

AKTUELNI MAKROEKONOMSKI I MIKROEKONOMSKI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE

Redaktori

Danijela Despotović

Gordana Milovanović

Sladana Savović

Dragana Rejman Petrović

Zlata Đurić



**UNIVERZITET U KRAGUJEVCU
EKONOMSKI FAKULTET**

**AKTUELNI MAKROEKONOMSKI I
MIKROEKONOMSKI ASPEKTI EVROPSKIH
INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

Redaktori

Danijela Despotović

Gordana Milovanović

Sladana Savović

Dragana Rejman Petrović

Zlata Đurić

UNIVERZITET U KRAGUJEVCU - EKONOMSKI FAKULTET

Izdavač

Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu

Za Izdavača

Dekan Fakulteta, Petar Veselinović

Recenzenti

Boban Stojanović

Biljana Jovanović Gavrilović

Natalija Jovanović

Bojan Krstić

Dražen Marić

Srđan Marinković

Jelena Stanković

Evica Petrović

Nikola Vujčić

Nemanja Berber

Slobodan Cvetanović

Marija Petrović Ranđelović

Ana Aleksić Mirić

Suzana Đukić

Jadranka Đurović Todorović

Pere Tumbas

Ljilja Antić

Dejan Spasić

Vesna Janković Milić

Mirko Savić

Redaktori

Danijela Despotović

Gordana Milovanović

Slađana Savović

Dragana Rejman Petrović

Zlata Đurić

Tehnička priprema

Biljana Petković

Ivan Stojanović

Štampa

Kg Digital press doo, Kragujevac

Tiraž 120

ISBN 978-86-6091-107-2

© Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu 2020.

Sva prava su zaštićena. Nijedan deo ove knjige 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 pismene dozvole Izdavača.

PREDGOVOR

Program reformskog procesa na putu evropske integracije Republike Srbije, pored institucionalnog preobražaja zemlje i povećanja administrativnih potencijala koji garantuje demokratiju i vladavinu prava, podrazumeva i čitav niz mera i aktivnosti u pravcu stvaranja makroekonomskog okruženja koje omogućava efikasno funkcionisanje mikroekonomskih subjekata. Reformski procesi na mikro nivou usmereni su u pravcu povećanja konkurentnosti poslovanja preduzeća u privatnom sektoru, stabilizacije finansijskog sektora, kao i razvoja održivih i efikasnih preduzeća u javnom sektoru. Polazeći od navedenih postulata, nastavnici i saradnici Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu, angažovani na projektu „*Ekonomski aspekti evropskih integracija – iskustva i perspektive Republike Srbije*“, kroz naučno-istraživački rad, analizirali su različite relevantne aspekte evropskih integracija. Navedena istraživanja su rezultirala tematskim zbornikom radova pod nazivom „*Aktuelni makroekonomski i mikroekonomski aspekti evropskih integracija Republike Srbije*“.

Zbornik radova sadrži 41 rad, sa temama koje je odobrilo Nastavno-naučno veće Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu. Radovi u Zborniku su podeljeni u pet tematskih celina. Prvi deo Zbornika odnosi se na makroekonomske aspekte evropskih integracija Republike Srbije, u kome su razmatrana relevantna pitanja i ukazano na značaj sprovođenja institucionalnih promena, unapređenja inovacionog kapaciteta, investicija, kao i štednje u funkciji održivog rasta Republike Srbije. Posebno je konceptualizovana problematika ekonomske politike i spoljne trgovine Republike Srbije u procesu pridruživanja Evropskoj uniji, pitanja koja su od ključne važnosti za razvoj poljoprivrede i turizma Republike Srbije, kao i pitanja politike zapošljavanja i rodne nejednakosti na tržištu rada u Republici Srbiji.

U drugom delu Zbornika analizirane su strategijska, organizaciona, marketinška i pravna perspektiva poslovanja preduzeća u funkciji procesa evropskih integracija Republike Srbije. Posebno je apostrofirana značaj strategijske orijentacije u poslovanju preduzeća, vrednovanja strategije, društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru, inovacija kao faktora konkurentnosti turističkih destinacija, restrukturiranja preduzeća, kao i implementacije korporativnih preduzetničkih poduhvata. U ovom delu Zbornika analizirani su efekti digitalizacije na organizacioni dizajn preduzeća i na razvoj kompetencija zaposlenih, obrađena problematika zaštite osiguranika, kao i različiti marketinški koncepti u kontekstu evropskih integracija, poput koncepta ekološkog marketinga, modela za prihvatanje mobilnih tehnologija i percipirane vrednosti evropskih brendova.

Treći deo Zbornika se odnosi na finansijske aspekte evropskih integracija Republike Srbije u kome su razmatrana pitanja strategije dinarizacije, ključni elementi Bazelskog sporazuma, korporativnih poreza u EU, kao i strukture portfolija penzijskih fondova, a obrađena je i problematika javno-privatnog partnerstva, kao i *crowdfunding*-a kao modela finansiranja.

Četvrti deo Zbornika posvećen je različitim računovodstvenim aspektima evropskih integracija Republike Srbije, u kome su obrađene teme koje se odnose na oblast javnih finansija, revizije, finansijskog izveštavanja, ekološkog i forenzičkog računovodstva. Posebno je konceptualizovana problematika procene koristi i troškova javnih politika,

revizorskih usluga i usluga osiguranja, računovodstva fer vrednosti, programskog budžetiranja, kao i značaj institucija za borbu protiv prevara.

U cilju sveobuhvatnijeg bavljenja savremenim aspektima evropskih integracija Republike Srbije, peti deo Zbornika posvećen je ostalim relevantnim pitanjima iz oblasti ekonomsko-kvantitativnih modela i digitalizacije, sa posebnim osvrtom na hibridni model za merenje tehničke efikasnosti, model optimizacije proizvodne efikasnosti, tržišni rizik, kao i koncept otvorenih podataka elektronske uprave u Republici Srbiji.

Radovi publikovani u Zborniku pružaju značajan teorijsko-metodološki doprinos razumevanju različitih kompleksnih problema i izazova sa kojima se suočava Republika Srbija u procesu pridruživanja Evropskoj uniji, pružajući predloge, preporuke i rešenja za prevazilaženje datih izazova.

Radovi prezentovani u Zborniku su pozitivno ocenjeni od strane profesora sa ekonomskih fakulteta Univerziteta u Beogradu, Univerziteta u Nišu i Univerziteta u Novom Sadu. Posebnu zahvalnost dugujemo recenzentima koji su svojim kritičkim stavovima i sugestijama doprineli unapređenju kvaliteta objavljenih radova.

Redaktori

SADRŽAJ

MAKROEKONOMSKI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE

ŠTEDNJA U FUNKCIJI ODRŽIVOG RASTA REPUBLIKE SRBIJE Petar Veselinović.....	3
POLITIKA ISTRAŽIVANJA I TEHNOLOŠKOG RAZVOJA REPUBLIKE SRBIJE U SVETLU NJENOG PRISTUPANJA EVROPSKOJ UNIJI Danijela Despotović	17
TRGOVINSKI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE Gordana Milovanović, Nenad Stanišić	33
POLJOPRIVREDA I RURALNI RAZVOJ U PROCESU PRISTUPANJA REPUBLIKE SRBIJE EVROPSKOJ UNIJI Lela Ristić, Saša Obradović	43
FAKTORI INSTITUCIONALNE KONVERGENCIJE U PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA Vladan Ivanović, Vlastimir Leković	61
UTICAJ TRANZICIJE NA TEHNOLOŠKU STRUKTURU INDUSTRIJE REPUBLIKE SRBIJE U USLOVIMA EVROPSKIH INTEGRACIJA Vladimir Mičić.....	73
UNAPREĐENJE INOVACIONOG KAPACITETA PRIVREDE U FUNKCIJI UBRZANJA EKONOMSKOG RASTA Milka Grbić, Milena Jakšić.....	89
ZNAČAJ STRUKTURE INVESTICIJA ZA PRIVREDNI RAST REPUBLIKE SRBIJE Ljiljana Maksimović, Milan Kostić	99
UTICAJ EVROPSKE MONETARNE INTEGRACIJE NA TRGOVINU: ISKUSTVO ZEMALJA ČLANICA Tijana Tubić-Ćurčić, Srđan Furtula	109
RAZVOJ TURIZMA KAO FAKTOR EKONOMSKOG RASTA: PRIMER REPUBLIKE SRBIJE Nemanja Lojanica, Nikola Bošković	119
DOMETI POLITIKE ZAPOŠLJAVANJA U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI: UPOREDNA ANALIZA Vladimir Mihajlović, Gordana Marjanović.....	131
RODNE NEJEDNAKOSTI NA TRŽIŠTU RADA U REPUBLICI SRBIJI Milena Jovanović-Kranjec, Maja Luković.....	145
POSLOVNI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE	
STRATEGIJSKA ORIJENTACIJA U POSLOVANJU PREDUZEĆA: POGLED SA VRHA Stevo Janošević	159

VREDNOVANJE STRATEGIJE U PROCESU UNAPREĐENJA POSLOVNIH PERFORMANSI Violeta Domanović	179
DRUŠTVENA ODGOVORNOST ORGANIZACIJA U JAVNOM SEKTORU Verica Babić, Dejana Zlatanović	193
UTICAJ DIGITALIZACIJE NA ORGANIZACIONI DIZAJN PREDUZEĆA Vesna Stojanović-Aleksić, Aleksandra Bošković	207
RAZVOJ KOMPETENCIJA ZAPOSLENIH U DIGITALNOJ ERI Marko Slavković	217
INOVACIJE KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI TURISTIČKIH DESTINACIJA Katarina Borisavljević, Gordana Radosavljević	227
ZAŠTITA OSIGURANIKA REPUBLIKE SRBIJE U PROCESU EVROINTEGRACIJE Mirjana Knežević, Zlata Đurić	237
ZNAČAJ KONCEPTA EKOLOŠKOG MARKETINGA U POSTUPKU INTEGRISANJA DOMAĆIH PREDUZEĆA U EKONOMSKE TOKOVE EVROPSKE UNIJE Milan Kocić, Katarina Sofronijević	249
MODELI ZA PRIHVATANJE MOBILNIH TEHNOLOGIJA: KOMPARACIJA TAM I UTAUT MODELA Veljko Marinković, Zoran Kalinić	261
UTICAJ DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA POTROŠAČA NA PERCIPIRANU VREDNOST EVROPSKIH BRENDOVA Srđan Šapić, Jovana Filipović	273
EFEKTI RESTRUKTURIRANJA PREDUZEĆA IZDVAJANJEM POSLOVNIH SEGMENTA NA UNAPREĐENJE EFIKASNOSTI POSLOVANJA Slađana Savović	285
ALTERNATIVNI PRISTUPI IMPLEMENTACIJI KORPORATIVNIH PREDUZETNIČKIH PODUHATA Jelena Erić Nielsen, Jelena Nikolić	297
KONGNITIVNOLINGVISTIČKI I MARKETINŠKI ASPEKTI KONCEPTUALNE Marija Milinković	309
FINANSIJSKI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE	
KARAKTERISTIKE KORPORATIVNIH POREZA U EU Srđan M. Đinđić	323
BAZELSKI SPORAZUMI I STABILNOST BANKARSKOG SISTEMA Violeta Todorović, Nenad Tomić	367
STRATEGIJA DINARIZACIJE – STANJE, IZAZOVI I PERSPEKTIVE Nenad Janković, Veroljub Dugalić	381

JAVNO-PRIVATNO PARTNERSTVO KAO MODEL FINANSIRANJA PRIVREDNIH AKTIVNOSTI REPUBLIKE SRBIJE Nikola Makojević, Marko Savićević	393
--	-----

CROWDFUNDING KAO MODEL FINANSIRANJA Dragan Stojković	401
---	-----

STRUKTURA PORTFOLIJA PENZIJSKIH FONDOVA U ZEMLJAMA JUGOISTOČNE EVROPE Stevan Luković.....	417
--	-----

RAČUNOVODSTVENI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE

PROCENA KORISTI I TROŠKOVA JAVNIH POLITIKA NA PRIMARNIM TRŽIŠTIMA Predrag Stančić, Milan Čupić.....	435
--	-----

INSTITUCIJE ZA BORBU PROTIV PREVARA U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI Dragomir Dimitrijević, Jasmina Bogićević	447
--	-----

RAZVOJ I UNAPREĐENJE REVIZORSKIH USLUGA I USLUGA OSIGURANJA U REPUBLICI SRBIJI KAO PREDUSLOV USPEŠNIH EVROPSKIH INTEGRACIJA Biljana Jovković, Vladimir Stančić	459
--	-----

IZAZOVI PRIMENE PROGRAMSKOG BUDŽETIRANJA Mirjana Todorović, Vesna Janjić	473
---	-----

RAČUNOVODSTVO FER VREDNOSTI U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI Nemanja Karapavlović, Vladimir Obradović.....	483
---	-----

INTEGRISANI PROCES UPRAVLJANJA ZAŠTITOM ŽIVOTNE SREDINE Dejan Jovanović, Snežana Ljubisavljević	499
--	-----

OSTALI RELEVANTNI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE

HIBRIDNI MODEL ZA MERENJE TEHNIČKE EFIKASNOSTI NACIONALNE EKONOMIJE REPUBLIKE SRBIJE Ana Krstić, Predrag Mimović.....	513
---	-----

TRŽIŠNI RIZIK U OČIMA REGULATORA: IMPLIKACIJE SOLVENCY II REGULATIVE NA ALOCIRANJE FINANSIJSKIH SREDSTAVA Mikica Drenovak, Olivera Stančić	529
--	-----

KONCEPT OTVORENIH PODATAKA ELEKTRONSKE UPRAVE U REPUBLICI SRBIJI Zoran Kalinić, Vladimir Ranković	541
--	-----

OPTIMIZACIJA PROIZVODNE EFIKASNOSTI U AUTOMOBILSKOJ INUSTRIJI Dragana Rejman Petrović, Marina Milanović	557
--	-----

**MAKROEKONOMSKI ASPEKTI EVROPSKIH
INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

ŠTEDNJA U FUNKCIJI ODRŽIVOG RASTA REPUBLIKE SRBIJE

Petar Veselinović*

Model rasta, koji se pretežno oslanja na priliv strane štednje, često rezultira visokim nivoom zaduženosti domaće privrede prema inostranstvu. To je naročito karakteristično usled smanjenog priliva stranog kapitala i otežanog pristupa međunarodnim izvorima finansiranja koji, praćeni oštrim deprecijaciskim pritiscima, mogu da ograniče razvoj domaće privrede. Pojave koje prate nizak nivo domaće štednje su nizak nivo investicione aktivnosti i visok deficit bilansa tekućih transakcija. Jedna od pretpostavki dugoročno održivog privrednog razvoja Republike Srbije jeste povećanje udela štednje u finansiranju investicija. Samo povećanjem domaće štednje (državne i privatne) može da se stvori potreban prostor za neinflatorno povećanje investicija, koje su neophodne da bi se obezbedio održivi privredni rast. Sposobnost domaće privrede da poveća udeo štednje, jedna je od ključnih pretpostavki za postizanje makroekonomske stabilnosti i ubrzavanje njenog dugoročno održivog rasta.

Ključne reči: domaća štednja, privredni rast, održivi razvoj, ekonomska politika, investicije

Uvod

Štednja je bitna pretpostavka privrednog rasta, na čijoj osnovi može da se ostvaruje i viši nivo blagostanja. U tom smislu, svako društvo je prinuđeno da akumulira, kako bi moglo da opstane i da se neprekidno razvija. U razvijenim zemljama sveta, u poslednjih 50 godina, stopa štednje prosečno je iznosila od 18% do 34%.

Jedan od najvećih kurioziteta ekonomike privrednog rasta sadržan je u činjenici da, nakon skoro sedam decenija istraživanja fundamentalnih determinanti štednje, potrošnje i privrednog rasta, ekonomisti još uvek nisu utvrdili da li štednja izaziva privredni rast ili privredni rast uslovljava rast štednje, ili obe varijable deluju simultano, što otvara prostor višestrukim ravnotežama štednje i privrednog rasta. Ova uzročna veza je od presudne važnosti, kako za razumevanje samog procesa, tako i za utvrđivanje preporuka za ekonomsku politiku. Ako je štednja samo posledica procesa privrednog rasta, ekonomsku politiku treba usmeriti ka poboljšanju investicione klime i rastu konkurentnosti, a rast štednje će biti posledica uspešnog sprovođenja ovih politika. Međutim, ako proces ide u suprotnom smeru, nosioci ekonomske politike bi morali da se fokusiraju na politike koje podstiču kako rast same štednje, tako i rast stope štednje.

Danas je u Republici Srbiji opšteprihvaćen stav u korist druge tvrdnje, da neophodan preduslov održivog rasta predstavlja rast domaće stope štednje, kako bi se došlo do sredstava za investicije. U ekonomiji Republike Srbije štednja je prepoznata kao značajan faktor u procesu finansiranja investicija, pa usled toga promocija štednje predstavlja promociju ekonomskog rasta zemlje. Štednja u Republici Srbiji, u proteklom periodu, je povećana, ali se i dalje veća sredstva ulažu u vidu devizne štednje, iako su kamatne stope na dinarsku štednju više, upravo iz razloga da bi se podstakla štednja u dinarima. Poverenje u bankarski sektor se popravilo, ali finansijski sistem ima još prostora za dalji razvoj i kreiranje proizvoda kojima bi se privukli veći iznosi štednje, koji bi se mogli usmeriti u investicije.

* Redovni profesor, e-mail: pveselinovic@kg.ac.rs

Kao osnovna pretpostavka rešavanja razvojnih problema i trendova u privredi Republike Srbije potrebno je snažnije ohrabrenje i postizanje daleko višeg nivoa domaće štednje u finansiranju privrednog rasta i raspodele njenog učešća u bruto domaćem proizvodu, a potom kreiranje skupa stimulativnih mera u korist izmene domaće štedne strukture u korist dinarske štednje i postepenog smanjenja stepena "evroizacije" tokova u nacionalnoj ekonomiji.

Shodno prethodno navedenom, cilj ovog rada je da ukaže na značaj povećanja domaće štednje u postizanju održivog privrednog rasta Republike Srbije.

Odnos štednje i privrednog rasta

Pitanje privrednog rasta zauzima centralno mesto u ekonomskoj literaturi. Privredni rast predstavlja dinamičan proces povećanja stepena zadovoljena ljudskih potreba, usled većeg stepena razvoja proizvodnih mogućnosti zemlje, odnosno povećanja količine i kvaliteta proizvodnih faktora i stepena efikasnosti njihove upotrebe, što omogućava i veći stepen zadovoljenja materijalnih potreba društva i kvaliteta življenja (Rosić, Veselinović, 2006, 41).

Na privredni rast svake zemlje deluje veliki broj faktora, različitog intenziteta i međusobne povezanosti. Oni mogu poticati iz različitih sfera ekonomije, društva, politike, od istorijskog i kulturnog nasleđa, tradicije islično. Među brojnim faktorima koji imaju uticaj, veliki značaj se daje makroekonomskim faktorima. Da bi zemlja mogla da se razvija, poveća životni standard, zaposlenost i omogući ekonomsko i društveno blagostanje, neophodno je da se ostvare pozitivni rezultati u ključnim makroekonomskim varijablama.

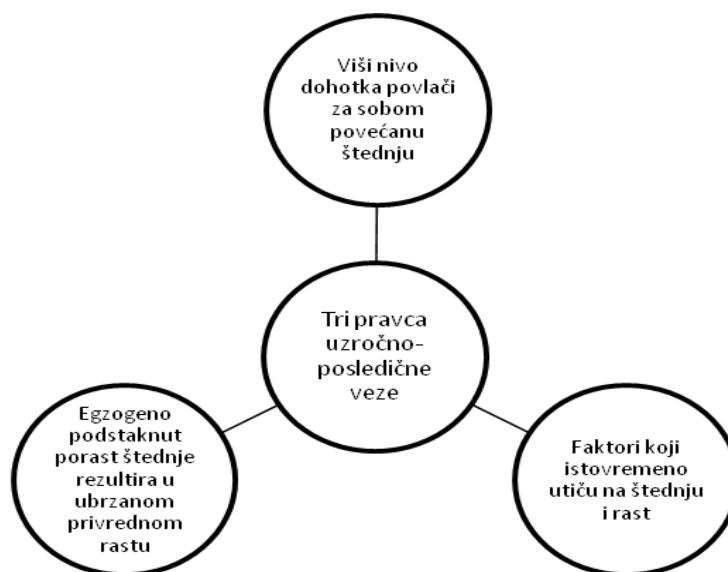
Nesumnjivo je da postoji bliska pozitivna korelacija između visine štednje i dinamike privrednog rasta, ali tačno funkcionisanje te veze nije još u potpunosti naučno uspostavljeno. Literatura konvergira ka stavu da odnos štednje i privrednog rasta treba posmatrati kao razvojnu spiralu štednja-investicije-privredni rast.

Osnovni izvor finansiranja investicija, na nivo pojedinih nacionalnih ekonomija, je domaća štednja. Štednja predstavlja dobrovoljno odricanje potrošnje u sadašnjosti u cilju veće potrošnje u budućem vremenu. Imajući u vidu model tržišne privrede, proizilazi da se apstrahovanjem spoljno-ekonomskih odnosa posmatrane zemlje sa inostranstvom, kompleks domaće štednje, kao ključne pretpostavke finansiranja investicija i privrednog rasta, mora se locirati u miljeu lokacija karakterističnih za tri institucionalizovana sektora: domaćinstva, preduzeća i države (Kindleberger & Herrick, 2012, 21).

Domaća štednja je svakako najvažniji izvor finansiranja investicija u skoro svim zemljama sveta. Njen obim zavisi od veličine bruto domaćeg proizvoda u per capita izrazu i od stope nacionalne štednje. Industrijski razvijene zemlje svoj razvoj, po pravilu, zasnivaju na investicijama koje finansiraju domaćom štednjom. Za razliku od njih, u većini zemalja u razvoju daleko najveći problem predstavlja nedovoljnost domaće štednje. Zbog toga zemlje u razvoju svoje investicije delom finansiraju dopunskom štednjom iz inostranstva. Veličina domaće štednje direktna je funkcija visine bruto domaćeg proizvoda i per capita i stope štednje. (Veselinović, 2013, 115). Stopa štednje je od prvorazrednog značaja za dinamiku privrednog rasta. Prema poznatom teoretičaru privrednog razvoja Votsonu Rostovu (Rostow, 2011,) neophodan uslov za izlazak pojedinih nacionalnih ekonomija iz nerazvijenosti je stopa štednje između 10% i 15%. Međutim, valja uvek imati u vidu da povećanje stope štednje ne znači uvek i dinamičniju stopu privrednog rasta. Štaviše, kada stopa štednje pređe određeni nivo, onda ona može biti jedan od uzroka nezadovoljavajuće dinamike privrednog rasta.

Granična sklonost štednji je veća u razvijenim u poređenju sa nerazvijenim ekonomijama. Što je neka zemlja nerazvijenija, tj. što je u njoj niži nacionalni dohodak po stanovniku, manje su

moгуćnosti izdvajanja za štednju. Međutim, postoje izuzetno velike razlike u graničnoj sklonosti štednji i između privredno najrazvijenijih zemalja. Neki ekonomisti zaključuju da postoje razlike u nacionalnim stavovima prema štednji. Jedan od važnijih faktora koji utiču na politiku stimulanja domaće štednje je adekvatno finansijsko okruženje i finansijski uslovi u zemlji koji deluju na prikupljanje i kanalisanje štednje, od štediša preko finansijskih posrednika, pa do preduzeća koja će investirati. Nestabilnost finansijskog tržišta ne pogoduje rastu nacionalne štednje, jer kada su realne kamate na štedne uloge promenljive i niske, a ne retko i negativne, štediša će svoj novac preneti u inostranstvo, gde će dobiti veću kamatnu stopu, ili će svoju štednju usmeriti u kupovinu neproaktivnih dobara.



Slika 1 Veza štednje i privrednog rasta

Izvor: Veselinović, P., (2013), *Nacionalna ekonomija*, 120.

Od spremnosti države da na razvojne izazove odgovori adekvatnim merama, zavisi rast nivoa domaće štednje, a samim tim i tempo privrednog rasta. Politika stimulanja domaće štednje podrazumeva dobro kreiranu makroekonomsku politiku privrednog razvoja u okviru koje, pored fiskalne, posebno mesto pripada monetarnoj politici. Monetarna politika koja obezbeđuje stabilne cene je od prvorazrednog značaja za makroekonomsku razvojnu politiku, budući da inflacija negativno deluje na štednju. Sasvim pouzdano se može tvrditi da je uticaj inflacije na štednju negativan. U slučaju inflatornih očekivanja umesto novčane štednje dolazi do gomilanja dobara, posebno trajnog potrošnog karaktera. Stabilna domaća valuta je važan uslov rasta štednje. Uticaj hiperinflacije na privredni rast je uvek negativne prirode. Međutim, kada se istražuje nacionalna štednja, kao osnovni izvor finansiranja privrednog razvoja, u zemljama u razvoju, valja obratiti pažnju na sledeće činjenice:

- Povećanje domaće štednje za zemlje u razvoju je mnogo značajnije u razvojnom procesu od njihove sposobnosti privlačenja stranog kapitala. Često su inostrana sredstva namenjena finansiranju konkretnih investicionih projekata usled čega je sloboda fleksibilnost njihovog korišćenja vrlo ograničena. Zbog toga je važno da država svojim instrumentima i merama stvori ambijent koji će podsticajno delovati na veličinu domaće štednje.

- U većini zemalja u razvoju daleko najveći deo štednje, koji funkcioniše na tržištu kapitala, je štednja domaćinstva.
- Više prosperitetne zemlje pokrivaju veći deo sopstvenih investicija domaćom štednjom, a manje se oslanjaju na stranu štednju. Većina zemalja višeg srednjeg dohotka i visokog dohotka imaju mali ili negativan gep resursa, što implicira da su te zemlje neto zajmodavci u odnosu na inostranstvo (Đorđević & Obradović, 2012, 207).

Izvesno je i postojanje interakcije između strane i nacionalne štednje, ali empirijska istraživanja daju dvosmislene rezultate. Uglavnom, rezultati sugerišu da priliv komercijalnog kapitala ne utiče na nacionalnu štednju ali da se međunarodna pomoć bar delimično, a često i u potpunosti, preliva u potrošnju što umanjuje nacionalnu štednju.

Značajno je i razmatranje uticaja niza finansijskih faktora na agregatnu štednju. Empirijska istraživanja najjače identifikuju pozitivan uticaj postojanja likvidnosnih ograničenja, tj. kreditnog racionalisanja, na štednju. Kad potrošači nisu u mogućnosti da se zaduže radi sticanja krupnijih ili trajnijih potrošnih dobara, moraju unapred da štede radi akumulacije sredstava za njihovu nabavku. Pristupačni potrošački krediti po svemu sudeći umanjuju štednju. S druge strane, interesantno je da teorijski fundamentalna pretpostavka o uticaju realnih kamatnih stopa na štednju nalazi slabu empirijsku potvrdu.

Takođe, postavlja se pitanje da li razvijenost finansijskog sistema sama po sebi utiče na visinu privatne štednje? Očekuje se da ekonomski agregati povećaju štednju ako su izbor i dostupnost instrumenata u koja investiraju veći. Ipak, istraživači uglavnom ne pronalaze naročito značajan efekat razvijenosti finansijskog sistema na štednju. Kada se ima u vidu da visina nagrade za držanje finansijskih instrumenata po svemu sudeći nema jak efekat, onda nije iznenađujuće ni što ga nemaju dostupnost i izbor instrumenata. Pri tome, vrlo je važno imati u vidu da polaganje štednje iz „slamarica“ na bankarske račune ne predstavlja povećanje štednje, već njenu portfolio realokaciju, tj. pretvaranje iz oblika gotovine van zvaničnog finansijskog sistema u oblik depozita u bankama ili drugih finansijskih ulaganja (Veselinović, 2013, 122). U empirijskim istraživanjima ovih pojava važno je razlikovati porast u stvarnom toku agregatne štednje i porast u mernoj štednji. Na primer, makroekonomska stabilizacija i razvoj finansijskog tržišta bitno će umanjiti bekstvo kapitala, i učiniti taj kapital vidljivim u zemlji, ali ne moraju da utiču na istinsko povećanje dela dohotka koji potrošači uštede, tj. ne potroše.

Iz prethodne analize može se videti da su faktori koji deluju na štednju takvi da je veoma teško uticati na nju merama ekonomske politike, pogotovo u kratkom roku, ali je neosporna činjenica da štednja direktno utiče na kretanje privrednog rasta u jednoj nacionalnoj ekonomiji.

Dinamika i struktura štednje u Republici Srbiji

Nivo nacionalne štednje u Republici Srbiji neodrživo je nizak. Samo povećanjem nacionalne štednje može da se stvori potreban prostor za neinflatorno povećanje investicija, koje je neophodno za ubrzavanje privrednog rasta. Sposobnost ekonomije Republike Srbije da poveća stepen nacionalne štednje, ključno je pitanje održanja postignute makroekonomske stabilnosti i ubrzanja njenog rasta na srednji i dugi rok. Štednja stanovništva predstavlja značajan deo ukupne (nacionalne) štednje.

U Tabeli 1 predstavljeni su podaci o dinarskoj štednji stanovništva u Republici Srbiji, za period 2000-2018. Podaci su predstavljeni u milionima dinara. Može se videti da, u posmatranom periodu, nivo ukupne domaće štednje konstantno raste, ali da je još uvek nedovoljan za značajniji investicioni potencijal privrede. U 2000. godini dinarska štednja iznosila je svega 714 miliona dinara, dok je u 2018. godini taj iznos uvećan na 60.464 miliona dinara.

Tabela 1 Dinarska štednja stanovništva u Republici Srbiji (*u milionima dinara*)

Godina	Kratkoročna štednja	Dugoročna štednja	Ukupna dinarska štednja
2000	682	32	714
2001	1.478	81	1.559
2002	3.074	454	3.528
2003	3.753	480	4.233
2004	2.783	369	3.152
2005	2.823	444	3.267
2006	6.909	642	7.551
2007	9.688	1,078	10.766
2008	9.729	846	10.575
2009	11.612	787	12.400
2010	9.658	3.702	13.360
2011	16.351	3.004	19.355
2012	16.257	1.374	17.630
2013	30.867	2.804	33.672
2014	34.424	3.634	38.058
2015	34.521	10.843	45.364
2016	43.115	7.251	50.366
2017	42.894	6.596	49.490
2018	52.514	7.950	60.464

Izvor: NarodnabankaSrbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Ukoliko se posmatra po kategorijama kratkoročne i dugoročne dinarske štednje, može se uočiti trend rasta obe kategorije, pri čemu je nivo kratkoročne štednje znatno iznad nivoa dugoročne štednje, u čitavom posmatranom periodu (na primer u 2018. godini kratkoročna štednja bila je skoro sedam puta veća od dugoročne dinarske štednje).

Tabela 2 Devizna štednja stanovništva u Republici Srbiji (*u milionima dinara*)

Godina	Kratkoročna	Dugoročna	Ukupna devizna štednja
2000	2.865	143	3.008
2001	20.626	368	20.994
2002	44.532	1.409	45.941
2003	66.161	3.577	69.738
2004	100.830	9.883	110.713
2005	163.160	26.976	190.136
2006	214.207	46.454	260.661
2007	326.557	55.044	381.601
2008	363.529	51.041	414.570
2009	500.586	65.591	566.177
2010	614.314	117.755	732.066
2011	570.836	204.802	775.637
2012	731.381	178.469	909.849
2013	740.639	193.201	933.840
2014	777.830	220.471	998.302
2015	700.668	313.603	1.014.271
2016	861.426	209.529	1.070.955
2017	888.849	185.574	1.074.423
2018	937.984	201.767	1.139.751

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

U Tabeli 2 predstavljeni su podaci o deviznoj štednji stanovništva u Republici Srbiji za period od 2000. do 2018. godine, preračunati u milionima dinara. Kao što se može videti, u čitavom posmatranom periodu, i ova kategorija štednje stanovništva, beleži konstantan rast. U 2000. godini devizna štednja je iznosila 3.008 miliona dinara, dok je u 2018. godini taj iznos uvećan na 1.139.751 miliona dinara. Kao i kod dinarske štednje, i kod devizne štednje kratkoročna štednja ima veću zastupljenost. U 2018. godini, na primer, kratkoročna devizna štednja bila je skoro pet puta veća od dugoročne devizne štednje. U Republici Srbiji se devizna štednja najviše deponuje u evrima i dolarima.

Kada je reč o valutnoj strukturi štednih uloga stanovništva u Republici Srbiji, za period od 2000. do 2018. godine, jasno se uočava znatna razlika u korist štednje u inostranoj valuti, iako su kamatne stope na dinarsku štednju bile povoljnije. Pored veće kamate ne plaća se ni porez na ostvarenu kamatu ali, rizik od promene deviznog kursa, koji je često bio prisutan u prethodnom vremenskom periodu, usmerava stanovništvo u korist devizne štednje.

Tabela 3 Ukupna štednja stanovništva u Republici Srbiji (*u milionima dinara*)

Godina	Dinarskaštednja	Deviznaštednja	Ukupnaštednja
2000	714	3.008	3.722
2001	1.559	20.994	22.553
2002	3.528	45.941	49.469
2003	4.233	69.738	73.971
2004	3.152	110.713	113.865
2005	3.267	190.136	193.403
2006	7.551	260.661	268.212
2007	10.766	381.601	392.367
2008	10.575	414.570	425.145
2009	12.400	566.177	578.577
2010	13.360	732.066	745.428
2011	19.355	775.637	794.992
2012	17.630	909.849	927.479
2013	33.672	933.840	967.512
2014	38.058	998.302	1.036.359
2015	45.364	1.014.271	1.059.635
2016	50.366	1.070.955	1.121.321
2017	49.490	1.074.423	1.123.913
2018	60.464	1.139.751	1.200.215

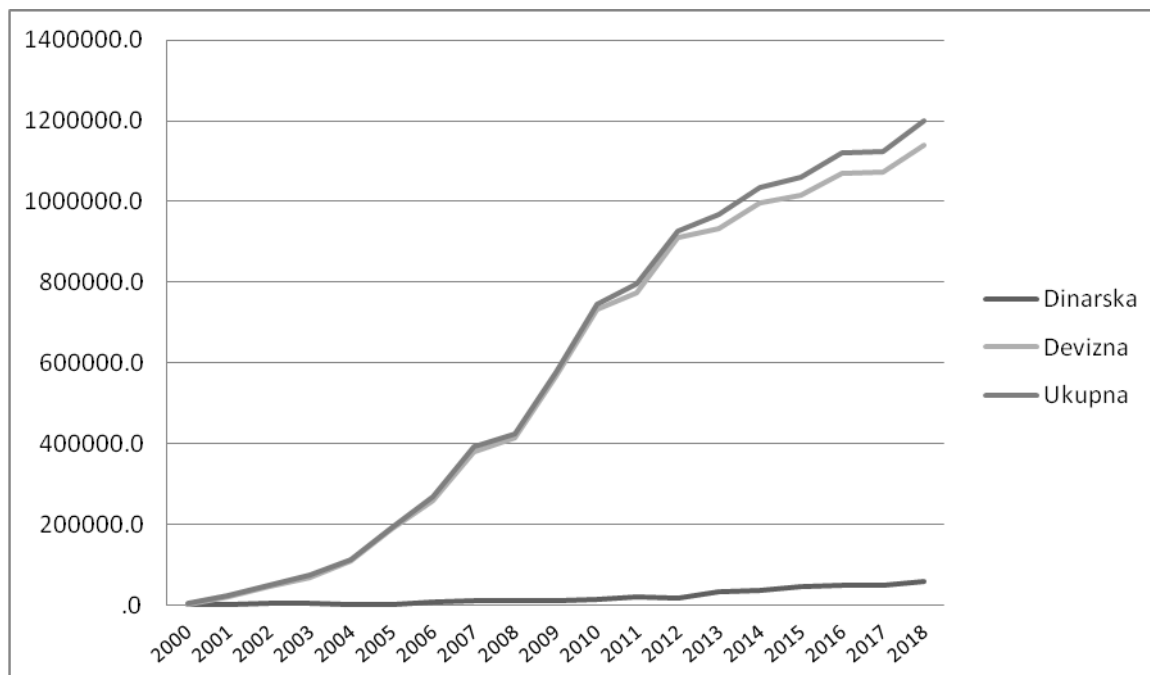
Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Na osnovu prikazanih podataka (Tabela 3) jasno se može uočiti da je značajno povećan nivo ukupne štednje u Republici Srbiji, pre svega, zbog vraćanja poverenja u bankarski sistem, koje je dugo bilo narušeno usled hiperinflatornih uslova, različitih spekulacija, nedovoljne zakonske regulative i zaštite deponenata i štediša.

Za sigurnost štednih uloga garantuje banka kod koje su sredstava položena, a svi štedni ulozi su osigurani i kod Agencije za osiguranje depozita. Osigurani iznos predstavlja iznos osiguranog depozita do 50.000 evra po deponentu u banci i to po osnovu sledećih depozita:

- osiguranih dinarskih depozita u dinarskoj protivvrednosti po zvaničnom srednjem kursu dinara prema evru koji važi na dan pokretanja postupka stečaja, odnosno likvidacije nad bankom i,
- osiguranih deviznih depozita položenih u evrima i osiguranih deviznih depozita položenih u ostalim valutama preračunatih u evre, po kursu evra prema svakoj pojedinačnoj valuti u kojoj su ti depoziti položeni, izračunatom na osnovu zvaničnog

srednjeg kursa dinara prema evru i zvaničnog srednjeg kursa dinara prema toj valuti, koji važe na dan pokretanja postupka stečaja, odnosno likvidacije nad bankom (<http://www.aod.rs/od-za-deponente.html#!>).



Slika 2 Štednja stanovništva u Republici Srbiji (u milionima dinara)

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index>

U slučaju likvidacije banke, štediša (bilo da je u pitanju rezident ili nerezident) dobija svoja sredstva do osigurane sume u iznosu do 50.000 evra po klijentu u jednoj banci. Iznos za isplatu osiguranog depozita utvrđuje se uzimanjem u obzir iznosa na svim depozitnim računima klijenata u banci na određeni dan.

Povećanje štednje može se jednim delom pripisati i marketingu banaka koje, u cilju privlačenja štednje, omogućavaju različite modele štednje, koji uključuju premije, povećane kamatne stope, delimično razoročenje sredstva bez umanjavanja kamatne stope i davanje drugih usluga po povoljnijim cenama. Takođe, klijenti banke koji su istovremeno i njene štediša mogu dobiti kredit po beneficiranim uslovima, lakše mogu dobiti na korišćenje kreditne kartice i drugo.

Kada je reč o štednji stanovništva u Republici Srbiji, veoma je interesantno detaljnije analizirati njenu ročnost. Naime, kao što se može videti na osnovu podataka iz Tabele 4, u kratkoročnoj štednji najviše je zastupljena štednja do jedne godine.

Na početku posmatranog perioda dominantan oblik kratkoročne štednje bila je štednja po viđenju, dok je od 2012. godine to mesto zauzela štednja do jedne godine. U posmatranom periodu, štednja do jednog meseca je smanjena, a došlo je do povećanja štednje do tri i šest meseci. To se može pripisati povećanju poverenja u bankarski sektor, kao i višim kamatnim stopama na oročenu štednju, nego na štednju po viđenju. Ukoliko se posmatraju podaci za 2018. godinu, može se videti da je ukupna kratkoročna dinarska štednja iznosila 52.514 miliona dinara. Posmatrano po učešću kratkoročnih kategorija, najveće učešće imala je štednja do jedne godine i to 54,32%. Na drugom mestu nalazila se štednja po viđenju sa učešćem od 30,29%, na

trećem mestu nalazila se štednja do šest meseci, sa učešćem od 9,12%. Najmanje učešće imala je štednja do tri meseca i štednja do jednog meseca, i to 5,70% i 0,58% respektivno.

Tabela 4 Struktura kratkoročne dinarske štednje stanovništva u Republici Srbiji (u mil. dinara)

Godina	Poviđenu	Do jednog meseca	Do tri meseca	Do šest meseci	Do jedne godine	Ukupno
2008	3.199	625	1.668	1.472	2.765	9.729
2009	3.334	860	2.612	1.808	2.999	11.612
2010	3.120	690	1.633	1.501	2.713	9.658
2011	4.710	1.311	2.729	3.270	4.330	16.351
2012	4.697	1.041	3.037	2.378	5.103	16.257
2013	6.254	1.462	5.192	4.008	13.952	30.867
2014	7.564	1.410	4.905	4.770	15.776	34.424
2015	10.352	776	4.093	5.894	13.406	34.521
2016	13.442	464	4.959	4.722	19.529	43.115
2017	12.494	318	3.351	4.195	22.536	42.894
2018	15.904	306	2.991	4.789	28.524	52.514

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

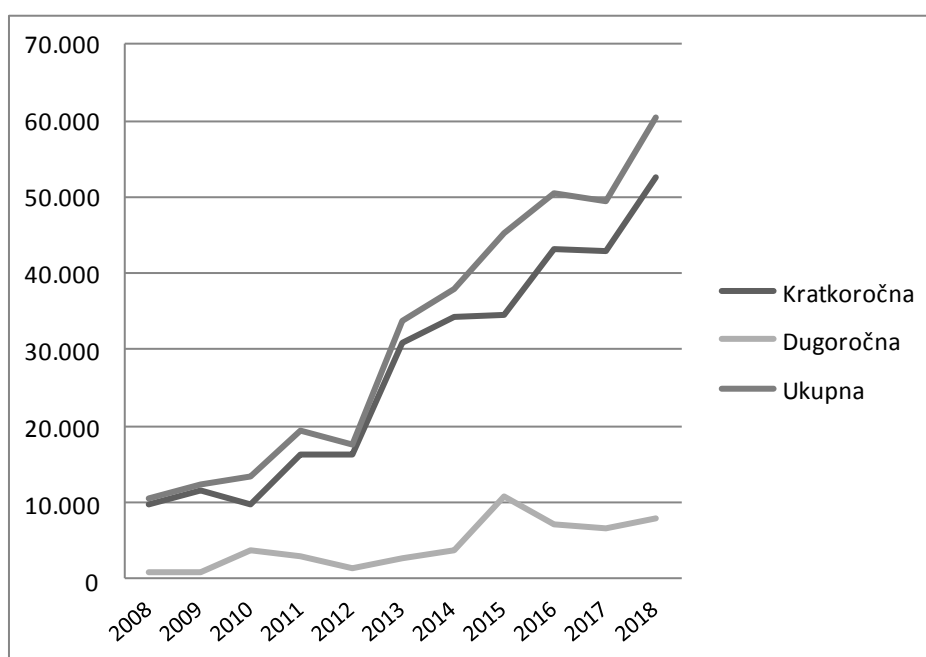
Dugoročna dinarska štednja, u posmatranom periodu, beleži trend rasta koji, za razliku od kratkoročne štednje, nije konstantan po godinama. Naime, do 2011. godine dugoročna dinarska štednja je beležila rast, da bi 2012. godine bila skoro troduplo smanjena, nakon čega je ponovo nastavljen njen rast do 2015. godine, kada dostiže najveći iznos od 10.843 miliona dinara. Najniži iznos kratkoročne dinarske štednje zabeležen je u 2009. godini i to 787 miliona dinara

Tabela 5 Struktura dugoročne dinarske štednje stanovništva u Republici Srbiji (u mil. dinara)

Godina	Do dve godine	Do pet godina	Preko pet godina	Ukupno
2008	252	467	127	846
2009	345	342	100	787
2010	3.232	307	163	3.702
2011	2.458	493	53	3.004
2012	710	626	39	1.374
2013	1.750	1.015	39	2.804
2014	1.599	1.968	67	3.634
2015	7.380	3.223	240	10.843
2016	3.055	3.321	875	7.251
2017	2.289	2.914	1.393	6.596
2018	2.054	4.234	1.663	7.950

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Na osnovu podataka iz Tabele 5, može se videti da je u dugoročnoj dinarskoj štednji trenutno najviše zastupljena štednja do pet godina. To je naročito izraženo od 2014. godine. Ukoliko se posmatraju podaci za 2018. godinu, ukupna dugoročna dinarska štednja iznosila je 6,596 miliona dinara. Posmatrano po učešću kratkoročnih kategorija, najveće učešće imala je štednja do pet godina i to 53,26%. Na drugom mestu nalazila se štednja do dve godine i to 25,84%, a na trećem mestu se nalazila štednja preko pet godina, sa učešćem od 20,92%.



Slika 3 Struktura dinarske štednje stanovništva u Republici Srbiji (u milionima dinara)

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Na osnovu raspoloživih podataka Narodne banke Srbije, može se pratiti i struktura kratkoročne devizne štednje stanovništva Republike Srbije.

Tabela 6 Struktura kratkoročne devizne štednje stanovništva u Republici Srbiji (u mil. dinara)

Godina	Po viđenju	Do jednog meseca	Do tri meseca	Do šest meseci	Do jedne godine	Ukupno
2008	107.917	4.543	36.256	72.761	142.053	363.529
2009	130.336	4.557	42.600	65.981	257.112	500.586
2010	146.852	4.195	43.320	72.910	347.037	614.314
2011	152.476	4.480	34.591	83.744	295.545	570.836
2012	189.777	6.652	53.976	64.851	416.125	731.381
2013	236.919	2.983	24.286	47.877	428.573	740.639
2014	323.437	3.222	24.679	52.204	374.289	777.830
2015	421.405	1.915	15.466	39.406	222.475	700.668
2016	570.049	1.309	14.103	26.687	249.277	861.426
2017	643.898	931	10.099	20.368	213.553	888.849
2018	713.654	863	8.691	16.938	197.839	937.984

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Kratkoročna devizna štednja, u posmatranom periodu, konstantno beleži trend rasta. Najveći iznos kratkoročne dinarske štednje zabeležen je u 2018. godini 937.984 miliona dinara, dok je najniži iznos kratkoročne dinarske štednje zabeležen u 2008. godini i to 363,529 miliona dinara.

Na osnovu raspoloživih podataka, jasno se može videti da je do 2015. godine, štednja do jedne godine bila najviše zastupljena kategorija kratkoročne devizne štednje, a od 2015. godine

to je štednja po viđenju. U posmatranom periodu štednja do jednog meseca, štednja do tri i šest meseci su smanjene. Ukoliko se posmatraju podaci za 2018. godinu, može se videti da je ukupna kratkoročna devizna štednja iznosila 937.984 miliona dinara. Posmatrano po učešću kratkoročnih kategorija, dominantno učešće od 76,08% imala je štednja po viđenju. Na drugom mestu nalazila se štednja do jedne godine i to 21,09%, a na trećem mestu nalazila se štednja do šest meseci, sa učešćem od 1,80%. Najmanje učešće su imali štednja do tri meseca i štednja do jednog meseca i to 0,93% i 0,09% respektivno.

Tabela 7 Struktura dugoročne devizne štednje stanovništvu Republici Srbiji (u mili. dinara)

Godina	Do dve godine	Do pet godina	Preko pet godina	Ukupno
2008	13.570	19.653	17.819	51.041
2009	27.777	21.533	16.281	65.591
2010	79.075	25.353	13.326	117.755
2011	145.329	50.150	9.323	204.802
2012	75.009	95.435	8.025	178.469
2013	70.470	115.604	7.128	193.201
2014	73.813	138.353	8.305	220.471
2015	160.424	141.210	11.969	313.603
2016	74.709	120.336	14.483	209.529
2017	69.357	101.323	14.894	185.574
2018	69.842	117.144	14.781	201.767

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Dugoročna devizna štednja, u posmatranom periodu, generalno beleži trend rasta. Do 2011. godine dugoročna devizna štednja je beležila rast, da bi 2012. godine bila smanjena, nakon čega je ponovo bila na uzlaznoj liniji, dostigavši najveći iznos u 2015. godini i to 313.603 miliona dinara. Najniži iznos dugoročne devizne štednje zabeležen je u 2008. godini i to samo 51.041 milion dinara.

