrše nabavke od lica koja nisu registrovana kao obveznici PDV nemaju mogućnost da odbiju porez iskazan u svojim nabavkama pa su na taj način destimulisani da vrše nabavke od malih poslovnih subjekata. Da bi se ovaj problem otklonio, u većinu nacionalnih sistema PDV uključena je odredba o optiranju, to jest, mogućnosti dobrovoljnog izbora registrovanja za male firme. Ukoliko malo preduzeće u svom poslovanju namerava da pretežno posluje sa poreskim obveznicima, neophodno je da se registruje kao poreski obveznik, kako bi imalo pravo na odbitak input poreza, ali kako bi i njegovi kupci stekli pravo na odbitak input poreza. S druge strane, za male proizvođače koji prodaju isključivo krajnjim potrošačima je povoljnije da ostanu neregistrovani, jer su uštede na polju troškova plaćanja poreza značajne, a njihovi kupci će podneti teret poreza koji je plaćen u nabavkama. Na taj način, sistem poreza na dodatu vrednost ipak uvodi određene distorzije pri donošenju ekonomskih odluka.

Ekonomski efekti poreza na dodatu vrednost

Svaki porez, pa shodno tome i porez na dodatu vrednost, utiče na kretanja u nacionalnoj ekonomiji, ali i na međunarodne tokove robe, usluga i kapitala. Kada se govori o ekonomskim efektima poreza na dodatu vrednost, iako se u poreskoj literaturi razmatraju različiti uticaji PDV na ekonomska kretanja, u ovom radu se analiziraju tri efekta: efekat na cene, efekat na blagostanje potrošača (redistributivni efekat) i efekat na proizvodni proces.

Efekat na cene zavisi od odnosa elastičnosti ponude i tražnje na konkretnom tržištu oporezovanog proizvoda ili usluge, kao i od toga da li se PDV uvodi kao potpuno novi poreski oblik ili predstavlja zamenu već postojećeg poreza na promet ili potrošnju. Rast stope poreza na dodatu vrednost uzrokuje rast cena jer je cena koju plaća potrošač jednaka sumi cene pre oporezivanja (koju čine troškovi proizvodnje i profit-marža firme) i poreza koji je proporcionalan ceni pre poreza. Međutim, uticaj promene stope PDV se ne mora odmah i u potpunosti reflektovati na rast potrošačkih cena. Reakcija cena na promene stope PDV može biti delimična, jer promena stope može dovesti do promena u ponašanju potrošača i kompanija (Gautier i Lalliard, 2014). Na primer, tražnja za proizvodima može opasti (naročito ukoliko je promena PDV velika ili se PDV uvodi po prvi put), tako da su proizvođači primorani da deo rasta poreske stope apsorbuju smanjenjem proizvođačke cene, to jest, smanjenjem sopstvenog profita, kako bi sprečili preterani pad tražnje. U idealnom slučaju, ukoliko se celokupan iznos poreza može preneti na potrošače povećanjem cene proizvoda, kompanija ne snosi teret rasta poreske stope. S druge strane, ukoliko kompanija ne može da ugradi celokupan rast poreza u prodajne cene, povećanje poreza se može preneti unazad na dobavljače traženjem smanjenja cena po kojima se vrši nabavka inputa, s tim što taj efekat zavisi od reakcije dobavljača na promene u cenama inputa. Ukoliko je ponuda inputa relativno neelastična, može se očekivati da dobavljači neće smanjiti ponudu inputa

usled smanjenja cena, pa će profit kompanije ostati na istom nivou. Pored toga, kompanija sa širokim asortimanom proizvoda, može rast poreza preneti na druge proizvode za kojima je tražnja manje elastična, tako da će cene tih proizvoda porasti i za rast poreza koji opterećuje cenu tog proizvoda, ali i deo poreza koji opterećuje cenu drugih proizvoda iz asortimana sa elastičnom tražnjom.

Prilagođavanje cena na rast poreza može se odvijati postepeno, jer se prilagođavanje cena odvija ne kontinuirano nego nekoliko puta u toku godine. Ukoliko se, u proseku cene u maloprodaji menjaju dva puta godišnje (usled povezanih troškova, kao što su promena cenovnih etiketa, prikupljanje podataka, promene u informacionom sistemu i tome slično), to znači da i kad dođe do rasta poreza na dodatu vrednost neće doći do trenutnog prilagođavanja cena, već će se puno prilagođavanje desiti sa vremenskim kašnjenjem, pa postoji prostor za privremeno preuzimanje dela rasta poreske stope od strane različitih učesnika u prometnom ciklusu, a ne krajnjih potrošača. Efekat povećanja poreske stope na rast cena zavisi i od načina informisanja potrošača i proizvođača u vezi sa nastupajućim poreskim promenama. Ukoliko se povećanje stope dugo najavljuje i precizira se tačan datum u budućnosti kada će promena biti implementirana, može se očekivati da će veliki broj firmi prilagoditi cene i pre promene. S obzirom da firme ne prilagođavaju savršeno cene nastalim promenama u ekonomskom okruženju, može se očekivati da će firme povećati cene i pre nastale promene, kako se ne bi suočile sa loše postavljenim cenama u trenutku primene (povećanja) poreza na dodatu vrednost (Carare i Danninger, 2008). Iz perspektive potrošača, ukoliko je promena najavljena i ukoliko su potrošači dobro informisani, može se očekivati da će povećati potrošnju pre same promene, što opet može dovesti do rasta cena i pre samog povećanja poreske stope.