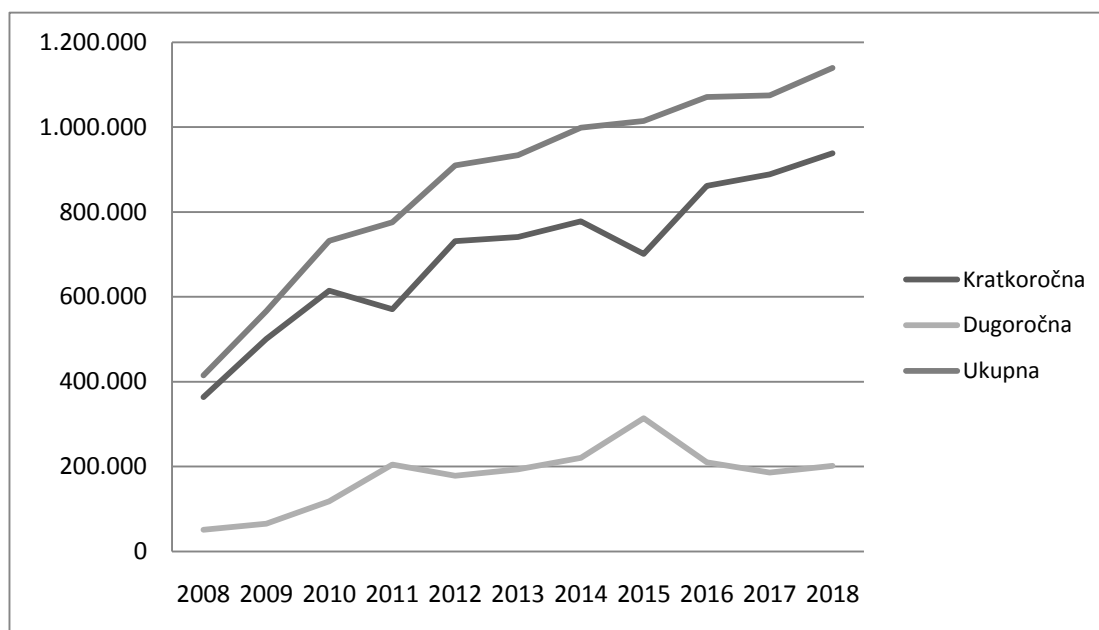
U dugoročnoj deviznoj štednji, nakon 2012. godine, najviše je bila zastupljena štednja do pet godina. Ovaj oblik devizne štednje bio je dominantan 2008. godine, da bi do 2012. godine dominantan oblik bila štednja do dve godine.

U 2018. godini, ukupna dugoročna devizna štednja iznosila je 201.767 miliona dinara. Posmatrano po učešću vremenskih kategorija, najveće učešće imala je štednja do pet godina i to 58,06%, na drugom mestu nalazila se štednja do dve godine i to 34,62%, dok je na trećem mestu bila štednja preko pet godina, sa učešćem od 7,33%.

Na Slici 4 prikazano je kretanje ukupne devizne štednje stanovništva u Republici Srbiji u periodu od 2008. do 2018. godine. Ukupna devizna štednja je, u posmatranom periodu, uvećana skoro četiri puta. Posmatrano po kategorijama, već je istaknuta dominacija učešća kratkoročne štednje u ukupnoj deviznoj štednji. Ukoliko se posmatra relativno učešće ovih dveju kategorija štednje, može se videti da je u 2008. godini kratkoročna devizna štednja činila 87,69% ukupne devizne štednje, dok je u 2018. godini taj udeo smanjen na 82,30%.

Posmatrano po vrednosti, stanovništvo najviše štedi u ulozima u rasponu od 10.000 do 50.000 evra. Po vrednosti ova štednja učestvuje sa 48,5% u ukupnoj deviznoj štednji. U bankama se najčešće štedi u ulozima do 500 evra. Oni, po vrednosti, učestvuju sa 1,1% u ukupnom iznosu devizne štednje. Najveći štedni ulozi iz grupe 500.000 evra čine 0,01% ukupnog broja deviznih štednih uloga (<http://nbs.rs/internet/latinica/scripts/showContent.html?id=10890&konverzija=yes>).

I pored pozitivnih trendova na području štednje stanovništva u Republici Srbiji, možemo zaključiti da je prosečno učešće nacionalne štednje u bruto domaćem proizvodu daleko ispod svetskog proseka, ali i proseka zemlja u okruženju. Prosečno učešće nacionalne štednje u bruto domaćem proizvodu, u periodu 2007-2017. godina, za Republiku Srbiju je iznosilo oko 12,5%, dok je prosečno učešće na svetskom nivou iznosilo gotovo 25%. Značajno više učešće nacionalne štednje u bruto domaćem proizvodu imaju i zemlje iz okruženja (gotovo 23%), kao i zemlje članice Evropske unije (21,5%).



Slika 4 Struktura devizne štednje stanovništva u Republici Srbiji (u milionima dinara)

Izvor: Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>

Svakako jedan od uzroka niske nacionalne štednje u Republici Srbiji jeste stepen razvijenosti i relativno nizak dohodak per capita, međutim on ne pruža u potpunosti objašnjenje zašto je nivo nacionalne štednje u Republici Srbiji značajno niži od zemalja u okruženju koje su na sličnom nivou razvijenosti. Ukoliko se štednja posmatrano prema sektorskoj strukturi (privatnu štednju i državnu štednju), na kretanje privatne štednje (koja se sastoji od štednje stanovništva i privrede) pored stepena razvijenosti utiču i faktori kao što su navike, demografska struktura, finansijska razvijenost i sl. Sa druge strane, kretanje državne štednje rezultat je ponašanja države i njene potrošnje, budući da državna štednja predstavlja zbir državnih investicija i budžetskog rezultata (Pješčić, 2019, 99).

Međuzavisnost štednje, investicija i privrednog rasta u Republici Srbiji

Poznata je činjenica da je u Republici Srbiji tranzicija zakasnila, posebno u poređenju sa dostignutim stepenom razvoja tranzicije u ostalim bivšim socijalističkim zemljama. Kašnjenje reformskih procesa od skoro jedne decenije, svakako je uticalo i na profil, tok i rezultate tranzicije. Makroekonomska kretanja u Republici Srbiji, početkom XXI veka, karakteriše neujednačen rast privredne aktivnosti, značajno smanjenje inflacije, visoka stopa nezaposlenosti, brži rast zarada od rasta produktivnosti rada, rast uvoza i izvoza uz visok deficit trgovinskog bilansa, ali i ubrzanje privatizacije, sprovođenje tržišnih reformi i iniciranje pridruživanja

Evropskoj uniji, koje uključuje prilagođavanje mnoštva zakonskih i drugih propisa u svim oblastima privrednog i društvenog života.

Pored toga, Republika Srbija još nije nadoknadila ekonomski zaostatak iz devedesetih godina XX veka. Prioritetni ciljevi ekonomske politike u tranzitornom periodu odnosili su se na: uspostavljanje i održavanje makroekonomske stabilnosti kao osnove za dinamiziranje privredne i investicione aktivnosti, stabilizaciju domaće valute i ograničenu inflaciju uz ubrzano sprovođenje reformi privrede i društva. Ključnu ulogu u ostvarivanju ovih ciljeva imale su makroekonomske politike, pre svega koordinirano delovanje monetarne i fiskalne politike.

Srpska ekonomija se danas nalazi na važnoj prekretnici. Prva faza sprovođenja tranzicionih procesa je završena, reformski procesi dobijaju novi zamah, a budućnost u evro-atlantskim integracijama postaje sve izvesnija. Dosadašnje reforme u Republici Srbiji bile su primer da inicijalno dobri rezultati nisu održivi bez korenitih izmena u makroekonomskoj politici. U Republici Srbiji još uvek nije kreirana fleksibilna i snažna makroekonomska osnova koja bi slala jasne „signale“ mikroekonomskom nivou, a to je osnovni preduslov za održivi rast zaposlenosti, izvoza, investicija i domaće štednje (Veselinović, 2013, 251) .

Kada je u pitanju koncept ekonomskih reformi, treba imati u vidu okolnosti da se on nije odvijao uz postojanje jasne i celovite vizije. Osim toga, u čitavom reformskom periodu, rastao je broj siromašnih lica, koji je bio konstantno praćen padom njihovog životnog standarda. Recesioni talasi potvrdili su ekonomske zakonomernosti o tržišnim ciklusima i o sistemskim makroekonomskim neravnotežama. Naime, ciklično kretanje proizvodnje, zaposlenosti i cena, kao prateći fenomen ekonomskih fluktuacija ukazuju, pored ostalog, da privredni rast nije linearni proces, već da se isključivo događa u intervalima ispoljavajući, pri tom, najrazličitije promene u strukturi privrede.

Proces tranzicije se pokazao komplikovanijim i dugoročnijim od prvobitnih očekivanja. Pokazalo se da je ideja o brznoj tranziciji zanemarivala veliki broj okolnosti koje se odnose na sposobnost nacionalnih ekonomija da reforme okončaju u predviđenom roku, a između ostalog zapostavljeno je i pitanje kako će privrede u tranziciji reagovati na pojavu cikličnih kretanja, pre svega na pojavu recesije i krize.

Republika Srbija je, u početnom periodu tranzicije, ostvarila relativno visoku prosečnu godišnju stopu realnog rasta bruto domaćeg proizvoda i kumulativni rast bruto domaćeg proizvoda, što je značajan rezultat ekonomske politike ostvaren u uslovima cikličnih kretanja svetske privrede. Privredni rast bio je pretežno vođen domaćom tražnjom. Na rast su pozitivno delovale i realizovane investicije i strukturne reforme, pre svega, privatizacija društvenih preduzeća. Međutim, treba istaći da se relativno visoke stope privrednog rasta duguju i niskoj startnoj osnovi, koju je srpska ekonomija imala u godinama pre početka sprovođenja reformi.

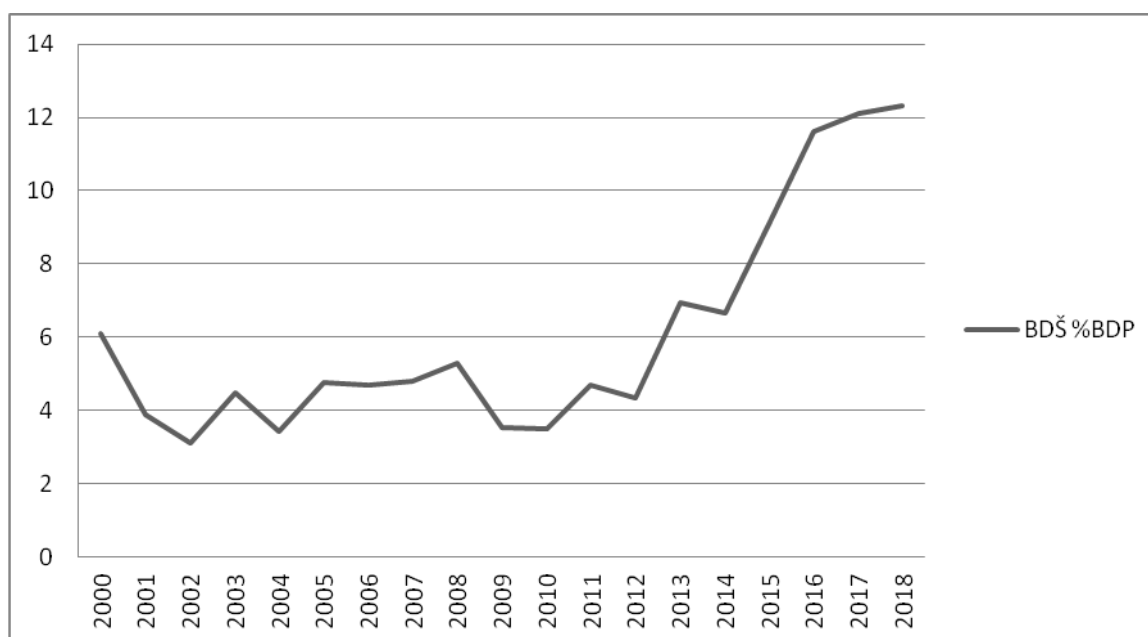
Relativno visoka stopa privrednog rasta, ostvarena posle 2000. godine, postignuta je uz visok spoljnotrgovinski i deficit platnog bilansa, visok nivo javne potrošnje, visok fiskalni deficit, visok nivo javnog duga, kao i uz visoku stopu nezaposlenosti radno sposobnog stanovništva. Sve to ukazuje da kvalitet privrednog rasta nije zadovoljavajući, tim pre što se zasnivao na rastu domaće potrošnje i uvoza, a da institucionalne reforme i ekonomska politika nisu bile dovoljno efikasne. Dodatne teškoće predstavljao je relativno nizak nivo domaće štednje, kao značajnog pokretača investicionih aktivnosti. Osim toga, u okolnostima kada domaća štednja nije dovoljna da finansira rastuće investicije, strategija uvoza inostrane štednje bila je nužna i poželjna.

U prvim godinama posmatranog perioda, kretanje nacionalne štednje u Republici Srbiji bilo je pretežno opredeljeno privatnom štednjom, budući da je sa izbijanjem Globalne krize (2008 godine) došlo do značajnog povlačenja štednih depozita stanovništva iz bankarskog sektora, dok je u narednoj godini povećanje najvećim delom bilo posledica ponovnog vraćanja u

bankarski sistem prethodno povučenih štednih depozita. U preostalom delu posmatranog perioda, kretanje nacionalne štednje dominantno je opredeljeno kretanjem državne štednje, budući da je do 2014. rastući budžetski deficit uticao na smanjenje, a od 2015. do kraja posmatranog perioda na postepeno povećanje nacionalne štednje, zbog toga što je u ovom periodu značajno smanjen budžetski deficit, a 2017. i 2018. godine ostvaren je budžetski suficit.

Na Slici 5 predstavljena je stopa bruto domaće štednje u Republici Srbiji, iskazana u % bruto domaćeg proizvoda. Može se videti da je njen nivo veoma nizak. Posmatrani indikator je 2000. godine iznosio 6,08%, nakon čega je, sve do 2013. godine, bio na nižem nivou, kada je ponovo povećan na 6,94%. Nakon toga nastavljen je rast posmatranog indikatora.

Relativno nizak nivo nacionalne štednje u Republici Srbiji za posledicu ima i niži nivo učešća investicija u bruto domaćem proizvodu u odnosu na globalno okruženje. Naime, prosečno učešće investicija u bruto domaćem proizvodu (koje obuhvata i promene u zalihama) u Republici Srbiji je, u periodu od 2007 do 2017. godine, iznosilo 18,9%, dok je prosečno učešće investicija na nivou sveta iznosilo oko 23,6%. Više učešće investicija u bruto domaćem proizvodu od Republike Srbije imaju i zemlje u okruženju (23,1%) i zemlje članice Evropske unije (21,1%). Dinamika kretanja investicija ukazuje na to da je Republika Srbija, u pretkriznim godinama, bila čak iznad svetskog proseka ali da je od nastupanja Globalne krize značajno opalo učešće investicija u bruto domaćem proizvodu, kao i da se do kraja posmatranog perioda Republika Srbija nalazila ispod svetskog nivoa, ne uspevši da smanji ovu razliku (Pješčić, 2019, 100). Privredni rast i brzina konvergencije privrede Republike Srbije ka razvijenim zemljama zavisi upravo od nivoa investicija, koje bi trebalo da bude znatno viši.



Slika 5 Stopa bruto domaće štednje u Republici Srbiji (% BDP-a)

Izvor: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDS.TOTL.ZS?locations=RS>

Model privrednog rasta Republike Srbije, pre svega, baziran je na niskoj domaćoj štednji i obilnom prilivu kapitala iz inostranstva, bilo kroz strane direktne investicije ili direktno zaduživanjem u inostranstvu. Pojave koje prate nizak nivo domaće štednje su često niske investicije i visok deficit tekućih spoljnih plaćanja. Ovakav model rasta, koji se preterano oslanja na priliv strane štednje, u krajnjoj instanci može da rezultira visokim nivoom zaduženosti domaće privrede prema inostranstvu, što jeste slučaj sa privrednom Republike Srbije.

Visoki disbalans u spoljnoj trgovini i disbalans tekućeg bilansa plaćanja je, sa nastupanjem Globalne ekonomske krize 2008. godine, pokazao svoje slabosti. Smanjen priliv stranog kapitala i otežan pristup međunarodnim izvorima finansiranja, praćen i oštrim deprecijacijskim pritiscima, razotkrili su ranjivost srpske privrede. U novonastalim okolnostima, smanjenje potrošnje i povećanje domaće štednje predstavlja jedini način da se investicije povećaju bez povećanja deficita tekućih plaćanja i prekomerne zaduženosti zemlje. Da bi se ostvario dugoročno održivi privredni rast nužno je odustajanje od dosadašnjeg povećanja potrošnje bez pokrića u rastu bruto domaćeg proizvoda.

U centru problematike finansiranja privrednog razvoja nalaze se problemi štednje i efikasne alokacije kapitala. Realni nivo štednje zahteva brižljiv odnos društva kako prema povećanju njenog volumena tako i prema samom činu ulaganja, tj. investiranju. Zbog toga su i relacije između sredstava namenjenih investicijama i privrednog rasta veoma važno polje ekonomskih proučavanja, posebno za široku grupu zemalja u razvoju i tranziciji koje se suočavaju sa mnogim razvojnim problemima i dilemama i koje, u manje ili više izraženom sistemskom vakumu, intenzivno nastoje da u ambijentu međunarodne otvorenosti afirmišu tržišne metode alokacije kapitala.

Zemlje regiona investiraju od 22% do 33% bruto domaćeg proizvoda, a Republika Srbija tek 18%. Procene su da se manjak od 1% bruto domaćeg proizvoda, ili 350 miliona evra godišnje, odnosi na državne investicije, dok je manjak domaćih privatnih investicija 3% bruto domaćeg proizvoda ili milijardu evra godišnje.

Jedna od pretpostavki dugoročno održivog privrednog rasta i razvoja Republike Srbije jeste povećanje udela štednje u finansiranju investicija, koje su neophodne za ubrzanje privrednog rasta. Sposobnost domaće privrede da poveća udeo štednje jedna je od ključnih determinanti za očuvanje postignute makroekonomske stabilnosti i ubrzanje njenog dugoročno održivog rasta.

Štednja u Republici Srbiji, u proteklom periodu, je povećana, ali se i dalje veća sredstva ulažu u vidu devizne štednje, iako su kamatne stope na dinarsku štednju više, upravo iz razloga da bi se podstakla štednja u dinarima. Poverenje u bankarski sektor se popravilo, ali finansijski sistem ima još prostora za dalji razvoj i kreiranje proizvoda kojima bi se privukli veći iznosi štednje, koji bi se mogli usmeriti u investicije.

Jedan od izazova pred kojim se nalaze nosioci monetarne politike je smanjenje stepena evroizacije, odnosno povećanje dinarizacije domaće privrede. Proces dinarizacije je dugoročan proces postepenog prilagođavanja aktivne i pasivne strane bilansa banaka, koji bi trebalo da rezultira povećanom efikasnošću monetarne politike i smanjenjem osetljivosti srpske privrede na promene kursa dinara. Narodna banka Srbije je opredeljena da indirektnim i tržišnim merama podstiče proces dinarizacije domaće privrede.

Strategija dinarizacije, koja treba da se sprovodi u saradnji Narodne banke Srbije, bankarskog sektora, Vlade, kao i javnosti, počiva na tri međusobno povezana stuba. Prvi stub strategije dinarizacije podrazumeva obezbeđenje makroekonomske stabilnosti, niske i stabilne inflacije uz fleksibilan kurs dinara, dugoročno održivog privrednog rasta i stabilnog finansijskog sistema zemlje. Drugi stub strategije dinarizacije čini skup mera usmerenih na kreiranje povoljnih uslova za razvoj tržišta dugoročnih dinarskih hartija od vrednosti i razvoj dinarske krive prinosa. Treći stub strategije dinarizacije ima za cilj unapređenje i razvoj instrumenata zaštite od deviznog rizika.

Kao što je rečeno, za očekivani rast privatne štednje u dinarima potrebne su godine održive makroekonomske i finansijske stabilnosti, i do tih rezultata će se doći postepeno, uz zajedničke aktivnosti Vlade, Narodne banke Srbije i bankarskog sektora. Pored toga, nosioci monetarne

politike treba dodatno da daju doprinos kreiranju povoljnog investicionog ambijenta, kao i očuvanju zdravog i sigurnog bankarskog sektora i jačanju institucija koje nude alternativne oblike ulaganja slobodnih sredstava i različite vidove štednje (životno osiguranje, dobrovoljni penzioni fondovi i sl.), a što bi trebalo da doprinese povećanju domaće štednje.

Pred Republikom Srbijom je izazov simultanog povećanja štednje i investicija, kako bi se vratila na putanju dugoročno održivog privrednog rasta. S obzirom da je na privatnu štednju teško delovati merama ekonomske politike u kratkom roku, delovanje ekonomske politike treba usmeravati na podsticanje državne štednje. Pred nosiocima ekonomske politike je da preduzmu nepopularne i bolne mere koje bi rezultirale povećanjem domaće štednje, uz celovitu reformu javnog sektora, reformu penzionog sistema i posledično smanjenje udela javne potrošnje u bruto domaćem proizvodu.

Zaključak

Veza između štednje i privrednog rasta je višedimenzionalna i veoma značajna. Egzogeno podstaknut prirast štednje rezultira u ubrzanom privrednom rastu. Faktori koji utiču na štednju istovremeno utiču i na privredni rast, posredstvom nivoa investicija. Viši nivo dohotka povlači sa sobom povećanu štednju. Zbog toga se naglašava značaj razvojne spirale štednja-investicije-privredni rast. Samo povećanjem nacionalne štednje može se stvoriti potreban prostor za neinflatorno povećanje investicija koje je neophodno za ubrzavanje privrednog rasta.

Nivo štednje u Republici Srbiji je i dalje je nizak i pored značajnih povećanja u proteklom periodu. Bez značajnog podizanja učešća štednje u raspodeli bruto domaćeg proizvoda nema dugoročnog i održivog razvoja Republike Srbije. Osim toga, brzina i dugoročna održivost razvoja zemlje zavise uglavnom od nivoa i efikasnosti investicija, pa je ono što najviše treba upravo strukturna promena u kreiranju i distribuciji bruto domaćeg proizvoda, koja se može ostvariti samo novim investicijama.

Sposobnost privrede Republike Srbije da poveća stepen nacionalne štednje, ključno je pitanje održanja postignute makroekonomske stabilnosti i ubrzavanja njenog rasta na srednji i dugi rok. Povećanjem nacionalne štednje može da se stvori potreban prostor za neinflatorno povećanje investicija koje je neophodno za ostvarivanje održivog privrednog rasta.

Povećanje štednje bi, pored pozitivnog uticaja na privredni rast, smanjilo potrebu za prilivom kapitala iz inostranstva, pozitivno uticalo na poboljšanje tekućeg računa i održavanje nivoa neto strane aktive u zoni kojoj ne preči opasnost od izbijanja krize duga.

Dakle, model razvoja Republike Srbije, zasnovan na rastu agregatne tražnje, koji je finansiran prihodima od privatizacije i rastućim zaduživanjem zemlje, mora biti zamenjen u korist porasta domaće štednje, investicija i na tome zasnovanoj poboljšanoj konkurentnosti privrede. Samo takav model razvoja može omogućiti dugoročan i održiv privredni rast i razvoj privrede Republike Srbije.

Reference

1. Begović, B., (2017), *Finansijskoposredovanjeiprivrednirast: Da li postoji velika alternativa?*, *Bankarstvo*, br. 1., Beograd
2. Centar za liberalno-demokratske studije, (2012), *Rast privatne domaće štednje u cilju ubrzanja privrednog rasta Srbije*, USAID Srbija, Beograd
3. Đorđević, M., Obradović, S., (2012), *Osnovimakroekonomije*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac

4. IMF, (2015), *The Western Balkans: 15 Years of Economic Transition*, Washington
5. Kindleberger, C. O., & Herrick, B. H. (2012), *Economic Development*, New York: McGraw-Hill.
6. Manjic, I., (2016), What Determines the Saving Rate in Western Balkan Countries?, *Inquiry*, No. 2.
7. Miljković, L., Trnavac, D., & Ristić, K., (2018), Uticaj domaće štednje na makroekonomsku stabilnost Republike Srbije, *FBIM Transactions*, 6(2), Beograd
8. Narodna banka Srbije, (2019), *Makroekonomska kretanja u Srbiji*, dostupno na: https://www.nbs.rs/internet/latinica/18/18_3/prezentacija_invest.pdf
9. Narodna banka Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/latinica/80/index.html>
10. Pješčić, V., (2019), *Međuzavisnost kretanja kursa, štednje i investicija*, Zbornik radova: Ekonomska politika Srbije u 2019. godini, Naučno društvo ekonomista Srbije, Srpska akademija ekonomskih nauka, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd
11. Račić, Ž., (2014), Uticaj osnovnih makroekonomskih pokazatelja na likvidnost bankarskog sektora Srbije, *Škola biznisa*, br. 2., Novi Sad
12. Rostow, W. W., (2011), *Leading Sectors and the Take-off*. In W. W. Rostow, R. Baker Jr, & R. G. Baker Jr, *The Economics of Take-off into Sustained Growth*, pp. 1-21, Palgrave Macmillan.
13. Veselinović, P., (2013), *Nacionalna ekonomija*, Ekonomskifakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac
14. Veselinović, P., (2018), *Ekonomska stabilnost i održivi razvoj privrede Republike Srbije –izazovi u narednom periodu*, Zbornik radova: Institucionalne promene kao determinante privrednog razvoja Republike Srbije, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac
15. <https://vdocuments.site/stednja-i-investicije-u-funkciji-razvoja-nacionalne-ekonomije.html>
16. https://www.nbs.rs/export/sites/default/internet/latinica/80/realni_sektor/SBRS01.xls
17. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDS.TOTL.ZS?locations=RS>
18. <http://www.aod.rs/od-za-deponente.html#>
19. <http://nbs.rs/internet/latinica/scripts/showContent.html?id=10890&konverzija=yes>

POLITIKA ISTRAŽIVANJA I TEHNOLOŠKOG RAZVOJA REPUBLIKE SRBIJE U SVETLU NJENOG PRISTUPANJA EVROPSKOJ UNIJI

Danijela Despotović*

U radu se analizira politika istraživanja i razvoja Republike Srbije u svetlu njenog pristupanja Evropskoj uniji. Pošlo se od stava da jedan od indikatora opredeljenosti zemlje za razvoj ekonomije znanja predstavlja ulaganje u aktivnosti istraživanja i razvoja od najmanje dva posto bruto domaćeg proizvoda i angažovanje dovoljnog broja istraživača u sektoru nauke i istraživanja. U tom smislu, analizirani su najnoviji podaci o učešću ukupnih troškova istraživanja i razvoja u bruto domaćem proizvodu tri grupe zemalja: Evropske unije, zemalja Balkanskog poluostrva i pet država Zapadnog Balkana sa akcentom na stanje o ovom pitanju u Republici Srbiji. Konstatovano je veliko zaostajanje Evrope po učešću ukupnih izdataka na ime naučnih i istraživačkih aktivnosti u bruto domaćem proizvodu za SAD-om i Japanom, a u novije vreme i za Južnom Korejom. Takođe, evidentirano je i zaostajanje zemalja Zapadnog Balkana, uključujući oba pokazatelja, za ostalim zemljama Evrope i sveta. Konačno, istraživanjem se došlo do zaključka da Republika Srbija prema udelu troškova naučnih istraživanja u bruto domaćem proizvodu prednjači među zemljama Zapadnog Balkana. Međutim, praćenjem ukupnih izdataka I&R iskazanih paritetom kupovne moći po glavi stanovnika, pokazuje se da njen realni I&R intenzitet još uvek značajno zaostaje za prosekom zemalja Balkanskog poluostrava, članica EU.

Ključne reči: istraživanje i razvoj, inovacije, ekonomija znanja, bruto domaći proizvod

Uvod

Prema Fraskati priručniku definicija istraživanja i razvoja (Research and Development - R&D) glasi: „Istraživanje i eksperimentalni razvoj obuhvataju kreativni i sistematski rad koji se preduzima kako bi se povećali fondovi znanja – uključujući znanje o čovečanstvu, kulturi i društvu – i osmislili nove primene dostupnog znanja” (OECD 2015). Međutim, govoreći o aktivnostima istraživanja i razvoja, čiji su rezultat nova znanja, u okviru ovog rada imaju se u vidu prvenstveno organizovane aktivnosti, koje za rezultat imaju stvaranje znanja koje se putem inovacija može komercijalno valorizovati. Pritom, na naučnu politiku se gleda kao na „najvažnije sredstvo kojim državna administracija nastoji upravljati razvojem” (Švarc, 2009: 69). Reč je o najstarijem obliku politike privrednog razvoja koje svoje poreklo vodi iz perioda Drugog svetskog rata.

Naučna politika predstavlja oblast javne politike koja je orijentisana na uređenje naučno-istraživačkog procesa, prilagođavajući ga definisanim ciljevima svake nacionalne ekonomije, i njenom utvrđenom strategijom razvoja.

Osnovni makroekonomski ciljevi su intezivan rast proizvodnje i unapređenje konkurentnosti na globalnom tržištu. Ostvarenje ovih ciljeva u današnjim uslovima privređivanja, dominantno zavisi od sposobnosti preduzeća posmatranih zemalja da efikasno komercijalizuju znanje u inovacije. Da bismo došli do inovacija koje će navedeno da omogućiti, postoji potreba za maksimalnim uvažavanjem naučno-istraživačkog rada. U tom pogledu, osnovni zadatak naučne politike je obezbeđenje naučno-istraživačke delatnosti potrebnim resursima, i adekvatnim kadrovima u smislu potrebne kvalifikacije, zatim stimulisanje istraživanja u istraživačkim centrima i na univerzitetima, saradnja preduzeća i ustanova koje se bave istraživanjem i sl.

* Redovni profesor, e-mail: ddespotovic@kg.ac.rs

Privrede u kojima su razvijene aktivnosti istraživanja i razvoja spadaju u grupu zemalja koje beleže brz rast produktivnosti i unapređenje konkurentnosti. Pomenuta grupa zemalja u sadašnjim uslovima privređivanja, gde se superiornost oslanja na dobre rezultate nauke i tehnologije, na globalnom tržištu unapređuje vlastitu konkurentnost, dokazujući time da se akcenat, u ostvarivanju ubrzanog rasta i razvoja, pomera sa tradicionalnih faktora razvoja, kao što su zemlja, rad i kapital, na faktor koji danas ima veoma veliku ulogu, a to je faktor znanja.

Istraživanje i razvoj zajedno sa znanjem komercijalizovano u inovacije predstavljaju ključne činioce rasta konkurentnosti privrede kao celine, pri čemu znanje komercijalizovano u inovacije jeste osnova za orijentaciju na ekonomije i društva znanja.

Proces istraživanja i razvoja odlikuje se brojnim specifičnostima, među kojima se svojim značajem izdvajaju:

- vremenski period koji protekne od momenta kreacije određenog znanja do njegove komercijalne valorizacije u inovacije,
- teško je predvideti kakvi će biti rezultati nekog istraživanja,
- prisutan je određeni nivo rizika, koji u krajnjoj instanci može dovesti u pitanje istraživački postupak.

Interakcija znanja, inovacija i privrede čine sistem inovacija, za koji se u literaturi sreće naziv 'istraživački trougao', predstavljen je kao strategija Evropske unije koja je definisala osnovne ciljeve ovog trougla, a time i osnovne ciljeve politike inovacija. Oni se odnose na sledeće:

- stimulisanje istraživanja na nivou preduzeća,
- povećanje tehnološkog kapaciteta,
- obezbeđenje adekvatnog finansiranja inovacija,
- uspostavljanje dobre saradnje instituta, fakulteta i preduzeća,
- formiranje preduzeća koja su tehnološki orijentisana.

Iz ugla poslovanja preduzeća, pitanje opravdanosti ulaganja u aktivnosti istraživanja i razvoja može se principijelno postaviti na isti način, kao i kod svih ostalih oblika investicija. Preduzeće će investirati sve dotle dok očekuje da prihodi po osnovu konkretnog istraživačkog projekta bar pokriju sopstvene troškove. U ovom smislu brojna istraživanja su potvrdila da su prosečni prinosi od istraživačko-razvojnih projekata za preduzeće visoki, ali da su prinosi za društvo daleko veći usled brojnih preliivanja, odnosno ispoljavanja eksternih efekata. Do ovih preliivanja dolazi tako što drugi koriste rezultate istraživanja i proširuju njihovu primenu u oblastima koje istraživači i inovatori često ne mogu ni da pretpostave. Pomenuta preliivanja znače da istraživačke organizacije ostvaruju samo deo prinosa po osnovu određenog istraživačko-razvojnog projekta. Rezultat toga je da preduzeća investiraju objektivno manje u aktivnosti istraživanja i razvoja nego što bi to ona činila pod pretpostavkom da su u prilici da prisvajaju ukupne prinose koji su rezultat njihovih istraživanja. Drugim rečima, neki istraživački projekti koji bi imali pozitivne ukupne neto koristi (zbir privatnih i društvenih prihoda umanjene za troškove projekta) privatno su neprofitabilni, jer privatni subjekti koji ulažu u istraživanje i razvoj razumljivo ne mogu računati na društvene koristi. U ovoj činjenici nalazi se jedan od razloga učešća države u finansiranju po definiciji rizičnih i po krajnjim ishodima neizvesnih aktivnosti istraživanja i razvoja.

Država je „dugo igrala određenu ulogu u pružanju podrške istraživanju i razvoju u oblasti tehnologije“ (Štiglic, 2013: 356). Ovo je trajalo iz razloga što znanje „poseduje obe karakteristike javnog dobra, te stoga, ukoliko ne postoji izvesna državna intervencija dolazi do nedovoljnog ulaganja u istraživanje“ (Ibid). Država finansira većinu fundamentalnih istraživanja u svim zemljama. Najveći deo podrške države fundamentalnim istraživanjima usmeren je ka finansiranju istraživačkih aktivnosti na univerzitetima i visokim školama. Fundamentalna istraživanja su presudna za dugoročni privredni rast i razvoj i označavaju osnovu primenjenih istraživanja i razvoja. Komercijalni proizvodi i inovacije su, međutim, pravi stimulans i za fundamentalna istraživanja i često su rezultati vidljivi godinama nakon završetka istraživanja. Zbog svega ovoga, kao i zbog nesporne okolnosti da je komercijalna primena fundamentalnih istraživanja retko vidljiva, preduzeća često nemaju podsticaja da sama finansiraju ove aktivnosti.

Polazeći od prethodno istaknutih činjenica, predmet ovog rada predstavlja analiza trendova u izdavanju za aktivnosti istraživanja i razvoja na globalnom nivou, i posebno trendova karakterističnih za zemlje Balkanskog poluostrva i Republiku Srbiju. Polazište istraživanja je stav autora da: a) ispoljeni trendovi po ovom pitanju predstavljaju važan aspekt ukupne politike istraživanja i razvoja pojedinih zemalja i b) jaz na planu učešća ukupnih izdataka u bruto domaćem proizvodu u ekonomiji znanja predstavlja po definiciji važan ograničavajući element unapređenja konkurentnosti, a u slučaju zemalja Zapadnog Balkana i važan ograničavajući faktor na putu njihove evropske integracije.

Strukturu rada čini šest podnaslova. Prvi podnaslov je uvodnog karaktera. U drugom se daje prikaz osnovnih izvora finansiranja istraživanja i razvoja u današnjim uslovima privređivanja i apostrofiraju zemlje koje zauzimaju leaderske pozicije u ovoj oblasti u najnovijem periodu vremena. U trećem podnaslovu se čini osvrt na problem stagnacije zemalja Evropske unije u oblasti istraživanja i razvoja u odnosu na vodeće svetske privrede. Sadržaj četvrtog podnaslova govori o velikom jazu koji postoji u oblasti istraživanja i razvoja zemalja Balkanskog poluostrva u odnosu na zemlje Evropske unije. U petom je eksplicirana relativna pozicija Srbije u istraživačkoj i razvojnoj delatnosti u odnosu na zemlje okruženja. Šesti podnaslov je posvećen najznačajnijim zaključnim razmatranjima.

Globalni lideri u oblasti istraživanja i razvoja

Analize aktivnosti istraživanja i tehnološkog razvoja, proizvodnje i korišćenja novih tehnologija, efikasnosti inovacionih sistema, i shodno tome realizacije politika istraživanja i tehnološkog razvoja, tradicionalno su skoncentrisane na pokazatelje ulaza (troškovi istraživanja i razvoja, broj angažovanih visoko obrazovnih kadrova, broj istraživača i sl.), i indikatore rezultata (broj realizovanih inovativnih rešenja, registrovanih patenata, H-indeks¹ i tome slično), čija je merljivost standardizovana i u širokoj je upotrebi (OECD, 2005).

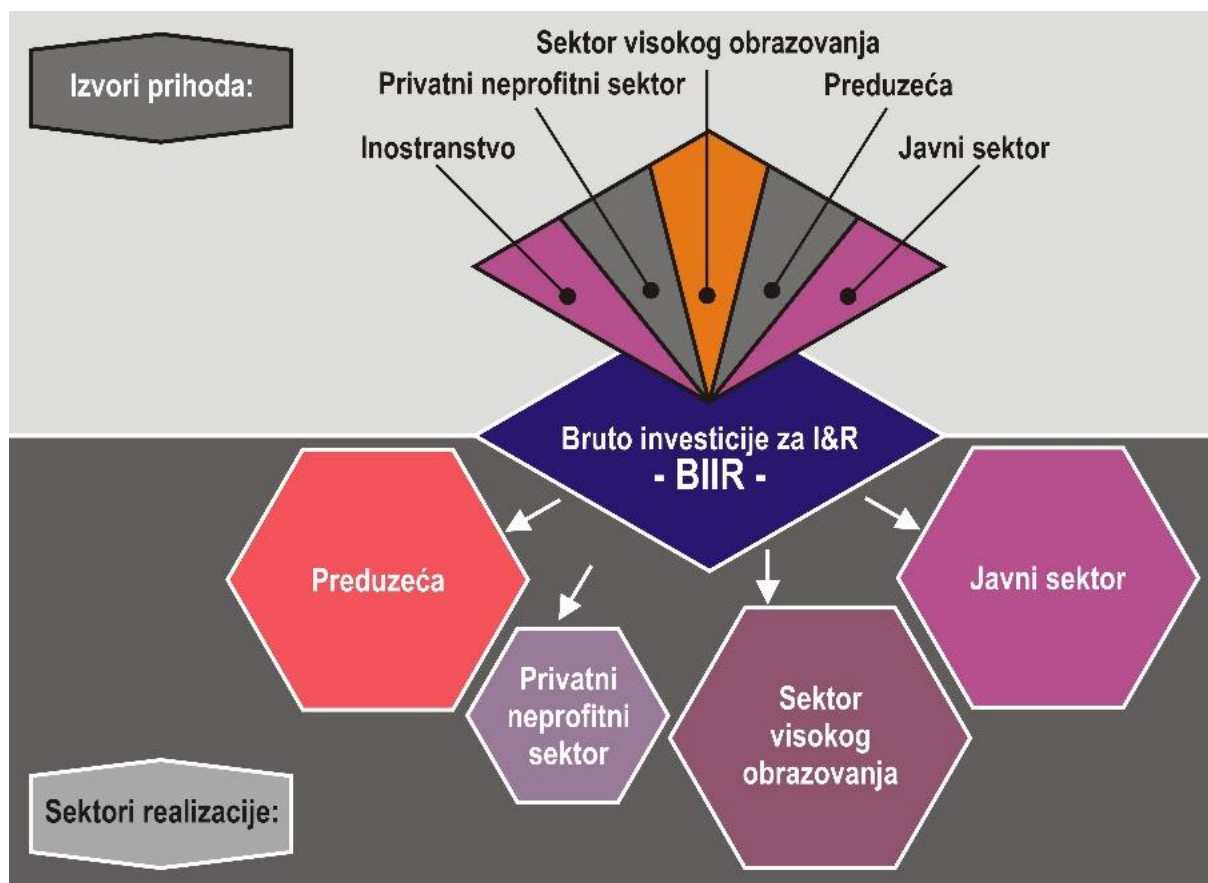
Istraživanje i razvoj ima neposredan zadatak da generiše tehnološke inovacije. Postoji direktna povezanost između istraživačko-razvojnog potencijala i ostvarenog inovacionog potencijala preduzeća i zemalja. Treba naglasiti da većina zemalja ne stvara većinu znanja, ali izdavanja za istraživanje i razvoj su usmerena i ka primeni tehnoloških znanja koja su u vlasništvu drugih subjekata u domaćim preduzećima, a ne nužno ka stvaranju nove tehnologije.

Jedan od elementarnih pokazatelja opredeljenosti zemlje za tehnološki napredak svakako su izdaci za istraživanje i razvoj (I&R). Glavni nedostatak indikatora vezanih za ulaganja u I&R jeste da se njihovim monetarnim iskazivanjem smanjuje mogućnost relevantnog poređenja

¹ Hiršmanov H-indeks meri broj citiranih objavljenih radova u ostalim radovima najmanje h puta i uveden je u GCI 4.0 kao jedan od indikatora (Schwab, 2017: 641)

među zemljama, jer postoji razlika u nivou cena između zemalja u datom trenutku, a i tokom vremena. Da bi se prevazišao ovaj nedostatak, preporučuje se da se ulaganja u I&R posmatraju kao udeo u bruto domaćem proizvodu (BDP). Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) predlaže da se zbog toga izdvajanja za I&R prate na nivou sektora i prema tome da liste indikatora koji ukazuju na naučni i tehnološki napredak zemlje, budu grupisane u sledeće celine (Slika 1):

- Bruto investicije (ukupna domaća ulaganja) u aktivnosti istraživanja i razvoja – BIIR, (gross domestic expenditure on research and development – GERD);
- Ulaganja privatnog sektora u I&R (Business Enterprise Expenditure on R&D - BERD);
- Ulaganja visokog obrazovanja u I&R (Higher Education Expenditure on R&D - HERD);
- Ulaganja države u I&R (Government Expenditure on R&D);
- Odlivi budžetskih sredstava vlade na I&R (Government Budget Appropriations or Outlays for R&D – GBAORD).



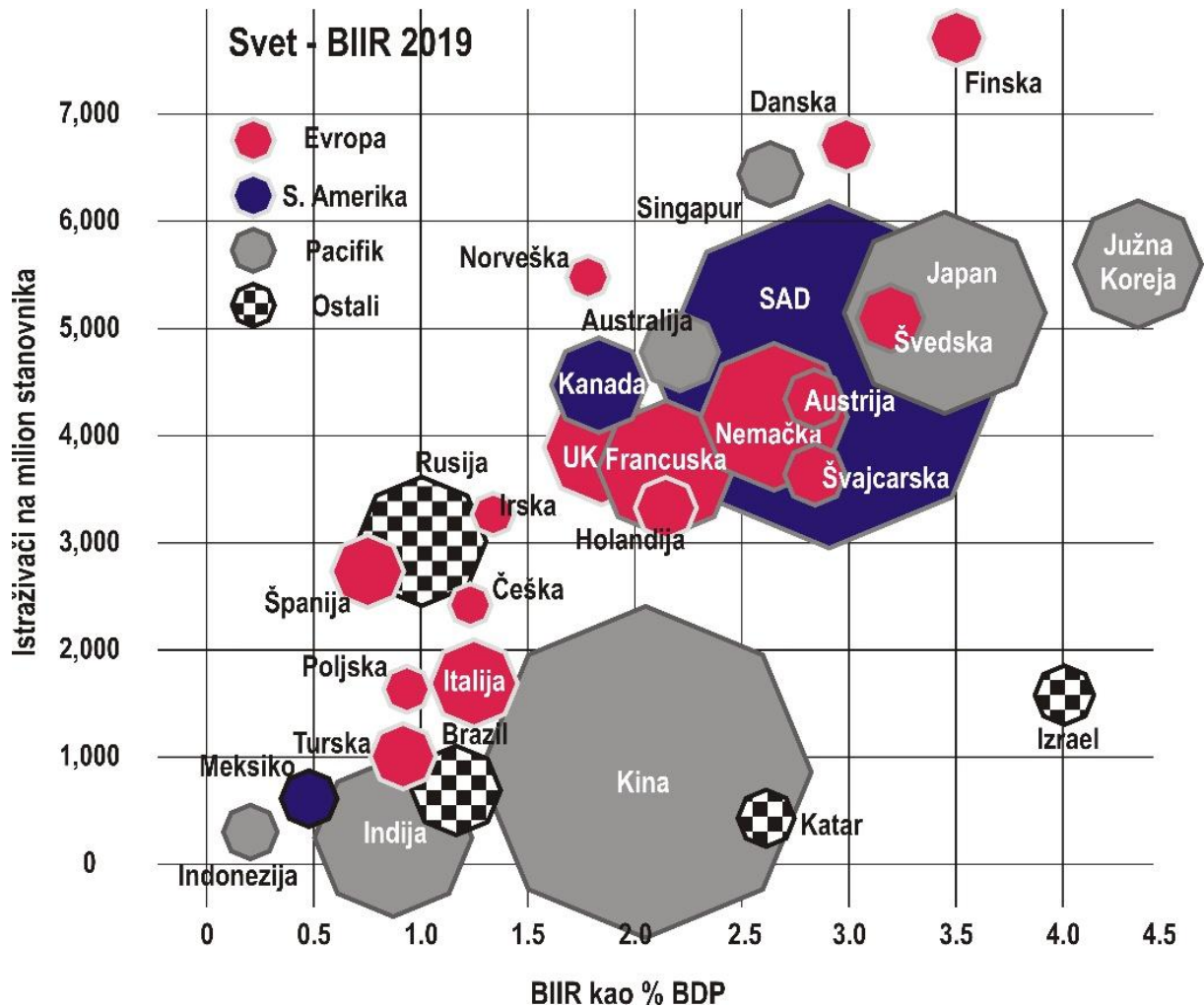
Slika 1 Struktura bruto domaćih izdataka za istraživanje i razvoj (BIIR)

Izvor: Autor, prema: EuroStat, n.d.; IDBEL, 2018, 12.

Liderske ekonomije i naučne organizacije ulažu ogromna novčana sredstva za finansiranje zahtevnih istraživačko-razvojnih aktivnosti (Cvetanović, Nedić, 2018: 45–55). Procenjuje se da su globalna ulaganja u I&R u današnjim uslovima oko 2.300 milijardi dolara. Što se tiče zemalja koje predstavljaju I&R lidere u svetu situacija se nije drastično menjala. U 2009. godini, prvih pet zemalja sa najvećim izdvajanjima za I&R bile su (prema apsolutnim vrednostima) Sjedinjene

Američke Države, Japan, Kina, Nemačka i Francuska. Nakon deset godina, 2019. to su Sjedinjene Američke Države, Kina, Japan, Nemačka i Indija. Njihova izdvajanja za I&R aktivnosti dostigle su iznos od 1.510 milijardi dolara u 2019. u odnosu na 786 milijardi u 2009. godini.

Na Slici 2 prikazane su pozicije svetskih lidera po kriterijumu učešća ukupnih sredstava namenjenih aktivnostima u I&R (BIIR) iskazana kao deo u bruto domaćem proizvodu (BIIR/BDP), kao i broju istraživača na milion stanovnika.



Slika 2 Izdaci za I&R (BIIR) kao procenat učešća u BDP-u i broj istraživača na milion stanovnika za globalne ekonomske lidere

Napomena: Veličina poligona na slici označava relativnu veličinu godišnjih ulaganja u I&R (BIIR) od strane naznačene zemlje (u odnosu na BIIR SAD-a kao referentni). Pripadnost zemalja regionu je označena u legendi.

Izvor: Autor, na osnovu Government and Industry Continue to Grow Global R&D. (n.d.).

Druga decenija dvadeset prvog veka je pri kraju i moguće je prepoznati zemlje koje će verovatno imati zapaženu poziciju u izgradnji ekonomije znanja i u godinama koje dolaze. To su zemlje sa efikasnom politikom istraživanja i tehnološkog razvoja. U tom smislu, pokazatelji BIIR/BDP i broj istraživača na milion stanovnika predstavljaju dobar prediktor inovativnog potencijala pojedinih zemalja. U odnosu na 2000. godinu, SAD i posebno Evropa i Japan relativno stagniraju, dok neke zemlje u razvoju, posebno u Aziji, beleže snažan napredak. Kina učestvuje sa više od 12% ukupnih svetskih izdataka namenjenih aktivnostima istraživanja i

razvoja, što govori o ovoj zemlji kao istraživačkom lideru u perspektivi. Ova zemlja ima stopu rasta ulaganja u I&R u ovom veku od oko 3%. Najmnogoljudnija zemlja na svetu po apsolutnim vrednostima ulaganja u oblast istraživanja i razvoja prati SAD, dok su dve najveće EU ekonomije na globalnom 4. i 7. mestu (Nemačka i Francuska). Kontinuirani rast ulaganja u I&R postala je norma uspešnim kompanijama i zemljama u globalnim relacijama. Dosadašnji relativno monocentrični globalni I&R diskurs sa dominacijom SAD polako slabi. Finska i Danska, na primer, imaju relativno skromni BDP (254, odnosno 297 milijardi dolara) u odnosu na BDP Saudijske Arabije (1.854 milijardi dolara). Međutim, njihovi apsolutno iskazani rashodi na I&R su uporedivi (cca 8,9 milijardi dolara) jer su Danska i Finska zemlje sa dugom tradicijom istraživanja. Odnos BIIR /BDP u Finskoj iznosi 3,5% i sedam puta je veća od BIIR /BDP u Saudijskoj Arabiji gde iznosi 0,5%. Kod tržišnih organizacija, tj. preduzeća, takođe možemo detektovati slične ekstremne razlike. Trenutno aktuelna leaderska I&R kompanija Amazon prema procenama uložiće 32,1 milijarde dolara u 2019. godini u I&R, što predstavlja 12,6% njenih godišnjih prihoda. Sledi je korporacija Google (Alphabet) sa ulaganjima u I&R od 21 milijarde dolara.

Kao što je moguće zapaziti sa Slike 2, posebno se po kriterijumu visine BIIR/BDP izdvaja Južna Koreja. U samo jednoj generaciji, Južna Koreja je prešla sa statusa ekonomije u razvoju na jednog od vodećih članica OECD. Zapravo, Južna Koreja se pridružila maloj grupi zemalja koje se takmiče za vođstvo u ekonomiji znanja. Što se tiče ukupnih izdataka za istraživanje i razvoj, Južna Koreja sa \$ 42 milijarde PPP zauzima peto mesto u svetu, nalazeći se iza SAD, Japana, Kine i Nemačke, a ispred Francuske. Mnogo manja zemlja i ekonomija od Francuske, Južna Koreja ima 223.000 istraživača u odnosu na 211.000, koliko ih je bilo u u Francuskoj. Južna Koreja je takođe među zemljama koje su najintenzivnije povećavale izdatke namenjene I&R.

Evropska unija: Zaostajanje za svetskim liderima u izdvajanjima za aktivnosti I&R

Aktivnosti Unije u oblasti I&R su definisane Glavom 19 Ugovora o funkcionisanju EU. Član 179. ovog Ugovora navodi da je cilj EU unapređenje konkurentnosti na osnovu primene savremenih naučnih i tehnoloških dostignuća (Eur lex, n.d.). EU pruža podršku realizaciji naučnih istraživanja i programa za tehnološki razvoj u preduzećima, univerzitetima, istraživačkim institutima i centrima, kao i njihovoj međusobnoj saradnji. Takođe, podržava saradnju s trećim zemljama i međunarodnim organizacijama u naučno-istraživačkom i tehnološko-razvojnem radu, kao i širenje i korišćenje rezultata istraživačkih i tehnoloških delatnosti Unije, uz snažnu podršku obrazovanju i mobilnosti istraživača u Uniji.

U Lisabonskoj strategiji, u delu koji se odnosi na razvoj nauke i tehnologije postavljen je cilj da udeo izdvajanja za I&R u BDP dostigne iznos od 3%. Radi povećanja efikasnosti i saradnje u istraživanju i razvoju inovacija, Evropska komisija je 2000. predložila stvaranje jedinstvenog Evropskog istraživačkog prostora. Navedeno je da treba promovisati: a) stvaranje evropskog tržišta istraživanja, odnosno slobodnog prostora za kretanje znanja, istraživača i tehnologija radi jačanja saradnje, podsticanja konkurentnosti i bolje alokacije raspoloživih resursa, b) prestrukturiranje evropskog pristupa istraživanju boljom koordinacijom istraživačkih aktivnosti i politika na nacionalnom nivou i c) razvoj zajedničke evropske politike istraživanja, koja se neće odnositi samo na finansiranje istraživačkih aktivnosti, već će uzimati u obzir i sve aspekte nacionalnih evropskih politika vezanih za istraživanja.

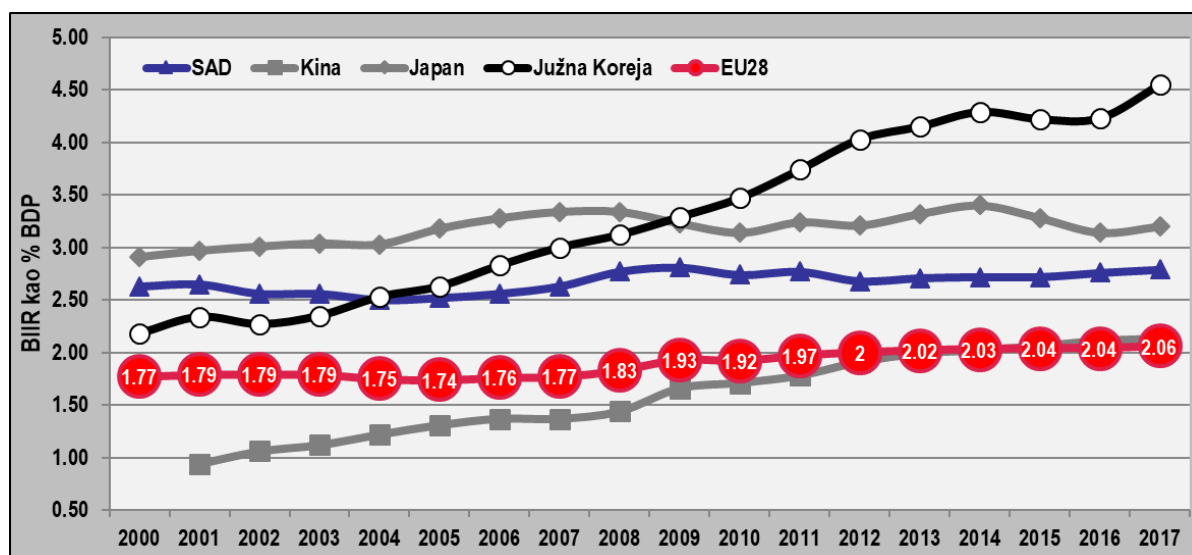
Savet EU 2010. godine je usvojio razvojnu strategiju EU – Evropa 2020, čiji je osnovni cilj izlazak zemalja EU iz, u to vreme, aktuelne ekonomske krize. Jedan od tri prioriteta ekonomskog razvoja EU odnosi se na razvoj privrede temeljene na znanju i inovacijama. Tri inicijative EU 2020 su pritom od posebne važnosti. Prva je inicijativa Unija inovacija u cilju

poboljšanja okvirnih uslova i pristupa istraživačkim fondovima i što efikasnijem transformisanju inovativnih ideja u proizvode i usluge koje će kreirati nove poslove i stimulisati rast (Innovation Union, 2018). Druga je Digitalna agenda za Evropu u cilju povećanja brzine protoka interneta i promovisanja koristi digitalnog jedinstvenog tržišta za domaćinstva i preduzeća (Lemstra, & Melody, 2014; Digital Agenda for Europe: Key publications, n.d.). Treća inicijativa nosi naziv Mladi u pokretu (Youth on the Move, n.d.; Youth Opportunities Initiative, 2018). Njen cilj je unapređenje efikasnosti obrazovnih sistema i jačanje atraktivnosti evropskog visokog obrazovanja na međunarodnom nivou (European Commission, 2010).

Inicijativa Unija inovacija polazi od neophodnosti jačanja svake karike u lancu inovacija, od početne ideje do komercijalizacije. Na nivou EU predviđene su aktivnosti koje se odnose na zaokruživanje Evropskog istraživačkog prostora, unapređenje okvirnih uslova poslovanja u cilju rasta inovativnosti zemalja EU, pokretanje Evropskog inovativnog partnerstva, jačanje ključnih instrumenata za dalju podršku inovacijama, promocija partnerstva zasnovanih na znanju.

Aktivnosti država članica su: reforma nacionalnih istraživačko-razvojnih i inovacionih sistema, obezbeđenje potrebnih stručnjaka u oblasti prirodnih i tehničkih nauka, kao i kreiranje školskih programa koncentrisanih na inovacije i preduzetništvo; davanje prioriteta ulaganju u znanje u cilju promocije većih privatnih investicija u aktivnosti istraživanja i razvoja. Proizlazi da je Evropska unija tokom poslednjih godina daleko eksplicitnije uvažavala izazove međunarodnog tehnološkog razvoja pokušavajući da na što efikasniji način parira istraživačkoj i razvojnoj ofanzivi ne samo SAD, Japana, Južne Koreje, već i mnogih drugih zemlja u usponu (Kina, Indija, pre svega (Cvetanović, Kostić & Milačić, 2016: 237).

Kretanje pokazatelja BIIR/BDP pokazuje da Evropa i dalje zaostaje za konkurentima (Slika 3). Po visini ovog pokazatelja, EU28 se nalazi na poslednjem mestu skupa sa Kinom, ali sa značajno nepovoljnijim trendom u odnosu na nju u posmatranom periodu.

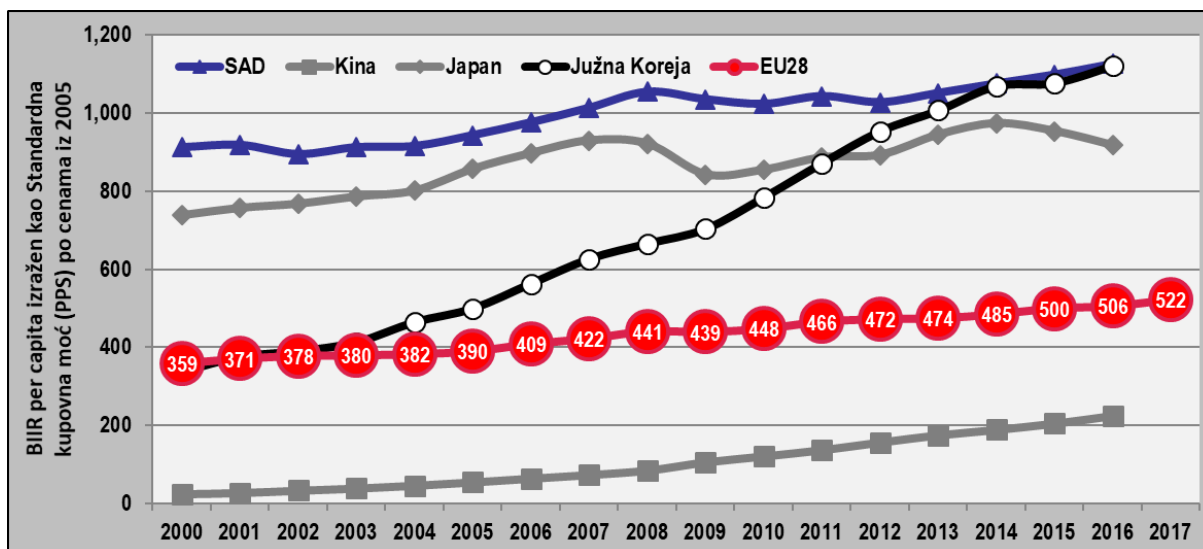


Slika 3 BIIR/BDP svetskih leaderskih ekonomija i EU28 u periodu 2000–2017.

Izvor: EuroStat, n.d.

Zaostajanje Evrope za ostalim svetskim liderima je još izraženije kada se trendovi prikažu u relativnim pokazateljima I&R ulaganja po stanovniku (per capita), gde je Evropa jedino iznad Kine, a sa više od 50% zaostatka u odnosu na SAD i Južnu Koreju (Slika 4).

Naročito je impresivan napredak Južne Koreje koja je u posmatranom periodu od 2000. do 2016. više od tri puta povećala ukupna ulaganja u I&R.



Slika 4 BIIR per capita EU28 i svetskih leaderskih u periodu 2000-2017. (u cenama iz 2005).

Izvor: EuroStat, n.d.

Izdvajanja za istraživanje i razvoj zemalja Balkana

Tabela 1 i prateći grafikon (Slika 5) prikazuju ukupna izdvajanja i broj istraživača na milion stanovnika zemalja Balkanskog poluostrva u 2017. godini.

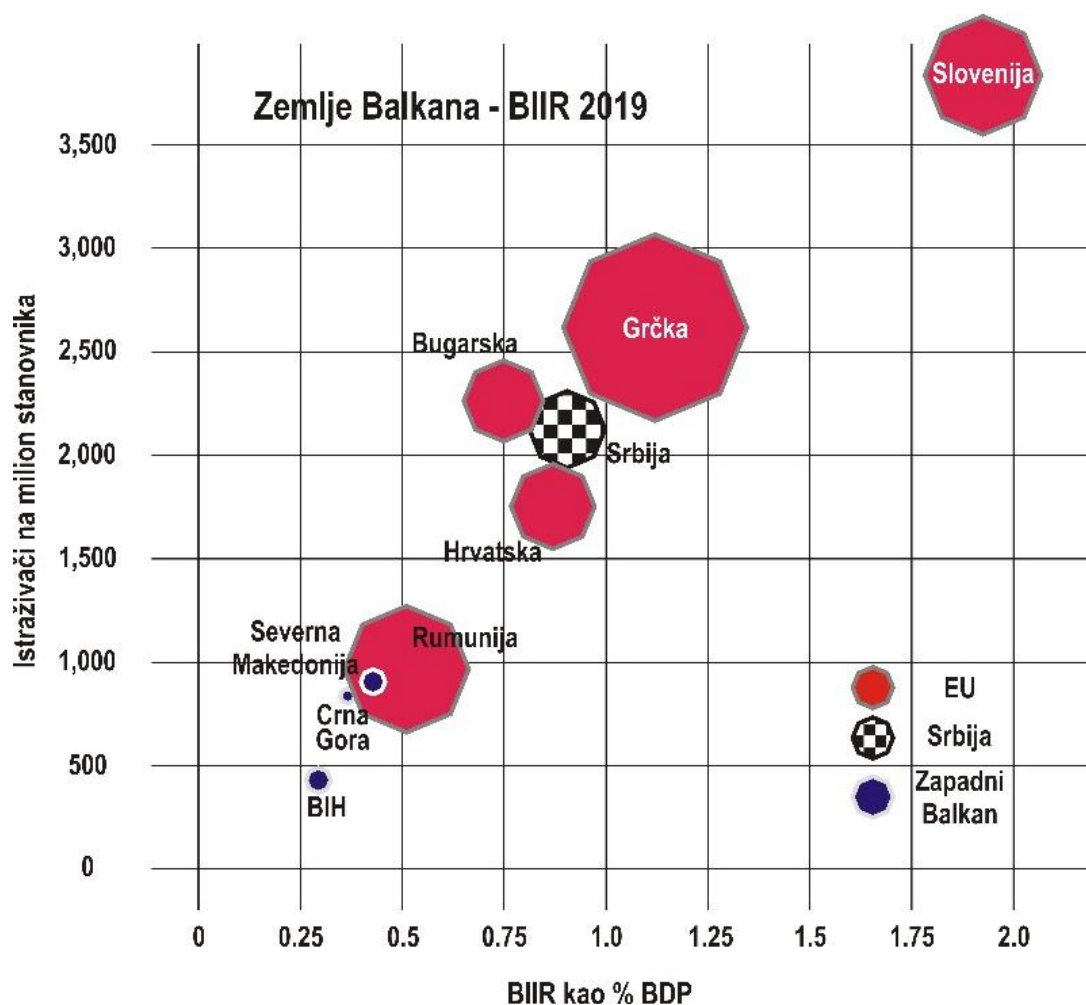
Tabela 1 BIIR i broj istraživača zemalja Balkanskog poluostrva u 2017.

Zemlja	BIIR kao % BDP	I&R istraživači (na milion stanovnika)	BIIR u milionima evra
Zemlje Balkanskog poluostrva članice EU			
Bugarska	0.75	2,244	389
Grčka	1.13	2,629	2,039
Hrvatska	0.86	1,793	424
Rumunija	0.5	912	945
Slovenija	1.86	3,899	801
Prosek/Suma	1.02	2295.4	4598
Zemlje Z. Balkana			
Bosna i Hercegovina	0.26	404	37
Crna Gora	0.32	833	13
Severna Makedonija	0.36	854	36
Srbija	0.87	2,133	342
Prosek/Suma	0.45	1,056	428

Napomena: Za Albaniju nema dostupnih podataka

Izvor: Autor, na osnovu podataka EuroStat, (n.d.); World Development Indicators, (n.d.)

Analizom podataka iz Tabele 1 može se zaključiti da uz poštovanje klauzule ceteris paribus punopravno članstvo u EU nosi sa sobom pozitivne pomake u oblasti udela BIIR-a u BDP-u, kao i broju istraživača na milion stanovnika. Pored Slovenije i Grčka se izdvaja po apsolutnim i relativnim iznosima namenjenim aktivnostima istraživanja i razvoja, s jedne, i brojem istraživača na milion stanovnika. Nešto lošiju poziciju imaju Bugarska (prema relativnim izdvajanjima za BIIR kao % BDP-a), kao i Hrvatska (prema broju istraživača na milion stanovnika).



Slika 5 I&R rashodi zemalja Balkanskog poluostrva

Napomena: Veličina poligona u ovom grafikonu odražava relativnu veličinu godišnjih ulaganja u I&R (BIIR) od strane naznačene zemlje (u odnosu na BIIR Srbije kao referentni). Pripadnost zemalja regionu je označena u legendi.

Izvor: Autor, na osnovu podataka EuroStat, (n.d.); World Development Indicators, (n.d.)

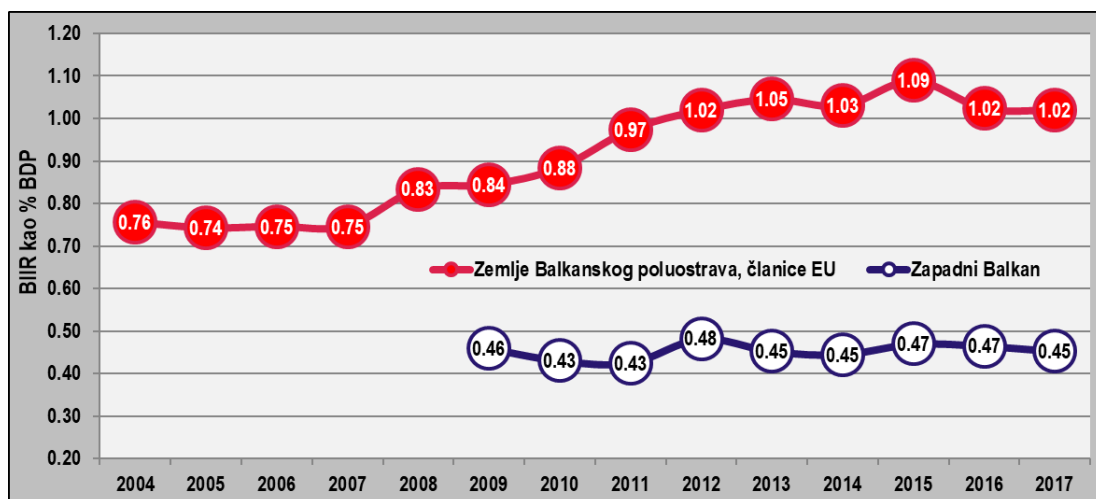
Uočljivo je da se jedino za Srbiju po svojim I&R parametrima može reći da pripada EU zajednici. U prilog ovome se može navesti i činjenica da je Srbija u martu 2019. postala 23. punopravna članica CERN-a (CERN, n.d.). Od EU članica najslabiju poziciju ima Rumunija i po I&R izdvajanjima kao % BDP-a, i po broju istraživača na milion stanovnika. Sem Srbije, sve ostale zemlje u regionu koje nisu u EU imaju znatno lošiju poziciju po ovim pokazateljima.

Za razliku od EU28 gde je u 2017. iznosio 2.08, u balkanskim zemljama članicama Evropske unije isti je iznosio 1,02. U zemljama Zapadnog Balkana učešće izdvajanja za istraživanje i razvoj u BDP-u bilo je značajno manje i iznosio je 0.62. U Republici Srbiji ono je iznosilo 0,87. Da bi se to stanje prevladalo, preko je potrebno refokusiranje izdvajanja prema istraživanju i inovacijama u malim i srednjim preduzećima. Podsticaje koji se pokazuju delotvornim u drugim zemljama EU treba primeniti i u Republici Srbiji čime će se osnažiti uloga privrede u istraživanju i razvoju kroz: poreske olakšice, carinske olakšice, specifična oslobađanja od plaćanja (PDV i oslobađanje poreza na deo uložen u nauku), specifične kreditne linije finansiranja razvoja novih proizvoda i usluga itd.

Tabela 2 BIIR/BDP zemalja EU i Balkanskog poluostrva u periodu 2004–2017.

Godina Zemlja	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
EU28	1.75	1.74	1.76	1.77	1.83	1.93	1.92	1.97	2	2.02	2.03	2.04	2.04	2.06
EU19(euro)	1.78	1.78	1.8	1.81	1.89	1.98	1.99	2.04	2.1	2.1	2.12	2.13	2.13	2.15
Zemlje Balkanskog poluostrva članice EU														
Bugarska	0.47	0.45	0.45	0.43	0.45	0.49	0.56	0.53	0.6	0.64	0.79	0.96	0.78	0.75
Grčka	0.53	0.58	0.56	0.58	0.66	0.63	0.6	0.67	0.7	0.81	0.83	0.96	0.99	1.13
Hrvatska	1.03	0.86	0.74	0.79	0.88	0.84	0.74	0.75	0.75	0.81	0.78	0.84	0.86	0.86
Rumunija	0.38	0.41	0.45	0.51	0.55	0.44	0.46	0.5	0.48	0.39	0.38	0.49	0.48	0.5
Slovenija	1.37	1.41	1.53	1.42	1.63	1.82	2.06	2.42	2.57	2.58	2.37	2.2	2.01	1.86
Prosek/Suma	0.76	0.74	0.75	0.75	0.83	0.84	0.88	0.97	1.02	1.05	1.03	1.09	1.02	1.02
Zemlje Zapadnog Balkana														
BiH									0.27	0.32	0.26			
Crna Gora								0.31		0.37	0.36	0.37	0.32	
S. Makedon.												0.44	0.44	0.36
Srbija						0.82	0.7	0.68	0.85	0.68	0.72	0.81	0.84	0.87
Prosek/Suma						0.82	0.70	0.50	0.56	0.46	0.45	0.54	0.53	0.62

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)



Slika 6 Kretanje BIIR/BDP zemalja Zapadnog Balkana i zemalja Balkanskog poluostrava, članica EU u periodu 2004–2017. (% GDP).

Napomena: Za zemlje Zapadnog Balkana podaci su nekompletni za posmatranu vremensku seriju

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

Kada izdvojimo zemlje Balkanskog poluostrva prema kriterijumu punopravnog članstva u EU i uporedimo agregirane prosečne vrednosti investicije u R&D (BIIR kao % BDP) aktivnosti uočavamo veoma značajan jaz (Slika 6).

Svih pet zemalja Zapadnog Balkana imaju opredeljenje da u dogledno vreme postanu punopravne članice EU. U tom smislu Crna Gora i Srbija pregovaraju. Severna Makedonija i Albanija očekuju poziv za otpočinjanje predpristupnih pregovora sledeće godine, dok je BiH potpisala Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju 2015. godine.

Gep postaje još izraženiji ako metriku dodatno relativizujemo prikazom bruto izdataka namenjenih aktivnostima istraživanja i razvoja po stanovniku u novčanim jedinicama iskazanih

paritetnom kupovne moći (Slika 7). Navedeno nije zanemarljivo i pored činjenice da nedovoljno razvijene zemlje, poput zemalja Zapadnog Balkana, imaju značajno odstupanje vrednosti BDP po tekućem kursu i po PPP vrednosti. PPP vrednost pokazuje koliko se dobara ili usluga može kupiti u jedinici određene valute. Prilagođeni model korigovan po tzv. paritetu kupovne moći (PPP vrednosti) daje daleko bolju sliku o dugoročnom odnosu valuta koji u suštini reprezentuje odnos relativnih cena.



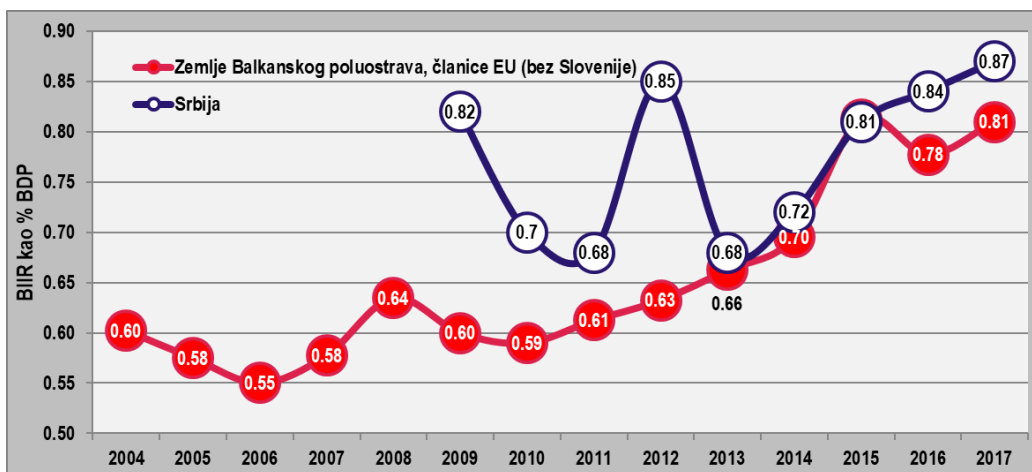
Slika 7 Kretanje BIIR po stanovniku zemalja Zapadnog Balkana i zemalja Balkanskog poluostrava, članice EU u periodu 2004-2017. (u kupovnoj moći).

Napomena: Kod zemalja Zapadnog Balkana, podaci su nekompletni za posmatranu vremensku seriju

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

U 2011. godini BIIR/BDP je iznosio 0,79% u odnosu na 0,91% u 2009. U 2012. BIIR je iznosio 0,96% bruto domaćeg proizvoda, najviše zahvaljujući realizaciji sredstava iz kredita EBRD.

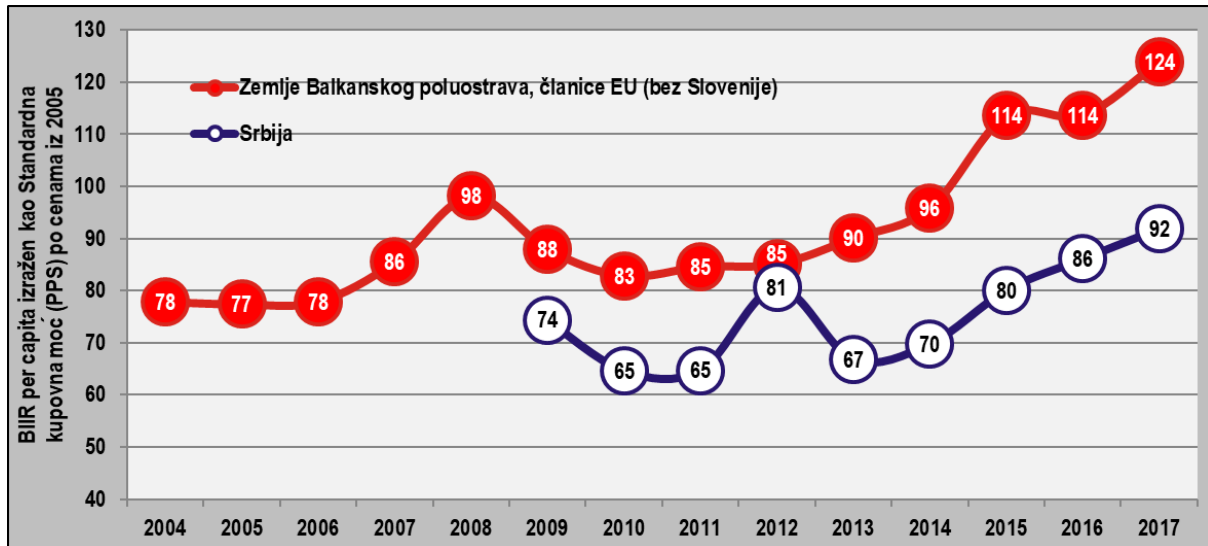
Na slici 8 prezentovani su trendovi u kretanju BIIR kao % BDP Srbije i zemalja Balkanskog poluostrava, članice EU (bez Slovenije kao nespornog lidera po ovom kriterijumu) u periodu 2004–2017. Može se zapaziti da i pored neospornih oscilacija Srbija uspeva da prednjači ili u najmanju ruku prati trend BIIR kao % BDP Balkanskog poluostrava, članice EU bez Slovenije.



Slika 8 BIIR/BDP Srbije i zemalja Balkanskog poluostrava, članice EU (bez Slovenije) u periodu 2004–2017. godine (% BDP).

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

Međutim, Slika 9 pokazuje da ovo relativno približavanje Srbije nije praćeno ukoliko BIIR iskažemo u novčanim jedinicama po paritetu kupovne moći po glavi stanovnika. Ovo više govori o niskom nivou opšteg ekonomskog razvoja srpske privrede, ali nažalost pokazuje da realni istraživački intenzitet još uvek značajno zaostaje sa prosekom zemalja Balkanskog poluostrava, članica EU (bez Slovenije).



Slika 9 Kretanje BIIR po stanovniku zemalja Balkanskog poluostrva, članica EU (bez Slovenije) i Srbije u periodu 2004-2017. (u kupovnoj moći domaće valute).

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

Ukupna izdvajanja za istraživanja i tehnološki razvoj Republike Srbije i komparacija sa zemljama iz okruženja

U Tabeli 3 dati su podaci o izdvajanjima za istraživanje i razvoj kao % BDP izabranih zemalja (Balkanske zemlje kao neposredno geografsko okruženje Srbije) kao i EU28 i EU19 (evro zona) regiona za period od 2004. do 2017. godine.

U 2017. godini BIIR/BDP u Srbiji je 0,87%, što je 2,4, odnosno 2,5 puta manje u odnosu na prosek EU 28 (2,06) odnosno EU19 (evro zona 2,15%). Od zemalja EU iz okruženja manji BIIR/BDP od Srbije u 2017. imala je Hrvatska (0,86%), Bugarska (0,75%) i Rumunija (0,5%). Što se tiče ostalih zemalja regiona koje nisu u EU, Srbija se ubedljivo nalazi na vrhu po visini BIIR/BDP. Najveći BIIR/BDP među selektovanim zemljama Evrope u 2017. godini je imala Slovenija (1,86%), što je ispod proseka EU28. Zanimljivo je da Slovenija posle snažnog rasta od 2013. beleži veliki trend pada BIIR/BDP (Tabela 1).

Posmatrano u apsolutnom iznosima, u Srbiji je u 2017. godini (kao poslednjoj u dostupnoj vremenskoj seriji), u aktivnosti istraživanja i razvoja uloženo 342 miliona evra, što je oko 10% više u odnosu na 2016. godinu. Sa 48,6 evra po stanovniku, Srbija 13 puta manje ulaže u I&R od proseka EU28 (620 evra po stanovniku), 8 puta manje od Slovenije, ali čak 15 puta manje od proseka evro zone (EU19 – 709 evra po stanovniku). Od zemalja EU iz okruženja Srbija je u 2017. u I&R neznatno više ulagala jedino od Rumunije (48,1 evra po stanovniku – mada poslednji dostupni podaci za Rumuniju pokazuju brži trend rasta od Srbije) (Tabela 3). Sa druge strane Srbija je neosporno na vodećoj poziciji u odnosu na preostale zemlje u okruženju koje nisu članice EU (Crna Gora, S. Makedonija, BiH, dok za Albaniju nema dostupnih podataka).

Tabela 3 BIIR u evrima po stanovniku zemalja EU i zemalja Balkana u periodu 2004-2017.

Godina Zemlja	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
EU28	395	409	436	461	480	473	491	517	536	542	562	594	599	620
EU19 (euro)	446	459	487	513	547	551	568	598	616	622	641	664	680	709
Zemlje Balkanskog poluostrava članice EU														
Bugarska	13	14	16	18	22	25	29	30	35	37	47	60	53	55
Grčka	93	105	111	122	145	134	122	125	121	133	136	157	163	189
Hrvatska	80	73	69	81	99	88	78	78	77	83	80	89	96	102
Rumunija	11	15	21	31	39	27	28	33	32	28	29	39	41	48
Slovenija	190	207	242	249	307	323	364	436	452	454	432	414	393	388
Prosek/Suma	77	83	92	100	122	119	124	140	143	147	145	152	149	156
Zemlje Zapadnog Balkana														
BiH									9					
Crna Gora								17		20	20	22	21	
S. Makedon.												20	20	17
Srbija						36	30	33	40	35	36	41	44	49
Prosek/Suma						36	30	25	25	28	28	27	28	33

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

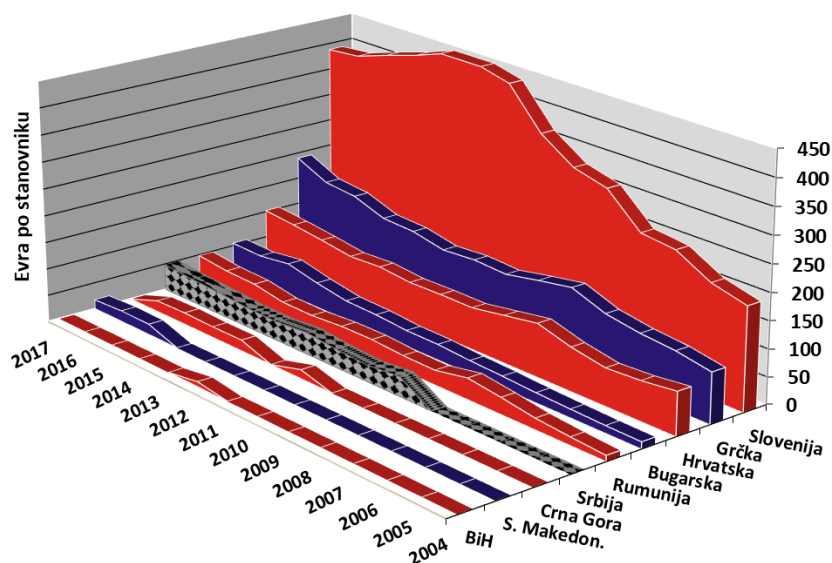
Kod grafičkog prikaza podataka (Slika 10), redosled BIIR/BDP iskazanog u evrima po stanovniku je sličan kao i kod relativnog prikaza BIIR-a kao % GDP-a. Međutim, ovde se mnogo uočljivije izvajaju, uslovno rečeno, četiri grupe zemalja Balkana i to:

BiH, Severna Makedonija i Crna Gora sa izrazito niskim izvajanjima za I&R kao BIIR po glavi stanovnika (ne prelaze 25 evra po stanovniku),

Srbija, Rumunija i Bugarska koje pokazuju trend rasta i čija izdvajanja su u 2017. približno 50 evra po stanovniku,

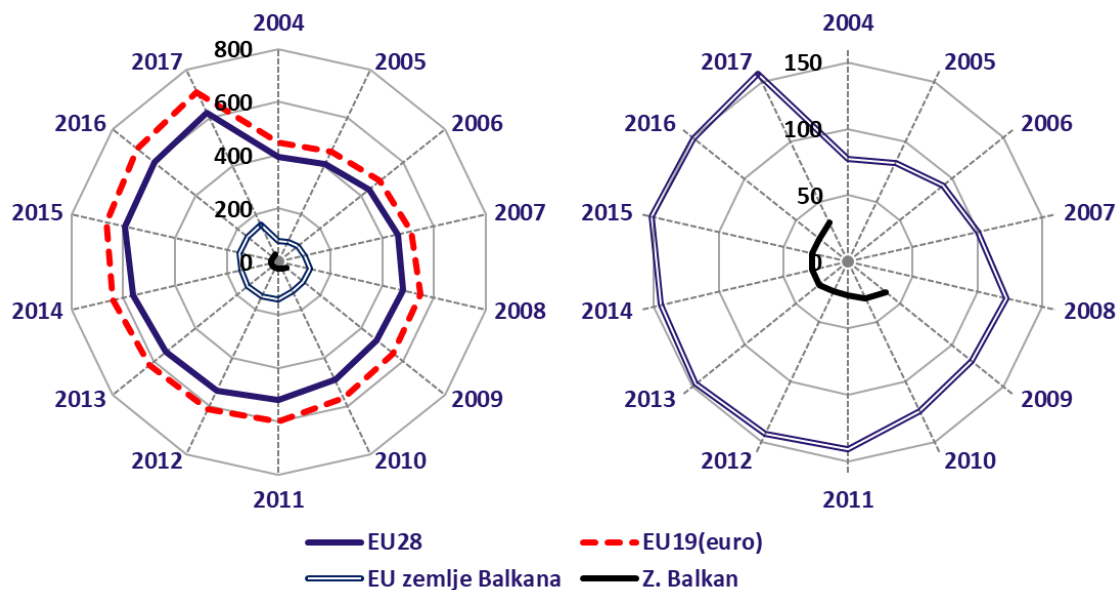
Grčka i Hrvatska koje takođe imaju trend rasta i nalaze se u opsegu od 100 do 200 evra po stanovniku i

Slovenija je do 2013. imala snažan trend rasta (454 evra po stanovniku), a posle toga ozbiljan pad BIIR ulaganja (388 evra po glavi stanovnika u 2017. godini).

**Slika 10** Trendovi BIIR u evrima po stanovniku zemalja Balkana u periodu 2004–2017.

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

Na Slici 11 su prikazane prosečne vrednosti I&R troškova po grupama posmatranih zemalja izraženih u evrima po stanovniku. Ovde se najočiglednije vidi jaz u ulaganjima u aktivnosti istraživanja i razvoja zemalja Zapadnog Balkana u odnosu na zemlje Balkanskog poluostrava, članica EU, koje takođe, sa druge strane deli veliki jaz prema proseku za EU28.



Slika 11 Komparacija trendova BIIR u evrima po stanovniku kao proseci posmatranih grupa zemalja u periodu 2004–2017. godine.

Izvor: Autor, na osnovu podataka Eurostat-a, Baza podataka. EuroStat, (n.d.)

Strategijom naučnog i tehnološkog razvoja Republike Srbije za period od 2016. do 2020. godine se predviđa da 2020. godine nauka bude utemeljena na sistemu koji podržava izvrsnost u nauci i relevantnost za ekonomski razvoj, konkurentnost privrede, kao i razvoj društva u celini. Predviđa se da sistem istraživanja i razvoja bude integrisan u evropski istraživački prostor koji se oslanja na partnerstva u zemlji i inostranstvu i doprinosi ekonomskom rastu, društvenom i kulturnom napretku, podizanju standarda građana i kvalitetu života. Suštinska novina ove strategije je ta što su u njenom središtu „istraživanja za inovacije” i to u funkciji ekonomskog i ukupnog društvenog razvoja zemlje.

Strategijom se preciziraju sledeći posebni ciljevi razvoja nauke u Srbiji:

- podržavanje izvrsnosti i relevantnosti naučnih istraživanja,
- jačanje povezanosti nauke, privrede i društva u cilju unapređenja inovativnosti u celini,
- uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja naukom i inovacijama,
- osiguranje izvrsnosti i dostupnosti ljudskih resursa za nauku i privredu,
- unapređenje saradnje u domenu nauke i inovacija na međunarodnom planu,
- rast ulaganja u istraživanje i razvoja putem javnog finansiranja i podsticanja ulaganja sektora privrede u istraživanje i razvoj.

Na Slici 12 data je SWOT analiza politike istraživanja i razvoja naučne politike Republike Srbije.

Tabela 4 SWOT analiza naučne politike Republike Srbije

Snage	Slabosti
<p>Sačuvan i stručan naučno-istraživački kadar na brojnim univerzitetima, Sposobnost brzog savladavanja novog znanja, Stav da preduzeća predstavljaju ne samo izvor tražnje za znanjem koje je moguće komercijalizovati u inovacijama, već i izvor ponude.</p> <p>Mogućnosti Uspostavljanje saradnje ekonomskih subjekata i univerziteta, Priključivanje istraživačkim projektima na međunarodnom planu, Podsticaji za nove ideje, Promocija svesti o potrebi znanja i inovacija.</p>	<p>Neadekvatno razvijena informatička pismenost i infrastruktura, Zastareli sistemi za zaštitu intelektualne svojine, Nepostojanje svesti o značaju komercijalizacije znanja u inovacije.</p> <p>Pretnje Zastarelost opreme za istraživanje i razvoj, Pad interesovanja za istraživanje i razvoj, Neadekvatno i nestimulativno okruženje za komercijalizaciju znanja u inovacije.</p>

Izvor: Autor, prema: Nikolić, 2014.

Zaključak

Na osnovu prikazanih podataka i komparativnih analiza može se zaključiti da na globalnom nivou ekonomije koje predstavljaju I&R lidere i dalje drže ključne pozicije, ali da EU među njima ima najslabiju poziciju i vremenski gledano nedovoljan trend rasta. Sa druge strane, Kina kao neosporni ekonomski lider na globalnom nivou, pokazuje veoma agresivan rast u oblasti I&R ulaganja kao i trend, koji će ako se nastavi već u narednoj deceniji, Kinu uvesti u grupi I&R lidera sveta.

Što se tiče zemalja Zapadnog Balkana, evidentno je njihovo veoma alarmantno zaostajanje u pogledu ulaganja u I&R kako za EU28 i EU19, tako i za ostalim balkanskim državama koje su punopravne članice EU. Čak i kada isključimo Sloveniju kao neospornog I&R lidera zemalja Balkana (koja statistički gledano po svim posmatranim pokazateljima ne pripada populaciji ostalih balkanskih zemalja) jaz između apsolutnog i relativnog ulaganja u aktivnosti istraživanja i razvoja ovih zemalja i pet zemalja Zapadnog Balkana je veoma veliki.

S obzirom na to da je razvoj ekonomija baziranih na znanju kao imperativu daljeg održivog razvoja prioritet, za ceo Balkanski prostor (kao skup relativno malih ekonomija) je važna ubrzana saradnja u smislu zajedničkog razvoja inovativnih i naučnih potencijala, kroz usklađivanje i fino podešavanje I&R politika na nacionalnom, ali i regionalnom nivou. Navedeno bi dovelo do njihove brže integracije u istraživačke i razvojne trendove koje trasiraju najrazvijenije EU članice, kao i drugi svetski lideri u oblasti I&R.

Reference

1. CERN. (n.d.). Serbian flag raised at CERN. Retrieved April 26, 2019, from <https://home.cern/news/news/cern/serbian-flag-raised-cern>. CERN
2. Cvetanović, S., Ilić, V., Despotović, D., & Nedić, V. (2015). Knowledge economy readiness, innovativeness and competitiveness of the Western Balkan countries. *Industrija*, 43(3), 27-53.
3. Cvetanović, S., Kostić, V. Milačić, Lj. (2016). Evropska unija: razvoj, konstitucionalni dizajn i zajedničke ekonomske politike, Ekonomski fakultet u Prištini.

4. Cvetanović, S., Nedić, V. (2018). Inovacija kao razvojni resurs. Ekonomski fakultet, Univerzitet u Nišu. Niš.
5. Digital Agenda for Europe: Key publications. (n.d.). Retrieved January 16, 2019, from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-agenda-europe-key-publications>. European Commission
6. Eur lex. (n.d.). Lex Access to European Union law. Retrieved June 30, 2019, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12007L/TXT>. European Union
7. European Commission (EC). (2010). Europe 2020: a strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Working paper {COM (2010) 2020}.
8. EuroStat. (n.d.). European Innovation Scoreboard 2018. Retrieved April 19, 2019, from <https://interactivetool.eu/>. Your key to European statistic
9. Government and Industry Continue to Grow Global R&D. (n.d.). Retrieved April 17, 2019, from https://digital.Government and Industry Continue to Grow Global R&D.com/researchanddevelopment/2019_global_r_d_funding_forecast?pg=4#pg4. R&D Magazine 2019
10. IDBEI - Ireland Department of Business, Enterprise and Innovation. (2018). The Research and Development Budget (I&R) 2017-2018. Retrieved 09.16, 2019, from <https://dbei.gov.ie/en/Publications/Publication-files/The-R-D-Budget-2017-2018.pdf>. Government of Ireland.
11. Innovation Union. (2018, August 14). Retrieved July 2, 2019, from https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/goals-research-and-innovation-policy/innovation-union_en European Commission.
12. Lemstra, W., & Melody, W. H. (Eds.). (2014). The dynamics of broadband markets in Europe: Realizing the 2020 digital agenda. Cambridge University Press.
13. Nikolić, M. (2014). Inovativnost malih i srednjih preduzeća kako faktor privrednog razvoja Srbije, Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
14. OECD (2005). OECD Regions at a Glance. Paris: OECD publishing
15. OECD (Organization for Economic Cooperation and Development). (2015). Frascati Manual 2015: Guidelines for collecting and reporting data on research and experimental development. Paris: OECD Publishing.
16. R. Srbija. (2016a). Službeni glasnik Republike Srbije 25/2016.
17. R. Srbija. (2016b). Strategija naučnog i tehnološkog razvoja Republike Srbije za period od 2016. do 2020. godine–Istraživanje za inovacije ('Strategy of Scientific and Technological Development of Republic of Serbia for the Period from 2016 to 2020').
18. Riemschneider, B. (2019). Global R&D funding forecast. R&D Magazine.
19. Štiglic, Dž. (2013). Ekonomija javnog sektora, 3. izdanje, Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.
20. Švarc, J. (2009). Hrvatska u društvu znanja, Zagreb, Školska knjiga.
21. Schwab, K. (2017). The Global Competitiveness Report 2018. World Economic Forum.
22. World Development Indicators. (n.d.). Retrieved April 19, 2019, from <https://databank.worldbank.org/data/source/world-development-indicators>. World Bank Databank.
23. Youth on the Move. (n.d.). Retrieved January 16, 2019, from <http://ec.europa.eu/youthonthemove/>. European Commission
24. Youth Opportunities Initiative. (2018, October 18). Retrieved January 16, 2019, from <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/youth-opportunities-initiative>

TRGOVINSKI ASPEKTI EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE

Gordana Milovanović* i Nenad Stanišić**

Republika Srbija se nalazi na putu evropskih ekonomskih integracija: potpisnica je Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju sa Evropskom unijom (EU) i članica CEFTA sporazuma. Evropska unija je najznačajniji trgovinski partner Srbije, kako na strani izvoza, tako i na strani uvoza, dok sa zemljama CEFTA sporazuma Srbija ima suficit u trgovinskoj razmeni. Predmet ovog rada je empirijska analiza tendencija u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije sa inostranstvom u XXI veku, sa ciljem utvrđivanja osnovnih karakteristika razmene u uslovima evropskih ekonomskih integracija. U radu se analiziraju obim izvoza i uvoza, geografska usmerenost, spoljnotrgovinski bilans i pokrivenost uvoza izvozom. Rezultati ukazuju na rast obima trgovine, posebno sa zemljama EU, kao i trend smanjenja deficita u razmeni uz rast pokrivenosti uvoza izvozom.

Ključne reči: spoljna trgovina, evropske integracije, spoljnotrgovinske performanse

Uvod

Članstvo u Evropskoj uniji je prvi strateški prioritet Republike Srbije. Evropska unija je najvažniji trgovinski i investicioni partner Republike Srbije i time jedan od najznačajnijih faktora ekonomske stabilnosti zemlje. Potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju sa Evropskom unijom, uspostavljen je kvalitativno novi nivo u odnosima Srbije i Evropske unije.

Ovim Sporazumom se regulišu skoro svi aspekti međusobnih odnosa EU i Srbije, a iznad svega međusobni ekonomski odnosi. Ekonomska politika Srbije strateški je orijentisana na ubrzanje procesa evropskih integracija. Radi bržeg sticanja statusa punopravnog člana EU, Srbija sprovodi ekonomske reforme i ispunjava političke i ekonomske kriterijume, kao i obaveze koje proističu iz Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju.

Pregovori između Evropske unije i Srbije počeli su u novembru 2005. godine. Srbija je Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju potpisala 28. aprila 2008. godine, ali EU je donela odluku da ne primenjuje Prelazni sporazum o trgovini i trgovinskim pitanjima (Prelazni sporazum), potpisan uz SSP. Ovu odluku EU je preinačila krajem 2009. godine, dok je Srbija sa jednostranom primenom odredaba Prelaznog sporazuma započela skoro godinu dana ranije. Da bi SSP stupio na snagu, nakon jednoglasne odluke Saveta, bilo je potrebno da ga ratifikuju, pored Evropskog parlamenta, i sve države članice. Jedino Litvanija odmah nije ratifikovala ovaj Sporazum.

Bilo je jasno da postupak ratifikacije može biti dugotrajan, pa da bi se što je moguće brže sprovele odredbe o trgovini i trgovinskim pitanjima iz SSP, sa primenom je počeo Prelazni sporazum. On obuhvata oblasti SSP koje su u isključivoj nadležnosti Unije (odredbe koje se odnose na slobodan protok robe i pravila konkurencije), pa je dovoljno da bude odobren od strane Saveta i Parlamenta, na strani EU. Sadržina Prelaznog sporazuma (trgovinski deo) je u potpunosti preuzeta iz SSP, a nakon stupanja na snagu, SSP će zameniti Prelazni sporazum. Ovi sporazumi su u celosti usklađeni sa odgovarajućim odredbama Svetske trgovinske organizacije.

* Vanredni profesor, e-mail: gordanam@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: nstanisic@kg.ac.rs

Prelazni sporazum stupio je na snagu 1. februara 2010. godine. On podrazumeva prava i obaveze za obe ugovorne strane – EU i Srbiju. Preciznije njihovi trgovinski odnosi odvijaju se u skladu sa režimom razmene koji ovaj Sporazum kreira. Predviđeno je da se kroz isticanje roka od najviše šest godina postepeno ostvari zona slobodne trgovine između Srbije i EU.