Porez na dodatu vrednost je posredan porez, što znači da celokupan ili najveći deo poreskog tereta snosi krajnji potrošač. Postavlja se pitanje kako PDV utiče na blagostanje potrošača na različitim krajevima dohodovnog spektra, to jest, da li je PDV regresivan ili ima ugrađene elemente poreske progresije. Standardna poreska analiza sugerise da je PDV regresivan, jer domaćinstva sa niskim i srednjim dohocima veći deo svojih dohodaka usmeravaju u potrošnju pa time snose i veći poreski teret. Mnogi ekonomisti opisuju PDV kao „porez za stvaranje novca”, deklarišući ga na taj način kao koncept koji nije pogodan za rešavanje pitanja pravičnosti. U dizajniranju sistema PDV kreatori bi trebalo da se uzdrže od nepotrebnih mera u cilju ograničenja regresivnosti po cenu troška smanjenja efikasnosti. Ekonomska teorija sugerise da su drugi poreski oblici pogodniji za rešavanje problema pravičnosti, pa u tom smislu i PDV treba posmatrati u širem smislu kao deo celokupnog poreskog sistema koji uključuje druge poreze, ali i programe izdataka. Ukoliko se PDV kombinuje sa progresivnim porezom na dohodak, selektivnim akcizama, i socijalnim transferima usmerenim ka siromašnim slojevima stanovništva, postoji mogućnost da se stvori poreski sistem koji umanjuje vertikalnu pravičnost, a ne nameće značajniji trošak smanjenja efikasnosti u oporezivanju.

Drugi pravci razmišljanja su usmereni ka tome da je pristup merenja progresivnosti posmatrajući dohodovni tok u praksi neprimenljiv i da jedini način kako se može proceniti progresivnost poreza je posmatrajući tok potrošnje. Ako se PDV posmatra na taj način, uzimajući u obzir odnos poreza i potrošnje u različitim potrošačkim grupama, uz pretpostavku da je predmet oporezivanja PDV najšire moguće postavljen i poreska stopa je jednoobrazna, regresivnost PDV je značajno umanjena, a postoji mogućnost da PDV bude i proporcionalan. Sledeći prigovor regresivnosti PDV se odnosi na korišćenje godišnjeg, a ne životnog dohotka u postupku utvrđivanja progresije, u smislu da je koncept doživotnog dohotka mnogo relevantniji jer pruža mogućnost prelaska iz jedne u drugu dohodovnu grupu tokom života, čime se značajno smanjuje regresivnost PDV. Ukoliko se raspoloživi dohodak

u godišnjem periodu koristi kao mera sposobnosti da se plati porez, onda se PDV može sagledati kao izuzetno regresivan. Ukoliko se životni dohodak uzima kao mera sposobnosti da se plati porez, PDV će biti umereno regresivan, jer većina domaćinstava sa niskim i srednjim dohocima celokupan dohodak usmeri u potrošnju u toku životnog veka dok domaćinstva sa visokim dohocima ostvaruju neto štednju na kraju životnog ciklusa (koja ostaje njihovim potomcima), pa mogu platiti PDV u manjem procentu raspoloživog dohotka nego domaćinstva u nižim dohodovnim grupama (Bickley, 2003).

PDV ne odbacuje negativne efekte na investiranje u proizvodnom procesu, jer su kapitalna dobra i deprecijacija kapitala izuzeti od oporezivanja u režimu potrošnog tipa poreza na dodatu vrednost. U zavisnosti od toga kako se tretiraju nabavke stalnih sredstava razlikuju se: 1) potrošni tip, 2) dohodni tip i 3) bruto tip poreza na dodatu vrednost. Kod potrošnog tipa, poreski obveznik koji je nabavio osnovno sredstvo u određenom poreskom periodu ima pravo da od PDV koji duguje na isporuke dobara ili pružanje usluga u tom poreskom periodu u celosti odbije porez koji mu je isporučilac osnovnog sredstva obračunao na nabavnu cenu. Kod dohodnog tipa, pravo na odbitak poreza koji je obračunao isporučilac osnovnog sredstva u poreskom periodu u kojem je izvršena nabavka ograničeno je na deo poreza koji odgovara amortizaciji, dok se preostali deo poreza može srazmerno odbijati u godinama koje slede do kraja amortizacije tog osnovnog sredstva. Kod bruto tipa PDV, odbitak poreza obračunatog od strane isporučioaca osnovnog sredstva uopšte nije dopušten. Potrošni tip poreza na dodatu vrednost, je dominantan u savremenim poreskim sistemima. Sve evropske zemlje su usvojile ovu varijantu PDV-a. Razlog za popularnost ovog tipa PDV leži u činjenici da se na ovaj način ne utiče na investicione odluke jer se porez na kapitalna dobra odbija od poreske obaveze po osnovu PDV-a, pa je u tom smislu neutralan po pitanju karakteristika proizvodnog procesa (radno-intenzivna ili kapitalno-intenzivna proizvodnja) (Schrivastava i Gupta, 2008). Funkcionalan mehanizam refundacije postaje esencijalan u upravljanju porezom na dodatu vrednost, jer je to uslov da se PDV ostvari kao efikasan, čisto potrošni porez.