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju između Evropske unije i Republike Srbije stupio je na snagu 1. septembra 2013. godine. SSP utvrđuje pravila za sveobuhvatno partnerstvo između Srbije i EU sa ciljem da podržava napredak Srbije ka pristupanju EU. Odluka Evropskog saveta da zaključi sporazum usvojena je 22. jula 2013. godine, što je otvorilo put za njegovo stupanje na snagu 1. septembra 2013.¹

Obim i geografska usmerenost izvoza Republike Srbije

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, ukupan izvoz Republike Srbije u 2017. godini vredeo je oko 17 milijardi dolara.

U periodu od 2000. do 2017. godine vrednost izvoza Republike Srbije povećala se sa 1.558 miliona dolara na 16.997 miliona dolara (tabela 1). Posmatrano po partnerima, u istom periodu, izvoz u EU se povećao sa 802 na 11.217 miliona dolara, izvoz u zemlje CEFTA sporazuma sa 502 na 2.982 miliona dolara, dok je izvoz u ostale zemlje povećan sa 253 na 2.798 miliona dolara.

Vrednost ukupnog izvoza se u periodu od 2000 do 2017, dakle, uvećala 11 puta u nominalnom izrazu, izvoz u EU je uvećan 14 puta, a u CEFTA 6 puta.

Tabela 1 Izvoz Srbije po partnerima u periodu 2000-2017, (milioni \$)

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	Ukupno
2000.	802	502	253	1.558
2001.	947	508	266	1.721
2002.	1.149	665	261	2.075
2003.	1.352	977	426	2.755
2004.	1.815	1.233	476	3.524
2005.	2.411	1.448	624	4.482
2006.	3.361	2.288	779	6.428
2007.	4.935	2.846	1.044	8.825
2008.	5.954	3.637	1.383	10.973
2009.	4.478	2.634	1.233	8.345
2010.	5.615	2.813	1.366	9.794
2011.	6.791	3.211	1.777	11.779
2012.	6.499	2.867	1.861	11.226
2013.	9.165	2.761	2.684	14.610
2014.	9.594	2.824	2.428	14.845
2015.	8.790	2.486	2.486	13.761
2016.	9.832	2.379	2.379	14.589
2017.	11.217	2.982	2.798	16.997

Izvor: Republički zavod za statistiku

Najznačajniji trgovinski partner Srbije jeste Evropska unija, čije je učešće u izvozu Srbije u posmatranom periodu povećano sa 52 na 66% (tabela 2). Posle Evropske unije, Srbija najveći deo svog izvoza realizuje na području Zapadnog Balkana, odnosno CEFTA regionu. Uprkos višestrukom povećanju vrednosti izvoza Srbije u CEFTA u periodu između 2000. i 2017. godine,

¹ Делегација Европске уније у Републици Србији, *Споразум о стабилизацији и придруживању*, <https://europa.rs/srbija-i-evropska-unija/kljucni-dokumenti/sporazum-o-stabilizaciji-i-pridruzivanju/> (20.03.2018.)

CEFTA region je smanjio svoje učešće u ukupnom srpskom izvozu, sa 32 na 18%. Učešće ostalih zemalja je prilično konstantno, na nivou od 16% ukupnog srpskog izvoza.

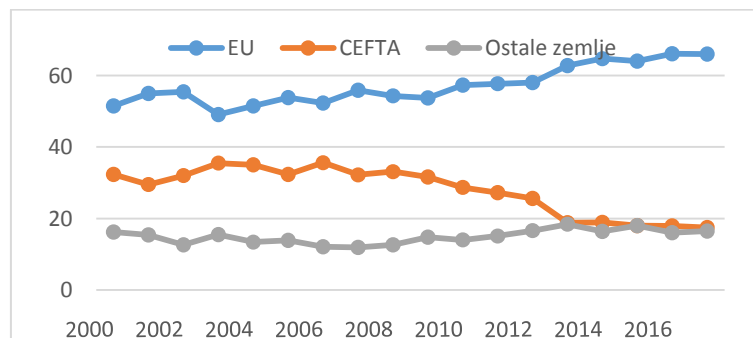
Tabela 2 Učešće partnera u izvozu Srbije u periodu 2000-2017.

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	Ukupno
2000.	52	32	16	100
2001.	55	30	15	100
2002.	55	32	13	100
2003.	49	35	15	100
2004.	52	35	13	100
2005.	54	32	14	100
2006.	52	36	12	100
2007.	56	32	12	100
2008.	54	33	13	100
2009.	54	32	15	100
2010.	57	29	14	100
2011.	58	27	15	100
2012.	58	26	17	100
2013.	63	19	18	100
2014.	65	19	16	100
2015.	64	18	18	100
2016.	67	16	16	100
2017.	66	18	16	100

Izvor: Republički zavod za statistiku

U periodu od 2000. do 2008. godine, ukupna vrednost izvoza Srbije povećavala se iz godine u godinu, tako da se u posmatranom periodu povećala za nešto više od sedam puta. Nakon dugogodišnjeg stabilnog rasta, ukupna vrednost izvoza se po prvi put smanjila 2009. godine i to za 23% - sa 10.972 miliona dolara ostvarenih 2008. godine na 8.345 miliona dolara 2009. godine. Do ponovnog rasta dolazi 2010. godine, kada ukupna vrednost izvoza raste za 17%, na 9.794 miliona dolara, što je i dalje na nižem nivou od vrednosti iz 2009. godine. Rast se nastavlja i 2011. godine i to za 20%, dok 2012. dolazi do pada vrednosti ukupnog izvoza za 4%. U 2013. godini beleži rast izvoza od 30%, rast se nastavlja 2014. godine, ali za svega 1,6% u odnosu na prethodnu godinu. Naredne godine dolazi do smanjenja vrednosti ukupnog izvoza za 7,3%, dok se 2016. godine ostvaruje povećanje od 6%, a 2017. godine rast od 16,5% u odnosu na prethodnu godinu.

Na Slici 1 prikazano je učešće EU i CEFTA u ukupnom izvozu Republike Srbije od 2000. do 2017. godine.



Slika 1 Učešće Evropske unije, CEFTA i ostalih zemalja u izvozu Srbije u periodu 2000-2017.

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

Na osnovu grafičkog prikaza (Slika 1), moguće je izvesti nekoliko zaključaka:

- Tokom svih posmatranih godina, Evropska unija ne samo da je zadržala poziciju glavnog trgovinskog partnera Srbije, već je i vremenom ojačala. U poređenju sa 2000. godinom, kada je Evropska unija učestvovala u izvozu Srbije sa 802 miliona dolara, odnosno 52% ukupnog izvoza, tokom 2017. godine, u Evropsku uniju je izvezeno 66% od ukupnog izvoza Srbije (11.217 miliona dolara).
- Drugi najvažniji izvozni partner Srbije su zemlje CEFTA. U periodu od 2000. do 2008. godine, učestvovala su u izvozu Srbije uz relativno niske fluktuacije, u opsegu od 30 do 36% od ukupnog izvoza. U periodu od 2009. godine do 2017. godine, dok je pozicija Evropske unije u izvozu Srbije jačala, istovremeno je dolazilo do smanjenja učešća CEFTA zemalja. Dok su 2000. godine CEFTA zemlje učestvovala u izvozu Srbije sa 32 % (502 miliona dolara), 2017. godine učešće je gotovo dvostruko manje i iznosi 18% (2.982 miliona dolara) od ukupnog izvoza Srbije.

Kada su u pitanju ostale zemlje, njihovo je učešće u izvozu Srbije tokom posmatranih osamnaest godina bilo relativno stabilno, sa neznatnim fluktuacijama

Obim i geografsko poreklo uvoza Republike Srbije

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, ukupna uvoz Republike Srbije u 2017. godini iznosio je oko 22 milijarde dolara (Tabela 3).

Tabela 3 Uvoz Srbije po partnerima u periodu 2000-2017, (milioni \$)

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	UKUPNO
2000.	1.589	764	977	3.330
2001.	2.135	647	1.479	4.261
2002.	3.110	588	1.916	5.614
2003.	4.102	698	2.673	7.473
2004.	5.836	1.029	3.889	10.753
2005.	5.242	1.207	4.012	10.461
2006.	6.293	1.951	4.929	13.172
2007.	10.220	1.514	6.819	18.554
2008.	12.189	1.819	8.868	22.875
2009.	8.568	1.262	5.752	15.582
2010.	9.183	1.443	5.845	16.470
2011.	11.026	1.699	7.137	19.862
2012.	11.001	1.504	6.418	18.923
2013.	12.727	999	6.824	20.550
2014.	12.742	924	6.529	20.196
2015.	11.176	746	5.953	17.875
2016.	11.956	759	6.185	18.899
2017.	13.674	931	7.316	21.921

Izvor: Republički Zavod za Statistiku

U posmatranom periodu (2000-2017), ukupna vrednost uvoza je povećana sa 3.330 na 21.921 milion dolara. U istom periodu, uvoz iz EU se povećao sa 1.589 na 13.674 miliona dolara, iz zemalja članica CEFTA sa 764 na 931 milion dolara, a iz ostatka sveta sa 977 na 7.316 miliona dolara.

U nominalnom iznosu, vrednost uvoza Srbije je u posmatranom periodu povećana 7 puta. Uvoz iz EU zemalja je povećan 9 puta, a uvoz iz CEFTA svega 1,2 puta. Uvoz iz ostatka sveta je povećan 7 puta u nominalnom iznosu.

Zemlje iz kojih Srbija najviše uvozi u proteklih osamnaest godina jesu zemlje Evropske unije. Evropska unija je u posmatranom periodu od 2000. do 2017. godine uspela ne samo da održi, već i ojača ulogu najbitnijeg uvoznog partnera Srbije. Prosečno učešće Evropske unije u uvozu Srbije tokom posmatranog perioda iznosilo je 55%. Najniže procentualno učešće ostvareno je 2000. godine kada je iznosilo 47,7% od ukupnog uvoza Srbije, dok je najveće učešće ostvareno 2016. godine kada je iznosilo 63,3%. Zemlje Evropske unije iz kojih Srbija najviše uvozi jesu Italija, Nemačka, Rumunija, Hrvatska i Slovenija.

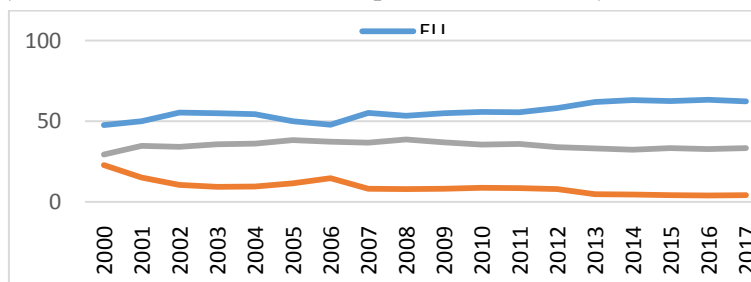
Tabela 4 Učešće partnera u uvozu Srbije u periodu 2000-2017.

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	UKUPNO
2000.	48	23	29	100
2001.	50	15	35	100
2002.	55	10	34	100
2003.	55	9	36	100
2004.	54	10	36	100
2005.	50	12	38	100
2006.	48	15	37	100
2007.	55	8	37	100
2008.	53	8	39	100
2009.	55	8	37	100
2010.	56	9	35	100
2011.	56	9	36	100
2012.	58	8	34	100
2013.	62	5	33	100
2014.	63	5	32	100
2015.	63	4	33	100
2016.	63	4	33	100
2017.	62	4	33	100

Izvor: Republički Zavod za Statistiku

Uvoz Srbije iz CEFTA zemalja tokom posmatranog perioda od osamnaest godina značajno se smanjivao u relativnom udelu. Najveće učešće CEFTA zemalja u uvozu Srbije ostvareno je na početku posmatranog perioda, odnosno 2000. godine, kada je iznosilo 22,9% od ukupnog uvoza. Već naredne godine učešće se smanjilo za 7,7% i iznosilo je 15,2%, zatim 10,5% tokom 2002. godine i 9,3% tokom 2003. Tokom 2004, 2005. i 2006. godine ostvaren je blagi rast učešća, dok se od 2007. pa sve do kraja posmatranog perioda trend pada nastavio. Učešće CEFTA zemalja u uvozu Srbije 2017. godine iznosilo je 4,2%, što je ujedno i najniža ostvarena vrednost do sada. Od svih CEFTA zemalja, Srbija najveći deo proizvoda uvozi iz Bosne i Hercegovine i Makedonije.

Slika 2 prikazuje učešće EU i CEFTA u ukupnom uvozu Srbije od 2000. do 2017. godine.



Slika 2 Učešće Evropske unije, CEFTA i ostalih zemalja u uvozu Srbije u periodu 2000-2017.

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

Kada je u pitanju uvoz, očigledno je da su ostale zemlje značajniji partneri za Srbiju od CEFTA zemalja. Ostale zemlje su tokom posmatranog perioda ostvarile prilično stabilnu poziciju uvoznog partnera Srbije, sa prosečnim učešćem u uvozu od 35 %. U kategoriji ostalih zemalja, Rusija i Kina se ističu kao dve zemlje iz kojih Srbija najviše uvozi.

Spoljnotrgovinski saldo i pokrivenost uvoza izvozom

Komparacijom prethodno iznetih podataka o izvozu i uvozu Republike Srbije, moguće je sagledati visinu i dinamiku trgovinskog salda i pokrivenosti uvoza izvozom u posmatranom period, od 2000. do 2017. godine.

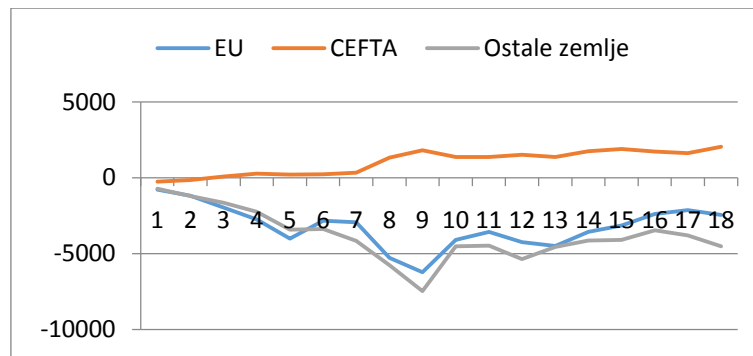
U celokupnom posmatranom period Srbija ostvaruje deficit spoljnotrgovinske razmene. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, u 2017. godini, deficit je iznosio skoro 5 milijardi dolara (tabela 5). Posmatrano po partnerima, Srbija beleži konstantan deficit u trgovinskoj razmeni sa EU i sa ostatkom sveta, dok je suficit prisutan u razmeni sa CEFTA zemljama (izuzev u svega dve godine, 2000. i 2001). Tako je u 2017. godini deficit u razmeni sa EU iznosio 2.457 miliona dolara, a suficit sa CEFTA 2.052 miliona dolara. Deficit u trgovini sa ostatkom sveta je bio 4.519 miliona dolara.

Tabela 5 Deficit u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije, po partnerima (miliona \$)

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	UKUPNO
2000.	-787	-261	-724	-1772
2001.	-1189	-139	-1213	-2540
2002.	-1961	76	-1655	-3539
2003.	-2750	280	-2247	-4718
2004.	-4021	205	-3413	-7229
2005.	-2831	241	-3389	-5979
2006.	-2932	337	-4150	-6744
2007.	-5285	1331	-5775	-9729
2008.	-6235	1818	-7485	-11903
2009.	-4090	1372	-4519	-7237
2010.	-3569	1371	-4478	-6676
2011.	-4235	1513	-5360	-8083
2012.	-4502	1363	-4557	-7696
2013.	-3562	1762	-4140	-5940
2014.	-3149	1899	-4102	-5351
2015.	-2387	1739	-3467	-4115
2016.	-2124	1620	-3807	-4311
2017.	-2457	2052	-4519	-4924

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

Na Slici 3 predstavljena je dinamika trgovinskog salda Srbije po partnerima, od 2000. do 2017. godine. Interesantno je primetiti različite trendove u vreme početka svetske ekonomskem krize: dok je deficit u razmeni sa EU i ostatkom sveta tada značajno uvećan, istovremeno dolazi do značajnog povećanja suficita u razmeni sa CEFTA.



Slika 3 Deficit u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije, po partnerima (hiljada \$)

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

U oceni spoljnotrgovinskih performansi Republike Srbije, pored spoljnotrgovinskog salda, posmatračemo i relativan pokazatelj - pokrivenost uvoza izvozom. U 2017. godini, ona je na nivou ukupne spoljnotrgovinske razmene Srbije iznosila 78%. O poboljšanju spoljnotrgovinske pozicije Srbije svedoči i podatak da je u posmatranom periodu ovaj pokazatelj skoro konstantno rastao nakon 2004. godine, kada je iznosio svega 33%.

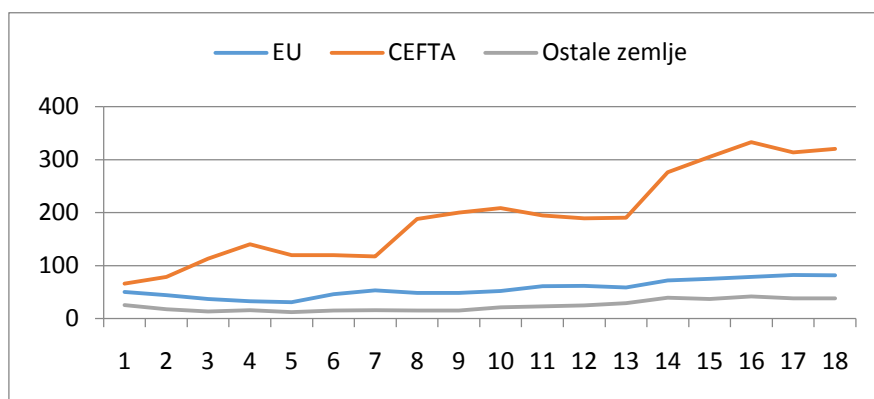
Tabela 6 Pokrivenost uvoza izvozom u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije, po partnerima

	EU	CEFTA	Ostale zemlje	UKUPNO
2000.	50	66	26	47
2001.	44	79	18	40
2002.	37	113	14	37
2003.	33	140	16	37
2004.	31	120	12	33
2005.	46	120	16	43
2006.	53	117	16	49
2007.	48	188	15	48
2008.	49	200	16	48
2009.	52	209	21	54
2010.	61	195	23	59
2011.	62	189	25	59
2012.	59	191	29	59
2013.	72	276	39	71
2014.	75	305	37	74
2015.	79	333	42	77
2016.	82	314	38	77
2017.	82	320	38	78

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

U tabeli 6 prikazana je vrednost pokrivenosti uvoza izvozom sa ukupnu spoljnotrgovinsku razmenu Srbije, kao i po partnerima. U slučaju trgovine sa EU, pokrivenost uvoza izvozom je sa 50% u 2000. godini povećana na 82% u 2017. godini. Ovaj podatak svedoči o značajnom poboljšanju pozicije Republike Srbije u trgovini sa zemljama EU. Sa zemljama CERFTA, u kojima Srbija ima suficit u razmeni, pokrivenost uvoza izvozom je sa početnih 66% povećana na domanantnih 320% u 2017. godini. U trgovini sa ostatkom sveta, pokrivenost uvoza izvozom je povećana sa 26 na 38%.

Dinamika pokrivenosti uvoza izvozom po partnerima, prikazana je na Slici 4.



Slika 4 Pokrivenost uvoza izvozom u spoljnotrgovinskoj razmeni Srbije, po partnerima

Izvor: Autori, na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku

Zaključak

Potpisivanjem i stupanjem na snagu Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju unapređeni su dotadašnji odnosi Republike Srbije i EU zasnovani na jednostranim izjavama volje dveju strana. Svrha ovog Sporazuma jeste da se Srbiji garantuje perspektiva za članstvo u Evropskoj uniji, što je i osnovna razlika između Sporazuma o pridruživanju i svih drugih sporazuma koje Evropske zajednice zaključuju sa trećim državama. Ovim Sporazumom Srbija postaje država pridružena EU, sa jasnom perspektivom članstva u EU.

Suštinski element Sporazuma jeste stvaranje zone slobodne trgovine između Evropske unije i Republike Srbije. Ovim Sporazumom se obezbeđuje slobodan pristup tržištu Evropske unije robi poreklom iz Srbije. To će neminovno dovesti do promene u načinu poslovanja i pozicioniranja domaćih preduzeća na tržištu EU. Sporazumom se predviđa i ukidanje carinske zaštite za uvoz robe iz EU, što će promeniti stanje na tržištu Srbije za šta je takođe neophodna priprema domaćih preduzeća.

Najvažniji trgovinski partner Srbije su zemlje članice Evropske unije koje čine više od polovine ukupne razmene, tj. 64.2%. Drugi po važnosti partner su zemlje sporazuma CEFTA, sa 20% od ukupnog izvoza Srbije.² Posle Evropske unije i zemalja članica CEFTA, najvažniji trgovinski partner Srbije je Ruska federacija.

Posmatrajući podatke o izvozu Srbije u prethodnih osamnaest godina, primećuje se da je Evropska unija najvažniji trgovinski partner Srbije. Kada je u pitanju izvoz Srbije, CEFTA zemlje su drugi najbitniji partner. Oba trgovinska partnera zadržale su ove pozicije tokom posmatranog perioda, mada se procentualno učešće u određenom iznosu promenilo. Dok je tokom 2000. godine Srbija 51.5% od ukupnog izvoza realizovala sa zemljama Evropske unije, u 2017. godini je taj procenat porastao na 66%. Kada su u pitanju CEFTA zemlje, njihovo učešće se smanjilo u gotovo istom procentu u kom se povećao izvoz ka EU- sa 32.3% tokom 2000. godine na 17.5% tokom 2017. godine. Učešće kategorije svih ostalih zemalja u ukupnom izvozu Srbije u posmatranom periodu bilo je bez većih fluktuacija, odnosno, 2017. godine se povećalo za svega 0.3% u odnosu na 2000. godinu.

Evropska unija je najvažniji partner Srbije i kada je u pitanju uvoz. Najniže procentualno učešće ostvareno je 2000. godine kada je iznosilo 47.7% od ukupnog uvoza Srbije, dok je najveće učešće ostvareno 2016. godine kada je iznosilo 63.3%. Zemlje Evropske unije iz kojih Srbija

² Привредна комора Србије

najviše uvozi jesu Italija, Nemačka, Rumunija, Hrvatska i Slovenija. Za razliku od izvoza, gde su CEFTA zemlje drugi najvažniji partner Srbije, u slučaju uvoza na drugom mestu po značaju nalaze se ostale zemlje, gde se naročito ističu Kina i Rusija. Ovakva pozicija učešća ostalih zemalja relativno je bila stabilna tokom posmatranog perioda, krećući se u opsegu od 29% tokom 2000. godine do 38% tokom 2008. godine. Tokom 2017. godine ostale zemlje su učestvovala u uvozu Srbije sa 33.4%. Treći najbitniji uvozni partner Srbije jesu CEFTA zemlje, od kojih se posebno ističu Bosna i Hercegovina i Makedonija. Najveće ostvareno učešće CEFTA zemalja u uvozu Srbije ostvareno je na početku posmatranog perioda, odnosno 2000. godine kada je iznosilo 22.9%. Nakon 2000. godine, učešće opada sve do 2006. godine, kada ostvaruje porast, nakon čega ponovo ostvaruje pad, koji se nije zaustavio do kraja posmatranog perioda. Tokom 2017. godine, Srbija je iz CEFTA zemalja uvezla svega 4.2% od ukupno uvezenih proizvoda, što čini pad od 18.7% u poređenju sa 2000. godinom. Na osnovu analiziranih podataka, primetno je da uloga i značaj zemalja Evropske unije tokom posmatranog perioda sve više jačaju i dobijaju na važnosti kada je u pitanju spoljna trgovina Srbije, dok se u isto vreme obim trgovine sa zemljama članicama CEFTA u sličnom procentu smanjuje, odnosno, dolazi do efekta skretanja trgovine. Iako se u definicijama skretanja trgovine obično govori o povećanju obima trgovine među zemljama članicama, na račun smanjenja obima trgovine sa zemljama koje nisu članice integracije, u slučaju Srbije dolazi do skretanja u suprotnom smeru, gde se međusobna trgovina CEFTA članica smanjuje tokom vremena, dok se trgovina sa zemljama Evropske unije povećava.

Reference

1. Bjelić P., (2004). Nekarinske barijere u međunarodnoj trgovini, Prometej, Beograd
2. Bjelić P., (2012), Harmonizacija zakonodavstva Republike Srbije sa Pravom Evropske unije, Ekonomski fakultet Beograd
3. Međak V., Budimir B., (2014), Vodič kroz pristupanje Srbije Evropskoj uniji, ISAC Fond, Beograd
4. Todorović B., Davidović M., Sretić Z., (2008), Ekonomsko – privredni vodič kroz Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju, ISAC Fond, Beograd
5. Republički zavod za statistiku www.rzs.rs
6. Privredna komora R. Srbije www.pks.rs

POLJOPRIVREDA I RURALNI RAZVOJ U PROCESU PRISTUPANJA REPUBLIKE SRBIJE EVROPSKOJ UNIJI

Lela Ristić*, Saša Obradović**

Politika agrarnog i ruralnog razvoja spada među najstarije i najvažnije politike Evropske unije (EU). Istraživanje u okviru ovog rada polazi od toga da je Republika Srbija u procesu integracije u EU i da je u tom procesu jedno od važnijih pitanja, definisanog u okviru posebnog pregovaračkog poglavlja, pitanje poljoprivrede i ruralnog razvoja. Shodno tome, cilj ovog istraživanja jeste ukazati na neophodnost adekvatnog upravljanja agrarnim i ruralnim razvojem Republike Srbije u procesu pristupanja EU, vodeći pri tome računa, pre svega, o dugoročnim nacionalnim interesima Republike Srbije. U radu se razmatraju pitanja koja su od ključne važnosti za poljoprivredu i ruralni razvoj Republike Srbije u procesu pristupanja Evropskoj uniji. Rezultati istraživanja pokazuju da je izuzetno važno na adekvatan način se odnositi prema poljoprivredi i ruralnom razvoju u procesu evropskih integracija, jer osim ekonomskih koristi za nacionalnu ekonomiju i domaće poljoprivrednike, ovo pitanje je vrlo značajno i sa stanovišta širih društvenih interesa domaćih privrednih subjekata i stanovništva Republike Srbije.

Ključne reči: poljoprivreda, ruralni razvoj, evropske integracije, Republika Srbija, EU.

Uvod

Poljoprivreda i ruralni razvoj imaju veliki značaj širom sveta, pa tako i u Evropskoj uniji (EU) i Republici Srbiji. Pritom je nivo razvijenosti agrara i rurala u EU znatno viši, praćen je višedecenijskom politikom snažne podrške razvoju poljoprivrede i ruralne ekonomije, dok su u Republici Srbiji, i pored duge tradicije bavljenja poljoprivredom i bogatstva prirodnih resursa, poljoprivreda i ruralna područja nedovoljno razvijeni, nemaju dovoljnu institucionalnu podršku i u njihov razvoj se već decenijama nedovoljno ulaže.

U skladu sa prethodno navedenim, predmet istraživanja u ovom radu jeste razvoj poljoprivrede i ruralnih područja Republike Srbije u procesu integracije u EU.

Cilj istraživanja je ukazati na neophodnost adekvatnog upravljanja agrarnim i ruralnim razvojem Republike Srbije u procesu pristupanja EU.

U radu se polazi od sledeće hipoteze: Ukoliko se poljoprivredom i ruralnim razvojem adekvatno upravlja u procesu pristupanja Republike Srbije Evropskoj uniji, pre svega, kroz podršku domaćim ekonomskim subjektima, može se očekivati povećanje konkurentnosti agroprehrambenog sektora Republike Srbije na međunarodnom tržištu i sveukupno jačanje srpske ruralne ekonomije.

Metod deskripcije je korišćen u ovom istraživanju radi opisivanja najvažnijih faktora evropskih integracija, relevantnih za poljoprivredu i ruralnu ekonomiju, a metod komparacije u cilju isticanja brojnih razlika između EU i Republike Srbije. Značajan doprinos dala su prethodna istraživanja u ovoj oblasti, zvanična dokumenta EU i Republike Srbije, internet prezentacije grupa nadležnih za pregovarački proces i priključenje EU. Istorijski metod je omogućio utvrđivanje važnijih faktora razvoja iz prošlosti, relevantnih za budući razvoj. Shodno istraživanom problemskom području,

* Vanredni profesor, e-mail: lristic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: sobradovic@kg.ac.rs

korišćeni su metod indukcije i dedukcije, analize i sinteze. Statistički metod je omogućio tabelarno i grafičko prezentiranje relevantnih pokazatelja agrarnog i ruralnog razvoja.

Kratak pregled novije literature

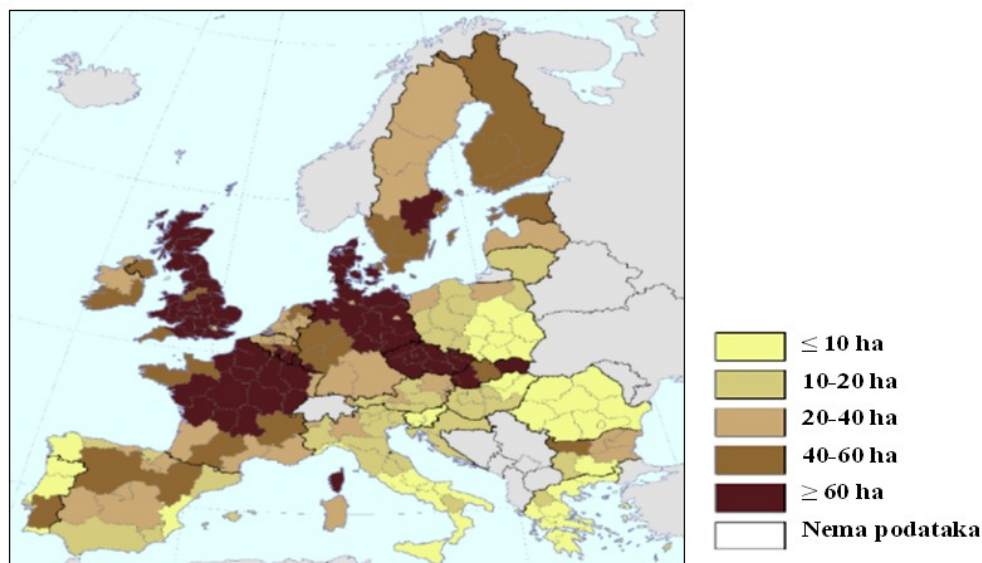
Pitanje proširenja EU, kao i uloge poljoprivrede i ruralnog razvoja u tom procesu, istraživali su u ranijim decenijama, a i u novije vreme istražuju mnogi autori u EU (Citi, 2015; Charron, 2016; Kanthak & Spies, 2017; Lindsay et al., 2017; i dr.) i zemljama kandidatima za članstvo u EU (Vujičić et al., 2012; Đurović i Bulatović, 2014; Ristić i Obradović, 2015; Berjan, 2015; Topić i Spasojević, 2016; Zekić i sar., 2016; Sekulić-Maksimović i sar., 2018; Đurić i sar., 2019; itd.), kao i brojni autori širom sveta (Ruser & Anheier, 2014; Riddervold & Newsome, 2018; Lehner & Wasserfallen, 2019; itd.), zbog globalne važnosti ove integracije u mnogim ekonomskim i političkim procesima, kako u vezi sa agrarom i ruralnim razvojem, tako i u pogledu drugih pitanja, poput ekoloških (Kubacka, 2018; Cukaliev, 2018; Briassoulis, 2019; i dr.), socio-kulturnih (Stetter & Reuter, 2014; Vos, 2017; i dr.) i ostalih društveno-ekonomskih pitanja relevantnih za Evropu (Ioannides, 2017; Obradović i sar., 2018; Huysmans, 2019; itd.). Brojna su i dokumenta koja EU, odnosno, DG AGRI (European Commission's Directorate-General for Agriculture and Rural Development - Glavna uprava Evropske komisije za poljoprivredu i ruralni razvoj EU) publikuje u vezi sa politikom razvoja poljoprivrede i ruralnih područja u EU, kao i Evropska mreža za ruralni razvoj (ENRD), prezentujući primere dobre prakse u poljoprivredi i ruralnoj ekonomiji. Zemlje članice EU, a i zemlje kandidati za članstvo, objavljuju rezultate različitih istraživanja na ovu temu, uz usvajanje neophodnih strateških dokumenata koja CAP zahteva i uz odgovarajuća institucionalna prilagođavanja, o čemu formalno obaveštavaju EU.

Opšte karakteristike ruralnih područja i poljoprivrede u Evropskoj uniji

Na ruralne regione se odnosi 44%, urbane 12%, a prelazne regione oko 44% teritorije EU. U pretežno urbanim regionima živi oko 45% stanovnika, u prelaznim 36%, a u pretežno ruralnim regionima oko 19% stanovnika EU. U periodu 2012-2017. godine, populacija je u EU porasla za 1,4%, pri čemu je u ruralnim regionima zabeležen pad od 0,5%. Gustina naseljenosti u EU je, prema podacima 2015. godine, 117 stanovnika po km², pri čemu je u ruralnim regionima 51 stanovnik po km², u prelaznim 95 stanovnika po km², a u urbanim 444 stanovnika po km². Gustina naseljenosti značajno varira. U ruralnim područjima se kreće od 9 do 144 stanovnika po km². Pritom, čak 11 zemalja EU ima ruralne regione sa manje od 50 stanovnika po km². U periodu 2012-2017. godine, udeo starije populacije je povećan u svim regionima. Udeo mlađe populacije je blago opao u ruralnim i prelaznim, a porastao u urbanim regionima. Ipak, u većini zemalja EU, ruralni regioni imaju veći procenat starije populacije od urbanih regiona. Stopa nezaposlenosti u ruralnim područjima EU je najizraženija u Grčkoj (18%) i Španiji (17,7%), dok je najniža u Nemačkoj (2,7%) (EC, 2018).

U periodu 2013-2015. godine, ruralni regioni imali su niži nivo GDP per capita (72,2% u odnosu na prosek EU). Bugarska je imala najniži nivo GDP per capita u ruralnim područjima (32,2% u odnosu na prosek EU), a najviši Holandija (113,6%). Tokom 2015. godine je tercijarni sektor imao najveće učešće u stvaranju BDV u ruralnim regionima EU (64,4%), sekundarni sektor 31,2%, a primarni 4,2%. Tokom 2016. godine, najveću stopu zaposlenosti u primarnom sektoru imale su Rumunija (23,7%) i Bugarska (18,9%). Produktivnost rada u primarnom sektoru dostigla je samo 37% proseka EU, 2017. godine. U svim zemljama EU, osim u Slovačkoj i Holandiji, primarni sektor je pokazao najnižu produktivnost rada, naročito u Rumuniji i Bugarskoj. Zarade u poljoprivredi predstavljaju 40% prosečne zarade u EU. Ruralna populacija je izložena riziku od siromaštva (stopa siromaštva je 24,4%), pri čemu, 2017. godine, najviše u Bugarskoj (51,9%) (EC, 2018).

EU ima oko 11 miliona poljoprivrednih gazdinstava i 22 miliona ljudi zaposlenih u poljoprivredi. Poljoprivredno-prehrambeni sektor, šire posmatran, obezbeđuje preko 43 miliona radnih mesta u EU. Najveći broj farmi je u Rumuniji (33%). Gotovo polovina ukupnog poljoprivrednog zemljišta EU locirana je u četiri zemlje: Francuska (16%), Španija (13%), Nemačka i Velika Britanija (po 10%). Prosečna veličina farme u EU (Slika 1) je 16,6 ha (kreće se od 130,2 ha u Češkoj do 1,2 ha na Malti). Oko 65,6% farmi ima manje od 5 ha, a samo 6,9% farmi ima više od 50 ha korišćenog poljoprivrednog zemljišta (KPZ). Poljoprivredna gazdinstva sa manje od 5 grla stoke dominiraju u Rumuniji, Bugarskoj, Hrvatskoj i Mađarskoj, a sa 500 i više grla stoke u Danskoj (EC, 2018).



Slika 1 Prosečna veličina farme u EU

Izvor: EC, 2018, na osnovu podataka 2016.

Od ukupnog KPZ, na površine pod organskom proizvodnjom se odnosi gotovo 7%. Pritom se na 4 zemlje odnosi više od polovine organskih površina: Španija (2,1, milion ha), Italija (1,8 miliona ha), Francuska (1,7 miliona ha) i Nemačka (1,1 milion ha). U periodu 2011-2017. godine, organska proizvodnja u EU značajno je povećana. Registrovan je i Evropski logotip za organske proizvode. Brojne su i druge zaštite proizvoda, poput (EC, 2018): Protected Designations of Origin (PDO) - Zaštićena oznaka porekla; Protected Geographical indications (PGI) - Zaštićena oznaka geografskog porekla; i Traditional Specialities Guaranteed (TSG) - Garantovano tradicionalni specijalitet (Slika 2).



Slika 2 PDO, PGI, TSG i i EU logo za organske proizvode

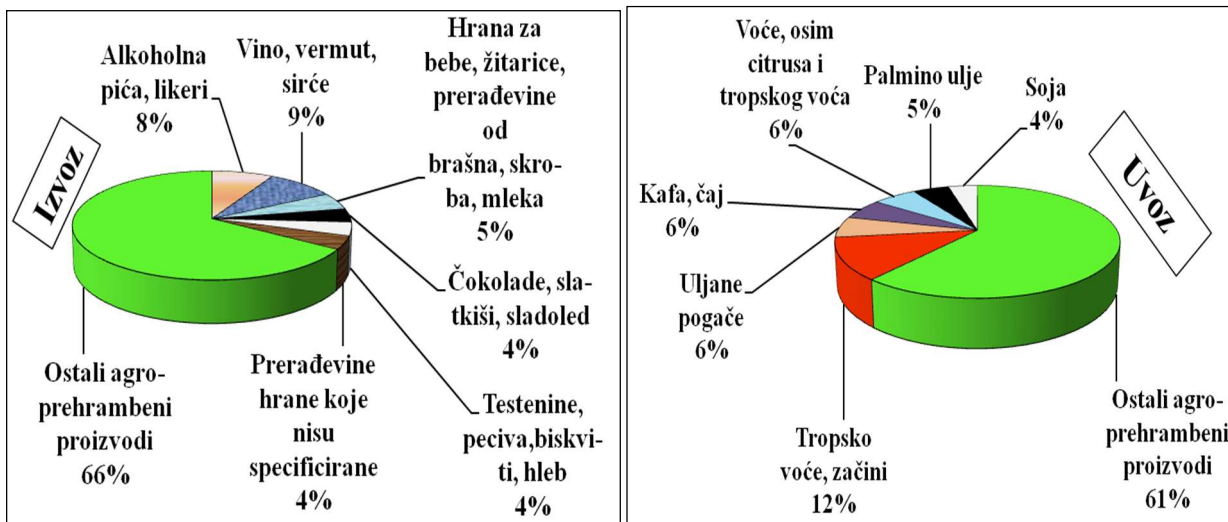
Izvor: EC, 2018.

Tokom 2017. godine, agrarni sektor u EU je ostvario ukupni output od preko 400 milijardi evra, pri čemu se oko polovina odnosi na biljnu proizvodnju, 39,6% na stočarsku proizvodnju, a 8,6% potiče od poljoprivrednih usluga i sekundarnih aktivnosti u agraru. U ukupnoj vrednosti

poljoprivrednog autputa, Francuska je zauzela mesto najvećeg proizvođača poljoprivrednih proizvoda, zatim slede Nemačka, Italija i Španija (EC, 2018).

Cene poljoprivredne robe EU, 2017. godine, i dalje su iznad svetskih cena, iako se gep smanjio u periodu 2005-2017. godine.

Što se tiče izvoza EU prema sektorima, na prvom mestu su mašine i uređaji, zatim hemikalije i farmaceutski proizvodi, a na četvrtom mestu je poljoprivreda. Izvoz agro-prehrambenog sektora predstavlja 7,3% ukupnog izvoza EU, 2017. godine, a 6,3% uvoza svih roba. Trgovinski bilans poljoprivredno-prehrambenih proizvoda EU je pozitivan (EC, 2018). Već godinama unazad, SAD i EU su vodeći izvoznici agro-prehrambenih proizvoda u svetu, zatim Brazil, Kina i Kanada. EU uvozi i izvozi mnoge proizvode (Slika 3).

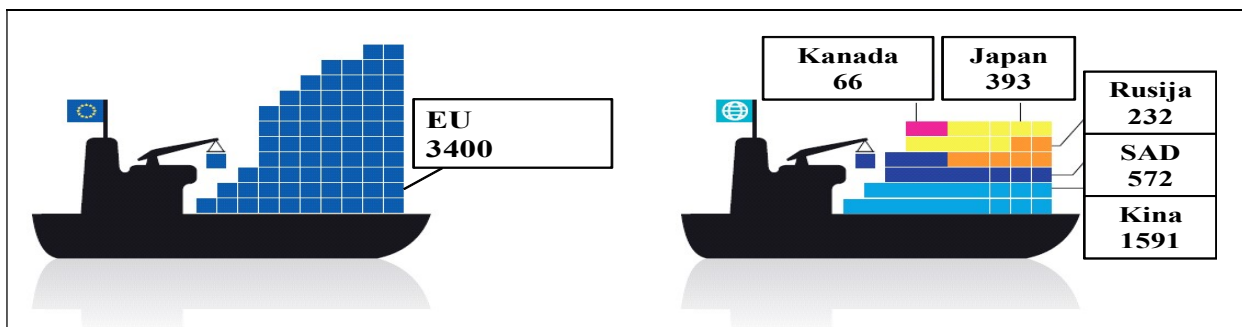


Slika 3 Izvoz i uvoz agro-prehrambenih proizvoda EU, 2018. godine

Izvor: EC, 2018.

Među top destinacijama u koje EU plasira svoje poljoprivredno-prehrambene proizvode, Republika Srbija je, 2018. godine, na 27. mestu sa 0,8% učešća, pri čemu se na prvorangirane SAD odnosi 16,2%, Kinu oko 8%, a Švajcarsku 6% učešća. U pogledu uvoza u EU iz zemalja koje nisu

1 3%,
1 tno
,



Slika 4 Uvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda EU iz najmanje razvijenih zemalja, u poređenju sa ostalih 5 najvećih uvoznika ovih proizvoda (u mil. evra)

Izvor: EU, 2017.

Zajednička agrarna politika EU kao faktor razvoja poljoprivrede i ruralnih područja

Zajednička poljoprivredna politika EU (CAP) pokrenuta je još 1962. godine. Njeni glavni ciljevi bili su: unapređenje poljoprivredne produktivnosti, permanentno snabdevanje potrošača hranom po pristupačnim cenama, uz prihvatljive zarade za poljoprivrednike. Danas se CAP suočava sa novim izazovima (EU, 2017):

- omogućiti održivu proizvodnju hrane;
- klimatske promene i održivo upravljanje prirodnim resursima;
- ruralni razvoj.

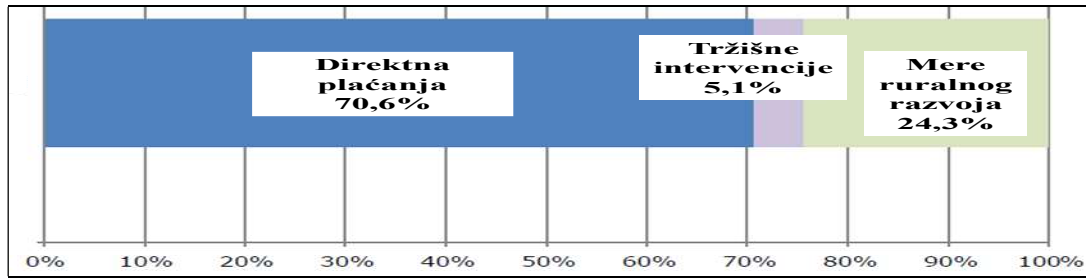
Politika ruralnog razvoja predstavlja drugi stub CAP-a, jer upotpunjava direktna plaćanja i mere za upravljanje poljoprivrednim tržištima (prvi stub CAP-a). Politika ruralnog razvoja EU finansira se iz Evropskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EAFRD), uz podršku drugih relevantnih fondova. Pritom, Evropsko partnerstvo za inovacije u oblasti agrara (EIP-AGRI) pruža podršku u oblasti inovacija, a Evropska mreža za ruralni razvoj (ENRD) doprinosi efikasnoj realizaciji politike ruralnog razvoja. Države članice donose nacionalne strategije, uz poštovanje zajedničkih prioriteta EU, koji se odnose na (EK, 2019):

- podsticanje prenosa znanja i inovacija u poljoprivredu, šumarstvo i ruralna područja;
- jačanje isplativosti i konkurentnosti svih vidova poljoprivrede, uz promovisanje inovativnih poljoprivrednih tehnologija i održivog upravljanja šumama;
- podsticanje dobre organizacije lanca snabdevanja hranom i upravljanja rizikom;
- očuvanje i unapređenje ekosistema povezanih sa poljoprivredom i šumarstvom;
- efikasnije korišćenje resursa, uz podsticanje poljoprivredno-prehrambene proizvodnje koja ne zagađuje prirodnu sredinu i koja je otporna na klimatske promene;
- podsticanje društvene uključenosti, ekonomskog razvoja, smanjenja ruralnog siromaštva.

CAP nastoji pomoći poljoprivrednicima da proizvedu dovoljnu količinu kvalitetne i bezbedne hrane, da ostvare veće prihode i modernizuju farme. Zbog brojnih izazova, proširena je prvobitna usmerenost CAP-a, te danas podržava i sledeće (EU, 2017):

- bavljenje poljoprivredom na način kojim se smanjuje zagađenje,
- upotrebu tehnika ekološke poljoprivrede,
- poštovanje normi javnog zdravlja, standarda zaštite životne sredine i dobrobiti životinja,
- proizvodnju specijaliteta lokalnog karaktera i plasiranje istih na tržište,
- produktivniju upotrebu šuma i šumskih područja,
- širu primenu poljoprivrednih proizvoda u sektorima kao što su zdravstvo i turizam.

CAP je i dalje zajednička agrarna politika svih država članica EU, koja zahvata gotovo 40% budžeta EU, a ranije je i znatno više zahvatala (gotovo 75%). Inače, CAP finansijski podržava poljoprivrednike na više načina.



Slika 5 Struktura usmeravanja sredstava CAP-a, 2017. godine

Izvor EC DG AGRI, 2018.

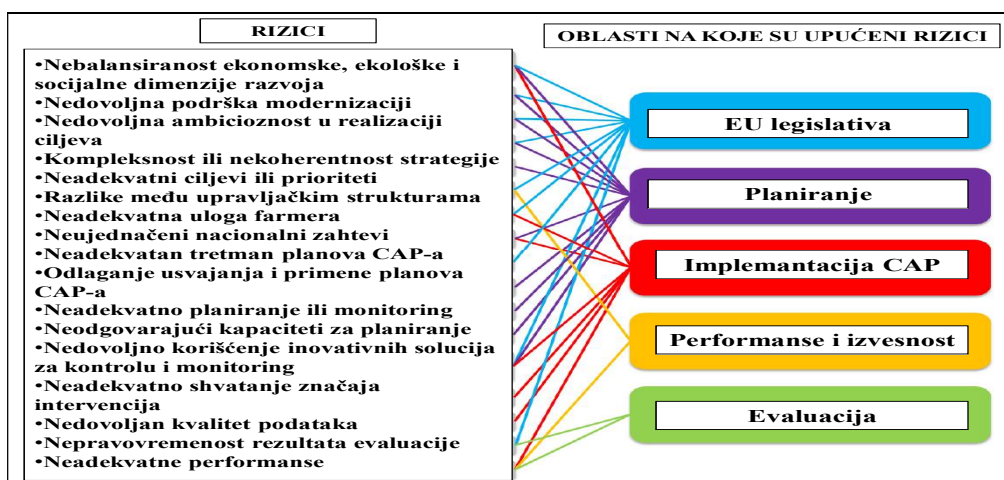
Važan cilj CAP-a, danas, jeste osigurati da se osavremenjavanjem farmi pomogne poljoprivrednicima da budu konkurentni na tržištu, primenjujući ekološki održive, odnosno, tzv. čiste tehnologije. U EU se zahteva pouzdano snabdevanje potrošača kvalitetnom i bezbednom hranom, po prihvatljivim cenama, pri čemu se poljoprivrednici suočavaju sa dvostrukim izazovom (EU, 2017): kako proizvoditi dovoljno kvalitetne hrane, a istovremeno štiti prirodu i očuvati biodiverzitet - Slika 4.



Slika 6 "Zeleni" elementi CAP-a

Izvor: EC DG AGRI, 2017.

Novom CAP teži se boljem upravljanju mnogobrojnim rizicima (Slika 5), ostvarivanju zajedničkih ciljeva EU i odgovaranju na individualne potrebe poljoprivrednika, ruralne ekonomije i šire društvene zajednice, u skladu sa nacionalnim interesima zemalja članica.

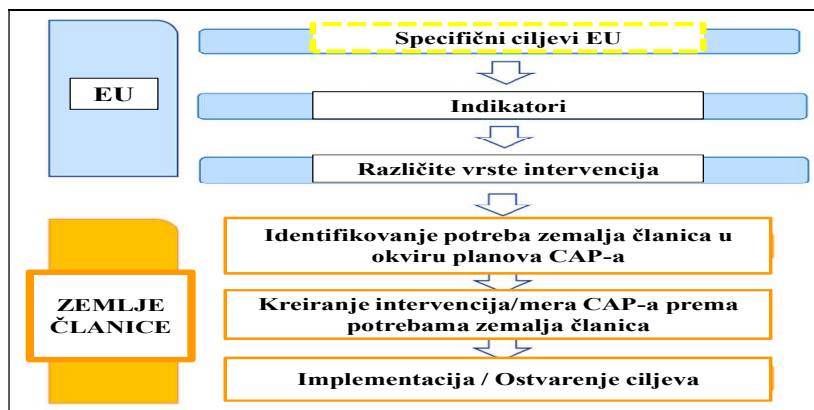


Slika 7 Vrste rizika relevantne za poljoprivredu i ruralni razvoj EU

Izvor: European Commission, 2018.

Privlačenje mladih ljudi u poljoprivredni sektor, podsticanje prenosa vlasništva, održivosti i digitalizacije gazdinstava, među glavnim su prioritetima CAP-a za period nakon 2020. godine. U okviru posebnog programa financiraće se upravljanje rizicima, digitalizacija poljoprivrede i koncept "pametnih sela" (EK, 2018). Predviđeno je i bolje korišćenje „Big Data“ za ubrzavanje digitalizacije života na selu (EDIC Čakovec, 2019).

Evropska komisija je, 2017. godine, pokrenula Savetovanje o budućnosti CAP-a. Usvojila je osnovne ideje Komunikacije o Zajedničkoj poljoprivrednoj politici nakon 2020.godine - Budućnost hrane i poljoprivrede, gde su opisani načini kako da najstarija zajednička politika EU i u budućnosti ostane stabilna. Istaknuto je da će se jednostavnijim propisima i fleksibilnijim pristupom osigurati da CAP daje dobre rezultate u podršci agraru i predvodi održivi razvoj poljoprivrede u EU, da državama članicama omogući više prostora za odlučivanje o tome kako i gde će ulagati finansijska sredstva CAP-a, radi ispunjenja ambicioznih zajedničkih i nacionalnih ciljeva - Slika 6 (EK, 2017).



Slika 8 Ključni elementi novog modela CAP-a za period 2021-2027. godine

Izvor: European Commission, 2018.

Predlog Komisije je da se, u periodu 2021-2027. godine, izdvoji za poljoprivredu i ruralni razvoj oko 28,5 % budžeta EU. Od ukupnog iznosa za CAP, preko 70% je predviđeno za direktna plaćanja, oko 5% za tržišne intervencije i preko 20% za ruralni razvoj. Dodatnih oko 10 milijardi EUR staviće se na raspolaganje u okviru istraživačkog programa EU za potporu posebnim istraživanjima i inovacijama u oblasti prehrane, poljoprivrede, ruralnog razvoja i bioekonomije (EK, 2018). Opšti ciljevi CAP-a za razdoblje 2021-2027. godine sadrže ekonomske, ekološke i društvene aspekte ove politike (Slika 7).



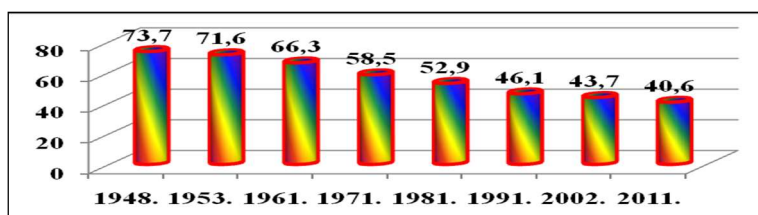
Slika 9 Ključni ciljevi budućeg CAP-a (2021-2027. godine)

Izvor: EC, 2017.

CAP za naredni period potencira održivu poljoprivredu i jačanje agrarnog sektora, uz prihvatanje digitalnih inovacija i nastojanje da ruralna područja ostanu vitalna i atraktivna za život, s obzirom na njihovu važnu ulogu u društvenom i kulturnom životu EU (EK, 2018).

Ključni trendovi u razvoju ruralnih područja i poljoprivrede Republike Srbije

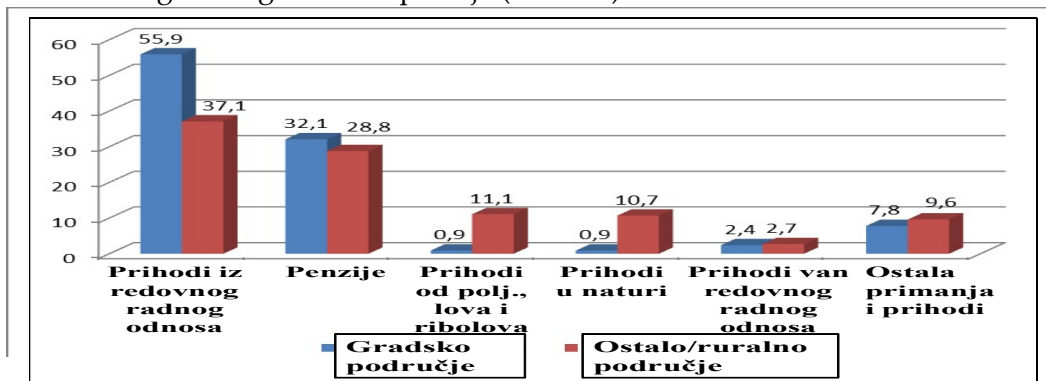
Ruralna područja Republike Srbije karakterišu nepovoljni demografski trendovi, nedovoljna diverzifikacija delatnosti, neadekvatna opremljenost infrastrukturom i drugim važnim elementima neophodnim za razvoj. Regionalne razlike su velike, pa se javlja niz ekonomsko-finansijskih, socio-kulturnih, ekoloških i drugih povezanih problema. Pri svemu tome, ova područja odlikuje geografski značaj, bogatstvo prirodnih resursa i tradicija bavljenja poljoprivredom. Na ruralna područja se odnosi preko 96% naselja (preko 78% površina Republike Srbije). Tendencija smanjenja stanovništva prisutna je i u apsolutnom i u relativnom smislu (Slika 10), a gustina naseljenosti je oko 66% republičkog proseka.



Slika 10 Učešće ruralnog u ukupnom stanovništvu Republike Srbije (u %)

Izvor: Vlada RS, 2018, na osnovu Knjige popisa stanovništva, RŽ.

Obrazovne karakteristike ruralne populacije primetno su nepovoljnije u odnosu na urbanu, pi čemu je i učešće starijeg stanovništva izraženije. Iako niža u odnosu na urbana, stopa nezaposlenosti u ruralnim područjima je, ipak, visoka. Privredna struktura ruralnih područja još uvek je visoko zavisna od poljoprivrede. Mada beleže tendenciju smanjenja učešća, prihodi od poljoprivrede u ukupnim prihodima ruralnih domaćinstava zauzimaju značajno mesto, iza prihoda iz redovnog radnog odnosa i penzija (Slika 11).

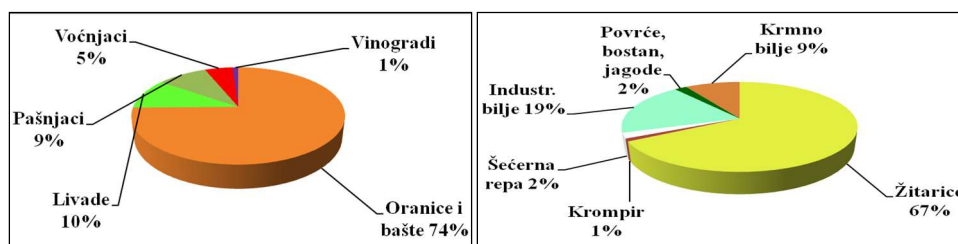


Slika 11 Struktura raspoloživih sredstava domaćinstava u Republici Srbiji (%)

Izvor: Vlada RS, 2018, na osnovu Ankete o potrošnji domaćinstava 2016, RZS.

Prema rezultatima Popisa poljoprivrede (2012), od ukupnog broja poljoprivrednih gazdinstava (631.552), najveći broj su porodična gazdinstva (99,5%), a 0,5% je u formi pravnih lica ili preduzetnika. Udeo gazdinstava sa posedom manjim od 10 ha je 92%, a sa više od 50 ha samo 1%. Koristi se oko 3,5 miliona ha poljoprivrednog zemljišta, sa prosečnom veličinom 5,4 ha po gazdinstvu, što je oko trećine proseka EU. Republika Srbija ima 5,1 miliona ha poljoprivrednog

zemljišta, odnosno, 4,2 miliona ha obradivih površina (Vlada RS, 2018). Od 2,6 miliona hektara pod oranicama i baštama, 67% površina je pod žitaricama - Slika 12.



Slika 12 Struktura KPZ i struktura oranica i bašta, 2018. godine

Izvor: MPŠV, 2019, na osnovu podataka RZS.

Povećanje fizičkog obima biljne proizvodnje beleži se 2018. godine (Tabela 1). U stočarstvu je zadržan nivo proizvodnje, uz izražen rast u oblasti pčelarstva (MPŠV, 2019).

Tabela 1 Indeksi bruto poljoprivredne proizvodnje u Republici Srbiji

	(prethodna godina=100)										
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018.	
Poljoprivredna proizvodnja ukupno-bruto	101,7	100,5	99,6	78,5	124,4	104,6	92,8	111,6	84,5	116,1	
Biljna proizvodnja (1+2+3)	103,8	100,7	99,1	69,7	139,5	106,3	87,3	119,5	76,5	125,5	
1. Ratarstvo i povrtarstvo (a+b+c+d)	102,3	105,4	96,0	69,3	137,7	111,8	83,4	124,7	71,9	130,8	
a) Žita	101,9	104,3	96,6	65,2	144,8	119,9	77,3	129,1	61,6	156,7	
Pšenica	98,7	80,3	125,1	92,0	112,1	88,7	101,7	118,8	78,9	129,3	
Kukuruz	103,9	112,7	89,9	54,5	166,0	135,6	68,6	135,2	54,5	173,3	
b) Industrijsko bilje	99,1	119,6	93,5	75,4	134,7	117,8	79,6	129,0	86,6	132,4	
Šećerna repa	121,3	119,3	84,6	82,6	128,1	110,3	62,2	122,9	93,7	92,5	
Suncokret	83,1	100,2	114,2	84,7	140,1	99,3	85,8	142,1	87,0	135,7	
c) Povrće	105,6	99,6	97,6	77,0	121,5	83,0	113,2	109,5	90,9	77,6	
Povrće bez krompira	105,2	99,9	96,0	84,8	114,4	87,1	116,4	108,4	95,1	75,2	
Krompir	106,5	98,8	100,5	64,8	132,7	77,2	108,0	111,7	82,5	82,8	
d) Stočno (krmno) bilje	105,3	103,8	89,8	77,6	120,8	104,6	85,0	124,2	73,2	126,8	
2. Voćarstvo	111,4	80,5	118,5	71,2	149,9	84,1	105,0	102,2	94,7	109,3	
3. Vinogradarstvo	111,0	71,6	112,8	76,9	134,0	61,3	139,3	85,5	113,5	90,4	
Stočarstvo (1+2+3+4+5)	97,5	100,2	100,5	98,2	102,1	101,4	103,5	98,3	101,5	101,3	
1. Govedarstvo	95,8	96,8	98,5	100,2	99,4	99,9	100,5	99,3	100,3	99,4	
Kravlje mleko	96,4	98,9	98,1	102,1	99,1	102,9	100,9	99,8	100,0	99,3	
2. Svinjarstvo	96,0	103,4	98,5	93,7	103,7	104,8	103,8	104,5	100,7	98,6	
3. Ovčarstvo	95,8	103,4	103,2	117,7	114,3	104,2	102,8	89,1	107,4	103,3	
Ovčije mleko	75,0	92,4	114,3	105,4	158,6	107,3	99,7	87,6	82,2	127,3	
4. Živinarstvo	104,1	101,4	110,1	95,7	99,9	100,5	102,6	95,1	102,1	106,5	
Jaja	99,1	99,7	103,2	101,9	97,8	107,8	108,9	89,9	94,9	102,1	
5. Pčelarstvo/med	176,6	99,0	95,6	100,3	122,5	51,2	279,8	47,0	121,7	162,9	

Izvor: MPŠV, 2019.

Što se tiče stočarske proizvodnje, uočava se da se od ukupnog broja poljoprivrednih gazdinstava oko 77% bavi stočarstvom. Najveći broj gazdinstava koja gaje stoku ima do 10 uslovnih grla (UG) stoke (oko 94%). Gazdinstva sa preko 500 UG stoke čine samo 0,03% gazdinstava. Gazdinstva koja se bave stočarstvom u proseku imaju oko 4 UG po gazdinstvu, što je oko pet puta manje u odnosu na prosek EU (Vlada RS, 2018).

Učešće sektora Poljoprivreda, šumarstvo, lov i ribolov je, u periodu 2014-2018. godine, u ukupnoj BDV smanjeno sa 9,3% na 7,5%, a u ukupnoj zaposlenosti sa 19,9% na 15,9%. Prosečne

neto zarade u poljoprivredi u odnosu na prosek u privredi povećane su sa 83,6% na 86,4%. Pad cena, 2018. godine (oko 4%) na nivou sektora je zabeležen, uz najizraženiji pad u voćarstvu. Učešće poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u ukupnom izvozu smanjeno je sa 20,8% na 17,5%, a u uvozu sa 8% na 7,8%. Vrednost uvoza ovih proizvoda je povećana za 6%, a izvoz je zadržan na približnom nivou iz 2017. godine. Ovakav odnos razmene rezultirao je suficitom 2018. godine, mada oko 6% manje nego 2017. godine (MPŠV, 2019).

Tabela 2 Agro-prehrambeni proizvodi Republike Srbije, prema vrednosti izvoza i uvoza

Naziv	Izvoz, 2018.		Naziv	Uvoz, 2018.	
	Vrednost (mil. EUR)	Učešće (%)		Vrednost (mil. EUR)	Učešće (%)
Voće	494,6	17,3	Duvan i duvanski proizvodi	194,0	11,3
Žitarice	416,5	14,6	Voće	188,5	11,0
Duvan i duvanski proizvodi	254,9	8,9	Razni proizvodi za ishranu	147,1	8,6
Pića, alkoholi i sirće	202,0	7,1	Meso i klanični proizvodi	103,2	6,0
Razni proizvodi za ishranu	178,8	6,3	Pića, alkoholi i sirće	102,2	6,0
Ukupno top 5 tarifnih glava	1.546,8	54,2	Ukupno top 5 tarifnih glava	735,0	42,9
Izvoz ukupno	2.853,7	-	Uvoz ukupno	1.714,4	-

Izvor: MPŠV, 2019.

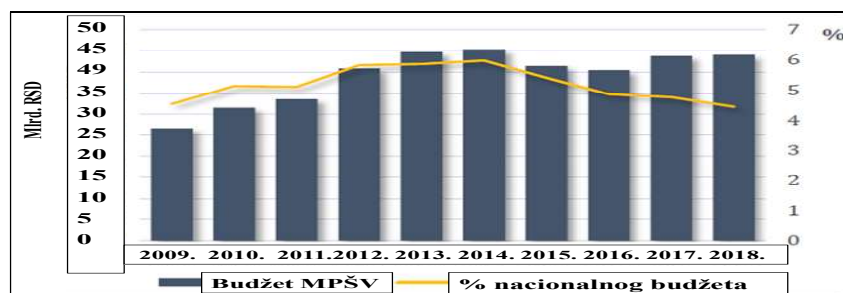
Najznačajniji spoljnotrgovinski partner Republike Srbije u razmeni poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, tokom 2018. godine, i dalje je EU (46% vrednosti izvoza plasirano je na ovo tržište, a iz EU je uvezeno 62% vrednosti uvoza ovih proizvoda). Zemlje CEFTA učestvovala su sa oko trećinom vrednosti u izvozu, a oko 10% vrednosti uvoza poticalo je iz ovih zemalja. Najznačajniji proizvodi u izvozu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda Republike Srbije, 2018. godine, kao i ranije, jesu voće i žitarice (Tabela 2), odnosno, smrznute maline, cigarete i merkantilni kukuruz. Učešće primarnih proizvoda u izvozu je 72%, a u uvozu poljoprivredno-prehrambenih proizvoda 63%. U izvozu u EU najzastupljeni su, takođe, primarni poljoprivredni proizvodi (83%), a i u uvozu iz EU dominiraju sa 62%. U EU se najviše izvoze: merkantilni kukuruz, pšenica, smrznuto voće, seme uljane repice itd. Najveća vrednost izvoza u EU plasira se u Rumuniju, Nemačku, Italiju, Hrvatsku i Bugarsku. Organski proizvodi se najviše izvoze u EU (pre svega, u Nemačku) i to smrznuto jagodasto voće - malina i sl. (MPŠV, 2019).

Politika razvoja poljoprivrede i ruralnih područja u Republici Srbiji

Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014-2024. godine (Vlada RS, 2014) predstavlja dugoročni strateški dokument koji definiše ciljeve, prioritete, okvire budžetske podrške, političkih i institucionalnih reformi u ovoj oblasti, sa posebnim fokusom na prilagođavanje principima EU modela podrške poljoprivredi i ruralnoj ekonomiji. Strategija opredeljuje pravce razvoja poljoprivrede i ruralnih područja, kao osnov za donošenje srednjoročnih programa (Nacionalnog programa za poljoprivredu za period 2018-2020. godine - NPP i Nacionalnog programa ruralnog razvoja od 2018. do 2020. godine - NPRR), odnosno, za dinamiku realizacije mera i aktivnosti u pretpristupnom periodu (MPŠV, 2019). NPP predstavlja plansko-tehnički dokument, operativni program i smernicu za adekvatno sprovođenje poljoprivredne politike. Temelji se na Strategiji, jer je njen implementacioni dokument i teži usklađenosti sa CAP-om (Vlada RS, 2017). NPRR definiše srednjoročne pravce razvoja ruralnih područja i načine sprovođenja mera ruralnog razvoja, uz usklađivanje sa strateškim okvirom CAP-a i uz uvažavanje specifičnih potreba i prioriteta poljoprivrede i ruralnih područja Republike Srbije (Vlada RS, 2018).

Politika razvoja poljoprivrede i ruralnih područja u Republici Srbiji bazira se, pre svega, na Zakonu o poljoprivredi i ruralnom razvoju i Zakonu o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom

razvoju. Budžetska sredstva, namenjena realizaciji mera ove politike, opredeljena su Zakonom o budžetu (MPŠV, 2019).



Slika 13 Budžet MPŠV (mlrd. RSD) i njegovo učešće u budžetu Republike Srbije (%)

Izvor: MPŠV, 2019, na osnovu Zakona o budžetu RS za odgovarajuće godine.

Budžetska sredstava za poljoprivredu u 2018. godini bila su na nivou od 44,1 mlrd. RSD, što je približno nivou iz 2017. godine (0,7% više). Ipak, nastavlja se trend smanjenja učešća budžeta MPŠV u nacionalnom budžetu, koje 2018. godine dostiže minimalnu vrednost (4,46%) u poslednjih 10 godina (Slika 13). Uredbom o raspodeli podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2018., raspodeljena su sredstva namenjena za ove potrebe (Tabela 3).

Tabela 3. Vrste podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju, 2018. godine

DIREKTNA PLAĆANJA
Premije
Premija za mleko
Podsticaji za proizvodnju
Osnovni podsticaji za biljnu proizvodnju; Podsticaji u stočarstvu
Regresi
Regres za troškove skladištenja u javnim skladištima
PODSTICAJI MERAMA RURALNOG RAZVOJA
Podsticaji za unapređenje konkurentnosti
Investicije u fizičku imovinu poljoprivrednog gazdinstva; Podsticanje podizanja novih višegodišnjih zasada voćaka, vinove loze i hmelja; Podrška za unapređenje primarne poljoprivredne proizvodnje; Investicije u preradu i marketing poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i proizvoda ribarstva; Podrška unapređenju kvaliteta vina, rakije i dr.; Kontrolne markice za poljoprivredno-prehrambene proizvode i vino; Nabavka opreme u sektoru mesa, mleka, vina, alkoholnih pića i piva; Upravljanje rizicima (Regres za premiju osiguranja za useve, plodove, višegodišnje zasade, rasadnike i životinje)
Podsticaji za očuvanje i unapređenje životne sredine i prirodnih resursa
Organska proizvodnja; Očuvanje biljnih i životinjskih genetičkih resursa
Podsticaji za diversifikaciju dohotka i unapređenje kvaliteta života u ruralnim područjima
Unapređenje ekonomskih aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim aktivnostima; Podrška mladima u ruralnim područjima; Sprovođenje aktivnosti u smislu dodavanja vrednosti kroz preradu, kao i za uvođenje i sertifikaciju sistema kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla; Diversifikacija ekonomskih aktivnosti kroz podršku investicijama u preradu i marketing na gazdinstvu
Podsticaji za unapređenje sistema kreiranja i prenosa znanja
Razvoj tehničko-tehnoloških, primenjenih, razvojnih i inovativnih projekata u poljoprivredi i ruralnom razvoju; Podrška pružanju saveta i informacija poljoprivrednim proizvođačima, udruženjima, zadrugama i drugim pravnim licima u poljoprivredi
POSEBNI PODSTICAJI
Podsticaji za sprovođenje odgajivačkih programa u stočarstvu (mere selekcije); Podsticaji za promotivne aktivnosti u poljoprivredi i ruralnom razvoju (mere i akcije u poljoprivredi); Podsticaji za proizvodnju sadnog materijala i sertifikaciju i klonsku selekciju
KREDITNA PODRŠKA
IPARD podsticaji

Izvor: MPŠV, 2019.

Najveći rast opredeljenih sredstava predviđen je, 2018. godine, za IPARD podsticaje i kreditnu podršku, dok su sredstva za mere ruralnog razvoja i posebne podsticaje umanjena u odnosu na prethodnu godinu (Tabela 4).

Tabela 4 Obim opredeljenih sredstava za podsticaje u poljoprivredi i ruralnom razvoju prema vrsti podsticaja, bruto (u RSD)

Vrsta podsticaja	2017.	2018.
Direktna plaćanja	19.062.453.000	21.001.813.000
Podsticaji merama ruralnog razvoja	7.732.000.000	6.407.400.266
Posebni podsticaji	255.350.000	223.350.000
Kreditna podrška	600.000.000	950.000.000
IPARD podsticaji	1.000.000.000	1.832.695.000
Ukupno	28.649.803.000	30.415.258.266

Izvor: Uprava za agrarna plaćanja, 2017, 2018; MPŠV, 2019.

Tokom 2018. godine, po osnovu podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju, realizovano je oko 28,3 milijarde RSD (oko 5,6% više nego 2017. godine). Pritom se na direktna plaćanja, kao najzastupljeniji vid podrške, odnosi oko 74% ove sume, a oko 22% podrške odnosi se na podsticaje merama ruralnog razvoja - Tabela 5. U 2018. godini, kao i prethodnih godina, najveći iznos (46%) podsticaja realizovan je u stočarstvu, dok je za biljnu proizvodnju izdvojeno 29% budžeta za direktna plaćanja. Plaćanja po osnovu premije za mleko činila su četvrtinu direktnih plaćanja.

U strukturi budžetskih sredstava, utrošenih po osnovu podsticaja merama ruralnog razvoja, dominiraju podsticaji za investicije u fizičku imovinu poljoprivrednih gazdinstava (68%), za podsticaje za upravljanje rizicima utrošeno je 11%, a za podršku diverzifikaciji dohotka 9% sredstava za mere ruralnog razvoja. Po osnovu ostalih mera utrošeno je znatno manje sredstava. Osim podsticaja na republičkom nivou, poljoprivredni proizvođači su i korisnici podsticaja na pokrajinskom i lokalnom nivou. U 2018. godini, 2,8 mlrd. RSD realizovano je kroz ovakav vid podrške, pri čemu je na nivou jedinica lokalne samouprave realizovalo 2,3 mlrd. RSD, a na nivou autonomnih pokrajina 513,6 mil. RSD (MPŠV, 2019).

Tabela 5. Realizovana sredstva za podsticaje u poljoprivredi i ruralnom razvoju prema vrsti podsticaja, bruto (u RSD)

Vrsta podsticaja	2017.	2018.
Direktna plaćanja	18.852.696.821	20.953.935.702
Podsticaji merama ruralnog razvoja	7.172.490.454	6.205.028.716
Posebni podsticaji	149.381.486	203.235.307
Kreditna podrška	599.999.062	912.198.129
IPARD podsticaji	0	0
Ukupno	26.774.567.824	28.274.397.854

Izvor: Uprava za agrarna plaćanja, 2017, 2018; MPŠV, 2019.

Uredbom o raspodeli podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2019. godini, za direktna plaćanja se predviđa 17.220.314.000 dinara, za podsticaje za mere ruralnog razvoja 4.727.500.000 dinara, za kreditnu podršku u poljoprivredi 400.000.000 dinara, za posebne podsticaje 230.000.000 dinara, a za IPARD podsticaje 6.073.500.000 dinara, od čega 1.521.375.000 dinara budžetskih sredstava i 4.552.125.000 dinara finansijske pomoći EU za finansiranje IPARD podsticaja (Vlada RS, 2019a).

Program pretpristupne pomoći za ruralni razvoj Republike Srbije za period 2014-2020. (IPARD II program) predstavlja najznačajniji program pretpristupne podrške ruralnom razvoju (Vlada RS, 2019b). Tokom 2017. i 2018. godine objavljeno je 5 javnih poziva za akreditovane Mere 1 i 3 u okviru IPARD-a. U januaru 2019. godine, uručeno je prvo rešenje o isplati sredstava iz IPARD programa (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, 2019).

Resorno ministarstvo je u Plan poziva za konkurisanje 2019. godine, osim Mere 1- Investicije u fizičku imovinu poljoprivrednih gazdinstava (izgradnja objekata, nabavka opreme, mašina i mehanizacije), predvidelo i pozive za Meru 3 - Investicije u fizičku imovinu u vezi sa preradom i marketingom poljoprivrednih proizvoda i proizvoda ribarstva (izgradnja i opremanje), Meru 7 - Diverzifikacija poljoprivrednih gazdinstava i razvoj poslovanja (izgradnja i opremanje) i Meru 9 – Tehnička pomoć.

Značaj poljoprivrede i ruralnog razvoja u procesu evropskih integracija

Da bi postala članica EU, Republika Srbija mora pregovarati sa EU u okviru 35 poglavlja. Poglavlje 11 (PG11) odnosi se na Poljoprivredu i ruralni razvoj. Obuhvata veliki broj obavezujućih pravila. Suština funkcionisanja CAP-a je upravo pravilna primena utvrđenih pravila, odnosno, efikasna zaštita i kontrola njihove primene od strane državne administracije. Zemlje članice EU moraju biti sposobne da primenjuju šeme direktne podrške poljoprivrednicima, pravila zajedničke organizacije tržišta itd. (MPŠV, 2014). Zato su pregovori u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja među najkompleksnijim oblastima evropskih integracija za svaku zemlju koja pristupa EU.

Procenjuje se da se od oko jedna trećina propisa EU odnosi na ovu oblast (Golubović, 2014). Zbog veličine PG11 i brojnih oblasti koje pokriva, preporučuje se da se rad Pregovaračke grupe 11 organizuje u nekoliko podgrupa. Shodno tome, u Republici Srbiji formirane su (Golubović, 2018): Podgrupa za direktna plaćanja; Podgrupa za Agenciju za plaćanja, Integrisan sistem upravljanja i kontrole (IACS) i Sistem za identifikaciju zemljišnih parcela (LPIS); Podgrupa za horizontalne politike i strukture (trgovina, FADN, državna pomoć, statistika i sl.); Podgrupa za zajedničku organizaciju tržišta; Podgrupa za politiku kvaliteta, organsku proizvodnju i promociju; Podgrupa za ruralni razvoj.

Nakon usvajanja Izveštaja o skriningu od strane Saveta EU, 2015. godine, upućeno je pismo kojim se Republika Srbija obaveštava da nije spremna za otvaranje pregovora u okviru PG11 i da je neophodno da ispuni dva merila: prvo se odnosi na izradu Akcionog plana, a drugo na podnošenje zahteva za poveravanje poslova sprovođenja budžeta za IPARD II. Akcioni plan, naglašeno je, treba da posluži kao osnova za efikasnu primenu pravnih tekovina EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja, da uključi razvoj odgovarajućih administrativnih kapaciteta i procenu potrebnih resursa, kao i razvoj Integrisanog sistema kontrole i upravljanja. Podnošenje zahteva za poveravanje poslova sprovođenja budžeta za IPARD II je uslov za finalizaciju akreditacije IPARD II operativne strukture, odnosno, za povlačenje sredstava koje je Evropska komisija opredelila Republici Srbiji (MPŠV, 2014).

Prema Izveštaju Evropske komisije za 2018. godinu, ocenjuje se da je Republika Srbija dostigla izvestan nivo pripremljenosti u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja. Ostvaren je solidan napredak postizanjem poveravanja zadataka u vezi sa izvršenjem budžeta za mere uključene u program IPARD II i izmenama Zakona o poljoprivredi i ruralnom razvoju. U narednom periodu, navodi se u ovom Izveštaju, Republika Srbija treba da (EC, 2019):

- sprovodi mere poverene u okviru IPARD II programa i zatraži poveravanje zadataka u vezi sa izvršenjem budžeta za druge mere u okviru programa;

- završi i nastavi sa sprovođenjem Akcionog plana za usklađivanje sa pravnim tekovinama EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja.

Kada je reč o horizontalnim pitanjima, u Izveštaju za Republiku Srbiju se naglašava da Akcioni plan za usklađivanje sa pravnim tekovinama EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja treba usvojiti. Uočava se da je uspostavljena funkcionalna IPARD agencija. Izmene Zakona o poljoprivredi i ruralnom razvoju su uspostavile pravni osnov za IPARD, kao i za budući Integrirani sistem administracije i kontrole (IACS), koji treba razvijati. Dalje usklađivanje sa politikama EU zahteva razdvajanje plaćanja od proizvodnje i povezivanje plaćanja zasnovanih na površini sa standardima unakrsne usklađenosti. Uspostavljena je Mreža računovodstvenih podataka poljoprivrednih gazdinstava (FADN). Republika Srbija ima uspostavljen i savetodavni sistem za poljoprivredu. U oblasti zajedničke organizacije tržišta usvojen je niz pravnih akata. Ipak, neophodno je dalje usklađivanje u ovoj oblasti, uključujući specifične šeme, tržišne standarde, podršku javnom i privatnom skladištenju i sl. U pogledu ruralnog razvoja, Republika Srbija je napravila značajan korak napred, jer joj je Evropska komisija poverila zadatke u vezi sa izvršenjem budžeta za dve investicione mere u okviru IPARD II, ali preporučuje se da se fokusira na trošenje sredstava EU, dok istovremeno priprema preostale IPARD mere za sprovođenje. Napredak u oblasti politike kvaliteta je ocenjen kao spor. Kada je reč o organskoj poljoprivredi, uočena je tendenciju rasta. Osnovan je nadležni organ za organsku proizvodnju, sistem akreditacije kontrolnih organa i sistem sertifikacije, ali Nacionalni akcioni plan za razvoj organskog sektora nije usvojen (EC, 2019).

Rezultat usklađivanja Republike Srbije sa propisima EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja treba da bude pristup tržištu EU sa velikim brojem potrošača, uređenost proizvodnje, prerade i plasmana agrarnih proizvoda. Članstvo u EU treba da omogući korišćenje sredstava fondova EU za poljoprivredu i ruralni razvoj, da poboljša kvalitet proizvoda, konkurentnost na tržištu i obezbedi održivi ruralni razvoj (UAP, 2019).

Perspektive agrarnog i ruralnog razvoja Republike Srbije u procesu integracije u EU

Perspektivniji razvoj sela i poljoprivrede u Republici Srbiji zahteva: unapređenje sistema upravljanja prirodnim resursima; tehničko-tehnološku modernizaciju; jačanje prehrambenog lanca i sistema za logističku podršku sektoru; uspostavljanje efikasnijih i operativnijih sistema za transfer savremenih znanja, inovacija i tehnologija; unapređenje kvaliteta života u ruralnim područjima diverzifikacijom ruralne ekonomije i jačanjem socijalne strukture, uz prilagođavanje modelu EU. Shodno tome, vizija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja Republike Srbije predviđa (Vlada RS, 2014):

- da razvoj poljoprivrede Republike Srbije bude zasnovan na znanju, modernim tehnologijama i standardima kvaliteta, da domaćem i zahtevnim stranim tržištima nudi inovativne proizvode, a poljoprivrednicima obezbeđuje održiv i stabilan dohodak;
- da se prirodnim resursima, životnom sredinom i kulturnom baštinom ruralnih područja upravlja u skladu sa principima održivog razvoja, kako bi se ruralne sredine učinile mestima atraktivnim za život i rad.

Neophodno je reagovati na brojne savremene izazove. Prioritetna područja, definisana za period do 2024. godine, značajna su i nakon 2024. godine (Tabela 6):

Tabela 6. Prioriteti agrarnog i ruralnog razvoja Republike Srbije

Stabilizacija dohotka poljoprivrednih proizvođača	Razvoj tržišnih lanaca i logističke podrške agrarnom sektoru
Finansiranje poljoprivrede i ruralnog razvoja, upravljanje rizicima	Zaštita i unapređenje životne sredine i očuvanje prirodnih resursa
Efikasno upravljanje zemljištem	POURP-Područja sa ograničenim uslovima za razvoj poljoprivrede
Unapređenje stanja fizičkih resursa	Diverzifikacija ruralne ekonomije, očuvanje kulturne baštine
Unapređenje sistema transfera znanja i razvoj ljudskih resursa	Unapređenje socijalne strukture i jačanje socijalnog kapitala
Prilagođavanje klimatskim promenama	Modernizacija zakonodavstva
Tehnološki razvoj i modernizacija sektora	Unapređenje kvaliteta i bezbednosti proizvoda

Izvor: Vlada RS, 2014.

Realizacija strateških razvojnih ciljeva (rast proizvodnje i stabilnost dohotka proizvođača; rast konkurentnosti; tehničko-tehnološko unapređenje; održivo upravljanje resursima i zaštita životne sredine; unapređenje kvaliteta života u ruralnim područjima i smanjenje siromaštva; efikasno upravljanje javnim politikama i uspostavljanje operativnijeg institucionalnog okvira) značajno bi mogla doprineti prosperitetnijem razvoju sela i poljoprivrede. Mnogi aspekti sugerišu da država ima najznačajniju ulogu u ovom procesu. Visoka kompleksnost i važnost proizvodnje hrane, heterogenost učesnika u proizvodnom lancu i jaka konkurencija, zahtevaju da država reaguje adekvatnim politikama, pri čemu preduzetnička inicijativa, inovativnost i motivisanost ekonomskih subjekata predstavljaju, takođe, važne faktore budućeg razvoja i opstanka na tržištu (Vlada RS, 2017).

Prema jednom ispitivanju javnog mnjenja o evropskoj orijentaciji građana Republike Srbije, Ministarstvo za evropske integracije, 2018. godine, došlo je do interesantnih rezultata. Pritom je to bio tip terenskog istraživanja, intervjuem "licem u lice" u domaćinstvima, uz strukturisani upitnik i uzorak od 1050 punoletnih građana Republike Srbije. Na pitanje da li će članstvo u EU doneti više problema domaćim poljoprivrednicima, najveći broj ispitanika (31%) odgovorio je potvrdno, tj. ova oblast ih veoma zabrinjava, kao i opasnost od gubitka nacionalnog identiteta i kulture (33% ispitanika). Na pitanje koja je reforma najznačajnija u procesu evropskih integracija, samo 9% ispitanika je istaklo da je to reforma poljoprivrede, dok je 21% ispitanika istaklo borbu protiv korupcije, 16% reformu zdravstvenog sistema, a 15% reformu pravosuđa. Samo se 6% ispitanika izjasnilo da je reforma poljoprivrede dostigla najveći napredak, dok je 13% istaklo zaštitu potrošača. Na pitanje da li su čuli za neki projekat finansiran iz fondova EU, 33% ispitanika odgovorilo je potvrdno. Od toga je 8% ispitanika čulo za projekte iz oblasti poljoprivrede, a iz oblasti obrazovanja 15% ispitanika. Najveći broj ispitanika (31%) smatra da će se EU u budućnosti susretati sa sve većim problemima, koji uključuju poljoprivredu, ruralni razvoj i dr. (MEI RS, 2018).

Zaključak

Poljoprivreda i ruralni razvoj imaju važnu ulogu i veliki značaj u svetu. EU, kao jedna od svetskih agrarnih sila i jedna od globalno najmoćnijih integracija, kojoj Republika Srbija nastoji da se pridruži, vodi višedecenijsku agrarnu politiku snažne podrške poljoprivredi i ruralnim područjima, što rezultira velikim uspehom u ovoj oblasti. Za Republiku Srbiju je značajno da proces evropskih integracija, odnosno, evropske fondove i saradnju, iskoristiti što bolje i kreativnije za razvoj domaćih ekonomskih subjekata u agraru i ruralnoj ekonomiji.

Hipoteza od koje se u radu pošlo je potvrđena, jer se može zaključiti da, ukoliko se domaćom poljoprivredom i ruralnim razvojem adekvatno upravlja u procesu pristupanja EU, pre svega,

kroz podršku domaćim ekonomskim subjektima, može se očekivati povećanje konkurentnosti agro-prehrambenog sektora Republike Srbije na međunarodnom tržištu i sveukupno jačanje ruralne ekonomije.

Očekuje se da ovo istraživanje, zajedno sa drugim naporima u teoriji i praksi, podstakne razvoj srpskog sela i poljoprivrede, da inicira kreativnije korišćenje prirodnih resursa, kao i da promoviše domaći poljoprivredno-prehrambeni sektor i održivi ruralni razvoj.

Adekvatan pristup razvoju sela i poljoprivrede u procesu priključenja EU može doprineti bržem razvoju domaćeg agrara i ruralne ekonomije, ali će se pri tome suočavati sa brojnim ograničenjima, koja je veoma teško prevazići. Stoga je neophodan napor države i ostalih aktera razvoja, sa posebnim fokusom na ostvarenje dugoročnih nacionalnih interesa.

Reference

1. Berjan, S., Bilali, H.E., Janković, S. & Radosavac, A. (2015). Agricultural and rural development governance and coordination in Bosnia & Herzegovina. *Economics of Agriculture*, 62(1), 95-106.
2. Charron, N. (2016). Explaining the allocation of regional Structural Funds: The conditional effect of governance and self-rule. *European Union Politics*, 17(4), 638–659.
3. Citi, M. (2015). European Union budget politics: Explaining stability and change in spending allocations. *European Union Politics*, 16(2), 262–280.
4. Cukaliev, O., Bartel, A., Ilic, B., Mohr, B., Pavloska Gjorgjieska, D. & Gavrilova, E. (2018). AGRI-environmental policy in South-East Europe. Skopje: SWG.
5. Briassoulis, D., Pikasi, A. & Hiskakis, M. (2019). End-of-waste life: Inventory of alternative end-of-use recirculation routes of bio-based plastics in the European Union context. *Critical Reviews in Environmental Science and Technology*, 49(20), 1835-1892.
6. Đurić, K., Kuzman, B. & Prodanović, R. (2019). Support to young farmers through agricultural policy measures-the experience of the EU and Serbia. *Economics of Agriculture*, 66(1), 237-249.
7. Đurović, G. & Bulatović, B. (2014). Proposal for the EU CAP compliant agricultural budgeting model in Montenegro. *Agric. Econ. – Czech*, 60(10), 479-487.
8. EC. (2017). CAP after 2020. Pristupljeno sajtu: maj 2019., https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en
9. EC. (2018). CAP context indicators 2014-2020. EU: European Commission.
10. EC. (2019). Republika Srbija - Izveštaj za 2018. godinu. Brisel: Evropska komisija.
11. EC DG AGRI. (2017). Green elements of the CAP. EU: European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development.
12. EC DG AGRI. (2018). CAP Expenditure. EU: EC DG for Agriculture & Rural Development.
13. EC DG AGRI. (2019). Agri-food trade statistical factsheet, European Union – Serbia. EU: European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development.
14. EDIC Čakovec. (2019). Proračun EU: ZAP nakon 2020. Čakovec: **Europe Direct Čakovec**.
15. EK. (2017). Budućnost hrane i poljoprivrede. Brisel: Evropska komisija. Pristupljeno sajtu: maj 2019., http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4841_hr.htm
16. EK. (2018). MEMO/18/3974. Brisel: Evropska komisija.
17. EK. (2019). Ruralni razvoj od 2014. do 2020. EU: EC. Pristupljeno sajtu: maj 2019., https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_hr
18. EU. (2017). Objašnjena EU: Poljoprivreda. Brisel, EK: Delegacija EU u Republici Srbiji.
19. European Commission. (2018). SWD (2018)301 final. Brussels: EC.

20. Golubović, D. (2014). Proces pregovaranja o pristupanju EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja u Republici Srbiji. Beograd: MPŠV.
21. Golubović, D. (2018). Proces pristupanja Srbije EU u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja - ključni segmenti za lokalne samouprave. Beograd: Mreža za poljoprivredu i ruralni razvoj.
22. Huysmans, M. (2019). Enlargement and exit. *European Union Politics*, 20(2), 155–175.
23. Ioannides, I. (2017). Cyprus and EU enlargement to the Western Balkans: a balancing act. *Southeast European and Black Sea Studies*, 17(4), 631-647.
24. Kanthak, L. & Spies, D. (2017). Public support for European Union economic policies. *European Union Politics*, 19(1), 97-118.
25. Kubacka, M. (2018). Evaluation of the ecological efficiency of landscape protection in areas of different protection status - a case study from Poland. *Landscape Research*, 44(5), 628-641.
26. Lehner, T. & Wasserfallen, F. (2019). Political conflict in the reform of the Eurozone. *European Union Politics*, 20(1), 45-64.
27. Lindsay, J. K., Armakolas, I., Balfour, R. & Stratulat, C. (2017). The national politics of EU enlargement in the Western Balkans. *Southeast European and Black Sea Studies*, 17(4), 511-522.
28. MEI RS. (2018). Evropska orijentacija građana Srbije. RS: Ministarstvo za evropske integracije.
29. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede. (2019). IPARD II Program. RS: MPŠV.
30. MPŠV. (2014). Evropske integracije. RS: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede. Pristupljeno sajtu: maj 2019., <http://www.minpolj.gov.rs/>
31. MPŠV. (2019). Izveštaj o stanju u poljoprivredi u Republici Srbiji u 2018. godini. Republika Srbija: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede.
32. Obradović, S., Ristić, L. & Lojanica, N. (2018). Are unemployment rates stationary for SEE10 countries? Evidence from linear & nonlinear dynamics. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci*, 36(2), 559-583.
33. Riddervold, M. & Newsome, A. (2018). Transatlantic relations in times of uncertainty: crises and EU-US relations. *Journal of European Integration*, 40(5), 505-521.
34. Ristić, L. & Obradović, S. (2015). Mogućnosti i ograničenja izvoza agrarnih proizvoda Republike Srbije na tržište EU. *Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji* (str. 93-103). Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
35. Ruser, A. & Anheier, H. (2014). EU's future role on the global stage. *Global Policy*, 5(1), 58-67.
36. Sekulić-Maksimović, N., Živadinović, J. & Dimitrijević, Lj. (2018). Concerns about harmonization process of Serbian agricultural policy with EU standards. *Ekonomika poljoprivrede*, 65(4), 1627-1639.
37. Stetter, E. & Reuter, C. (2014). *The social dimension of EU enlargement*. Brussels: FEPS.
38. Topić, R. & Spasojević, B. (2016). Contemporary aspects of correlation between agriculture and rural development. *Economics*, 4(2), 95-112.
39. UAP. (2019). EU. RS: Uprava za agrarna plaćanja, Prist. sajtu: maj 2019., <http://uap.gov.rs/eu/>
40. Uprava za agrarna plaćanja (2017/2018). Uredbe o raspodeli podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2017. i 2018. godini. Beograd: UAP.
41. Vlada RS. (2014). *Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014-2024*. "Sl. glasnik RS", br. 85/2014.
42. Vlada RS. (2017). Nacionalni program za poljoprivredu za period 2018-2020. "Sl. glasnik RS", br. 120/17.
43. Vlada RS. (2018). Nacionalni program ruralnog razvoja od 2018. do 2020. "Sl. glasnik RS", br. 60/2018.
44. Vlada RS. (2019a). *Uredba o raspodeli podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju u 2019. godini*. "Sl. glasnik RS", br. 3/2019.
45. Vlada RS. (2019b). Zaključak o usvajanju Programa o izmenama i dopunama IPARD programa za Republiku Srbiju za period 2014-2020. godine. "Sl. glasnik RS", br.20/2019.

46. Vos, C. (2017). European integration through 'soft conditionality'. The contribution of culture to EU enlargement in Southeast Europe. *International Journal of Cultural Policy*, 23(6), 675-689.
47. Vujičić, M., Ristić, L. & Vujičić, S.M. (2012). European integration and rural development policy of the Republic of Serbia and WBCs. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*. 18(4), 519-530.
48. Zekić, S., Matkovski, B. & Kleut, Ž. (2016). IPARD fondovi u funkciji razvoja ruralnih područja Republike Srbije. *Ekonomski horizonti*, 18(2), 169-180.

FAKTORI INSTITUCIONALNE KONVERGENCIJE U PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA

Vladan Ivanović* i Vlastimir Leković**

Uspostavljanje jedinstvenog ekonomskog i političkog prostora na teritoriji Zapadne Evrope, otpočet potpisivanjem Ugovora o osnivanju Zajednice za uglj i čelik, a kasnije proširen i produbljen različitim evropskim ugovorima koji su doveli do stvaranje Evropske unije, osim brojnih posledica ekonomske, društvene, političke i pravne prirode, zasnivao se, najvećim delom, na procesima kontinuiranih institucionalnih promena, koje su vodile ka institucionalnoj homogenizaciji. Ovaj aspekt je od posebnog značaja za zemlje Centralne i Istočne Evrope, koje su u poslednjoj deceniji XX-og veka doživele radikalne institucionalne promene. Očekivanja ovih zemalja su bila velika, a posebno od novih institucionalnih rešenja, za koja se smatralo da će, po kvalitetu, konvergirati onima u zemljama osnivačima, što bi rezultiralo većim ekonomskim blagostanjem i poboljšanjem kvaliteta života. U radu su predstavljeni mehanizmi institucionalne konvergencije, kojima dolazi do institucionalne homogenizacije u kontekstu procesa evropskih integracija, a koji se zasnivaju na analitičkom okviru koji su razvili P. J. DiMaggio i W. W. Powell (1983), u konceptu sociološkog institucionalizma, a koji je proširen radom J. Beckert-a (2010), prema kome su uzroci institucionalne konvergencije moć, atraktivnost i mimeza (*tudih*) institucionalnih rešenja, ali i konkurencija među institucionalnim rešenjima u različitim sistemima.

Ključne reči: institucije, institucionalne promene, institucionalna konvergencija, institucionalna homogenizacija, evropske integracije

Uvod

Naizmenični procesi institucionalne konvergencije i divergencije jedna su od suštinskih karakteristika evropske novovekovne istorije. Primeri za to su dugi periodi raznih imperija, poput Rimskog carstva, bilo da je u pitanju Sveto rimsko carstvo, ili njegovi sukcesori kasnije, odnosno, Zapadno rimsko carstvo ili Istočno rimsko carstvo (Vizantija), ili, u kasnijim epohama, postojanje velikih carevina, poput Habzburške monarhije, Osmanskog ili Ruskog carstva, odnosno, još kasnije, uspostavljanje novog i u praksi jedinstvenog političko-ekonomskog sistema, poput Sovjetskog saveza. Dakle, na različite načine, u različitim uslovima i sa različitim uspehom, dolazilo je do političkih i ekonomskih integracija, koje nužno inkorporiraju i institucionalnu homogenizaciju. Upravo iz tog razloga, može se tvrditi da je na evropskom kontinentu prisutna kontinuirana tendencija uspostavljanja homogenog bazičnog institucionalnog okvira, što, *per se*, podrazumeva i tendencije ka institucionalnoj konvergenciji.