Savremeni koncept poreza na dodatu vrednost

Sa višedecenijskom primenom poreza na dodatu vrednost, otklonjeni su mnogi praktični problemi koji su uticali na efikasnost prikupljanja poreskih prihoda, ali je oporezivanje dodate vrednosti proces koji kontinuirano rađa nove izazove, pa shodno tome i nova zakonska rešenja u ovoj oblasti. S obzirom da je porez na dodatu vrednost u velikom broju zemalja najznačajniji poreski prihod, pred kreatora poreske politike se uvek postavlja pitanje adekvatnog odnosa efikasnosti i pravičnosti u primeni PDV. Sa razvojem informacionih tehnologija, povećanjem nivoa obučenosti poreskih službenika i tesnom saradnjom poreskih jurisdikcija (naročito na teritoriji Evropske unije), stvoreni su preduslovi za efikasnu borbu protiv poreske utaje, a time i za povećanje poreskih prihoda. U tom smislu, administrativna efikasnost poreza na dodatu vrednost se ne dovodi u pitanje.

Pored administrativne efikasnosti, neutralnost predstavlja bitnu dimenziju oporezivanja dodate vrednosti. Sve direktive Evropske unije koje se tiču harmonizacije poreza na dodatu vrednost ističu neutralnost kao jedan od osnovnih principa na kojima PDV počiva. Neutralnost podrazumeva odsustvo diskriminacije u poreskom okruženju koje je nepristrasno i eliminisanje neželjenog poreskog tereta i disproporcionalnih ili nepotrebnih troškova plaćanja za nosioce poslovne aktivnosti (OECD, 2014). U domaćoj trgovini neutralnost se postiže svefaznim mehanizmom plaćanja, to jest, principom da firma plaća PDV na inpute koje kupuje od svojih dobavljača i prima PDV iskazan u prodajama potrošačima. To znači da PDV samo prolazi kroz proizvodno-prometni ciklus kako bi oporezovao krajnjeg potrošača.

Da bi se ova neutralnost postigla, neophodno je da svaki učesnik u ciklusu ima pravo na pun odbitak input poreza, kako bi poreski teret zaista i mogao da se prenese do krajnjeg potrošača, a ne nekog od posrednika u ciklusu. Poreska jurisdikcija ima legitimno pravo da prenese deo tereta na učesnike u ciklusu, ukoliko su transakcije izuzete od oporezivanja u situacijama gde je output teško proceniti, ili iz razloga socijalne prirode, kao i ukoliko firma ne pruži eksplicitne dokaze za izvršenje poreskog odbitka input poreza. U međunarodnoj trgovini, pored pravila koja važe u domaćoj trgovini, neophodno je postaviti dopunski operativni cilj koji podrazumeva odsustvo prednosti u poreskom tretmanu u poređenju sa domaćim transakcijama. To se postiže primenom principa odredišta, kojim se omogućava da neto poreski teret na uvoz bude jednak teretu koji snosi domaća ponuda, kao i da iznos poreza koji refundira ili kreditira izvoz bude jednak iznosu poreza koji je stvarno i obračunat. U praksi, postoji veliki broj situacija gde se standardna pravila ne mogu primeniti i strane firme mogu podneti teret plaćanja PDV u jurisdikciji u kojoj nemaju sedište ili nisu registrovane jer se pravo odbitka PDV sadržanog u poslovnim izdacima u toj situaciji ne može primeniti. U te svrhe, razvijeni su različiti pristupi koji treba da obezbede neutralnost poreza u tretmanu poslovnih aktivnosti stranih firmi: prodaje oslobođene plaćanja PDV, omogućavanje refundiranja putem PDV registracije, prebacivanje odgovornosti na domaće registrovane prodavce/potrošače, odobravanje sertifikata kojima se kupovine oslobađaju plaćanja poreza i tome slično (OECD, 2015).

S obzirom da se proces harmonizacije poreza na dodatu vrednost na teritoriji Evropske unije odvija već dvadesetak godina, od uspostavljanja zajedničkog evropskog tržišta 1993. godine, i da se i dalje kontinuirano odvija u velikom broju specifičnih oblasti, stiče se utisak da je evropski sistem poreza na dodatu vrednost postigao zavidan nivo usaglašenosti. Imajući u vidu da je Evropska unija usmerena ka podsticanju međunarodne trgovine, uklanjanju spoljnotrgovinskih barijera i slobodnom kretanju roba, usluga, ideja i kapitala, poreski tretman ovih tokova je od izuzetne važnosti. S tim u vezi, porez na dodatu vrednost kao obavezni činilac poreskih sistema zemalja članica ima specifičnu ulogu, jer treba da obezbedi isti poreski tretman prometnih transakcija kako u zemljama članicama, tako i između zemalja članica, ali i u prometu između zemalja članica i trećih zemalja. Dakle, neutralnost u oporezivanju predstavlja primarni cilj koji treba ispuniti primenom poreza na dodatu vrednost. Imajući u vidu skorašnje promene u zakonskim okvirima kojima se uređuje polje oporezivanja dodate vrednosti, stiče se utisak da dve oblasti oporezivanja predstavljaju veliki izazov u budućnosti, a to su mesto oporezivanja i specijalni režimi oporezivanja.

Što se tiče mesta oporezivanja, PDV Direktivom iz 2006. godine se reguliše kako trgovina unutar same Zajednice, tako i trgovina sa zemljama van Zajednice. Trgovina unutar Zajednice se odvija kada se dobra transportuju iz jedne zemlje članice u drugu tako da registrovana firma u jednoj zemlji članici prodaje dobro a registrovana firma ili neoporezovano pravno lice kupuje dobro u drugoj zemlji članici. U ovom slučaju pitanje koja poreska jurisdikcija ima pravo da oporezuje reguliše se principom odredišta, kojim se promet unutar zajednice oporezuje porezom one zemlje na čijoj teritoriji se realizuje potrošnja. Ipak, princip odredišta nije univerzalan, to jest, PDV direktivama su regulisani i slučajevi u kojima se primenjuje princip porekla, a koji se uglavnom odnosi na promet usluga unutar Zajednice. Poreski tretman usluga u međunarodnoj trgovini je komplikovaniji od prometa dobara, tako da je usvojena posebna Direktiva 2008. godine, kojom se Direktiva iz 2006. godine popravljala u nekoliko etapa u periodu od 2009. do 2015. godine kako bi se primenile promene u oblasti trgovine uslugama. Mesto oporezivanja se u ovom slučaju utvrđuje prema lokaciji gde su usluge pružene, što zavisi ne samo od prirode samih usluga već i od poreskog tretmana kupca koji prima usluge. U tom smislu pravi se razlika između oporezivog lica (poslovnog entiteta koji obavlja registrovanu delatnost) i neoporezivog lica (privatno lice koje je krajnji

potrošač). Samo ukoliko je poznata priroda usluga i poreski status kupca usluga može se utvrditi mesto pružanja usluga, to jest, mesto oporezivanja. Promet usluga između dva poreska obveznika se u principu, oporezuje na teritoriji gde kupac ima poslovno sedište, dok se promet usluga privatnim licima (krajnjim potrošačima) oporezuje na teritoriji gde pružalac usluga ima poslovno sedište, to jest, primenjuje se princip porekla. Međutim, i ovde postoje izuzeci. Na primer, u situaciji u kojoj pružalac telekomunikacionih usluga, usluga emitovanja i elektronski pruženih usluga – poreski obveznik sa sedištem u jednoj zemlji članici pruža usluge krajnjem potrošaču sa prebivalištem na teritoriji druge zemlje članice oporezivanje se vrši na teritoriji zemlje na kojoj primalac usluga – krajnji potrošač ima prebivalište. Ovo predstavlja odstupanje od standarda vezanog za promet usluga krajnjim potrošačima unutar Zajednice, gde se primenjuje princip porekla.

Što se tiče prometa dobara, mesto oporezivanja zavisi od karaktera prometa (da li je u pitanju promet dobara ka krajnjim potrošačima ili je u pitanju promet dobara od poreskog obveznika na teritoriji jedne zemlje članice ka poreskom obvezniku na teritoriji druge zemlje članice). U opštem slučaju mesto oporezivanja se definiše kao teritorija na kojoj je realizovana isporuka dobara, što zavisi od karakteristika dobara, ali i od načina na koji je isporuka izvršena (da li se dobra transportuju, da li se vrši instaliranje i montaža, da li se transport vrši putem posrednika i tako dalje) i u skladu sa tim se mesto oporezivanja može razlikovati. Značaj procesa harmonizacije se ogleda u tome što je poreskim direktivama jasno propisano koja poreska jurisdikcija vrši oporezivanje različitih modaliteta prometa dobara, pa je prostor za nejasnoće u postupku oporezivanja sužen.

U svrhe pojednostavljenja, na nivou Evropske unije je propisana mogućnost da se dobra čiju nabavku vrše oporezovana lica u specijalnom režimu oporezivanja (mala i srednja preduzeća ili poljoprivredni proizvođači u flat rate režimu) ili neoporezovana pravna lica ne oporezuju ukoliko je godišnja vrednost njihovih nabavki ispod propisanog limita (minimalni iznos limita je 10000 evra), mada ova lica zadržavaju pravo da se registruju kao poreski obveznici. Sve zemlje Evropske unije imaju propisan ovaj tip limita za oporezivanje i u najvećem broju slučajeva je jako blizak minimalnom propisanom limitu (izuzetak je Velika Britanija gde je limit postavljen jako visoko). Ukoliko godišnje nabavke ovih lica prevazilaze propisane limite, postoji obaveza oporezivanja ovih transakcija uz mogućnost kasnijeg odbitka poreza sadržanog u nabavkama. Kada se dobra prodaju „na daljinu“, to jest, kada se prodavac–poreski obveznik i kupac–krajnji potrošač nalaze u različitim zemljama članicama u trenutku transporta dobra, ukoliko vrednost godišnjeg prometa dobara prevazilazi određeni limit (35 hiljada ili 100 hiljada evra, članice biraju koji limit će izabrati) prodavac mora da primeni princip odredišta, to jest, prodavac obračunava PDV u zemlji članici odredišta po stopi koja se primenjuje u toj zemlji. U ovom slučaju poreski obveznik koji vrši prodaju se mora registrovati u evidenciji obveznika poreza na dodatu vrednost u zemlji odredišta. Ukoliko godišnji promet poreskog obveznika po osnovu udaljene prodaje u zemlji članici ne prevazilazi propisani limit, ne mora se registrovati kao obveznik u toj zemlji članici, već PDV obračunava u zemlji u kojoj je registrovan kao obveznik. Princip odredišta se primenjuje i u slučaju prometa novim prevoznim sredstvima, s tim što, u tom slučaju, kupac plaća PDV u zemlji članici odredišta, to jest, u zemlji u kojoj registruje vozilo. U situacijama kada se promet dobara vrši ka trećim zemljama, to jest, zemljama koje nisu članice, promet dobara ima status izvoza, i primenjuje se oporezivanje nultom stopom, a u situacijama kada se promet vrši iz trećih zemalja taj promet ima status uvoza, a oporezivanje se vrši u zemlji u kojoj je uvezeno dobro ušlo na teritoriju Evropske unije.