Postoji više bitnih karakteristika oko pomenutih vrsta „integracija“ iz prošlosti, u poređenju sa procesima evropskih integracija koji su prisutni u poslednjih gotovo sedam decenija. Jedna od značajnijih odnosi se na različit karakter ideja koje su činile pozadinu procesa stvaranja supranacionalnih državnih struktura. U prošlosti, integracija je bila vođena, gotovo isključivo, dominacijom onih koji su predstavljali epicentar takvih integracija, dok su savremeni procesi evropskih integracija bazirani na širokoj i kompleksnoj mreži ideja, interesa i uključenih aktera. Druga, još bitnija, sa aspekta potencijalnog objašnjenja neuspeha kojima su se integracioni

* Vanredni profesor, e-mail: vivanovic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: lekovic@kg.ac.rs

poduhvati u prošlosti završavali, jeste zasnovanost integracionih procesa na (skoro) isključivom oslanjanju na primenu političke i vojne moći i dominacije, na osnovu kojih su nametana institucionalna rešenja onih država koje su kreirale supranacionalne strukture. Pomenuta osobenost u sadejstvu sa velikim stepenom političke, ekonomske, socijalne, religiozne, pa i kulturološke, heterogenosti zajednica koje su činile članice novouspostavljenih supranacionalnih struktura, uticala je, veoma izvesno, značajno na dugoročnu neodrživost tako uspostavljenih političkih, legalnih i privrednih struktura. Dodatno, velika razlika između proklamovanog i *de facto* cilja integracionih procesa vršila je pritisak u pravcu dezintegracije. Naime, i pored proklamovanog osnovnog cilja integracije u svim „integracionim procesima“ u prošlosti, a koji se ticao unifikacije institucionalnog okvira, institucije su bile tako kreirane da su, često, podrazumevale zadržavanje privilegovanih pravila u centralnim ili nosećim članicama u odnosu na periferne krajeve, odnosno, zajednice u okviru supranacionalnih struktura.

Osim na političkoj moći zasnovane unifikacije velikih delova evropskog kontinenta, mada i ne u potpunosti bez njenog uticaja, drugi vid institucionalne konvergencije bazirao se na pokušajima da se imitacijom institucionalnih rešenja u društvima i državama gde su ona pokazala nesumnjivu funkcionalnost i efikasnost, dođe do kreiranja institucionalnog ambijenta koji bi omogućio dinamičniji privredni i društveni razvoj u zemljama koje su takva rešenja usvajala. U tom pogledu, moguće je identifikovati dve vrste strategija koje su sledene.

Jedna se odnosi na neposrednu transplantaciju institucija. Daleko najpoznatiji pokušaj koji se zasnivao na ovoj strategiji, jeste transformacija institucionalne strukture koja se odvijala na početku procesa tranzicije u zemljama Centralne i Istočne Evrope. Isto se dešavalo i u zapadnoevropskim zemljama, od trenutka osnivanja Evropske zajednice za uglj i čelik (1951-1952), što se smatra prvim formalnim korakom i začetkom institucionalne integracije zapadnoevropskih zemalja. Istovremeno, postoje i stanovišta da je, zapravo, integracija, više u smislu uslova, a manje u smislu kreiranih institucija, započela inicijacijom Maršalovog plana (Varoufakis, 2015, 71-74). Kasnije, Rimskim ugovorom (1957), prvim ugovorom bez ograničenja vremenskog važenja, institucionalne strukture u ovim zemljama su bile daleko više izražena nego što je to bio slučaj sa centralno- i istočnoevropskim zemljama pred početak tranzicije. Međutim, u domenu institucija, koje čine jezgro funkcionalnog i efikasnog političkog i ekonomskog sistema, u zapadnoevropskim zemljama je postojala visoka homogenost, a vremenom je došlo do još izraženije konvergencije. To se, posebno, odnosi na domen izgradnje pravne države i učvršćivanja vladavine prava.

Druga strategija odnosila se na pokušaje da se kreiranjem određenih pretpostavki, bez simultanog institucionalnog prilagođavanja i šire institucionalne reforme, ostvari i viši nivo društvenog i privrednog razvoja. Ovakva transformacija se zasnivala na percepciji da poboljšanje, pre svega, privrednih uslova, kao posledicu proizvede unapređenje institucionalnog okvira. Na primer, Rusko carstvo je u vreme carice Katarine Velike (1762-1796), inspirisane razvojem tržišne privrede i industrijalizacije na Zapadu, a pod snažnim uticajem ideja A. Smith-a davala velike podsticaje za naseljavanje Nemaca. Očekivanja su bila da će preduzetnički duh i specifične kompetencije nove populacije doprineti kreiranju pretpostavki za izgradnju tržišne ekonomije i ubrzanju industrijalizacije u Ruskom carstvu, koje je u velikoj meri zaostajalo za vodećim silama toga vremena, a naročito za Velikom Britanijom.

Nasuprot pokušajima uspostavljanja jedinstvenog institucionalnog okvira putem „nametanja“ rešenja, koncept evropskih integracija, koji se zasnivao na naporima različitih evropskih država na izgradnji zajedničkih, supranacionalnih institucija, ima svoje intelektualne korene i dobija masovniji karakter već 1920-ih godina. Naime, prvim Kongresom evropskih intelektualaca u Beču (1926), kao i Memorandumom Vlade Francuske o organizacije evropske federacije (1930), zahtevalo se stvaranje jedinstvene Evrope, mada se ideje o „jedinstvenoj

Evropi“ mogu naći i mnogo ranije - u knjigama „O monarhiji“ A. Dante-a i „Hrišćanska Republika“ P. Dubois-a iz XIII veka (Janković, 2005).

Predmet istraživanja u ovom radu su ključni aspekti institucionalne konvergencije, kao načina da se, u okviru pristupanja Republike Srbije (R. Srbija) Evropskoj uniji (EU), sprovede uspešnija harmonizacija sa EU institucionalnim okvirom. Razmatranje institucionalne konvergencije u ovom radu motivisano je, prvenstveno, značajem kvalitetnih institucija za generisanje efikasnih ekonomskih performansi. Istovremeno, ništa manje nije značajno pitanje, institucionalne konvergencije sa stanovišta održivosti već dostignutog nivoa institucionalne izgradnje Evropske unije, ali i eventualnih budućih procesa izgradnje evropskih institucija, koji bi vodili višem stepenu političke i ekonomske integracije. Cilj istraživanja jeste da se pokaže da su kvalitetne institucije nužne ne samo za efikasnost, već, naročito, i za održivost ekonomskih performansi, čime se argumentuje značaj razumevanja mehanizama institucionalne konvergencije.

Shodno definisanom predmetu istraživanja i u skladu sa opredeljenim ciljem, polazna hipoteza rada jeste da je proces institucionalne konvergencije bitan uslov za uspešnije kreiranje, uspostavljanje i razvijanje institucija R. Srbije, koje bi karakterisali zadovoljavajući nivo kvaliteta, efikasnosti i konzistentnosti, zahvaljujući čemu će ekonomske performanse rezultirati dinamičnijim ekonomskim rastom i održivim razvojem.

Rad je strukturiran u šest sekcija. Nakon Uvoda, u drugoj sekciji rada razmatraju se relevantna pitanja značaja institucija za ekonomsku uspešnost. Mehanizmi koji pokreću proces institucionalne konvergencije analiziraju se u trećoj i četvrtoj sekciji rada, na primeru EU i novih zemalja njenih članica. U petoj sekciji rada ukazuje se na relevantnost institucionalne konvergencije za ostvarivanje ekonomske uspešnosti u R. Srbiji.

Zašto su institucije bitne za ekonomski razvoj?

Ekonomska istorija nudi brojne primere koji potvrđuju da institucije imaju odlučujući uticaj na ekonomske performanse kako u evropskim zemljama, tako i na globalnom nivou. To, svakako, ne znači da povećanje nacionalnog bogatstva nije moguće u alternativnim institucionalnim aranžmanima. Mnogo validnija pretpostavka je da različiti institucionalni aranžmani vode različitom kvalitetu ekonomskih performansi, različitoj privrednoj dinamici i, u krajnjoj liniji, različitoj održivosti putanje privrednog rasta. Upečatljivo je, u tom pogledu, iskustvo različitih regiona u svetu, kao i između različitih zemalja u okviru pojedinih regiona. Tokom druge polovine XX-og veka, između 1950. i 2000, zemlje u razvoju u Aziji su uvećale bogatstvo petostruko, zemlje Latinske Amerike dvostruko, tranzicione privrede manje nego dvostruko, a zemlje u Africi samo dve-trećine u odnosu na inicijalni nivo (Maddison, 2002, 31-32). „Prirodni“ eksperimenti, Istočna Nemačka i Severna Koreja dodatno upečatljivo govore o značaju institucionalnog ambijenta. Naime, ovi delovi Nemačke, odnosno, Koreje, bili su industrijalizovani, sa snažnijom ekonomskom strukturom, delovi manje-više jedinstvenog ekonomskog prostora pre podele (Dam, 2007, 18). Nakon više od pola veka funkcionisanja u različitom institucionalnom okruženju, razlike su postale ogromne. Čak i u slučaju Istočne Nemačke, koja se pre gotovo 30 godina integrisala sa Zapadnom Nemačkom, (formalnom) promenom institucija i ogromnim transferima iz Zapadne Nemačke (više od 1300 milijardi Eura), postoji ogromna razlika u nivou i kvalitetu privredne aktivnosti. Iskustvo Češke, takođe, nedvosmisleno potvrđuje značaj kvalitetne institucionalne strukture. Naime, pre Drugog svetskog rata, Češka je spadala u industrijski najrazvijenije i najbogatije zemlje, ne samo Evrope, već sveta. To je bilo praćeno i naročito kvalitetnom institucionalnom strukturom, odnosno, „relativno funkcionalnom administracijom i značajnom vladavinom zakona“ (Schöpflin, 1993,

20, prema: Kitschelt, 1999, 17). U vezi sa tim, interesantno je istaći da osim Češke i Slovačke, nijedna druga tranziciona privreda nije imala funkcionalnu tržišnu ekonomiju čak i pre nego što je postala socijalistička, centralno-planska privreda (Van Brabant, 1996), što može značajnim delom objasniti sporu institucionalnu konvergenciju u većini ovih zemalja.

O tome da institucije imaju snažan uticaj na ekonomske performanse, u ekonomskoj nauci postoji, u velikoj meri, konsenzus, kao i povodom stava da je tržište superioran mehanizam efikasne alokacije resursa u odnosu na sve do sada poznate alternative. Uporedo sa relativno jednostavnim i homogenim stavom da su institucije značajne, pojavljuje se i veliki broj objašnjenja zašto su one bitne, kao i koji mehanizmi uticaja dominiraju, odnosno, koja je institucionalna dimenzija posebno značajna. Međutim, bez obzira na različite pristupe analizi značaja institucija za ekonomski razvoj, na generičkom nivou se njihova suština, kao dubinskog faktora ekonomskog uspeha, sastoji u tome što one formiraju strukturu podsticaja u jednom društvu. U tom pogledu, političke i ekonomske institucije predstavljaju odlučujuće determinante ekonomskih performansi (North, 1994, 359).

Pošto je proces evropskih integracija vođen, dominantno, zahtevima za uspostavljanjem adekvatne i efikasne formalne institucionalne strukture, odnosno, baziran, u velikoj meri, na institucionalnoj transplantaciji, od posebnog su značaja mehanizmi kojima formalna institucionalna struktura može da deluje na ekonomske performanse. Kvalitet formalnih institucija, pre svega, meren stepenom političke nestabilnosti, političkih i civilnih sloboda, karakterom i značajem demokratije, odlučujuće kreira opšti ambijent u kojem se privredna aktivnost odvija i, time, determiniše dinamiku i kvalitet performansi nacionalne ekonomije. Pritom, primarni mehanizam kojim se vrši uticaj na privrednu dinamiku tiče se efikasne zaštite vlasničkih prava (Przeworski & Limongi, 1994). Uticaj efikasne zaštite vlasničkih prava se odnosi na njihovu ukupnost - kako na apsolutna, tako i na relativna vlasnička prava. Time vlasnička prava postaju „duboka“ determinanta ekonomskog rasta (Acemoglu, 2009).

Dakle, u okviru formalne institucionalne strukture, u brojnim empirijskim istraživanjima su kao odlučujući set formalnih institucija identifikovane one koje regulišu vlasničke odnose. U tom pogledu, postoji veći broj transmisionih mehanizama kojima se uticaj vlasničkih prava na ekonomske performanse reflektuje na ekonomske performanse kako na makroekonomskom nivou, tako i na nivou pojedinaca i organizacija (Ivanović, 2014). Na makroekonomskom nivou, jasno definisana i zaštićena vlasnička prava podstiču specijalizaciju, koja kreira pretpostavke za razvoj trgovine, širenje tržišta i intenziviranje konkurencije, ali se i nalazi u osnovi rasta produktivnosti, što u konačnom ishodu vodi većem nacionalnom bogatstvu. S druge strane, obezbeđivanjem motivacije, podupiranjem slobode i redukcijom transakcionih troškova, sigurna vlasnička prava motivišu pojedince za produktivan poslovni angažman. Ipak, vlasnička prava su neraskidivo povezana sa konstitucionalnim pravilima, jer je efikasna zaštita vlasničkih prava verovatnija u sistemu gde postoji jasna podela vlasti i vladavina prava. U tom kontekstu, potrebno je i naglasiti značaj celokupne institucionalne strukture, a čija je izgradnja tangirana različitim poglavljima u procesu evropskih integracija.

Međutim, uticaj institucija na ekonomske performanse prevazilazi jednostavnu matricu (formalne) institucije → ekonomski rast. Razlog za to je što one imaju i ogroman uticaj na faktore koji su neposrednije ili, makar, vidljivije značajni za ekonomski rast. Vrlo često ovi faktori, istovremeno, predstavljaju i meru ekonomskog razvoja. U tom smislu, R. E. Hall i C. I. Jones (1999) su došli do zaključka da se razlike u nivoima obrazovanja, odnosno, humanog kapitala, kao i nivoa akumulacije kapitala i nivoa produktivnosti, mogu objasniti, upravo, vladavinom zakona i kvalitetom ustavnih pravila, kvalitetom birokratije i korupcije, kao i rizikom od eksproprijacije i nepoštovanja ugovornih relacija od strane izvršne vlasti.

Evropska unija, nove zemlje članice i institucionalna konvergencija

Kada je u pitanju EU i njene institucije, ali i institucije zemalja članica, i nju, svakako, treba posmatrati kroz proces institucionalne transformacije, i to veoma brze. Od inicijacije evropskih integracija do današnjeg nivoa izgrađenosti institucija, u istorijskom kontekstu, prošlo je relativno malo vremena. Ovo, pogotovo, dobija na značaju ukoliko se to upoređi sa procesima integracije nekih danas institucionalizovanih nacionalnih država. Na primer, sve do 1790. godine, na teritoriji današnje Nemačke je postojalo otprilike 300 država, a pre toga, u srednjem veku, čak oko 1600 (Chown, 2003). I veoma slabo integrisana Konfederacija nemačkih država iz 1815. godine, koja se oslanjala na Rajnsku konfederaciju ili Rajnski savez iz 1806. godine, daleko su, u nekim ključnim segmentima, bile od današnjeg nivoa integracije na nivou EU, čija se institucionalna izgradnja odvijala u proteklih sedam decenija. U tom kontekstu, istorijski, Evropa, a naročito EU, je ključno područje kada su u pitanju inovacije koje se odnose na institucije upravljanja i političke organizacije (Finer, 1999, 14). S druge strane, i proces proširenja je svojevrsno eksperimentisanje u domenu institucionalne transformacije kako novih, tako i starih zemalja članica. Dok se institucionalnom transformacijom u novim zemljama članicama očekuje uspešnije rešavanje brojnih izazova sa kojima se one suočavaju, u prošlosti je proširenje imalo veliki uticaj i na stare zemlje članice. Naime, proširenjem od 2004, došlo je do povećanja teritorije za 34%, kao i rasta populacije za 105 miliona (Hughes, Sasse, & Gordon, 2001, 151). U tom smislu, proširenje tržišta, ali i obezbeđivanje dugoročne stabilnosti u (širem) okruženju, bili su, inkorporiranjem novih zemalja članica, značajni benefiti za zemlje osnivače EU.

Ukoliko se pođe od pretpostavke da kvalitetan formalni institucionalni okvir podstiče dinamičnu ekonomsku aktivnost, a da se upravo takav institucionalni okvir nalazi u temeljima i osnivačkim aktima EU, onda je i jednostavno objasniti motivaciju za usvajanje evropskih pravila u zemljama Centralne i Istočne Evrope. Međutim, institucije shvaćene kao svrsishodni, strukturirani aranžmani, ne samo da služe efikasnom rešavanju specifičnih zadataka i ciljeva, koji se mogu odnositi na rešavanje problema, obezbeđivanje usluga ili kapaciteta da se na drugi način i u drugim formama zadovolje različite društvene potrebe, već predstavljaju, ne manje bitnu, osnovu legitimnosti političkih odluka i upravljanja, s obzirom da ona, primarno, zavisi od stepena u kojem su strukture, procedure i pravila komforne sa društvenim predstavama o legitimnosti institucija (Scott & Meyer, 1994). Dakle, ciljeve i motivaciju za transplantaciju EU institucija u novim zemljama članicama treba posmatrati ne samo kroz ekonomsku, već kroz širu društvenu, socijalnu, a naročito, političku perspektivu.

U ugovorima o osnivanju definisano je da se EU zasniva na principima slobode, demokratije, poštovanja ljudskih prava i sloboda, i na vladavini zakona (Olsen, 2001, 334). U kom konstitucionalnom okviru će se to ostvariti je od sekundarne važnosti. Nije bitan način na koji dolazi do operacionalizacije ovih principa, već je bitno da oni u praksi budu operativni. Na primer, političke institucije, sa izuzetkom parlamentarne demokratije (gde sve zemlje članice imaju parlamentarni sistem, izuzev Francuske koja ima semi-predsednički sistem), imaju veliki stepen varijacije. Prema tipu parlamentarnih institucija (jednodomni ili dvodomni parlamenti), federalnom ili unitarnom sistemu administrativne organizacije, stepenu lokalne autonomije ili značaju institucije referendum, postoji velika varijacija među zemljama članicama (Becker, 2009, 87). Takvo institucionalno okruženje treba da pospeši rešavanje brojnih problema koji hronično prate privredni i društveni razvoj zemalja kandidata.

Treba istaći, da institucionalna konvergencija, u onim aspektima koji se odnose na stepen slobodnog delovanja tržišnog mehanizma, može obezbediti kratkoročne i srednjoročne podsticaje za rast, ali, malo verovatno, i dugoročne. Uspostavljanje efikasnog bazičnog institucionalnog okvira, na način na koji je definisan osnivačkim ugovorima EU, ne

podrazumeva potpunu institucionalnu uniformnost. Na primer, Slovenija i Estonija u domenu bazičnog institucionalnog okvira imaju značajne sličnosti i obe se smatraju uspešnim primerima tranzicije, naročito u odnosu na manje uspešne nove zemlje članice, ali su i jedna i druga imale potpuno različite razvojne puteve i veliku heterogenost kada je su pitanju pojedini segmenti institucionalne strukture, ali i načina na koji su reforme sprovedene (Feldmann, 2007, 329).

Da bi politička i ekonomska integracija, a time i institucionalna konvergencija, bila uspešna neophodno je da postoje tri elementa (Olsen, 2001, 326):

- uzročna međuzavisnost članica, odnosno, da između delova, u ovom slučaju država članica, postoji neraskidiva povezanost;
- konzistentnost, tj. visok stepen koherentnosti i koordinacije između delova; i
- strukturna povezanost, odnosno, postojanje jasne vizije koja se tiče socijalne, političke i privredne integracije.

Iako ovi principi, u velikoj meri, karakterišu integracione procese, postoji razlika u stepenu u kojem oni oblikuju integracione procese u EU. Na primer, prilično integrisanom ekonomskom strukturom je obezbeđen visok stepen međuzavisnost zemalja članica. To je naročito vidljivo kroz spoljnotrgovinsku razmenu ili kretanje investicija iz razvijenih ka novim zemljama članicama. Međutim, koherentnost, konzistentnost i koordinacija između zemalja članica nije prisutna u meri u kojoj je neophodno da integracija vodi preferiranim ishodima. Zapravo, upravo u ovom segmentu se nalaze i, verovatno, neki od najvećih rizika za uspeh integracionih procesa i prisutna institucionalna histereza u nekim od najznačajnijih institucionalnih dimenzija kod novih zemalja članica.

Moć, atraktivnost, mimeza i konkurencija kao faktori institucionalne konvergencije

Četiri su alternativna objašnjenja u pogledu ključnih determinanti institucionalnih promena, odnosno, procesa u kojima dolazi do institucionalnih promena prema teoriji (sociološkog) institucionalnog izomorfizma. Prvi se odnosi na moć, drugi na atraktivnost, a treći na mimezu (Di Maggio & Powell, 1983), dok neki autori ističu i značaj konkurencije (Olsen, 2001; Beckert, 2010). Osim ovih faktora, svakako ne treba prevideti ni važnost jednostavnog invarijantnog faktora, a to je geografija. Naime, neki od autora navode da je upravo geografija najznačajniji pojedinačni razlog zašto su zemlje Centralne i Istočne Evrope imale izražene, a u isto vreme i realistične, aspiracije pridruživanja i integracije u EU (Hughes, Sasse & Gordon, 2001).

Mehanizam moći se odnosi na situaciju kada do institucionalne homogenizacije dolazi usled formalnih i neformalnih pritisaka od jedne organizacije ka drugim organizacijama koje su od nje zavisne, kao i kulturnim očekivanjima u društvu (Di Maggio & Powell, 1983). Iako ovako formulisan razlog institucionalnih promena može sugerisati da se radi o promenama koje su mikroekonomskog karaktera, odnosno, da je reč o promenama koje su karakteristične za nivo (poslovne) organizacije, ipak je reč o faktoru konvergencije koja ima podjednaku validnost i u slučaju čitavih sistema. Jednostavan razlog za to je što i države predstavljaju „organizacije“ po definiciji, mada mnogo kompleksnije prirode, a što se odražava na karakter i, pre svega, uspešnost institucionalne konvergencije. Međutim, empirijske studije ne potvrđuju nedvosmisleno ovu tezu. J. Beckert (2010) ističe da bi došlo do institucionalne homogenizacije, osim moćnog spoljnog aktera ka čijem institucionalnom okviru postoji konvergencija i koji ima moć da nametne određeni institucionalni dizajn, neophodno je da postoji i stanje u kojem je sistem postojećih institucija u potpunosti diskreditovan, moralno i funkcionalno. Dok diskreditovanost pređašnjih institucija može biti validna pretpostavka kada su u pitanju nove zemlje članice EU, postojanje dovoljno moćnog spoljnog aktera je pre nedostajući, nego prisutan

element u procesu institucionalne konvergencije. Iako se EU, u kontekstu evropskih integracija, pojavljuje kao spoljni akter koji određuje proces institucionalne transformacije zemalja koje pristupaju, ipak je (realna) moć ovog aktera u mnogome ograničena. Razlozi za to mogu biti brojni. Jedan se svakako sastoji u tome što su evropski ugovori, kao i svi ugovori, nepotpuni, a proces institucionalne transformacije veoma složen, zavisian od velikog broja faktora i praćen visokim stepenom neizvesnosti. Osim toga, dodatna karakteristika procesa integracija je da postoji složena mreža podela između nacionalnog i supranacionalnog (evropskog) nivoa, gde su nadležnosti (vrlo retko) prenete isključivo na evropske institucije, nekada su podeljene između država članica i evropskih institucija (tokom vremena i institucionalnom evolucijom EU sve više), a nekada u isključivoj nadležnosti država članica.

Međutim, kako bi moć bila prisutna i omogućila proces institucionalne konvergencije, kreiran je Evropski sud pravde, kao kvazi ustavna institucija, koji treba, upravo, da obezbedi moć da se određena institucionalna rešenja zadrže na evropskom nivou i da obezbedi visok stepen institucionalne homogenizacije, ali i funkcionalnosti nacionalnih institucionalnih rešenja. To se postiže time što odluke koje donosi postaju deo pravnih tekovina EU, i kao takve postaju deo obavezujućeg pravnog okvira za svaku zemlju članicu EU. Drugi bitan aspekt se odnosi na činjenicu da su njegove odluke neupitno sprovodljive u svim zemljama članicama. Interesantna je sama evolucija Evropskog suda pravde i razvoj njegovih nadležnosti. Na primer, u slučaju *Costa v. ENEL* uspostavljena u praksi je doktrina supremacije (*supremacy doctrine*), prema kojoj je utvrđeno da je transfer legalne moći (nadležnosti) država na EU nivo ireverzibilan i da predstavlja permanentno ograničenje na suverena prava u zemlji članici EU. Tokom niza slučajeva potvrđena je i doktrina ekskluzivne nadležnosti (*preemption doctrine*) koja je, u izvesnom smislu, proširenje doktrine supremacije. Naime, prema ovoj doktrini, ukoliko je evropskim pravom značajno regulisana određena oblast, onda ono ima primat u odnosu na nacionalna institucionalna rešenja u toj oblasti, osim ako EU pravom nije drugačije naznačeno. Treća doktrina, koja se ustalila nizom odluka tokom 1970-ih, odnosi se na pravo preispitivanje odluka izvršne i zakonodavne vlasti od strane Evropskog suda pravde i definisanje njihovi prava i nadležnosti. Međutim, ovakvom pristupu Evropskog suda pravde su se često suprotstavljala razna nacionalna tela, poput Državnog Saveta u Francuskoj (*Conseil d'État*), ili Nemačkog saveznog privrednog suda (*Bundesfinanzhof*) (Gillingham, 2003, 130-131).

Već istaknuti primeri u istoriji evropskog kontinenta sugerišu da moć nije dovoljna. Moć nametanja rešenja nije dovoljna da bi obezbedila dugoročnu održivost institucionalnih promena u pravcu određenog institucionalnog modela. U tom smislu, atraktivnost predstavlja drugi mogući uzrok ili faktor koji dovodi do institucionalne homogenizacije između dva različita institucionalna sistema. Poželjnost određenog modela se sastoji u funkcionalnosti institucionalnih rešenja ka kojima se odvija proces institucionalnih promena, jednostavno iz razloga što se smatraju odgovarajućim za probleme sa kojima se jedno društvo suočava. Akteri koji iniciraju promene nisu na njih primorani, već motivisani da ih sprovedu, a imitacija je dobrovoljna, jer su očekivanja da će novo institucionalno rešenje generisati superiorne rezultate u odnosu na one koji su prisutni u sistemu. Osim toga, makar deo troškova, koji bi se pojavili u slučaju razvoja kompletno novog institucionalnog dizajna, imitacijom se izbegava (Beckert, 2010). S druge strane, atraktivnost određenog institucionalnog dizajna može poslužiti i kao osnov njegove značajne adaptacije, čime se dolazi do *sui generis* institucionalnog rešenja. Na primer, postoje stanovišta da je institucionalni dizajn Kine, koji je podrazumevao kombinovanje tržišne ekonomije i inkrementalne transformacije u domenu političkih institucija, zapravo inspirisan rešenjima koja već su postojala, u drugačijem konstitucionalnom ambijentu, u Singapuru. Naime, tokom posete tadašnjem predsedniku Singapura Li Gunagjaou (Lee Kuan Yew) 1979 godine, tadašnji kineski predsednik Deng Ksjaoping (Deng Xiaoping) je otkrio da

dinamična i efikasna, ali tržišna, privrede može postojati u alternativnom političkom okruženju u odnosu na ono koje je konstituisano u zemljama Zapadne Evrope (Lu, 2019).

Faktor atraktivnosti se može posmatrati kao veoma značajan u velikom broju, ako ne u svim, novim zemljama članicama EU. Naime, privredni, politički, socijalni i društveni rezultati koje su, nakon završetka Drugog svetskog rata, ostvarile zemlje Zapadne Evrope, doprineli su uverenju u novim zemljama članicama da je institucionalni okvir u kojem one funkcionišu superioran i kao takav posebno atraktivan za njih. Ova činjenica posebno dobija na značaju u kombinaciji sa iskustvom novih zemalja članica u prethodnih pola veka koje su često bile pogođene krizama i problemima, kao i da reforme i adaptacije institucionalnog okvira nikada nisu dovele do preferiranih rezultata. Očigledno, problem je bio u konstitucionalnom segmentu institucionalne strukture i fundamentalnim pravilima na osnovu kojih se odvijao privredni, politički i društveni život. Dakle, atraktivnost institucionalnih rešenja EU je u osnovi odluke bivših socijalističkih zemalja za preuzimanje institucionalnih rešenja, a koja bi trebalo da omogućuje prevazilaženje problema koji u ovim zemljama postoje, ali i otklanjanje posledica institucionalnih rešenja u prošlosti koja su bila izvor gotovo permanentne krize.

Mimeza, kao treći faktor koji vodi institucionalnoj konvergenciji, sličan je imitaciji ili transplantaciji usled atraktivnosti, ali se u motivima razlikuje od njega. Kao i u slučaju atraktivnosti, u slučaju mimeze akteri koji sprovode institucionalnu transplantaciju su motivisani, a ne prisiljeni da to urade (Beckert, 2010). Akteri koji sprovode institucionalne promene ne sprovode ih iz ubeđenja da su nova institucionalna rešenja superiorna u odnosu na postojeća. Oni jedino znaju da su postojeća rešenja nefunkcionalna, pa preduzimaju institucionalnu transformaciju kao rezultat dezorijentisanosti i način da se, makar kratkoročno, izbegnu neželjene posledice lošeg institucionalnog okvira. Drugim rečima, budući da je „racionalna procena najboljeg institucionalnog dizajna nedostupna, uspeh institucija koje postoje na drugom mestu opravdava legitimaciju da budu korišćena u zemlji koja ih usvaja“ (Beckert, 2010, 158).

U slučaju mimeze, institucionalna promena se posmatra kao, u velikoj meri, „instiktivni“ odgovor na neizvesnost i loše performanse postojećeg institucionalnog okvira. I ovaj domen svakako ima svoju relevantnost i validnost, ukoliko se posmatra proces evropskih integracija. Naročito upečatljiva ilustracija ove teze je činjenica da je bugarski parlament, kako bi izbegao neuspeh da transponuje celokupno zakonodavstvo EU, neposredno pred početak formalnog članstva u EU, zapravo usvoji polovinu evropskih pravnih tekovina u izvornom obliku: na engleskom jeziku.

Konkurencija može biti identifikovana kao dodatni faktor institucionalnog izomorfizma. Naime, u ovom slučaju, institucije ne nestaju usled njihove apsolutne nefunkcionalnosti, već usled njihove relativne inferiornosti. Konkurencija „kreira pritiske koji vode institucionalnoj konvergenciji organizacija ili nacionalnih država zato što neefikasna institucionalna rešenja bivaju eliminisana“ (Beckert, 2010, 160). Ova logika institucionalnog razvoja se zasniva na M. Weber-ovom objašnjenju kako konkurentski pritisci na tržištima vode birokratizaciji (Di Maggio & Powell, 1983).

U kontekstu evropskih integracija, konkurencija kao snaga koja oblikuje institucionalnu homogenizaciju samo uslovno i u širem kontekstu može imati validnost. Naime, superiornost institucionalnih rešenja u (starim) zemljama članicama EU je, u kontekstu pritiska na krah institucionalnog okvira koji je postojao za vreme socijalizma, validna. Međutim, institucionalna konvergencija usled konkurentskog pritiska može biti tek od drugorazrednog značaja, ukoliko se posmatra period institucionalne transformacije nakon 1990. godine, kada drugi faktori, u daleko većoj meri, dominiraju izborom institucionalne putanje u pravcu EU.

Verodostojno je pretpostaviti da su konkurencija i moć imali sekundarnu ulogu, dok su atraktivnost i mimeza dominantno određivali institucionalnu transformaciju u novim zemljama članicama u periodu nakon otpočinjanja procesa tranzicije. Moć, kao mehanizam obezbeđivanja institucionalne konvergencije ili homogenizacije unutar EU, moguće je, čak, isključiti u aktuelnim procesima institucionalnih promena u zemljama članicama EU. Nesavršenost ugovora, koja se ispoljava bilo kroz nedorečenost pravila u smislu nadležnosti institucija EU, bilo kroz odsustvo mehanizama kojima bi se obezbedila efikasna i efektivna primena od strane EU u određenoj zemlji članici, sugerise da je bez ovog elementa nemoguće dugoročno obezbediti institucionalnu funkcionalnost u svim zemljama članicama EU.

Relevantnost institucionalne konvergencije za Republiku Srbiju

Koncept institucionalne konvergencije, sam po sebi, daje nam važan uvid u izvor institucionalne funkcionalnosti i genezu samog sistema. U tom smislu, može se reći da se radi o konceptu koji ima izuzetnu relevantnost za razumevanje kako svrhe, tako i dometa institucionalnih transformacija, od kojih se očekuje da budu izgrađene inkluzivne političke i ekonomske institucije. Istovremeno, institucionalna konvergencija je od izuzetne važnosti kako za institucionalnu uređenost ekonomskog sistema, tako i za potpunije razumevanje različitih aspekata interakcija između različitih institucija kao i ekonomskih aktera. Naime, institucionalnom konvergencijom ka razvijenijim i uspešnijim institucionalnim rešenjima, stvaraju se uslovi za stabilnost i uspešnost ekonomskog sistema.

U ovom radu se ukazuje na neke od mogućih pristupa o tome, na koji način proces institucionalne konvergencije može, ili bi pak trebalo, da utiče na proces institucionalnih promena. Ovi stavovi mogu poslužiti kao osnova za formiranje specifičnih zaključaka koji se tiču potencijalnih ključnih faktora institucionalnih promena, kao i njihove uslovljenosti samom potrebom konvergencije ka institucionalnom okviru EU.

Shodno bazičnoj pretpostavci o željenim i očekivanim pozitivnim efektima institucionalne konvergencije, koji se odražavaju na efikasnost i kvalitet ekonomskih performansi, nesporno je da ovaj proces, kada je sproveden na odgovoran i dosledan način, može da dovede do uspostavljanja i izgradnje kvalitetnih, efikasnih i konzistentnih institucija, koje će podsticajno da deluju na ekonomsku uspešnost. Tada će i institucionalne promene dobiti punu podršku kako društva u celini, tako i svih ekonomskih subjekata, jer će svi da prepoznaju da će potencijalna korist od takvog institucionalnog sistema da bude relativno visoka. Na taj način, uspostavlja se uzajamna povezanost svih aktera u društvu, koji svoj interes prepoznaju u postojanju kvalitetnih, stabilnih i efikasnih institucija koje proizvode zadovoljavajući nivo stabilnosti i ekonomske uspešnosti i, shodno tome, rastu društvenog i ličnog blagostanja.

Koncept institucionalne konvergencije, nesporno je, može biti od značajne koristi u traganju za odgovorima na niz značajnih pitanja sa kojima se R. Srbija suočava u periodu tranzicionih promena i nastojanja da postane punopravna članica EU. S jedne strane, pruža mogućnosti za objektivnije sagledavanje stanja institucija ekonomije i društva, kao pretpostavke za uspešniju institucionalnu transformaciju. S druge strane, može da bude značajan osnov za kreiranje samog koncepta ekonomskog sistema, budući da je, u dosadašnjem periodu sprovođenja tranzicije, uz naglašeni neoliberalni pristup, dobrim delom marginalizovana uloga institucija, koje su od odlučujućeg značaja ekonomski i društveni prosperitet. Pri tome, potrebno je naglasiti da je institucionalna konvergencija samo jedan elemenat koji utiče na institucionalnu stabilnost i efikasnost, što je bitan faktor stabilnosti i uspešnosti ekonomskog sistema. U tom smislu, institucionalna konvergencija, koja bi rezultirala izgradnjom kvalitetnih i efikasnih političkih i

ekonomskih institucija, predstavljala bi izuzetan benefit za zemlju i njene građane nezavisno od konačnog, sasvim neizvesnog, ishoda pristupanja Republike Srbije Evropskoj uniji.

Zaključak

Proces evropskih integracija spada u jedan od najznačajnijih događaja globalno u drugoj polovini XX-og veka. Od inicijacije procesa, početkom 1950-ih do danas, došlo je do snažne institucionalne izgradnja u mnogim segmentima. Početkom XXI-og veka, prijemom novih zemalja članica, došlo je do širenja integrativnih procesa koji su označili tendencije ka daljoj institucionalnoj unifikaciji na širem području Evrope. Institucionalna homogenizacija je bila podstaknuta, u različitim etapama, različitim faktorima. Dok su institucionalna konkurencija dominantno, a moć delimično, oblikovali institucionalnu konvergenciju tokom prve četiri decenije razvoja, padom Berlinskog zida su atraktivnost, a, delom i mimeza, bili odlučujući faktori prilagođavanja institucionalnog okvira, pre svega, u novima zemljama članicama EU.

Međutim, iako je došlo *de jure* i *de facto* do institucionalne konvergencije, očigledno je i odsustvo bliže institucionalne unifikacije, makar kada je reč o njenoj funkcionalnosti u jednom delu novih zemalja članica. Osim toga što postojeći institucionalni dizajn sadrži neke značajne konstrukcione greške, koje onemogućavaju viši stepen institucionalne homogenizacije, postoje, zasigurno, i dublji faktori koji predstavljaju barijeru efikasnijem institucionalnom okviru u novim zemljama članicama. U meri u kojoj će u budućnosti biti otklonjeni institucionalni deficiti na nivou EU, ali i adekvatno tretirani i kontrolisani faktori koji su prepreka bržoj institucionalnoj konvergenciji, zavisice ne samo dalji uspeh i održivost privrednih rezultata u novim zemljama članicama, već i održivost i sudbina evropskih integracija.

Iz prethodno pomenutih razloga, koji su i najveće ograničenje ovog rada, buduća istraživanja bi trebalo da obuhvate kako deficitarnosti postojećeg institucionalnog okvira EU i razmatranje alternativnih pravaca institucionalne transformacije, tako i analizu endogenih faktora unutar novih zemalja članica koji predstavljaju prepreku višem stepenu institucionalne funkcionalnosti, ali i rizik po stabilnost i održivost privrednih sistema ovih država.

Reference

1. Acemoglu, D. (2009). *Introduction to Modern Economic Growth*. New York: Princeton University Press.
2. Becker, U. (2009). *Open varieties of capitalism: Continuity, change and performances*. Palgrave Macmillan: New York.
3. Beckert, J. (2010). Institutional isomorphism revisited: Convergence and divergence in institutional change. *Sociological Theory*, 28(2), 150-166.
4. Chown, J. F. (2003). *A history of monetary unions*. London & New York: Routledge.
5. Dam, K. W. (2007). *The law-growth nexus: The rule of law and economic development*. Massachusetts: Brookings Institution Press.
6. DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American sociological review*, 147-160.
7. Feldmann, M. (2007). The Origins of Varieties of Capitalism: Lessons from Post-Socialist Transition in Estonia and Slovenia. In: Rhodes, B. H., Hancké, B., Hancke, B., Rhodes, M., & Thatcher, M. (Eds.) *Beyond varieties of capitalism: Conflict, contradictions, and complementarities in the European economy*, 327-350. Oxford University Press.
8. Finer, S. E. (1999) (paperback edition) *The History of Government* (Vol. I-III Oxford: Oxford University Press).

9. Gillingham, J. (2003). *European Integration, 1950-2003: Superstate or New Market Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Hall, R.E. & Jones, C.I. (1999). Why do Some Countries Produce So Much More Output Per Worker than Others. *Quarterly Journal of Economics*, 114(1), 83-116.
11. Hughes, J., Sasse, G., & Gordon, C. (2001). Enlargement and regionalization: the Europeanization of local and regional governance in CEE states. In *Interlocking Dimensions of European Integration* (pp. 145-178). Palgrave Macmillan, London.
12. Ivanović, V. (2014). Conceptual framework for understanding the influence of efficient protection of private property rights on economic efficiency. *FACTA UNIVERSITATIS-Economics and Organization*, 11(2), 117-132.
13. Janković, M.N. (2005). *The Economics of European Integration: Limits and Prospects*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
14. Kitschelt, H. (1999). *Accounting for Outcomes of Post-Communist Regime Change: Causal Depth or Shallowness in Rival Explanations*. Paper Presented at Annual meeting of the American Political Science Association, Atlanta.
15. Lu, F. (2019). Das anpassungsfähigste autoritäre Regime der Welt. *Die Zeit*, dostupno na: <https://www.zeit.de/kultur/2019-09/70-jahre-volksrepublik-china-mythos-erfolg-autokratie-nationalismus>, pristupljeno 1. X 2019 u 18:00h
16. Maddison, A. (2002). The West and the Rest in the International Economic Order. In: de Macedo, J. B., Foy, C. & Oman, C. P. (Eds.) *Development Is Back*, pp. 31-46. Paris: OECD.
17. North, D.C. (1994). Economic Performance Through Time. *The American Economic Review*, 84(3), 359-368.
18. Olsen, J. P. (2001). Organizing European institutions of governance... A Prelude to an institutional account of political integration. In: Wallace, H. (Ed.) *Interlocking Dimensions of European Integration* (pp. 323-353). Palgrave Macmillan, London.
19. Przeworski, A. & Limongi, F. (1993). Political Regimes and Economic Growth. *Journal of Economic Perspectives*, 7(3), 51-69.
20. Scott, W. R. & Meyer, J. W. (1994). *Institutional Environments and Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publishing.
21. Van Brabant, J. M. (1996). Remaking Europe-the accession of transition economies. *International Economics*, 49(4), 507-532.
22. Varoufakis, Y. (2015). *The Global Minotaur*. London: Zed Books Ltd.

UTICAJ TRANZICIJE NA TEHNOLOŠKU STRUKTURU INDUSTRIJE REPUBLIKE SRBIJE U USLOVIMA EVROPSKIH INTEGRACIJA

Vladimir Mičić*

U vreme Četvrte industrijske revolucije kada proces digitalizacije i razvoj „Industrija 4.0“ oblikuje privrede visoko razvijenih zemalja, veoma je važno pitanje efikasnosti procesa tranzicije koji u tranzicionim privredama traje skoro trideset godina. Konceptualno on je širi i ne odnosi se više samo na prelaz iz netržišnog u tržišni oblik privređivanja. Usmeren je na efikasno i dobro funkcionisanje tržišne ekonomije, a uz ovo proces trebada bude konkurentan, inkluzivan, dobro vođen, ekološki prihvatljiv, otporan i integrisan. U ovakvim uslovima strukturne i tehnološke promene su osnovni faktor održivog rasta. Stoga su predmet istraživanja u ovom radu efekti i dostignuti nivo procesa tranzicije i unapređenje industrijske i tehnološke strukture privrede R. Srbije u uslovima evropskih integracija. Cilj rada je da pokaže da efikasne tranzicione reforme moraju biti praćene i podržane unapređenjem industrijske i tehnološke strukture privrede, posebno prerađivačkog sektora. Razvojna strategija privrede R. Srbije u narednom periodu bi trebalo da bude zasnovana povećanju efikasnost tranzicionih reformi uz istovremenu rastuću primenu digitalnih tehnologija. Od posebne važnosti je primena aktivne i pametne industrijske i tehnološke politike koje treba da obezbede podsticaje promene industrijske i tehnološke strukture.

Ključne reči: tranzicija, tranzicione reforme, strukturne promene, tehnološke promene, evropske integracije

Uvod

Razvijene privrede i industrije EU fokusirane su na proces digitalizacije. One se nalazi na početku Četvrte industrijske revolucije koja je obeležena razvojem digitalnih tehnologija. Zato nastoje da razvoj industrije podrže većim ulaganjima u istraživanje i razvoj, razvoj inovacija, ljudi i znanja (Buhr, 2015, 6). Važan prioritet ima i razvoj „Industrija 4.0“ i proizvodnje zasnovane na inovacijama, smart specijalizaciji i znanju, faktora koji su važni za rast i održivi razvoj industrija i njihovih privreda. Razvoj „Industrija 4.0“ dovodi do velikih mogućnosti i digitalne transformacije, razvoja novih veština i znanja, proizvodnih tehnologija, radnih mesta, usporavanja deindustrijalizacije i unapređenja konkurentnosti (Deloitte, 2015, 1). Naveći deo tehnoloških i prednosti „Industrija 4.0“ rezultat je novih digitalnih tehnologija koje transformišu tehnološku i privrednu strukturu i proizvodnju (Mičić & Savić 2019, 31-52; Rüßmann et al., 2015, 5), tj. cilj je digitalizacija prerađivačke industrije, i stvaranje proizvodnog procesa prilično nezavisnog od čoveka. Tehnološke promene i savremene tehnologije u industriji dovode do rasta učičća proizvodnje i tehnološki intenzivnih industrija koje su ekonomski efikasnije i produktivnije i koje stvaraju više dodate vrednosti, a samim time utiču i održivi privredni rast.

Dakle reč je o novom konceptu, paradigmi i trendu u industriji, zasnovanom na integraciji tehnologija koje omogućavaju sistem inteligentnih, autonomnih i decentralizovanih fabrika i integrisane proizvode i usluge“ (UNIDO, 2017, 5). Radi se o tehnološkim promenama koje obuhvataju primenu savremenih tehnologija u industrijskoj proizvodnji: sajber-fizički sistemi (*Cyber-Physical Systems*), internet stvari (*Internet of Things*), internet usluga (*Internet of Services*),

* Vanredni profesor, e-mail: micicv@kg.ac.rs

robotika, *Big Data*, *Cloud Manufacturing* i proširena stvarnost (*Augmented Reality*) (Pereira & Romero, 2017, 1206-1214).

S druge strane veliki izazov tranzicionih privreda (ZUT), sa niskim BDP *per capita* (BDPpc), kako onih koje su članice EU, a posebno onih koje nastoje da se priključe ovoj integraciji, je održivost rasta i razvoj privreda i industrija u tranzicionim uslovima. Stoga se i Republika Srbija (R. Srbija) suočava sa ovim izazovima, a posebno izazovima tehnoloških inovacija. Približavanje grupi privreda EU sa višim BDPpc i razvijenijom industrijom, pored tranzicionih promena uslovljeno je i sa strukturnim i tehnološkim promenama u proizvodnji.

Tehnološke promene predstavljaju glavni pokretač dugoročnog rasta industrije usled rasta produktivnosti. Stoga su predmet istraživanja u ovom radu efekti i dostignuti nivo procesa tranzicije i unapređenje industrijske i tehnološke strukture privrede u uslovima evropskih integracija R. Srbije. Cilj rada je da pokaže da efikasne tranzicione reforme moraju biti praćene i unapređenjem industrijske i tehnološke strukture privrede.

Rad je strukturiran u sedam delova. U drugom delu je objašnjena metodologija i definisane su hipoteze. Treći deo analizira konceptualni okvir procesa tranzicije i njegove karakteristike. U četvrtom delu se istražuju tranzicioni indikatori, dok se peti bavi analizom tranzicionih performansi odabranih privreda. Šesti deo posvećen je analizi nivoa tehnološkog razvoja prerađivačke industrije. U sedmom delu su dati zaključci i neke preporuke.

Metodologija i hipoteze

Postavljeni predmet, cilj istraživanja, kao i hipoteze opredelili su i primenu relevantne metodologije. Deskriptivna analiza je korišćena da se postavi teorijska osnova za empirijsku proveru hipoteza. Metod kvalitativne analize biće upotrebljen za identifikovanje tranzicionih i tehnoloških promena, za opisivanje pojmova koji se odnose na njih, i za njihovo empirijsko merenje. Metod sinteze biće primenjen prilikom objedinjavanja elemenata koncepata tranzicionih i tehnoloških promena kao i za povezivanje njihovih indikatora i pokazatelja. Istorijski metod biće primenjen za predstavljanje hronološkog ispoljavanja tranzicionih reformi i tehnoloških i strukturnih promena, kao i za praćenje performansi privrednog i industrijskog razvoja. Prilikom analize karakteristika strukturnih i tehnoloških promena biće korišćeni su uobičajeni pokazatelji koji se koriste u literaturi i istraživanjima. U radu će biti korišćen i komparativni metod prilikom poređenja dve grupe ZUT, kako bi se utvrdile sličnosti i razlike između tranzicionih procesa, parametara i pokazatelja ekonomskih performansi, tranzicionih indikatora, indikatora strukturnih i tehnoloških promena. Pored R. Srbije u prvoj grupi i odabranih balkanskih zemalja u tranziciji (BZUT), koje se nalaze u procesu pregovaranja o pristupanju EU, su: Crna Gora (C. Gora), Bosna i Hercegovina (BiH), Severna Makedonija (S. Makedonija) i Albanija. U drugoj grupi su odabrane tranzicionih zemlje Centralne Evrope, članice EU (CEZUT): Mađarska, Poljska, Slovačka i Slovenija.