Jedan od osnovnih principa oporezivanja dodate vrednosti u Evropskoj uniji je smanjenje administrativnog tereta za male firme koje vrše promet. PDV direktivama je propisan veći broj specijalnih šema oporezivanja koje za cilj imaju pojednostavljenje

obračuna poreza u specifičnim situacijama. Od specijalnih šema oporezivanja izdvojićemo one koje pokrivaju male i srednje firme i poljoprivredne proizvođače (preostale specijalne šeme oporezivanja se odnose na promet polovne robe, umetničkih dela, kolekcionarskih dobara i antikviteta; zlato koje se investira; putničke agencije i elektronski pružene usluge).

Što se tiče malih preduzeća, prema PDV direktivi postoje tri modela specijalnih šema koje se odnose na mala preduzeća: režim pojednostavljenog obračuna i naplate PDV koji se obično dizajnira kao flat rate režim; režim postepene olakšice i režim poreskog oslobođenja. U flat rate režimu, na ukupan promet preduzeća se obračunava fiksni procenat što predstavlja jednokratni obračun umesto standardnog režima u kojem se beleži PDV na svaku prodaju i nabavku koja se obavlja. Procenat se utvrđuje za svaku privrednu delatnost i primenjuje se na celokupan ostvareni godišnji promet, uključujući i promet za koji postoji pravo na poresko oslobođenje (što predstavlja otežavajuću okolnost). Iako se PDV obračunava po flat stopi, malo preduzeće je i dalje u obavezi da izdaje fakture za kupce–registrovane obveznike u kojima se PDV iskazuje po standardnoj stopi. Preduzeće u režimu nije u obavezi da vrši periodične obračune i uplate poreskih obaveza, pa ovaj režim pojednostavljuje poslovanje, ali, s druge strane, onemogućava odbitak prethodnog poreza za izvršene nabavke, jer se poreska obaveza utvrđuje primenom fiksnog procenta na ostvareni poslovni promet. Nabavke za koje se može izvršiti odbitak input poreza jesu nabavke kapitalnih dobara, ali se u tom slučaju mora obračunati i porez na buduću prodaju kapitalnog dobra po standardnoj stopi. Ono što posebno komplikuje obračun poreza je nabavka od obveznika iz drugih zemalja članica, gde se porez obračunava po standardnoj stopi iako ne postoji mogućnost odbitka plaćenog input poreza (ukoliko nije reč o kapitalnom dobru). Svrha ovog režima nije da omogući malim preduzećima da plate manje poreza, već smanjenje troškova plaćanja poreza s obzirom da se obračun poreza ne vrši nekoliko puta u toku godine, već jedanput na godišnjem nivou u skladu sa propisanim pravilima. Režim flat rate je naročito razvijen u Velikoj Britaniji, dok je u drugim zemljama članicama manje zastupljen, ali se ovaj režim u sličnom maniru koristi za poljoprivredne proizvođače.

Režim postepene poreske olakšice podrazumeva registraciju obveznika koji ispunjava određeni uslov (na primer, ostvaruje promet veći od limita za puno oslobođenje od obaveze plaćanja poreza), ali sa poreskom olakšicom koja se primenjuje na određeni procenat ostvarenog poslovnog prometa koja se postepeno smanjuje kako se godišnji promet povećava.

Režim oslobođenja se primenjuje u većini zemalja i podrazumeva oslobođenje od obaveze registracije za obračun i plaćanje PDV-a na sopstvene prodaje pod uslovom da godišnji promet ne prelazi limit koji propisuje nacionalno poresko zakonodavstvo. S druge strane, s obzirom da se preduzeće ne registruje kao obveznik, nema ni odbitka input poreza, što predstavlja negativnu stranu ovog režima. Režim oslobođenja podrazumeva da mala preduzeća ne moraju da se registruju kao obveznici PDV ukoliko njihov poslovni promet ne prelazi godišnji limit poslovnog prometa, i u tom režimu nemaju obavezu obračunavanja PDV, ali ni pravo odbitka input poreza. Ova šema nije obavezujuća za male firme jer ukoliko procene da im je povoljnije da budu u režimu PDV, mogu da se registruju kao obveznici poreza na dodatu vrednost. U velikom broju zemalja, vrlo mali broj poreskih obveznika, čak i samo nekoliko desetina, odbacuje više od 80-90% ukupnih prihoda od poreza na dodatu vrednost. Samim time, logično je očekivati da država ima vrlo blagonaklon stav prema najvećim poreskim obveznicima, što predstavlja pogodno tlo za distorzije u ekonomskom odlučivanju. Problem koji je zastupljeniji u zakonodavstvu jeste tretman malih poreskih obveznika, koji predstavljaju najveći procenat poreskih obveznika. U vezi s tim, najznačajnije pitanje je gde postaviti donji limit (eng. - threshold) ostvarenog godišnjeg prometa za obavezu registrovanja. U originalnom scenariju, početna ideja je obezbeđivanje što šireg

predmeta oporezivanja. Iz ove perspektive, limit za registrovanje bi trebalo da bude jednak nuli, to jest, sva lica koja ostvaruju bilo kakav promet bi trebalo da budu oporezovani (Bird i Gendron, 2007). U realnosti, poreski obuhvat svakog poreskog obveznika odbacuje određene administrativne troškove (troškove naplate) i troškove plaćanja poreza koje snosi sam poreski obveznik. Kako je vreme prolazilo i sve veći broj zemalja primenjivao PDV, u praksi su se pojavili brojni praktični problemi koji se tiču troškovne efikasnosti oporezivanja i primene u privredama sa izraženom "sivom" ekonomijom. U određenom broju zemalja limit se postavlja veoma visoko. Logička konstrukcija iza ovakvog manira je sagledavanje odnosa administrativnih troškova i ostvarenog poreskog prihoda koji je izražen kod prodavaca sa niskim poslovnim prometom, ali opada kako se krećemo ka poreskim obveznicima sa relativno velikim periodičnim poslovnim prometom.

Poljoprivredni proizvođači mogu da koriste specijalnu šemu oporezivanja koja podrazumeva da se ne registruju kao obveznici PDV, ne obračunavaju ga i ne ostvaruju pravo na odbitak input poreza. Umesto toga, na svoje prodaje obračunavaju flat rate kompenzaciju (u srpskom zakonodavstvu je definisana kao PDV nadoknada), koja se primenjuje samo ukoliko se prodaje vrše registrovanim obveznicima u zemlji, neoporezovanim pravnim licima u drugim zemljama članicama, ali ne na prodaje drugim poljoprivrednim proizvođačima koji su u specijalnom režimu oporezivanja i krajnjim potrošačima. Ovaj tip kompenzacije treba da poboljša poreski tretman poljoprivrednih proizvođača, jer im se na taj način umanjuje teret poreza koji plaćaju prilikom nabavki inputa koje koriste u proizvodnji. Istovremeno, poreski obveznici koji kupuju od poljoprivrednih proizvođača u specijalnoj šemi oporezivanja nisu diskriminisani jer im se plaćena PDV kompenzacija može priznati kao odbitna stavka u obračunu sopstvenih poreskih obaveza.

Kao što se može videti, komplikovanom i obimnom, ali, pre svega, nediskriminatornom zakonskom regulativom, pokrivene su mnogobrojne prometne varijante koje se javljaju u praksi i čiji je poreski tretman bilo neophodno jednoznačno i nedvosmisleno urediti. Potpuna harmonizacija PDV na teritoriji EU je čini se nemoguća, a verovatno i nepoželjna. Iako su poreskim direktivama propisani mnogi obavezni elementi u oporezivanju, zemljama članicama ostaje na raspolaganju veliki broj parametara koje u skladu sa nacionalnim poreskim politikama mogu same da oblikuju, pa otuda, u svetlu rastuće prekogranične trgovine, prozilazi i povećana složenost čina oporezivanja. S druge strane, Evropska unija značajno investira u primenu informacionih i telekomunikacionih tehnologija kako bi se učesnici prometa, fizički udaljeni, elektronskim putem približili, ne samo jedni drugima, već i različitim nacionalnim poreskim autoritetima na čijim teritorijama ostvaruju poslovanje.

Upotrebom modernih informacionih tehnologija nacionalne poreske administracije sve više usvajaju moderne metode ubiranja i kontrole poreskih prihoda, ali i razmenjuju informacije od značaja u procesu oporezivanja. Jedan od bitnih uslova za funkcionisanje zajedničkog tržišta je oporezivanje transakcija između zemalja članica, koje imaju isti tretman kao i transakcije na tržištu jedne zemlje članice, što se postiže korišćenjem VIES sistema (VAT sistema za razmenu podataka). Korišćenje VIES sistema značajno olakšava promet dobara između poreskih obveznika unutar Zajednice, to jest promet iz jedne zemlje članice u drugu zemlju članicu, jer se poreski identifikacioni broj poreskog obveznika kojem se vrši otpremanje dobara može elektronskim putem proveriti u bazi podataka, čime se značajno povećava sigurnost učesnika u prometnoj transakciji. Od početka 2015. godine VAT pravila utvrđivanja mesta prometa za usluge su izmenjena tako da se „digitalne usluge“ (telekomunikacione usluge, usluge emitovanja i elektronske usluge) ne oporezuju u zemlji u kojoj se nalazi pružalac usluga, već u zemlji u kojoj se nalazi primalac usluga, nezavisno od toga da li je primalac poreski obveznik ili krajnji potrošač i nezavisno od toga da li pružalac usluga ima sedište u EU ili van nje. U ovom slučaju ispoštovan je princip odredišta, za

razliku od principa porekla koji je bio u upotrebi u većini zemalja u situaciji kada je primalac usluga bio krajnji potrošač. Usluga se oporezuje po stopi koja je definisana u zemlji u kojoj se potrošač nalazi. U tom pravcu, formirana je platforma koja treba da olakša oporezivanje u ovoj situaciji koja se naziva MOSS (Mini One Point Shop). Potreba za kreiranjem ove platforme je proizišla iz činjeinice da bi u slučaju njenog odsustva, pružalac usluga morao da se registruje kao PDV obveznik u svakoj zemlji u kojoj vrši promet usluga potrošačima. Kada se obveznik registruje u MOSS-u obaveza je poreskog obveznika da nadležnim nacionalnim poreskim organima šalje tromesečne VAT MOSS poreske prijave i uplate na nivou kalendarskog tromesečja, što predstavlja značajno pojednostavljenje, jer obveznik ne mora da obračunava PDV za svaku zemlju članicu u kojoj vrši promet usluga. Pored ovih novina, u povoju je i ideja integralnog EU web portala gde bi obveznici koji se bave prekograničnim prometom dobijali precizne i pouzdane informacije o poreskim pravilima i obavezama u drugim zemljama članicama. Ova forma internet portala je lansirana krajem 2014. godine i treba da pojednostavi primenu PDV na teritoriji čitave Evropske unije.