Analiza tranzicije i tranzicionih reformi se bazira indikatorima brzine ekonomskih reformi, tj., stepena i kvaliteta preduzetih strukturnih i institucionalnih reformi i poboljšanja ekonomskih performansi Evropske banke za obnovu i razvoj (*European Bank for Reconstruction and Development* – EBRD). EBRD prati napredak tranzicije i strukturne reforme preko dvadeset godina od kada je objavljen prvi „Izveštaj o tranziciji“. Međutim, metodologija na kojoj se zasniva procena evoluirala je tokom godina. Došlo je do velikih promena 2010. godine, a posebno 2016. godine, kada je EBRD objavio novi set pokazatelja zasnovanih na revidiranom konceptu tranzicije.

U uslovima razvoja „Industrija 4.0“ tehnološke inovacije bi trebalo da zauzimaju centralno mesto u rastu prerađivačke industrije (C) i promeni njene strukture, kao i celokupne privrede. Ovaj sektor je dominantan prema učešću u stvaranju BDP-a i zaposlenosi među sektorima srpske privrede. Inače u razvijenim privredama, posebno EU, on generiše najveći broj tehnoloških promena i inovacija koje se transferišu u druge realne i uslužne sektora i imaju uticaj narast produktivnost rada u njima.

Tehnološke promene i inovacije su raznovrsne i dominantno oblikuju praktično sve oblasti proizvodnje. Povezanost i relacije između inovacija i razvoja industrije su složene prirode. Zbog toga će tehnološka struktura privrede i industrije R. Srbije biti ispitana na osnovu klasifikacije industrije prema tehnološkoj intenzivnosti OECD-a. Tehnološka intenzivnost je važna determinanta produktivnosti, a time i rasta industrije. Polazeći od postavke da tehnološke inovacije i promene predstavljaju ključni pokretač rasta produktivnosti, a time i konkurentnosti, OECD je izvršio klasifikaciju prerađivačke industrije na osnovu tehnološke intenzivnosti u četiri grupe (OECD, 2011, 2-6): industrije visoke tehnologije (high technology industries H-T), industrije srednje-visoke tehnologije (medium-high technology industries M-H-T), industrije srednje-niske tehnologije (medium-low technology industries M-L-T), industrije niske tehnologije (low technology industries L-T).

U radu se polazi od dve hipoteze: prve, da brzina tranzicije privrede R. Srbije utiče na tranzicione performanse; i druge, da je unapređenje industrijske i posebno tehnološke strukture, uslov rasta i dostizanja naprednih privreda u tranziciji, članica EU, a time integraciju u EU. U istraživanju su korišćeni sekundarni izvori podataka, odnosno publikacije i baze podataka različitih institucija (Republičkog zavoda za statistiku (RZS), EBRD-a, Eurostata, UNIDO-a, UNCTAD-a).

Proces tranzicije - konceptualni okvir

Proces tranzicije se odnosi na prelaz iz netržišnog u tržišni oblik privređivanja. EBRD prati privredni razvoj i napredak reformi u zemalja u tranziciji (ZUT) kroz niz inikatora. EBRD objavljuje inikatore napretka u tranziciji, koji omogućava komparativno sagledavanje brzine privrednih reformi, odnosno stepena i kvaliteta preduzetih strukturnih, sektorskih i institucionalnih reformi i poboljšanja makroekonomskih performansi. Kao što je poznato strukturne promene snažno utiču na rast efikasnosti i produktivnosti, a time i na privredni rast i konkurentnost nacionalnih privreda (Porter, 2008, 25). Rast produktivnosti je glavni motor privrednog rasta i ključni kriterijum kvaliteta privrednih performansi (Schreyer & Pilat, 2001, 128). Kontinuirane strukturne promene smatraju se važnim pokretačem rasta ZUT, posebno onih u razvoju (Havlik, 2015, pp. 133-157). Rast ima povratan uticaj na strukturne promene privrede (Mičić, 2017, 35).

Od početka procesa tranzicije došlo je do velikih promena metodologije indikatora procesa tranzicije. Tranzicionim indikatorima se mere dostignuti rezultati i napredak ZUT ka industrijalizovanim zemljama. Koncept tranzicije obuhvata veliki broj faktora (tržište, institucije, infrastrukturu, preduzeća, liberalizaciju, privatizaciju, poslovno okruženje, konkurenciju, finansije, socijalnu zaštitu, i dr). Za ove faktore su utvrđeni i prate se indikatori kojima su obuhvaćene oblasti. Time je omogućeno poređenje sa drugim ZUT i ukazivanje na izazove i oblasti gde su potrebna poboljšanja.

Procene su vršene, prvo, po oblastima i tranzicioni indikatori su obuhvatali (EBRD, 2009, 2): (1) privatizaciju velikih preduzeća; (2) privatizaciju malih i srednjih preduzeća (MSP); (3) upravljanje i restrukturiranje preduzeća; (4) liberalizaciju cena; (5) trgovinu i devizni sistem; (6)

politiku tržišne konkurencije; (7) reforme bankarskog sistema i liberalizacija kamatnih stopa; (8) tržišta hartija od vrednosti i nebankarske finansijske institucije i (9) infrastrukturne reforme. Oni se nazivaju i tradicionalni tranzicioni indikatori strukturnih reformi. Osnovni nedostatak ovih indikatora je institucionalni okvir razvoja privatnog sektora i tržišta.

Reforme koje obeležavaju proces tranzicije EBRD-a deli u tri faze (EBRD, 2009, 4-5): (1) reforme koje omogućuju delovanje tržišta (privatizacija MSP-a i liberalizacija cena i kursa); (2) reforme koje produbljuju tržište (privatizacija velikih preduzeća i jačanje finansijskih institucija), i (3) reforme koje podržavaju tržište (reforme upravljanja preduzećima, razvoj institucija za zaštitu i podsticanje konkurencije i razvoj usluga infrastrukture).

U zavisnosti od dostignutog nivoa strukturnih promena, tranzicioni indikatori uzimaju vrednost od 1 („nema napretka u tranziciji“) do 4,33 ili 4+ („kraj tranzicije“) kada se tranzicione zemlje izjednačavaju sa naprednim tržišnim privredama. U izračunavanje prosečne vrednosti „+“ i „-“ rejting tretiraju dodavanjem i oduzimanjem 0,33 od pune vrednosti, dok se proseci dobijaju zaokruživanjem na dole, tako da se rezultat od 2,6 tretira kao 2+, ali rezultat od 2,8 se tretira kao 3- (EBRD, 2012, 165).

EBRD od 2011. godine primenjuje unapređenu metodologiju kako bi se otklonili nedostaci indikatora strukturnih reformi (EBRD, 2012, 168). Tačnije, EBRD je tranzicione indikatore strukturnih reformi zamenila sa obuhvatnim i zahtevnim indikatorima sektorskih reformi koji služe za ocenu napretka u tranziciji na sektorskom nivou i ocenu veličine preostalog procesa tranzicije ili izazova. Šest indikatora strukturnih reformi uključeno je u nove indikatore sektorskih reformi.

Ukupno se posmatra 17 sektora koji su grupisani u pet kategorija EBRD-a, 2019a): korporativni sektor (agrobiznis, industrija, nekretnine, telekomunikacije), energija (prirodni resursi, električna energija), održivi resursi (održiva energija, efikasnost materijala, efikasnost voda), infrastruktura (vodosnabdevanje i otpadne vode, gradski saobraćaj, putevi, železnica) i finansijske institucije (bankarski sektor, osiguranje i druge finansijske usluge, privatni kapital, tržište kapitala). Za njih se vrši procena veličine preostalog procesa tranzicije ili izazova, kao što su strukturne promene i razvoja tržišta, ili razvoj institucija za podršku, kako bi se dostigle razvijene tržišne privrede. Procene obuhvataju analizu zakona i propisa, i kako se i u kojoj meri oni sprovode.

Ocene su dvokomponentne. Ocenjuje se struktura tržišta i institucije i politike za podršku tržištu, za svaki od 17 sektora. Bodovanje se zasniva na statističkim podacima i karakteristikama tržišne strukture i institucija. Ove informacije se vrednuju i na osnovu postignutih rezultata veličine preostalog procesa tranzicije klasificiraju se kao „zanemarljivo“, „malo“, „srednje“ i „veliko“ odstupanje od standarda i performansi razvijenih zemalja. Rezultati se zatim kombinuju kako bi se dobila ukupna numerička ocena za sektor, na skali od 1 do 4,33 (EBRD, 2010, 157).

Rezultati tranzicionih indikatora dobijaju se na osnovu analize napretka u tranziciji specifičnih za ZUT, a koji su dobijeni na osnovu procene EBRD-a koristeći različite kriterijume. Posebno je značajno što je dokazana pozitivna veza između indikatora tranzicije i privrednog rasta. Porast indikatora u tekućoj godini, znači povećanje privrednog rasta u narednim godinama. Na rast posebno utiču reforme koje podržavaju tržište u trećoj i najtežoj fazi tranzicije. Time tranzicione reforme, posebno nivo i kvalitet, utiču na privredni rast (EBRD, 2019a).

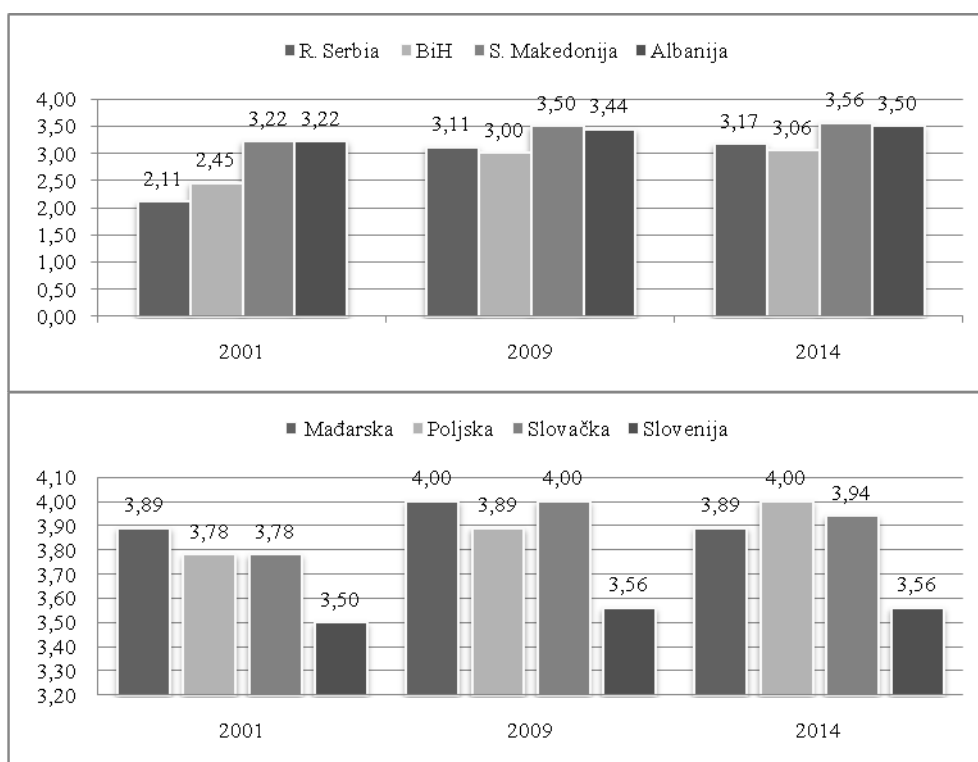
Od 2016. godine EBRD-a je uvela novi širi koncept tranzicije, tj. ažurirala je način merenja napretka procesa tranzicije, prelaska na tržišnu ekonomiju, kao i merenja strukturnih reformi. Novi širi koncept tranzicije podrazumeva da dobro funkcionisanje tržišne privrede treba da

bude više nego samo konkurentno. Ono treba da bude i inkluzivno, dobro vođeno, ekološki prihvatljivo otporno i integrisano (EBRD, 2019c). Ovo je uticalo i da se definicija tranzicije unapredi i precizira. Promena odražava i evoluciju u definisanju uspešne tržišne ekonomije, kao i globalne promene i efekte Globalne ekonomske krize ali, i rizike tranzicionih reformi ZUT. Smatra se da bi reforme trebalo da donose koristi većini stanovništva u kratkom i dugom roku (EBRD, 2018, 108).

EBRD-a je razvila metodologiju sa šest kvaliteta održive tržišne privrede mereći da li je ona (EBRD, 2018, 108): (1) konkurentna, (2) dobro vođena (3) zelena, (4) inkluzivna, (5) otporna, (6) integrisana. Svaki od rezultata „procene kvaliteta tranzicije“ (ATQ – *assessment of transition qualities*) ima skalu od 1 do 10, gde je 1 najgora, a 10 je najbolja, i zasniva se na širokom rasponu indikatora. Cilj je da se ažurirani ATQ rezultati predstave za sve privrede ZUT i da se vidi kako stoji svaka od njih u odnosu na druge. Analiza razvoja je u dužm periodu, a poređenje se vrši sa ocenama iz predthodne godine naglašavajući zemlje i sektore gde su značajne promene.

Tranzicioni indikatori

Prosečne vrednosti odabranih tranzicionih indikatora strukturnih reformi za R. Srbiju i izabrane ZUT, u periodu 2001-2014, prikazane su na Slici 1. Zabeležen je blagi rastući ili stagnirajući trend indikatora u posmatranom periodu. Globalna ekonomska kriza uticala da rast vrednosti tranzicionih indikatora bude daleko ispod onog pre krize. Najbrži napredak ostvaren je u oblasti liberalizacije cena, trgovine i deviznog sistema.



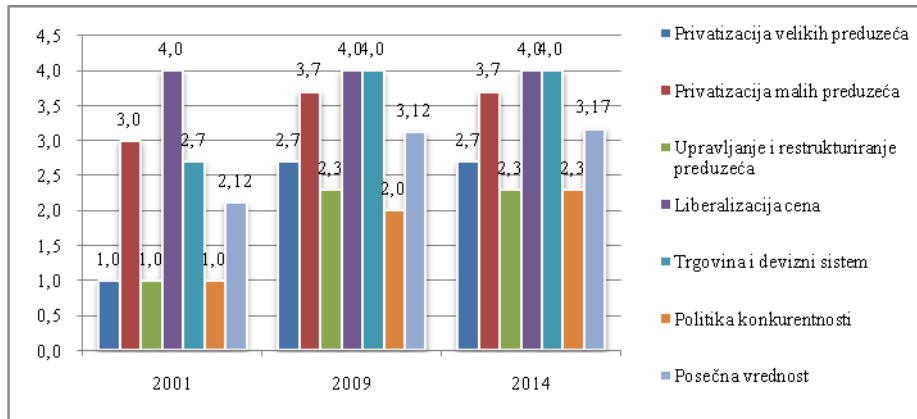
Slika 1 Prosečne vrednosti tranzicionih indikatora, 2001-2014.

Izvor: Autor, na osnovu EBRD, 2019b.

Spori napredak BZUT ostvarile su u upravljanju i restrukturiranju preduzeća i politici konkurencije, tj. u stvaranju konkurentnog tržišnog okruženja. U slučaju privatizacije velikih

preduzeća, napredak je bio neujednačen. Postojale su značajne varijacije između sektora, a posebno je spora privatizacija velikih javnih preduzeća.

Analizirajući dinamiku sprovođenja tranzicionih promena uočava se da je R. Srbija napredovala. Neke reforme su sprovedene dobro, a kod nekih je ostvaren skroman rezultat. Kad se posmatra period od 2001. godine napredak je ostvaren prema svim indikatorima strukturnih reformi. Srednja vrednost indikatora, kao neponderisana aritmetička sredina šest strukturnih indikatora povećana sa 2,12 u 2001. na 3,17 u 2014. godini (Slika 2).



Slika 2 Tranzicioni indikatori strukturnih reformi Republike Srbije

Izvor: Autor, na osnovu EBRD, 2019b.

U R. Srbiji sproveden je u određenoj meri proces privatizacije i restrukturiranja. Ostvaren je napredak kod privatizacije malih preduzeća (3,7), privatizacije velikih preduzeća (2,7) i kod procesa upravljanja i restrukturiranja (2,3). Pošto je 4,3 maksimalna vrednost očigledno da privatizacija, a posebno restrukturiranje preduzeća, nisu dovršeni i nisu tekli ravnomerno. Kod privatizacije i restrukturiranja od 2005. godine nema napretka. Može se oceniti da ostvarenim napretkom nisu dostignuti standardi razvijenih zemalja. Planom privatizacije malih preduzeća ide se ka potpunoj njihovoj privatizaciji. Nešto lošija situacija je kod privatizacije velikih preduzeća, gde je ona delom završena. Zakon o privatizaciji iz 2014. godine postavio je cilj privatizacije preko 500 preduzeća, u potpunosti ili delimično, javnim tenderima i aukcijama.

Loš rezultat kod upravljanja i restrukturiranja preduzeća je posledica loše primene zakona o stečaju, ali i akcija koje se odnose na jačanje korporativnog upravljanja. Kao problematičniji faktori poslovanja izdvajaju se poreske stope, pristup finansiranju, državna birokratija i korupcija. Nedostatak je i u oblastima zaštite investitora, rešavanju nesolventnosti, dobijanju kredita i sprovođenju ugovora. Od 2016. godine počelo je da se poboljšava poslovno okruženje. Olakšano je poslovanje smanjenjem naknada i vremena za registraciju posla i usvajanjem Zakona o izvršenju.

Najbolji rezultati ostvareni su u oblasti liberalizacije cena, trgovine i deviznog kursa. Indeks liberalizacije cena je u 2001. godini imao vrednost 4,0 što je uzrokovano liberalizacijom cena. Ukinuta je većina kvantitativnih ograničenja, uvedene su nove carinske tarife, smanjene su izvozne kvote, uglavnom su ukinute necarinske mere i delimično je izvršena harmonizacija carinskog sistema Srbije sa EU i ZUT. Indeks trgovine i deviznog sistema od 2001. godine, beleži stalno povećanje vrednosti, kroz smanjenje uvozno-izvoznih ograničenja i konvertibilnost transakcija. Negova vrednost indeksa od 4,0 u 2013. godini zahtevala je uklanjanje svih kvantitativnih i administrativnih ograničenja na izvoz i uvoz, osim u poljoprivredi.

Najlošiji rezultati ostvareni su u oblasti politike konkurencije. Indeks konkurencije sve do 2006. godine imao je vrednost 1, što znači da nije postojala adekvatna zakonska regulativa i prateće institucije u oblasti konkurencije. U ovakvom slučaju ni efekti privatizacije nisu mogli biti povoljni bez konkurentnih tržišnih struktura i adekvatnog sistema institucija, tj., u uslovima nesređenog institucionalnog okruženja. Nakon usvajanja Zakona o zaštiti konkurencije 2005. godine i osnivanja Komisije za konkurentnost, vrednost indeksa je poboljšana. Ocena od 2,3 u 2014. godini ukazuje da je u R. Srbiji nužno kontinuirano poboljšanje zakonodavstva i institucija u oblasti politike konkurencije, i pored izmena i dopuna. Problem je i to što se sprovodi jaka subvencionistička politika.

Tabela 1 Tranzicioni indikatori sektorskih reformi, 2016.

		R. Srbija	BiH	S. Makedonija	C. Gora	Albanija
Korporativni sektor	Agrobiznis	2,67	2,67	2,67	2,33	2,67
	Δ2010	0	0	0	0	0
	Industrija	2,67	2,00	3,00	2,33	2,33
	Δ2010	0	0	0	0	0
	Nekretnine	2,67	1,67	2,67	2,33	2,67
	Δ2010	0	0	0	0	0
Energija	IKT	3,00	2,33	3,77	3,33	3,33
	Δ2010	/	/	/	/	/
Energija	Prirodni resursi	2,00	2,00	2,33	3,33	2,67
	Δ2010	0	0	0	0	0
Održivi resursi	Električna energija	2,33	2,33	3,00	2,33	2,33
	Δ2010	2,33	+0,33	0	+0,33	+0,67
	Održiva energija	2,33	2,00	2,33	2,00	3,33
	Δ2010	+0,33	0	+0,33	0	0
	Efikasnost materijala	2,33	2,00	2,00	2,33	2,00
	Δ2010	/	/	/	/	/
Infrastruktura	Efikasnost vode	2,00	2,33	2,00	2,33	2,00
	Δ2010	/	/	/	/	/
	Vodosnabdevanje i otpadne vode	2,33	2,00	2,33	2,00	2,33
	Δ2010	+0,33	0	0	0	0,00
	Gradski saobraćaj	2,67	2,33	2,67	3,00	2,67
	Δ2010	0	0	0	0	0
Finansijski sektor	Putevi	2,67	3,00	2,67	2,33	2,67
	Δ2010	0	-0,33	0	0	-0,33
	Železnice	3,00	3,33	2,67	2,33	2,00
	Δ2010	0	0,33	+0,33	0,33	+0,33
	Bankarski sektor	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
	Δ2010	0	0	0	0	0
Finansijski sektor	Osiguranje i druge fin. usluge	/	/	/	/	/
	Δ2010	0	0	+0,33	0	0
	Privatni kapital	2,00	1,67	1,00	1,00	1,00
	Δ2010	+0,33	0,33	0	0	1,0
	Tržište kapitala	2,00	2,00	1,67	2,00	1,67
	Δ2010	+0,33	0,33	0	0	0

Izvor: Autor, na osnovu EBRD, 2019b.

Prema tranzicionim indikatorima strukturnih reformi očigledna je stagnacija reformskih procesa. U periodu 2001-2014. godine prosečne vrednosti, a posebno tempo rasta tranzicionih indikatora strukturnih reformi nije statistički značajn. Ova činjenica da brzina, odnosno efikasnost tranzicije, utiče na tranzicione performanse, a posebno na rast privrede R. Srbije. Od 2001. do 2008. godine brzina je bila veća, a reforme na višem nivou. Ovo potvrđuje i činjenica da je od 2001. godine do Globalne ekonomske krize, R. Srbija osvarila brži rast BDP i BDPpc od proseka EU-28. Posle Globalne ekonomske krize rast tranzicionih indikatora je izostao. Može se

oceniti da je u periodu posle 2010. godine, proces tranzicije i tranzicionih performansi, kao i rast privrede R. Srbije pod jakim uticajem Globalne ekonomske krize. Njeni efekti uticali su da se brzina reformi privrede uspori, a da se od nekih reformi privremeno odustane i posveti se rešavanju urgentnih ekonomskih problema (javnog duga, nezaposlenosti i siromaštva).

Sporija dinamika sprovođenja privrednih, strukturnih i institucionalnih reformi i poboljšanje privrednih performansi u odnosu na period pre krize, posledica je strukturnih neravnoteža i velike zavisnosti od stranog kapitala i od ekonomske situacije u EU. Recesiona kretanja potvrdila su i činjenica da se proces tranzicije i izgradnja tržišne privrede, pre ili kasnije, neminovno suočava sa povremenim stagnacijama i usporavanjem reformskih procesa (Cerović, 2009, 14).

Važan nalaz analize jeste i komparativna analiza reformi i preostalih izazova prema sektorskim indikatorima EBRD-a (Tabela 1). R. Srbija se u većini sektora suočava sa nezavršenim reformama, kao i „srednjim“ ili „velikim“ zaostajanjem od standarda i performansi naprednih privreda. Sektorski napredak od 2010. do 2016. godine zabeležili su sektori Održiva energija, Voda i otpadne vode i Tržište kapitala.

Usporene sektorske reforme su posledica sporijeg sprovođenja reformi u odnosu na naprednije ZUT članice EU, koje su ranije započele strukturne i sektorske reforme. Zaostatak je posebno u okviru korporativnog, energetskeg sektora i održivih resursa. Što se tiče izabranih BZUT vrednosti ocena po sektorima su negde ispod, negde iznad ili na istom nivou R. Srbije.

Iako je napredak u strukturnim reformama u mnogim slučajevima bio spor po oblastima za neke BZUT, pozitivna kretanja nadmašuju negativna (Tabela 2). One su povećali svoje ATQ bodove za konkurentnost, uglavnom zahvaljujući poboljšanju poslovne klime. Istovremeno, BZUT su postigle skromne rezultate poboljšanja u zelenim rezultatima, nakon ratifikacije i usvajanje zakonodavstva njihova posvećenost smanjenju emisije gasova staklene bašte i borbe protiv klimatskih promena.

Tabela 2 Tranzicioni rezultati - šest kvaliteta održive tržišne ekonomije

	Konkurentna		Dobro vođena		Zelena	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Mađarska	6,5	6,5	5,9	5,9	6,3	6,3
Poljska	6,6	6,5	6,9	7,1	6,9	6,9
Slovačka	7,0	7,1	6,1	6,1	6,8	6,8
Slovenija	7,2	7,2	6,6	6,7	7,3	7,0
Albanija	5,0	4,9	5,1	5,1	4,4	4,4
BIH	4,9	4,9	4,6	4,8	5,3	5,0
S.Makedonija	5,7	5,6	5,8	5,8	4,9	4,9
C.Gora	5,2	5,2	5,9	5,8	5,3	5,3
Srbija	5,3	5,1	5,4	5,4	5,9	5,7
	Inkluzivna		Otporna		Integrisana	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Mađarska	6,8	6,8	6,8	6,8	7,5	7,6
Poljska	7,1	7,0	8,0	7,9	6,8	6,8
Slovačka	6,7	6,6	7,8	7,8	7,4	7,5
Slovenija	8,0	7,8	7,8	7,8	7,4	7,3
Albanija	4,8	4,8	5,3	5,2	5,7	5,7
BIH	5,3	5,3	5,8	5,8	5,4	5,3
S.Makedonija	5,6	5,6	5,7	5,6	6,1	6,0
C.Gora	6,1	6,1	6,3	6,3	6,4	6,2
R. Srbija	5,7	6,0	5,7	5,7	6,2	6,2

Izvor: EBRD, 2019b.

Razvoj u sve tri komponente inkluzije je neujednačen. Postignut je određeni napredak kod finansijskih aspekata inkluzije mladih, ali napredak u drugim oblastima je mali. Napredak u oblasti finansijske otpornosti je veoma skroman. R. Srbija i BZUT ostvarile su i određena poboljšanja u integracionim rezultatima, uglavnom zahvaljujući poboljšanju kvaliteta logističkih usluga i infrastrukture.

Tranzicione performanse

Od početka tranzicije ZUT su ostvarile smanjenje siromaštva i dohodovnu konvergenciju, a nejednakost između njih je smanjena, s obzirom da se nivo BDP-a zemalja u razvoju povećao u odnosu na razvijene zemlje, ali je nejednakost unutar ZUT povećana (EBRD, 2016, p. 12). Ekonomske reforme stagnirale su u većini ZUT od sredine dvehiljaditih godina. Izuzetak od stagnacije bile su posmatrane BZUT, gde su reforme bile u funkciji procesa približavanja i pristupanja EU. Međutim, reforme su usled Globalne ekonomske krize usporene ili zaustavljene. Ovo se odrazilo na stagnaciju ili smanjenje vrednost EBRD-a tranzicionih indikatora od 2010. godine. BZUT posebno su pogođene posledicama i krizom evrozone 2011-12. godine. Glavni uzrok jeste smanjeni priliv stranog kapitala, koji je važan element modela privrednog rasta ZUT (EBRD, 2013, pp. 6-20).

Kapitalni tokovi imaju veoma važnu ulogu u procesu tranzicije BZUT. Strani kapital, pre svega, strane direktne investicije (SDI), pružile su im brojne prednosti, ali stvorile su i rizik, kao što je to bi slučaj sled Globalne ekonomske krize, što je uticalo na privredni rast BZUT. On je je pre njenog izbijanja u BZUT bio podstaknut i prilivom SDI. Kriza je izazvala pad priliva stranih investicija i kapitala. U Tabeli 3 prikazan je priliv SDI za izabrane BZUT. Od 2000. godine proces tranzicije doneo je priliv SDI. Ovaj priliv je zaustavljen, u skoro svim BZUT izbijanjem Globalne ekonomske krize. Izuzetak je C. Gora koja je u 2009. godini ostvarila priliv SDI od preko 1,5 milijardi USD. Veći priliv SDI u može se objasniti ulaganjem u kupovinu zemljišta, izgradnju nekretnina i privatizaciju nekih preduzeća, lociranih u priobalnom delu C. Gore (Savić & Mičić, 2012, 288).

Tabela 3 Strane direktne investicije BZUT, 2007-2016, milioni USD

	R. Srbija	C. Gora	BiH	S. Makedonija	Albanija
2007.	5.340	/	1.820	694	660
2008.	3.970	960	1.002	587	975
2009.	2.900	1.530	250	200	996
2010.	1.685	760	406	215	1.050
2011.	4.930	558	497	480	876
2012.	1.300	620	395	145	855
2013.	2.053	447	275	335	1.265
2014.	1.995	497	529	270	1.110
2015.	2.347	699	270	240	945
2016.	2.300	226	285	380	1.125
Ukupno	28,820	4,770	2,910	3,560	5,310

Izvor: UNCTAD, 2019.

Što se tiče R. Srbije za nju su devedesete godine XX veka su za bile veoma turbulentane što je uticalo na veliki pad BDP, odnosno BDPpc. Od 2000. godine tempo oporavka je bio spor, a srpska privreda se suočila sa volatilnošću rasta BDP-a, što je i karakteristika izabranih ZUT (Tabela 4). Rast se oporavlja od 2015. godine uslijed bržeg rasta domaće tražnje, i rasta

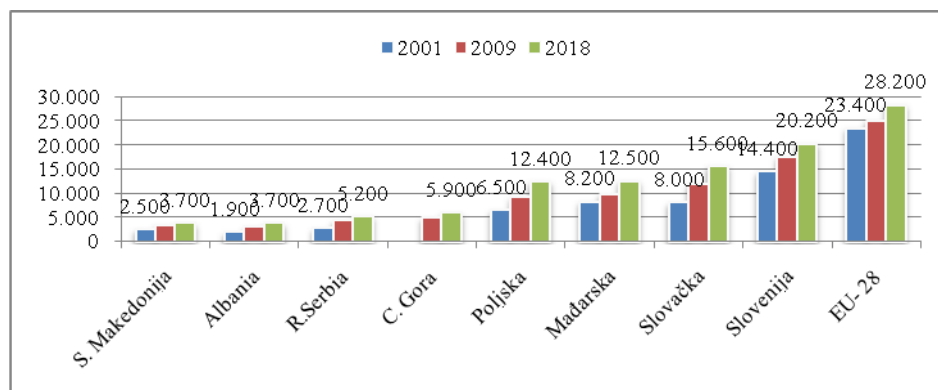
investicija. Posmatrane BZUT su od 2000. do 2008. godine i Globalne ekonomske krize beležile privredni rast. Ovaj rast je rezultat rasta domaće tražnje, pozitivnih trendova u trgovini sa EU, a posebno priliva SDI, pre nego stvarnog napretka u tranzicionim reformama. Pokazatelj lošeg privrednog modela u posmatranim BZUT je visoka nezaposlenost.

Tabela 4 Stope rasta BDP-a izabranih ZUT, 2008-2018.

	ukupno	prosek	min	max	sdev
EU-28	10,5	1,0	-4,3	2,4	2,0
R. Srbija	17,7	1,6	-2,7	5,7	2,5
BiH	19,5	1,8	-3,0	5,4	2,3
S. Makedonija	26,4	2,4	-0,5	5,5	1,9
C. Gora	20,9	1,9	-5,8	7,2	3,6
Albanija	34,7	3,2	1,0	7,5	1,8
Mađarska	16,2	1,5	-6,6	4,9	3,3
Poljska	38,7	3,5	1,4	5,1	1,3
Slovenija	11,3	1,0	-7,8	4,9	3,7
Slovačka	28,6	2,6	-5,4	5,6	2,9

Izvor: Eurostat, 2019.

Na početku tranzicije nivo BDPpc R. Srbije i izabranih BZUT bio je oko 10% članica EU-28. Tek sredinom dvehiljaditih godina on intenzivnije raste usled brže tranzicije, sve do Globalne ekonomske krize, od kada je usporen rast BDPpc, da bi usled svega 2018. godine BDPpc R. Srbije iznosio oko 20% BDPpc proseka EU-28. Na Slici 3 prikazano je kretanje BDPpc R. Srbije izabranih ZUT.



Slika 3 BDP po glavi stanovnika ZUT, u EUR

Izvor: Eurostat, 2019.

Prosečne stope rasta BDPpc omogućile su rast prosečnog BDPpc R. Srbije i izabranih BZUT, a rastući trend ostvaren je do Globalne ekonomske krize, kada je došlo uz prekida rasta. Najbrži tempo oporavka od BZUT su imale C. Gora i S. Makedonija, dok je R. Srbija imala slabiji tempo rasta. Ipak, BDPpc R. Srbije izabranih BZUT višestruko je niži od proseka BDPpc EU-28, kao i naprednih CEZUT članica EU.

BDPpc kao pokazatelj koji je povezan sa produktivnošću rada pokazuje i koja od posmatranih privreda BZUT ima i najviši nivo konkurentnosti. S obzirom da se BDPpc R. Srbije kretao u posmatranom periodu od 2.700 do 5.200 USD, na osnovu njegove visine možemo privredu R. Srbije svrstati u red efikasnošću vođenih privreda. Ovo važi i za sve ostale posmatrane BZUT što svedoči o nedovoljno efikasnim tranzicionim reformama i modelu privrednog rasta i koji nije je bio baziran na investicijama i tehnološkim inovacijama. Deo ZUT

članice EU 2018. godine, koje su započele proces tranzicije pre i iskoristile povoljnije uslove pre Globalne ekonomske krize, su prema visini BDPpc i produktivnosti rada, blizu grupe privreda koje su vođene inovativnošću ili se poput Slovenije već nalaze u toj grupi.

Nivo tehnološkog razvoja prerađivačke industrije

Polazeći od tehnološke intenzivnosti i OECD klasifikacije industrije, moguće je analizirati tehnološku strukturu prerađivačke industrije R. Srbije (Sektor C) prema učešću oblasti u strukturi bruto dodate vrednosti (BDV). Može se oceniti da prerađivačku industriju odlikuje prilično neadekvatna tehnološka struktura u uslovima kada se intenzivno razvija „Industrija 4.0“. Činjenica je da u 2018. godini oko 80% proizvodnih preduzeća posluje u oblastima niskog i srednje niskog tehnološkog nivoa, da ova preduzeća stvaraju oko 75% BDV-a zapošljavaju isto toliko radnika.

Tabela 5 Tehnološka struktura prerađivačke industrije u 2018.

	Broj preduzeća	BDV	Zaposlenost
H-T	5,7	4,9	3,6
M-H-T	14,3	20,7	18,8
M-L-T	25,1	31,4	26,1
L-T	54,9	43,0	51,5

Izvor: Autor, na osnovu podataka RZS, 2019.

Od 2010. do 2018. godine u proizvodnoj strukturi prerađivačke industrije dominiraju oblasti niskog i srednje niskog tehnološkog nivoa, dok je učešće visoke tehnologije nisko (Tabela 5). Ovo je posledica niskih ulaganja u poboljšanje tehničkog nivoa, kao i ograničene primene rezultata istraživačko-razvojnih aktivnosti i inovacija u proizvodnji, ali i ograničene primene najnovih digitalnih tehnologija koje donose strani investitiri.

Tabela 6 BDV prerađivačke industrije 2010-2018, tehnološka intenzivnost, %

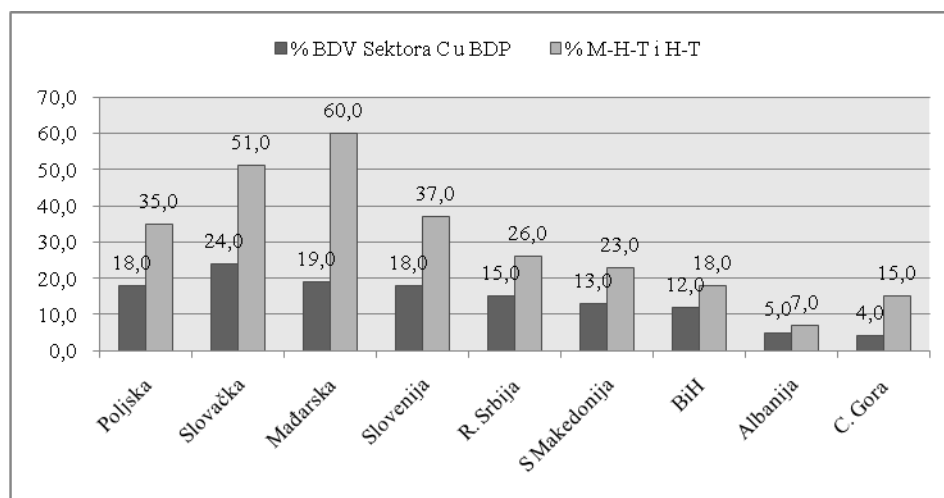
	H-T	M-H-T	M-L-T	L-T
2010	7,3	12,6	31,4	48,7
2011	6,5	11,3	34,1	48,1
2012	6	12,6	34,9	46,5
2013	4,9	13,8	36,6	44,7
2014	4,5	16,5	36,4	42,6
2015	4,9	16,9	34,5	43,7
2016	5,3	19,7	32,2	42,8
2017	4,3	20,3	31,7	43,7
2018	4,4	20,1	32,7	42,8
Δ2010	-2,9	+7,5	+1,3	-5,9

Izvor: Autor, na osnovu podataka RZS, 2019.

Umesto da se povećava, nažalost u 2018. godini, učešće oblasti koje pripadaju visokom tehnološkom nivou smanjeno je za oko 3 procentna poena u odnosu na 2010. godinu, dok je učešće srednje visokog tehnološkog nivoa povećano za 7,5 procentna poena. Istovremeno poraslo je učešće srednje niskog tehnološkog nivoa za 1,3 procentna poena, a palo niskog tehnološkog nivoa za oko 6 procentnih poena. Oblasti koje čine nizak tehnološki nivo su najznačajniji deo prerađivačke industrije prema stvorenoj BDV-a. Razloga je visoko učešće oblasti Proizvodnje prehrambenih proizvoda i Proizvodnje pića koji su deo niskog tehnološkog

nivoa. Učešće ove dve oblasti u 2018. godini u stvaranju BDV-a prerađivačkog sektora iznosilo je preko 25% BDV-a prerađivačke industrije.

Na Slici 4 prikazano je učešće BDV-a sektora prerađivačke industrije u BDP-a i učešće BDV-a srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda u ukupnom BDV prerađivačke industrije R. Srbije i izabраниh ZUT. Ovi podaci govore o značaju i kvalitetu prerađivačkih sektora u privredama analiziranih zemalja. Učešće sektora prerađivačke industrije R. Srbije u BDP-a u 2016. iznosi 15%, dok je učešće 2010. godine bilo 18%. Struktura privrede značajno je izmenjena u korist usluga. Viši nivo učešće sektora prerađivačke industrije u BDP-a imaju CEZUT, dok BZUT imaju sličan ili niži novo.



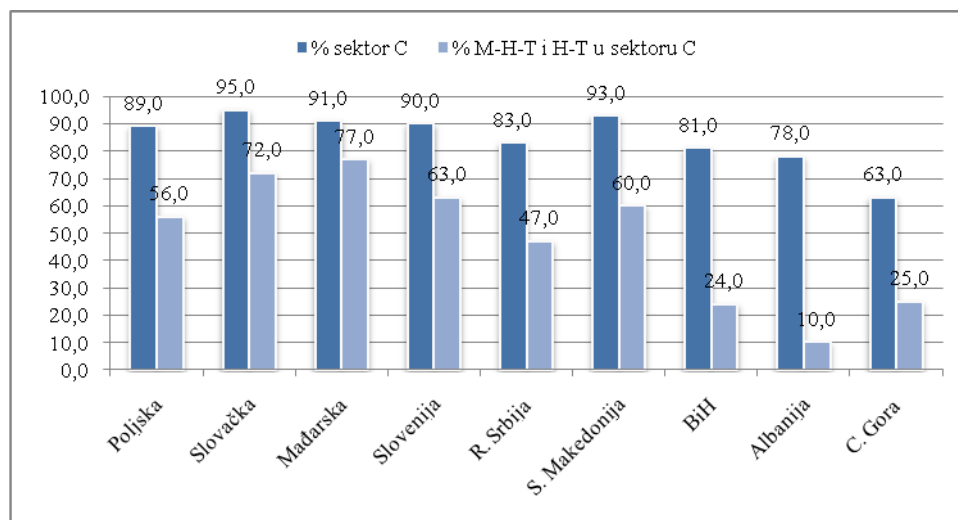
Slika 4 Učešće BDV prerađivačke industrije, u 2016.

Izvor: Autor, na osnovu UNIDO, 2019.

Struktura prerađivačke industrije R. Srbije je nepovoljna prema tehnološkoj intenzivnosti. Trend promena tehnoloških grupa nije zadovoljavajućeg smera i intenziteta od 2010. godine. Oblasti visoke i srednje visoke tehnološke intenzivnosti iako učestvuju sa oko 26% u 2016. godini, beleže pad učešća u stvaranju BDV-a prerađivačke industrije, dok oblasti niske i srednje niske tehnološke intenzivnosti, i pored blagih oscilacija, beleže rast. Naprednije CEZUT imaju višestruko veće učešće oblasti visoke i srednje visoke tehnološke intenzivnosti u stvaranju BDV-a. Mađarska ima tri, a Slovačka dva puta veće učešće u odnosu na zastupljenost ovih industrijskih oblasti u srpskom prerađivačkom sektoru. Takođe, prerađivačke industrije izabranih BZUT imaju jako nisko učešće koje se kreće od 12% u S. Makedoniji do svega 5% u Albaniji i 4% u C. Gori.

Na Slici 5 prikazano je učešće prerađivačke industrije R. Srbije i članica EU u ukupnom izvozu, kao i učešće i srednje i visoko tehnološki intenzivnih proizvoda u izvozu u 2017. godini. Kod svih analiziranih zemalja, pa i kod R. Srbije dominira učešće prerađivačke industrije u ukupnom izvozu sa preko 80%.

Iako su u domenu tehnoloških promena zabeleženi neki pozitivni trendovi, podaci o tehnološkoj intenzivnosti industrijske proizvodnje, mereni učešćem u BDV-a po pojedinim oblastima, ukazuju da nije značajnije poboljšan tehnološki nivo prerađivačke industrije nakon 2010. godine. U narednom periodu ovo će zahtevati pored efikasnijih tranzicionih, posebno strukturne i tehnološke promene, koje bi uticale na povećanje tehnološkog nivoa proizvodnje, odnosno veći broj tehnoloških inovacija i komercijalizaciju tehnoloških rešenja, ali i veći transfer tehnologije iz inostranstva.



Slika 5 Kvalitet izvoza, u 2017.

Izvor: Autor, na osnovu UNIDO, 2019.

Zaključak

Prema indikatorima strukturnih reformi evidentna je stagnacija tranzicionih reformskih procesa. Do 2014. godine tempo rasta indikatora strukturnih reformi nije značajn. Činjenica je da brzina, tj. efikasnost tranzicije, utiče na tranzicione performanse, a posebno na rast privrede R. Srbije. Do 2008. godine brzina je bila veća, a reforme na višem nivou. Ovo potvrđuje i da je do Globalne ekonomske krize, R. Srbija osvarila brži rast BDP i BDPpc od proseka EU-28. Posle Globalne ekonomske krize rast tranzicionih indikatora je izostao. U periodu posle 2010. godine, proces tranzicije i tranzicionih performansi, kao i rast privrede R. Srbije je pod jakim uticajem Globalne ekonomske krize. Njeni efekti uticali su da se brzina reformi uspori, a da se od nekih reformi privremeno odustane. Ovim je potvrđena prva hipoteza da brzina tranzicije privrede R. Srbije utiče na tranzicione performanse. Ovu hipotezu potvrđuju i "srednje" i „veliko“ zaostajanjem sektorskih indikatora u periodu 2010-2016. godina, kao i vrednost šest indikatora kvaliteta održive tržišne ekonomije u 2017. i 2018. godini u odnosu na naprednije ZUT članice EU.

Struktura industrije R. Srbije je nepovoljna prema tehnološkoj intenzivnosti. Trend promena tehnoloških grupa nije zadovoljavajućeg smera i intenziteta od 2010. godine. Oblasti visoke i srednje visoke tehnološke intenzivnosti beleže pad učešća u stvaranju BDV-a, dok oblasti niske i srednje niske tehnološke intenzivnosti, beleže rast. Naprednije ZUT imaju višestruko veće učešće proizvoda oblasti visoke i srednje visoke tehnološke intenzivnosti u stvaranju BDV-a, ali i u izvozu. Ovim je potvrđena i druga hipoteza da je unapređenje industrijske i posebno tehnološke strukture, uslov rasta i dostizanja naprednih privreda u tranziciji članica EU, a time i brže integracije u EU.

Svakako da su pred privredom brojni tranzicioni i strukturni izazovi. Pre svega, dalje smanjenje fiskalnih rizika, kao i reforma javnog sektora, privatizacija i restrukturiranje državnih preduzeća, reforma i bolje upravljanje velikim državnim preduzećima, što bi moglo doprineti većem rastu i boljim tranzicionim performansama. Takođe, podrška bi trebala MSP-a kroz bolji pristup finansijama, razvoj nebankarskih finansijskih institucija, kao i poboljšane prakse vezane za poreze, uključujući pojednostavljene poreske procedure i niže parafiskalne namete.

Razvojna strategija privrede R. Srbije u narednom periodu bi trebalo da bude zasnovana povećanju efikasnost tranzicionih reformi uz istovremenu rastuću primenu digitalnih i tehnologija. Od posebne važnosti je primena aktivne i pametne industrijske i tehnološke politike koje treba da obezbede podsticaje u procesu promene industrijske i tehnološke strukture privrede.

Reference

1. Buhr, D. (2015), *Social Innovation Policy for Industry 4.0*, Friedrich-Ebert-Stiftung.
2. Cerović, B. (2009) Srbija u tranziciji i krizi. *Tranzicija u Srbiji i globalna ekonomska kriza*, NDE, NDE i Ekonomski fakultet, Beograd, 14.
3. Deloitte (2015), *Industry 4.0 Challenges and solution for the digital transformation and use of exponential technologies*, The Creative Studio of Deloitte, str. 1
4. EBRD. (2009). *Transition Report 2009 – Transition in crisis?* EBRD. London.
5. EBRD. (2010). *Transition report 2010 – Recovery and Reform*. EBRD. London.
6. EBRD. (2012). *Transition Report 2012 – Integration across Borders*. EBRD. London.
7. EBRD. (2013). *Transition Report 2013 – Stuck in Transition?* EBRD. London.
8. EBRD. (2016), *Transition Report 2016-17 – Transition for All: Equal Opportunities in an Unequal World*. EBRD. London.
9. EBRD. (2018), *Transition Report 2018-19 – Work in transition*. EBRD. London.
10. EBRD. (2019a). *Transition indicators methodology*. <https://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395237866249&d=&pagename=EBRD%2FContent%2FContentLayout> (25.07.2019).
11. EBRD. (2019b). *Forecasts, macro data, transition indicators*, <https://www.ebrd.com/what-we-do/economic-research-and-data/data/forecasts-macro-data-transition-indicators.html> (20.07.2019).
12. EBRD. (2019c). *EBRD updates transition concept*. <https://www.ebrd.com/news/2016/ebrd-updates-transition-concept-.html> (24.05.2019).
13. European Commission Eurostat, (2019). Database, Preuzeto jula 2019., sa <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
14. Havlik, P. (2015). Patterns of structural change in the new EU member states. *Danube: Law and Economics Review*, 6(3).
15. Mičić, V. (2017) Structural Changes and Competitiveness of Serbian Economy – Factors and Development Perspectives, *Improving the Competitiveness of Enterprises and National Economies*, pp. 134-154, Faculty of Economics, Niš.
16. Mičić, V., Savić Lj., (2019), *Razvojne performanse i konkurentnost industrije Republike Srbije*, U: Leković, V., Veselinović, P., (ur.) *Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Srbije*, str. 31-52. Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac.
17. Pereira, A. C. and Romero, F., (2017), A review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept, *Procedia Manufacturing*, Volume 13.
18. Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review*, Vol.86 No.1.
19. Rüßmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel P., Harnisch, M., (2015), *Industry 4.0: The future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries*, The Boston Consulting Group.
20. RZS, (2019), Baza podataka, Nacionalni račun, Preuzeto jula 2019. sa <http://webrzs.stat.gov.rs>.
21. Savić, Lj., Mičić, V. (2012) Efekti tranzicije i ekonomske krize u državama bivše SFRJ, *Nacionalni interes*, Vol. 15, No. 3.
22. Schreyer, P., & Pilat, D. (2001). Measuring productivity. *OECD Economic studies*. OECD. Paris 33 No. 2.

23. UNCTAD, (2019). Statistics Preuzeto jula 2019. sa <https://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>. (20.07.2019).
24. UNIDO, (2017), Industry 4.0 - Opportunities behind the challenge, Background Paper, Vienna.
UNIDO. (2019). *Statistics Data Portal*, Preuzeto juna 2019. sa <https://stat.unido.org/database/CIP%202018>.
25. OECD, (2011), *ISIC REV. 3 Technology Intensity Definition*, OECD Directorate for Science, Technology and Industry, Economic Analysis and Statistics Division, Paris.