Evropska unija sprovodi i određene pilot projekte koji treba da pokažu efikasnost primene određenih rešenja u realnom ekonomskom okruženju. Jedan od takvih projekata, koji je inciran od strane EU VAT Foruma je VAT CBR projekat (VAT Cross-Border Rulings) koji treba da obezbedi poreskim obveznicima koji planiraju prekogranične transakcije koje podrazumevaju promet na teritoriji dve ili više zemalja članica jednostavniji poreski tretman ovih transakcija. Trenutno, 16 zemalja članica učestvuje u ovom projektu. Prema ovom projektu, poreski obveznici iz ovih zemalja, ukoliko saraduju sa poreskim obveznicima iz zemalja članica koje učestvuju u projektu, mogu da podnesu zahtev poreskim organima za primenu CBR pravila u oporezivanju umesto standardnih pravila oporezivanja datih u PDV Direktivama. Ovaj projekat je formiran polovinom 2013. godine sa planiranim završetkom krajem 2018. godine. Njime se obuhvataju raznovrsne forme prekograničnih transakcija, koje se odnose na preradu sirove nafte, organizovanje simpozijuma za prezentaciju novih proizvoda klijentima, promet kartica i dopuna za mobilne telefone i tako dalje (European Commission, 2015).

Iako se stiče utisak da je „evropski” tip PDV preovlađujući u oporezivanju dodate vrednosti u svetu, to ne znači da ne postoje drugi modaliteti oporezivanja dodate vrednosti. U ovom radu ističemo dva modaliteta od kojih se prvi primenjuje na Novom Zelandu, a drugi u Japanu.

Novozelandski model poreza na dobra i usluge je novija, „modifikovana” verzija Evropskog tipa poreza na dodatu vrednost, uvedena pre 20-ak godina. Dve osnovne varijacije u odnosu na evropski tip PDV-a predstavljaju širok pristup poreskoj osnovici i jedinstvena stopa oporezivanja. Jedinstvena stopa oporezivanja podrazumeva da ne postoje snižene stope, oslobođenja ili nulte stope, izuzev u onoj meri u kojoj je to potrebno za utvrđivanje poreske osnovice (u oblasti izvoza, investicionog kapitala i pružanja usluga rada). Što se tiče širine poreske osnovice, hrana, odeća za bebe, usluge medicinske nege, usluge obrazovanja, publikacije, energija i druga nužna dobra se oporezuju po stopi koja važi i za sva druga dobra i usluge. Ovakav način razmišljanja je od samog početka povezan sa pitanjima pravičnosti i ekonomske efikasnosti. Debate vođene oko pitanja oporezivanja hrane, dovele su do zaključka da je oporezivanje hrane regresivno, u smislu da domaćinstva sa niskim dohocima relativno veći deo dohotka troše na hranu, pa shodno tome podnose veći teret oporezivanja. S druge strane, za državu je oporezivanje hrane po jedinstvenoj stopi isplativo, jer domaćinstva sa visokim dohocima u apsolutnom iznosu više troše na hranu, pa oporezivanje hrane odbacuje značajan prihod koji se može iskoristiti za redistribuciju i dopunu dohotka siromašnih domaćinstava (Dickson i White, 2008). Pored toga, konvencionalni „evropski” PDV isključuje iz predmeta oporezivanja usluge koje pruža država. Usluge poput

obrazovanja, zdravstva, i usluge koje pružaju jedinice lokalnih samouprava su izuzete od oporezivanja, što može predstavljati problem jer utiče na konkurenciju između privatnih i državnih snabdevača. Novozelandski model tretira promet koji vrši država i državni organi kao oporezivu aktivnost. Na taj način, na isti način kako su oporezovane usluge koje pružaju državne bolnice oporezovane su i usluge koje pružaju bolnice iz privatnog sektora. Ovaj pristup je u više navrata razmatran i na nivou organa Evropske unije kao alternativa postojećem tipu PDV, gde su kao glavne prednosti novozelandskog tipa isticane veća neutralnost i efikasnost u oporezivanju, jer obveznici koji ostvaruju isti obim prometa imaju isti poreski tretman, uzimajući u obzir postojanje jedne opšte poreske stope.

Japanski model je zasnovan na kreditnom metodu utvrđivanja poreske obaveze, ali bez zahteva za izdavanjem faktura koji postoji u evropskim zemljama. Iako je u pitanju model zasnovan na primeni poreskog kredita, podatke o porezu obračunatom na periodične prodaje i nabavke poreski organi ne utvrđuju na osnovu faktura, već na osnovu finansijskih izveštaja koje poreski obveznici periodično podnose. Registrovani poreski obveznik množi oporezive prodaje sa poreskom stopom kako bi izračunao porez na prodaje. Ovaj model se razlikuje od EU modela i u kalkulaciji input kredita. Podaci o oporezivim nabavkama se preuzimaju iz podataka o nabavkama koje vodi kompanija, koji ne moraju biti iskazani u fakturama, već u računima koji su administrativno manje zahtevni od faktura, to jest, računi su manje informativni od faktura u EU modelu (Nishiyama, 2012). Značajna razlika u odnosu na EU model je i u tretmanu neregistrovanih malih preduzetnika, s obzirom da u japanskom sistemu registrovani obveznici imaju pravo na poreski kredit za izvršene nabavke inputa, nezavisno od toga da li su ostvarene od registrovanih ili neregistrovanih dobavljača. U ovom modelu pravo na poreski kredit se ne može ostvariti samo za nabavke koje su izuzete od oporezivanja, kao što su poštanske marke ili određene medicinske usluge (Schenk et al. 2015). U tom smislu ne postoji diskriminacija neregistrovanih preduzetnika.

Zaključak

Nakon što smo razmotrili samo neke od mnogobrojnih aspekata poreza na dodatu vrednost, možemo da zaključimo da ovaj poreski oblik predstavlja značajnu inovaciju koja je u relativno kratkom roku postala sastavni deo velikog broja nacionalnih poreskih sistema. Međutim, sistem oporezivanja dodate vrednosti se kontinuirano suočava sa značajnim izazovima i u skladu sa time neprekidno prilagođava novonastalim okolnostima. Iako se osnovne postavke na kojima PDV počiva ne menjaju, to jest, suština oporezivanja ostaje ista, poreski autoriteti širom sveta uvode veliki broj novina kojima se proces oporezivanja pojednostavljuje i unapređuje. U tom smislu, u sistem „evropskog“ PDV koji se primenjuje na teritoriji Evropske unije uvodi se veliki broj inovacija kojima se povećava informisanost i sigurnost učesnika u prometnom ciklusu. Istovremeno se uređuju i specifične oblasti prometa koje su vremenom postale jako bitan faktor u međunarodnoj trgovini, kao što je promet takozvanih digitalnih usluga (usluge emitovanja programa, telekomunikacija i tome slično), elektronska trgovina, trgovina „na daljinu“ i tome slično. Ovim putem se postojeći mehanizam poreza na dodatu vrednost prilagođava novonastalim trendovima, s namerom da se postigne optimalan balans efikasnosti, neutralnosti, pravičnosti i izdašnosti u oporezivanju. S druge strane, radikalniji pravac razmišljanja koji nije (još uvek) značajnije zastupljen, podrazumeva promenu nekog od principa na kojima počiva porez na dodatu vrednost. Evropski PDV počiva na principu određivanja, uz određene izuzetke za neke tipove transakcija (uglavnom u prometu usluga). Trenutno je vrlo mali broj zagovornika primene principa porekla u oporezivanju dodate vrednosti. Jedan od temelja PDV je i metod fakturisanja, koji podrazumeva da se poreska obaveza utvrđuje na bazi evidentiranja ulaznih i

izlaznih faktura. U praksi se može primenjivati i model po kom se poreska obaveza može utvrđivati na bazi prometa evidentiranog u finansijskim izveštajima, a izdavanje faktura ne predstavlja uslov za priznavanje poreskog kredita i obračuna poreske obaveze. U ovom slučaju dovoljan uslov za funkcionisanje PDV sistema je prezentovanje određenih dokumenata koje kompanije i inače vezuju za nabavne i prodajne transakcije (računi, priznanice i tome slično).

Reference

- 1) Bickley, J., (2003), Value Added Tax – Concepts, Policy Issues, and OECD Experiences, Novinka Books
- 2) Bird, R., Gendron, P., (2007), The VAT in Developing and Transitional Countries, Cambridge University Press
- 3) Carare, A., Danninger, S., (2008), Inflation Smoothing and the Modest Effect of VAT in Germany, IMF Working Paper, WP/08/175
- 4) Council Directive 2008/8/EC, (2008), Official Journal of the European Union
- 5) Dickson, I., White, D., (2008), Tax Design Insights from the New Zealand Goods and Services Tax (GST) Model, Working Paper Series, Working Paper, No. 60, Centre for Accounting, Governing and Taxation Research, Victoria University of Wellington
- 6) European Commission, 2015, EU VAT Forum Cross Border Rulings, Tax Administration and Fight Against Tax Fraud, Taxud.c.4/LV/tm/(2015)
- 7) Feria, R., Krever, R., (2012), Ending VAT Exemptions: Towards a Post-Modern VAT, Working Paper, No. 12/28, Oxford University Centre for Business Taxation
- 8) Gautier, E., Lalliard, A., (2014), How do VAT changes affect inflation in France, Quarterly Selection of Articles, No. 32, Banque de France
- 9) James, K., (2015), The Rise of the Value-Added Tax, Cambridge Tax Law Series
- 10) Nishiyama, Y., (2012), Main Issues for a Good Value Added Tax System, Public Policy Review, Vol. 8, No. 5, Policy Research Institute, Ministry of Finance, Japan
- 11) OECD, (2014), Consumption Tax Trends 2014 – VAT/GST and Excise Rates, OECD Publishing
- 12) OECD, (2015), International VAT/GST Guidelines, Third Meeting of the OECD Global Forum on VAT
- 13) Raičević, B., (2008), Javne finansije, Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet u Beogradu
- 14) Schenk, A., Thuronyi, V., Chui, W., (2015), Value Added Tax - A Comparative Approach, Cambridge University Press
- 15) Shrivastava, M.P., Gupta, S.K., (2008), Economics of Value Added Tax (VAT), APH Publishing Corporation