UNAPREĐENJE INOVACIONOG KAPACITETA PRIVREDE U FUNKCIJI UBRZANJA EKONOMSKOG RASTA

Milka Grbić* i Milena Jakšić**

Inovacioni kapacitet industrijski razvijenih zemalja predstavlja njihov najvažniji izvor prosperiteta i rasta. Generisanje i primena novih ideja, naučnih znanja i tehnologija prepoznati su kao osnovni preduslovi otvaranja novih radnih mesta, jačanja industrijske strukture i privrede u celini. Novije iskustvo na globalnom planu govori da zemlje ulažu velike napore u pravcu unapređenja inovativnosti privrede, posebno u sklopu realizacije strategija rasta konkurentnosti nacionalnih privreda. U skladu s navedenim, cilj ovog rada jeste da sagleda ulogu inovacionog kapaciteta privrede u procesu ekonomskog rasta, sa posebnim osvrtom na tehnološke inovacije. U radu se ukazuje na efekte tehnoloških promena u kontekstu teorije endogenog ekonomskog rasta. Pored toga, u radu se skreće pažnja na slabosti inovacionog kapaciteta privrede Republike Srbije i potrebu njegovog što bržeg osnaživanja.

Ključne reči: inovacioni kapacitet, tehnološke inovacije, ekonomski rast, Republika Srbija

Uvod

Ubrzanje ekonomskog rasta je izuzetno složen proces u svakoj nacionalnoj ekonomiji. Generisanje i primena novih ideja, naučnih znanja i tehnologija prepoznati su kao osnovni preduslovi otvaranja novih radnih mesta, jačanja konkurentnosti industrijske strukture i privrede u celini. Stoga se u savremenim uslovima sve češće ističe značaj inovacionog kapaciteta i njegovog doprinosa stvaranju dodate ekonomske vrednosti. Za preduzeća, inovacije predstavljaju osnovu za razvoj konkurentne prednosti u kontekstu sve izraženije globalizacije, dok privredi omogućavaju rast produktivnosti i veće investicije, održavajući na taj način kontinuirani napredak životnog standarda (Belitz et al., 2008).

Iako se istraživačko-razvojna delatnost odvija u brojnim zemljama, razvoj i komercijalizacija novih tehnologija koncentrisani su u relativno malom broju zemalja. Na primer, tokom 1970-ih i početkom 1980-ih dve zemlje, SAD i Švajcarska, su ubedljivo prednjačile po broju patenata po glavi stanovnika u odnosu na ostale napredne ekonomije (Furman et al., 2002). Prema izveštaju pod naslovom Globalni indeks inovativnosti za 2019 godinu (*Global Innovation Index 2019*), Švajcarska se tradicionalno nalazi na prvom mestu među 129 rangiranih zemalja.

U savremenim uslovima inovacioni kapacitet privrede dobija sve veći značaj. Novije iskustvo na globalnom planu govori da zemlje ulažu velike napore u pravcu unapređenja inovativnosti privrede, posebno u sklopu realizacije strategija rasta konkurentnosti nacionalnih privreda. U skladu s navedenim, cilj ovog rada jeste da sagleda ulogu inovacionog kapaciteta privrede u procesu ekonomskog rasta, sa posebnim osvrtom na tehnološke inovacije.

Kako u razvijenim, tako i u zemljama u razvoju inovacije su prepoznate kao sredstvo za postizanje ekonomskog i društvenog razvoja. Jedan od visoko postavljenih prioriteta Republike Srbije je priključenje Evropskoj uniji (EU), pa je samim tim poželjno da pravac razvoja bude u skladu sa evropskim okvirima. Najbolji primer za okvire razvoja EU je strateški dokument

* Docent, e-mail: mgrbic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: milenaj@kg.ac.rs

„Evropa 2020“ koji je sačinjen 2010. godine. Navedeni dokument sadrži plan razvoja koji bi omogućio transformaciju privrede, prevazilaženje strukturnih slabosti i obezbeđenje visoke stope rasta u budućnosti koju prevashodno determinišu tehnološke promene.

Rad se pored uvoda i zaključka sastoji iz tri logički povezana dela. U prvom delu rada razmatra se koncept inovacionog kapaciteta privrede. Zatim, u drugom delu rada biće elaboriran model u okviru kojeg se prate efekti tehnoloških inovacija na stopu ekonomskog rasta. U trećem delu rada skreće se pažnja na slabosti inovacionog kapaciteta privrede Repulike Srbije i potrebu njegovog što bržeg osnaživanja.

Koncept inovacionog kapaciteta privrede

Nacionalni inovacioni kapacitet u širem smislu može se definisati kao institucionalni potencijal zemlje da podrži inovacije (Hu & Mathews, 2008; Huang & Shih, 2009). Zapravo, inovacioni kapacitet privrede označava potencijal zemlje da proizvodi robe i usluge na osnovu kreiranja novih znanja i veština. Inovacioni kapacitet podrazumeva sposobnost preduzeća da identifikuju trendove i nove tehnologije, kao i da steknu i iskoriste novo znanje i informacije (Tidd et al., 2005). Prema Furman et al. (2002) inovacioni kapacitet privrede predstavlja sposobnost proizvodnje i komercijalizacije inovativne tehnologije u dugom roku.

Nacionalni inovacioni kapacitet, dakle predstavlja potencijal države (kao političkog i ekonomskog entiteta) da proizvede niz komercijalno relevantnih inovacija. Nacionalni inovacioni kapacitet razlikuje se od čisto naučnih ili tehničkih dostignuća i fokusiran je na ekonomsku primenu nove tehnologije (Gans & Stern, 2003). Tehnološke promene su krajnje složena ekonomska i društvena kategorija. Svaka tehnološka promena se sastoji iz više etapa ispoljavanja (Dragutinović et al., 2012, 367):

- pronalazak (invencija),
- prva praktična primena pronalaska (inovacija) i
- široka primena pronalaska (difuzija).

Invencija je faza tehnološke promene koja predstavlja rađanje neke nove ideje. Sama po sebi, invencija ne znači neminovnost automatskog ispoljavanja sledeće faze tehnološke promene, tj. nastanak inovacije. Bez tržišta invencije (pronasci) nikada ne postanu inovacije. Da bi bili komercijalizovani, pronalascima je potrebno tržište. Inovacija je faza tehnološke promene koja podrazumeva proces realizacije neke nove ideje, odnosno inovacija predstavlja novo rešenje. Dinamika inovacija najvećim delom determinišu tempo tehnoloških promena, a time i intenzitet privrednog rasta u celini, što potvrđuje Šumpeterov dobro poznati stav da je inovacija kritična dimenzija ekonomske promene. Difuzija je faza tehnološke promene koju karakteriše proces najšire primene inovacija. To je proces kojim se osnovna naučna istraživanja i otkrića razvijaju u praktične i komercijalno primenljive proizvode ili usluge.

Inovacioni kapacitet ne predstavlja samo ostvareni nivo inovacija, već uključuje i osnovne uslove koji stvaraju okruženje pogodno za inovacije na određenoj lokaciji. Inovacioni kapacitet delom zavisi od tehnološke sofisticiranosti u prethodnom periodu i dela radne snage angažovane u naučno-istraživačkom sektoru. Takođe, od presudnog značaja je i izbor politika od strane vlade i privatnog sektora koje podstiču aktivnosti istraživanja, razvoja i komercijalizacije pronalazaka.

Prema Cortes i Navarro (2011) tehnološke inovacije imaju dvostruki uticaj na društveno-ekonomski razvoj. S jedne strane, direktno poboljšavaju veštine ljudi u različitim područjima, kao što su zdravstvo i obrazovanje. S druge strane, tehnološke inovacije predstavljaju sredstvo za postizanje razvoja zbog svog pozitivnog utjecaja na ekonomski rast. Štaviše, Dani (2007) ističe da

je dugoročna sposobnost zemlje da proizvodi i konkuriše na globalnom tržištu prvenstveno određena sposobnošću i brzinom prihvatanja tehnoloških inovacija.

Privrede u kojima sektori i proizvodi visokih tehnologija imaju znatno učešće poseduju brojne i značajne prednosti, kao što su (Vodič kroz strategiju Evropa 2020, 2011):

- visoka dodatna vrednost i otuda, osnov za viši standard stanovništva i lakše finansiranje razvoja;
- manja podložnost kriznim stanjima, jer su sektori visokih tehnologija uvek budućnost i ono što doprinosi sprečavanju krize i izlasku iz iste;
- povoljniji položaj u međunarodnoj razmeni i trgovini.

Nacionalni inovacioni kapacitet počiva na tri različita teorijska područja koja objašnjavaju izvore inovacija: teorija endogenog rasta zasnovana na idejama (Romer, 1990), teorija nacionalne industrijske konkurentске prednosti zasnovana na klasteru (Porter, 1990) i teorija nacionalnih inovacionih sistema (Nelson, 1993). Ove teorije imaju brojne zajedničke analitičke elemente, ali se razlikuju s obzirom na nivo apstrakcije i faktore koje ističu. Dok teorija endogenog rasta počiva na visokom nivou apstrakcije, usredsređujući se na bazu znanja na nivou privrede i udeo radne snage koja učestvuje u istraživanju i razvoju, druga dva pravca naglašavaju konkretnije odrednice inovacionog kapaciteta. Na primer, Porter ističe mikroekonomske osnove inovacija u nacionalnim industrijskim klasterima, dok literatura posvećena nacionalnim inovacionim sistemima naglašava ulogu celokupnog nacionalnog okruženja, uključujući visoko obrazovanje i druge specifične institucije.

Uloga tehnoloških inovacija u procesu ekonomskog rasta

Tehnologija predstavlja način na koji se inputi (kapital i rad) u proizvodnom procesu pretvaraju u outpute. Ako je opšta proizvodna funkcija oblika $Y=K^\alpha L^{1-\alpha}$, tehnologija je u potpunosti opisana parametrom α . U ovom slučaju, tehnologija se ne menja tokom vremena, već se samo može menjati količina inputa, što uslovljava promenu obima proizvodnje. Kada je proizvodna funkcija opisana izrazom $Y=K^\alpha (AL)^{1-\alpha}$, A predstavlja indeks tehnologije koji se menja tokom vremena. Povećanje indeksa tehnologije naziva se tehnološki napredak. Sa stvaranjem novih ideja nova znanja se dodaju postojećim i može se proizvesti veća količina outputa uz datu količinu rada i kapitala.

Ključno svojstvo ideja je da su one *nerivalitetna* dobra. Nerivalitetna dobra su ona dobra čija potrošnja od strane jedne osobe ne sprečava da neka druga osoba koristi isto dobro. Ideje su, takođe, delimično *isključiva* dobra. Isključivo dobro je ono dobro čiji vlasnik može isključiti druge iz njegove upotrebe i naplatiti korišćenje tog dobra. Zakonodavni okvir većine zemalja putem razrade vlasničkih i patentnih prava omogućava da stvaraoci novih ideja imaju pravo da naplaćuju njihovo korišćenje (Kruger, 2009).

Država, preduzeća i pojedinci ulažu novac i vreme u aktivnosti čiji je cilj stvaranje novih ideja koje imaju pozitivan uticaj na ekonomski rast. Prema utemeljivačima teorije endogenog rasta, tehnološki progres se događa pošto kompanije ili pojedinci – pronalazači, u želji da maksimiraju profit, tragaju za novim i boljim pronalascima (Dragutinović i drugi, 2012).

Jedan od pravaca analize endogenog rasta ključnu ulogu u procesu ekonomskog rasta daje istraživanju i razvoju (*research and development* – R&D). Prvi model koji pripada ovoj grupi razvio je Romer (1990). U modelu se polazi od pretpostavke da privredu čine dva sektora: sektor za proizvodnju finalnih dobara i R&D sektor. Agregatna proizvodna funkcija pokazuje kako se odgovarajućom kombinacijom faktora proizvodnje, kao što su kapital (K_t) i rad u sektoru za proizvodnju finalnih dobara (L_{Yt}), proizvodi output (Y_t), koristeći opseg znanja ili ideja (A_t):

$$Y_t = K_t^\alpha (A_t L_t)^{1-\alpha}, \quad 0 < \alpha < 1. \quad (1)$$

Finalni proizvod se koristi ili za potrošnju, ili za investicije u fizički kapital. Za dati nivo tehnologije, proizvodna funkcija ima konstantne prinose u odnosu na kapital i rad. Međutim, ideje su i faktor proizvodnje. Jednom kada nastane ideja za izradu nekog proizvoda, ona ne treba ponovo da se izumi da bi se napravila svaka sledeća jedinica tog proizvoda. Da bi se udvostručila proizvodnja, potrebno je udvostručiti kapital i rad. Proizvodna funkcija ima konstantne prinose u odnosu na kapital i rad, ali rastuće prinose u odnosu na sva tri faktora proizvodnje. Ukoliko se udvostruče rad, kapital i baza ideja, proizvodnja će se više nego udvostručiti. Postojanje rastućih prinosa, rezultat je nerivalitetne prirode ideja.

Prema Romer (1990) tehnološki progres je krajnji proizvod istraživačko-razvojnog sektora. Pretpostavlja se ekstremna situacija u kojoj su faktori proizvodnje samo radna snaga istraživača i postojeći nivo znanja, mada se u realnom svetu koristi i kapital (laboratorije, kompjuteri). Drugim rečima, istraživačko-razvojni sektor koristi kao faktore proizvodnje rad i postojeći nivo tehnologije, a kao direktan proizvod kreira ideje. One potom generišu poboljšanu tehnologiju kao finalni proizvod.

Prilikom kreiranja modela uzima se kao data baza ideja (A) koje su pronađene do određenog perioda t . A se interpretira i kao baza ideja, i kao broj ideja po radniku, pošto se broj ideja po radniku ne smanjuje sa rastom broja radnika. U najjednostavnijoj verziji Romerovog modela, broj novih ideja (ΔA) proizveden u bilo kojem periodu je funkcija broja istraživača (L_{At}) i njihove prosečne produktivnosti, odnosno stope otkrivanja novih ideja (ρ'):

$$\Delta A = \rho' L_{At} \quad (2)$$

Za ovaj model je karakteristična podela radne snage između dva sektora: sektora za proizvodnju finalnog proizvoda i R&D sektora. Budući da se rad koristi ili u proizvodnji novih ideja ili u proizvodnji finalnog proizvoda, privreda se suočava sa sledećim resursnim ograničenjem:

$$L_t = L_{At} + L_{Yt} \quad (3)$$

Pretpostavlja se da je učešće radne snage angažovane u R&D sektoru $s_R = L_{At}/L_t$ konstantno, kao i učešće radne snage angažovane u sektoru za proizvodnju finalnih dobara $(1-s_R) = L_{Yt}/L_t$, pa je:

$$L_{At} = s_R L_t, \quad 0 < s_R < 1 \quad (4)$$

Prosečna produktivnost istraživača je ili konstantna ili zavisi od baze ideja koje su već otkrivene, što se može predstaviti na sledeći način:

$$\rho' = \rho A_t^\varphi, \quad (5)$$

gde su parametri ρ i φ konstante.

Stopa otkrivanja novih ideja (ρ') zavisi od vrednosti koeficijenta elastičnosti φ . Ukoliko je $\varphi > 0$, postojeća tehnologija (A_t) podstiče razvoj nove tehnologije, odnosno povećava produktivnost istraživača u sadašnjosti. S druge strane, moguće je da je većina ideja već akumulirana u postojećem nivou znanja, što pronalaženje novih ideja čini sve težim. Ovaj efekat govori o negativnoj vrednosti koeficijenta φ , tj. $\varphi < 0$.

Istraživači uglavnom ne znaju koje nove ideje imaju drugi istraživači. Moguće je da ukoliko postoji veliki broj istraživača, ista istraživanja obavlja nekoliko njih, nezavisno jedan od drugog. U tom slučaju dolazi do dupliranja poslova u R&D sektoru, tako da dolazi do opadajućih prinosa u odnosu na broj istraživača L_t^λ , gde je λ stepen dupliranja tekućih istraživanja.

Na osnovu jednačina (2) i (5), proizvodna funkcija za R&D sektor se može izraziti na sledeći način:

$$\Delta A = \rho A_t^\varphi L_{At}^\lambda \quad (6)$$

U navedenom izrazu svi parametri su pozitivni: $\rho > 0$, $0 < \varphi < 1$ i $0 < \lambda < 1$.

Prema jednačini (6), rast zaposlenosti u R&D sektoru ili rast baze ideja povećavaju proizvodnju novih ideja. Ukoliko je $\lambda < 1$, zapošljavanje dodatnih istraživača utiče na dupliranje istraživačkog rada. Istraživači rasipaju svoje vreme ponovnim otkrivanjem znanja koje već postoji. Ako je $\varphi < 1$, sa rastom nivoa znanja, proizvodnja novog znanja je sve teža.

Deljenjem agregatne proizvodne funkcije $Y_t = K^\alpha (A_t L_{Yt})^{1-\alpha}$ brojem efektivnih radnika koji su zaposleni u proizvodnji finalnog proizvoda $A_t L_{Yt}$, dobija se produktivnost po efektivnom radniku zaposlenom u proizvodnji finalnog proizvoda:

$$y_t' = k_t'^\alpha \quad (7)$$

Na sličan način izvodi se promena efektivne kapitalne opremljenosti po radniku zaposlenom u proizvodnji finalnog proizvoda. Polazeći od izraza za kapitalnu opremljenost po radniku $k_t' = K_t / A_t L_{Yt}$, promena kapitalne opremljenosti po efektivnom radniku je:

$$\Delta k' = s_k y - k(d+n+g_A) \quad (8)$$

Produktivnost izražena samo po radniku, odnosno po stanovniku, može se predstaviti na sledeći način:

$$y = k_t^\alpha [(1-s_R) A_t]^{1-\alpha} \quad (9)$$

dok se promena kapitalne opremljenosti po radniku može izraziti kao:

$$\Delta k = s_k k_t^\alpha ((1-s_R) A_t)^{1-\alpha} - k_t(d+n+g_A) \quad (10)$$

Znanje ili ideje (A_t) su proizvod istraživačkog sektora. Budući da istraživački sektor predstavlja deo ekonomskog sistema, proizilazi da je znanje (tehnološki progres) endogena komponenta modela. Kako je broj ideja po stanovniku identičan ukupnom broju ideja, funkcija koja objašnjava proizvodnju novih ideja po stanovniku ima isti oblik kao i agregatna funkcija:

$$\Delta A = \rho A_t^\varphi L_{At}^\lambda = \rho A_t^\varphi [s_R L_t]^\lambda \quad (11)$$

U cilju praćenja dinamike rasta polazi se od modela izraženog u veličinama po stanovniku, ilustrovano jednačinama (9), (10) i (11). Budući da su udeo radne snage angažovane u R&D sektoru (s_R) i udeo radne snage angažovane u sektoru za proizvodnju finalnog proizvoda ($1-s_R$) konstantni, stopa ekonomskog rasta se može izraziti na sledeći način:

$$\Delta y / y_t = \alpha (\Delta k / k_t) + (1-\alpha) (\Delta A / A_t) = \alpha (\Delta k / k_t) + (1-\alpha) g_{At} \quad (12)$$

Razlike u stopama rasta, prema jednačini (12), mogu se objasniti: (a) razlikama u promeni akumulacije kapitala (Δk) i (b) razlikama u stopama rasta tehnološkog napretka (g_{At}).

Dalje, stopa rasta kapitalne opremljenosti ima sledeći oblik:

$$\Delta k / k_t = s_k k_t^{\alpha-1} ((1-s_R) A_t)^{1-\alpha} - (d+n+g_A) \quad (13)$$

Konačno, stopa rasta tehnologije zavisi o pretpostavljenih vrednosti parametara φ , λ , i ρ i može se predstaviti kao:

$$\Delta A / A_t = g_{At} = \rho A_t^{\varphi-1} L_{At}^\lambda = \rho A_t^{\varphi-1} (s_R L_t)^\lambda \quad (14)$$

Ukoliko su svi parametri pozitivni, $\rho > 0$, $0 < \lambda < 1$, $0 < \varphi < 1$, tada je g_{At} strogo pozitivno u svakom periodu.

Na osnovu jednačine (14) proizilazi da stopa rasta tehnološkog napretka ima sopstvenu dinamiku promena. Pri datoj početnoj vrednosti tehnologije, stopa rasta tehnologije se menja nezavisno od ostalih endogenih varijabli, na način da zavisi samo od tzv. parametara ponašanja φ , λ , i n (sve dok je s_R konstantno) (Sorensen & Whita-Jacobsen, 2010). S tim u vezi moguće je

pratiti dinamiku stope rasta tehnologije, uz pretpostavku konstantnog udela rada u R&D sektoru, $L_{At} > 0$. U ovom slučaju stopa rasta tehnologije predstavljena jednačinom (14) postaje:

$$g_t = \rho A_t^{\varphi-1} L_{At}^{\lambda} \quad (15)$$

Ukoliko je $\varphi=1$, stopa rasta tehnologije g_t je konstantna, pozitivna i jednaka ρL_{At}^{λ} u svim periodima. To znači da A_t s vremenom raste i teži beskonačnosti u dugom roku. Kada je $0 < \varphi < 1$, opseg znanja (A_t) takođe raste u svim periodima i teži beskonačnosti. Međutim, stopa rasta tehnologije (g_t) s vremenom opada i približava se nuli. Dakle, postoji očigledna razlika u kretanju stope rasta tehnologije uz pretpostavku konstantnog broja radnika u R&D sektoru, za različite vrednosti parametra φ .

Uz pretpostavku konstantnog broja radnika angažovanog u R&D sektoru, ovaj model sledi neoklasični model u predviđanju ekonomskog rasta. Rast autputa po stanovniku je rezultat tehnološkog napretka. Ako se pretpostavi da radna snaga raste po stopi rasta stanovništva (n), $n > 0$, a za $0 < \varphi < 1$, ravnotežna stopa tehnološkog napretka ima oblik (Sorensen & Whitta-Jacobsen, 2010):

$$g_A = g_{se} = \lambda n / (1 - \varphi) \quad (16)$$

Dugoročna stopa ekonomskog rasta determinisana je parametrima proizvodne funkcije R&D sektora λ i φ i stopom rasta broja istraživača koja je jednaka stopi rasta stanovništva (n). Za održivi rast neophodno je konstantno povećanje istraživačkog rada, kako bi se održala konstantna stopa ekonomskog rasta. Dakle, stopa rasta je određena stopom rasta stanovništva. Stoga je ekonomski rast *poluendogen*. Ako je $n > 0$, uz konstantno s_R , stopa rasta tehnologije je konstantna, a opseg znanja ili broj ideja (A) stalno raste i teži beskonačnosti. Ukoliko je $n=0$, rast neće biti prisutan. Za razliku od neoklasičnog modela gde viša stopa rasta stanovništva smanjuje nivo autputa, u ovom slučaju veći broj istraživača stvara više ideja i povećava nivo autputa po stanovniku u kratkom roku. Dugoročna stopa rasta ne zavisi od stope investicija i promena udela radnika u R&D sektoru. Ekonomska politika utiče na stopu rasta isključivo dok traje prelazak iz početnog u novo ravnotežno stanje, menjajući nivo autputa po stanovniku.

U cilju ostvarivanja dugoročnog ekonomskog rasta, Dragutinović i drugi (2012) u model uvode pretpostavke da je $\lambda=1$ (nema dupliranja tekućih istraživanja) i da je $\varphi=1$ (produktivnost istraživanja raste sa rastom broja ideja). Stoga se prirast broja ideja može izraziti na sledeći način:

$$\Delta A = \rho L_{At} A_t \quad (17)$$

Ovaj oblik modela generiše održivi rast, čak i kad je $n=0$, po stopi:

$$g_A = g_e = \Delta A / A_t = \rho L_{At} = \rho s_R L \quad (18)$$

Dobijeni model je potpuno *endogen*. Prema jednačini (18) stopa rasta tehnologije zavisi samo od parametara ponašanja. Zato stopa rasta stanovništva nije uslov za ekonomski rast. „Da bi se postigla visoka stopa rasta proizvodnje po stanovniku, država treba da obezbedi veći broj radnika zaposlenih u R&D sektoru (s_R), što je glavna implikacija za strukturnu politiku. Ovo bi moglo biti obezbeđeno subvencionisanjem istraživanja i razvoja ili preduzimanjem istraživačko-razvojnih aktivnosti, budući da stopa rasta tehnologije i dugoročna stopa rasta autputa po stanovniku direktno zavise od učešća izdataka za istraživanje i razvoj u BDP-u.“ (Dragutinović i drugi, 2012, 199)

Dakle, u osnovi ekonomskog rasta nalaze se tehnološke promene. Tehnološke promene su rezultat funkcionisanja istraživačko-razvojnog sektora u okviru privrede koji „snabdeva“ druge sektore novim tehnologijama. Nerivalitet i delimična isključivost su osobine koje tehnologiju čine različitom u odnosu na druga dobra. Investicije u istraživanje i razvoj omogućavaju rastuće prinose. Stoga je moguć stalni ekonomski rast u dugom roku.

Inovaciona aktivnost u Republici Srbiji

Jedan od prvih koraka ka unapređenju inovacione aktivnosti u Republici Srbiji bio je donošenje Zakona o inovacionoj delatnosti (Službeni glasnik RS, br. 110/2005, 18/2010 i 55/2013). Ovim zakonom uređuju se osnovna načela, ciljevi i organizacija primene naučnih saznanja, tehničkih i tehnoloških znanja, inventivnosti i pronalazaštva, u funkciji stvaranja i realizacije, u odnosu na postojeću tehničko-tehnološku osnovu, novih i poboljšanih proizvoda, procesa i usluga, kao pokretača razvoja Republike Srbije. Zakonom o inovacionoj delatnosti osnovan je Fond za inovacionu delatnost radi podsticanja inovativnosti i obezbeđivanja sredstava za finansiranje inovacione delatnosti, prvenstveno kroz saradnju sa međunarodnim finansijskim institucijama, organizacijama, donatorima i privatnim sektorom. Takođe, cilj Fonda je podsticanje i finansiranje inovativnosti u prioritarnim oblastima nauke i tehnologije, odnosno pružanje podrške da nove tehnologije stignu iz akademskih okvira do privrede, kao i pomoć malim i srednjim preduzećima koja razvijaju inovacione tehnologije.

Međutim, inovacioni sistem Republike Srbije odlikuju značajne strukturne slabosti. Ključna dugogodišnja unutrašnja slabost ovog sistema je nerazvijenost istraživanja na univerzitetima i nedovoljni istraživački kapaciteti u privredi koji su, gotovo potpuno, nestali tokom poslednje tri decenije. Ključna spoljna slabost je hroničan manjak tražnje za istraživanjima, oslanjanje na uvoz tehnologija i drugih znanja, odsustvo strategije „pametne specijalizacije istraživanja“ (Vodič kroz strategiju Evropa 2020, 2011, 56). Takođe, povezanost istraživačkog, razvojnog i inovacionog sistema Republike Srbije sa drugim sistemima ima značajne strukturne nedostatke koji doprinose manjem od mogućeg učinka ovog sistema, a u prvom redu sledeće (Vodič kroz strategiju Evropa 2020, 2011, 57):

- istraživački instituti su veoma slabo ili nikako povezani sa visokim obrazovanjem što rezultuje nižom efikasnošću resursa visokog obrazovanja i istraživačkog sistema;
- istraživački instituti i univerziteti, sa izuzetkom instituta koji se dominantno finansiraju na tržištu, su slabo povezani sa privredom;
- privreda i drugi potencijalni korisnici istraživanja i naučnog znanja nemaju nikakvu tražnju za istraživanjima i znanjima – izuzev za onim koje je ugrađeno u opremu, softver i tome slično, što se kupuje kao standardan resurs na tržištu;
- istraživačke organizacije koje bi mogle da rade za potrebe tržišta preferiraju, iz težnje za stabilnošću sopstvene egzistencije, da budu što duže i što više angažovane za finansiranje iz javnih izvora.

Prema Globalnom indeksu inovativnosti Republika Srbija je na 57 mestu među 129 zemalja (Global Innovation Index 2019). Kada je reč o zemljama regiona, bolje od Republike Srbije rangirane su Slovenija (31), Hrvatska (44) i Crna Gora (45), dok su lošije rangirane Makedonija (59), Bosna i Hercegovina (76) i Alabanija (83). U ostatku Evrope, ispod Srbije na listi nalaze se još Moldavija i Belorusija.

Jedinstven stav akademske u stručne javnosti baziran je na tvrdnji da su inovacije ključna poluga za razvoj zasnovan na znanju. Takav razvoj omogućava povećanje zaposlenosti – nema novih sektora i radnih mesta bez novih proizvodnih sektora i novih proizvoda, odnosno inovacija. Zatim, povećanje energetske efikasnosti i razvoj novih izvora energije može se postići samo novim znanjima i na njima razvijenim tehnologijama. Očuvanje životne sredine i rešavanje problema klimatskih promena postiže se ekološki bezbednim proizvodnim procesima i proizvodima kako bi se bezbedno iskoristio otpad nastao u proizvodnji i potrošnji. Takođe, bolja međunarodna konkurentnost sve više zavisi od necenovnih faktora tj. od znanja ugrađenog u proizvode.

Zaključak

U savremenim uslovima brzih i sveobuhvatnih promena, tehnološke inovacije, bez sumnje, predstavljaju osnovu rasta i razvoja privrede. Prema tvorcima teorije endogenog ekonomskog rasta, tehnološki progres se događa zahvaljujući preduzećima ili pojedincima – pronalazačima, koji u želji da maksimiraju profit, tragaju za novim i boljim pronalascima. Dakle, mogućnost zarade profita je ono zbog čega proizvodni subjekti inoviraju proizvode i procese i/ili čine značajnije tehnološke promene u proizvodima i procesima.

U globalnom okruženju izražene ekonomske integracije i konkurencije, privrede koje stavljaju veći naglasak na istraživanje, znanje i inovativnost imaju veće šanse za dalji rast i razvoj. Podsticanju tehnoloških inovacija doprinose preduzetničke ideje čija realizacija uglavnom podrazumeva velika investiciona ulaganja. Za razliku od zemalja u razvoju, razvijene zemlje imaju veći finansijski potencijal za investiranje u tehnološke inovacije i na taj način ostvaruju veće koristi od njihove primene. Istovremeno, to ne znači da su tehnološke inovacije od manjeg značaja za zemlje u razvoju. Ukoliko budu usvajale i primenjivale tehnološke inovacije iz razvijenih zemalja i razvijale sopstveni inovacioni kapacitet, to će prosperitet njihove privrede biti brži, dok će gap između razvijenih i zemalja u razvoju biti sve manji. U tom smislu, kreatori politike širom sveta stavljaju naglasak na tehnološke inovacije i stimulišu inovativne preduzetnike i kompanije.

Uporednom analizom Globalnog indeksa inovativnosti za Republiku Srbiju i zemlje u regionu evidentno je da je Slovenija jedina zemlja koja ima izvanredan rang u pogledu inovacija. S druge strane, Albaniju odlikuje najlošiji rang, dok Republika Srbija po pitanju inovacija ima nešto povoljan rang, posle Bosne i Hercegovine i Makedonije. Imajući u vidu inovacione performanse većine zemalja u regionu, kao nužan preduslov povećanja inovacionog kapaciteta nameće se porast investicija u istraživanje i razvoj i nove tehnologije, kako od strane vlade, tako i privatnog sektora.

Literatura

1. Belitz, H., Clemens, M., Schmidt-Ehmcke, & Werwatz, J. (2008). Deficits in education endanger Germany's innovative capacity. *DIW Berlin*, 14(4), 86–93.
2. Cortes, E. A. & Navarro, J. A. (2011). Do ICT Influence Economic Growth and Human Development in European Union Countries? *International Advance in Economic Research*, 17, 28-44.
3. Dani, R. (2007). *One Economics, Many Recipes: Globalization, Institutions and Economic Growth*. Princeton University Press.
4. Dragutinović, D., Filipović, M., & Cvetanović, S. (2012). *Teorija privrednog rasta i razvoja*. Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
5. Furman, J.L., Porter, M.E. & Stern, S. (2002). The determinants of national innovative capacity. *Research Policy*, 31, 899–933.
6. Gans, J. & Stern, S. (2003). *Assessing Australia's Innovative Capacity in the 21st Century*. IPRIA-The University of Melbourne. [https://melbourneinstitute.unimelb.edu.au/outlook/assets/2003/Joshua Gans .pdf](https://melbourneinstitute.unimelb.edu.au/outlook/assets/2003/Joshua%20Gans.pdf)
7. *Global Innovation Index 2019*, Cornell University, INSEAD, WIPO. <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4434>
8. Hu, M.C., & Mathews, J.A. (2008). China's national innovative capacity. *Research Policy*, 37, 1465-1479.
9. Huang, H-C and Shih, H-Yu (2009). *National innovative capacity in the international technology diffusion: the perspective of network contagion effects*. PICMET, Portland: Oregon USA.

10. Kruger, D. (2009). *Intermediate Macroeconomics*. Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb.
11. Nelson, R.R. (1993). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. Oxford University Press, New York.
12. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
13. Romer, P. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.
14. Sorensen, P. B., & Whitta-Jacobsen, H. J. (2010). *Introducing Advanced Macroeconomics: Growth and Business Cycles*. McGraw-Hill Education, New York.
15. Tidd, J, Bessant, J., & Pavitt, K. (2005). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. 3rd edn, John Wiley & Sons, Chichester.
16. Vodič kroz strategiju Evropa 2020, (2011). Evropski pokret u Srbiji. <http://www.mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2015/08/EU-2020.pdf>
17. Zakon o inovacionoj delatnosti (Službeni glasnik RS, br. 110/2005, 18/2010 i 55/2013)

Značaj strukture investicija za privredni rast Republike Srbije

Milan Kostić* i Ljiljana Maksimović**

Investicije predstavljaju najznačajniji pokretač ekonomskih aktivnosti jedne nacionalne ekonomije. Uticaj investicija na privredni rast je potvrdilo i istraživanje u ovom radu. Istraživanje sprovedeno na primeru Srbije i vremenskom okviru od preko dvadeset godina (od 1995. do 2018. godine), pokazalo je da povećanje investicija u fiksni kapital za 1 USD dovodi da porasta BDP za 3.26 USD. Ono što umanjuje efekat tih investicija jeste njihov nedovoljan obim i struktura. Neka istraživanja pokazuju da ako jedna nacionalna ekonomija želi da ostvari značajniji rast, neophodno je da ima preko 25 procenata učešća investicija u fiksni kapital u svom BDP-u. Srbija je još uvek daleko od ovog učešća. Uz to, Srbiju karakteriše i neadekvatan odnos stranih i domaćih investicija, što zahteva dobro osmišljenu podsticajnu politiku kako bi se obezbedilo adekvatno učešće oba izvora investiranja. Jedino tako je moguće očekivati ubrzan i uravnotežen ekonomski razvoj Srbije. Rešenje se može pronaći, između ostalog, i u većem angažovanju domaće štednje, koja je trenutno nedovoljno korišćen izvor finansiranja ekonomskog rasta.

Ključne reči: investicije u fiksni kapital, strane direktne investicije, sektorska disperzija investicije, privredni rast.

Uvod

Investicije predstavljaju jedan od veoma značajnih izvora finansiranja privrednog rasta jedne nacionalne ekonomije. Pored drugih faktora, (ljudski kapital, prirodni resursi, tehnološko znanje, institucije, i dr.), na privredni rast dominantno utiče obim investicija ali i njihova struktura. Kada govorimo o strukturi investicija u literaturi se izdvaja nekoliko klasifikacija investicija. Investicije se mogu podeliti prema svom poreklu na: 1) domaće i 2) strane investicije. Domaće investicije predstavljaju ulaganja domaćih pravnih i fizičkih lica, dok strane predstavljaju ulaganja inostranih pravnih i fizičkih lica.

Često se u literaturi pominje podela investicija prema tome da li su namenjene sticanju vlasništva ili ne, tako da postoje: investicije u sticanje vlasništva, krediti (zajmovno finansiranje) i portfolio investicije.¹ Investicije u sticanje vlasništva su dugoročnog karaktera i namenjene su obavljanju neke poslovne aktivnosti u dužem vremenskom periodu. Ovu kategoriju investicija možemo podeliti na *greenfield* i *brownfield* investicije u zavisnosti od toga da li se izgrađuju ili kupuju kompanije i njihovi kapaciteti. Zajmovno investiranje vezano je za kredite koje banke odobravaju korisnicima kako bi oni obavljali određene poslovne aktivnosti, bez sticanja vlasništva u kompaniji koja pozajmljuje kapital. Poslednji vid investicija su portfolio investicije. Ova vrsta investicija vezana je za kratkoročna ulaganja investitora čiji je interes preuzimanje određenog udela u kompaniji, najčešće kako bi se ostvarila kratkoročna zarada od preprodaje tog udela. Kod ovih investicija cilj nije dugoročno pozitivno poslovanje kompanija već transakciona zarada od preprodaje vlasničkih udela.

Jedna od često korišćenih klasifikacija investicija je podela na ukupne investicije, odnosno ukupan kapital uložen u jednu nacionalnu ekonomiju (*Gross capital formation*) i investicije uložene u osnovna sredstva (fiksni kapital) (*Gross fixed capital formation*). Ukupne investicije ili akumulacija

* Vanredni profesor, e-mail: mkostic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: maksimoviclj@kg.ac.rs

¹ <https://www.investopedia.com/articles/younginvestors/10/what-is-an-investment.asp>, preuzeto 10.09.2019.

kapitala (*Gross capital formation*) je zbir ukupne vrednosti bruto investicija u fiksni kapital (osnovna sredstva), promena u zalihama (gotovih proizvoda, polu proizvoda i robnih rezervi) i razlike između priliva i odliva dragocenosti jedne ekonomije.² Na drugoj strani, bruto investicije u osnovni kapital (*Gross fixed capital formation*) je kapital uložen u osnovna sredstva namenjena obavljanju aktivnosti, umanjena za otpis osnovnih sredstava.³ Za ekonomsku analizu su posebno značajne investicije u osnovna sredstva jer predstavljaju osnovni generator privrednog rasta. Bez ulaganja u osnovna sredstva, pre svega u savremenu tehnologiju, nema preduslova za obavljanje profitabilnih aktivnosti a samim tim ni uvećanja društvenog proizvoda jedne države.

U analizi investicija posebnu važnost ima podela investicija prema delatnostima kojima su namenjene. Treba naglasiti da investicije usmerene u proizvodnju dobara imaju veći značaj za ekonomiju nego ulaganja u usluge, kao vrstu nerazmenljivih dobara, jer je doprinos razmenljivih dobara spoljnotrgovinskoj poziciji države veći, nego nerazmenljivih. Kada se govori o uslugama, kao vrsti nerazmenljivih dobara, pre svega se misli na finansijske usluge usmerene ka domaćoj tražnji, a ne na informatičke usluge, odnosno kreiranje softverskih rešenja, gde se može očekivati izvoz koji doprinosi poboljšanju ekonomske pozicije države.

Shodno napred rečenom cilj rada je ispitivanje veze između strukture investicija i privrednog rasta Srbije sa posebnim osvrtom na investicije u fiksni kapital i strane direktne investicije, kao i njihovu sektorsku raspodelu. Na osnovu ovako definisanog cilja istraživanja rad je koncipiran tako, da pored uvoda i zaključnih razmatranja, sadrži sledeće dve zaokružene i međusobno povezane celine. Prva celina vezana je za istraživanje veze između obima i strukture investicija, na jednoj strani i privrednog rasta Srbije na drugoj. Ovaj deo rada poslužio je autorima da ukažu na problem nedovoljnih investicija i mogućnosti za njegovo prevazilaženje, što je ujedno predmet analize drugog dela rada.

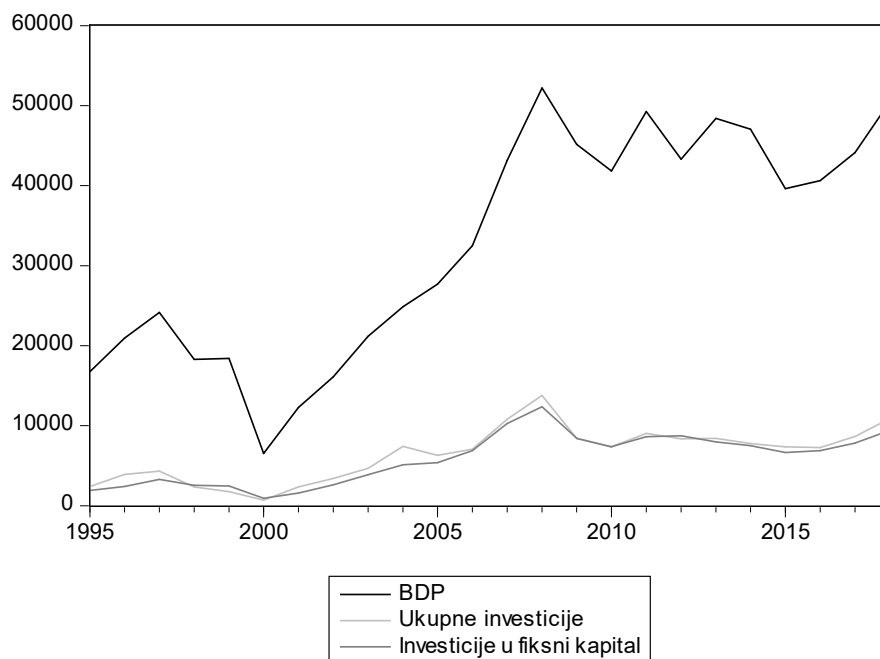
Uticaj obima i strukture investicija na privredni rast Republike Srbije

Autori su analizu uticaja obima i strukture investicija bazirali na podacima preuzetim iz baze Svetske Banke (World Bank) i Statističkim godišnjacima Republičkog zavoda za statistiku Republike Srbije. Namera je bila da obuhvat podataka bude što duži tako da su pojedine analize rađene za period od 1995. do 2018. godine, dok je za neke analize vremenski okvir bio kraći. Nastojalo se da se što preciznije sagleda obim i struktura investicija, posebno onih vezanih za fiksni kapital, i stranih direktnih investicija (SDI), kao i njihova veza sa trenutnim privrednim rastom Srbije.

Polazeći od podataka preuzetih iz baze Svetske banke može se uočiti pozitivno kretanje ukupne vrednosti bruto domaćeg proizvoda (BDP) Srbije, kao i ukupnih investicija i investicija uloženi u osnovna sredstva. Značajan rast sve tri varijable ostvaren je u periodu od 2000. do 2008. godine, što koincidira sa procesom otvaranja srpske ekonomije i privrednim rastom, koji je ostvaren na globalnom nivou. Nakon toga, ako pogledamo samo kretanje BDP, vidimo osciliranje bez značajnijeg rasta sve do 2015/16. godine. Od 2016. godine kreće slab, ali stabilan rast ukupnog BDP-a Srbije. Jedan od razloga za rast BDP-a je u kretanju investicija, kako onih ukupnih tako i onih uloženi u osnovna sredstva (Slika 1).

² https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross_capital_formation, preuzeto 10.09.2019. god.

³ [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Gross_fixed_capital_formation_\(GFCF\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Gross_fixed_capital_formation_(GFCF)), preuzeto 10.09.2019. god.



Slika 1 Kretanje ukupnog BDP-a, ukupnih investicija i investicija u osnovna sredstva u Srbiji u periodu od 1995. do 2018. godine u milionima USD

Izvor: Svetska banka (World Bank): <https://data.worldbank.org/indicator>, preuzeto 12.09.2019.

Najveće vrednosti sve tri analizirane varijable ostvarile su u pred kriznoj 2008. godini, dok su najniže vrednosti ukupnih investicija i investicija u osnovna sredstva ostvarene u ratnoj 1999. godini, dok je najniža vrednost ukupnog BDP-a bila u 2000. godini (Tabela 1). Shodno činjenici da je najveći deo ukupnog uloženog kapitala onaj vezan za fiksni kapital, može se sagledati uticaj ove vrste investicija na privredni rast Republike Srbije meren ukupnom vrednošću BDP-a (Tabela 2.)

Tabela 1 Deskriptivna statistika varijabli BDP, GFC

	BDP	GFCF
Mean	32,705,796,837.94	5,877,341,792.86
Median	360,55,310,155.02	6,765,608,035.11
Maximum	52,194,221,468.50	12,373,479,770.65
Minimum	654,0245,607.20	919,644,935.00
Std. Dev.	14,141,515,446.52	3,149,078,219.00
Skewness	-0.214294569026	0.067565217354
Kurtosis	1.607402598603	1.983731876297
Jarque-Bera Probability	2.123016 0.345934	1.051061 0.591242
Observations	24	24

Izvor Ispis iz EViews7, na osnovu podataka Svetske banke (World Bank)

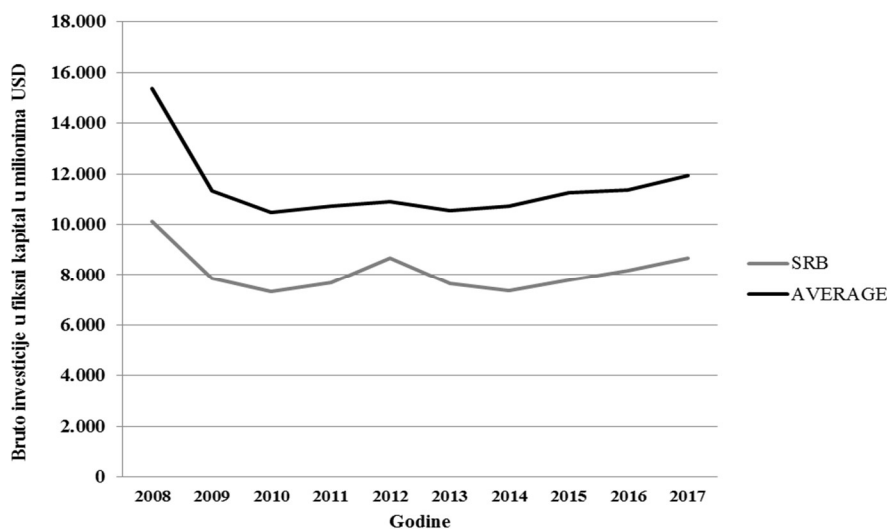
Regresionoj analizi koja pokazuje uticaj nezavisne varijable na zavisnu prethodi ispitivanje stacionarnosti analiziranih varijabli. Augmented Dickey–Fuller test (ADF) stacionarnosti pokazao je da varijable nisu bile stacionarne u izvornom obliku $I(0)$, pa je primenjeno testiranje ovih varijabli u prvom diferencijalu, odnosno prirastu $I(1)$. Primena ADF testa na podacima u prvom diferencijalu pokazala je da su podaci za analizirane varijable stacionarni i da mogu ući u model (Prilog, tabele P1 i P2). Regresioni model koji je primenjen vezan je za procenu uticaja prirasta ukupnih investicija u fiksni kapital ($\Delta UIFK$) na prirast vrednosti ukupnog BDP (ΔBDP) (Tabela 2).

Tabela 2 Uticaj $\Delta GFCF$ na ΔBDP

Dependent Variable: ΔBDP				
Method: Least Squares				
Date: 09/27/19 Time: 14:34				
Sample (adjusted): 1996 2018				
Included observations: 23 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.02E+08	7.40E+08	0.543498	0.5925
$\Delta UIFEK$	3.259679	0.502837	6.482575	0.0000
R-squared	0.666792	Mean dependent var	1.47E+09	
Adjusted R-squared	0.650925	S.D. dependent var	5.86E+09	
S.E. of regression	3.46E+09	Akaike info criterion	46.85096	
Sum squared resid	2.52E+20	Schwarz criterion	46.94970	
Log likelihood	-536.7861	Hannan-Quinn criter.	46.87579	
F-statistic	42.02378	Durbin-Watson stat	2.680013	
Prob(F-statistic)	0.000002			

Izvor: Ispis iz EViews7, na osnovu podataka Svetske banke (World Bank)

Kao što se iz tabele 2 može videti, uticaj investicija u fiksni kapital na ukupni BDP je statistički značajan i iznosi 3.26. To znači da povećanje investicija u fiksni kapital za 1 USD dovodi da porasta BDP za 3.26 USD. Regresioni model pokazuje veliki koeficijent determinacije (preko 60 procenata), što govori o tome da se preko 60 procenata promena u kretanju BDP-a može objasniti uticajem ovog faktora. Problem autokorelacije ne postoji, jer su po autoru Field (2009), vrednosti ispod 1 i iznad 3 zabrinjavajuće, što znači da je vrednost Durbin-Watson statistike u intervalu od 1 do 3 prihvatljiva. Iz ovako datog rezultata istraživanja može se zaključiti da su investicije u fiksni kapital izuzetno značajan vid ulaganja ako se posmatra privredni rast Srbije.



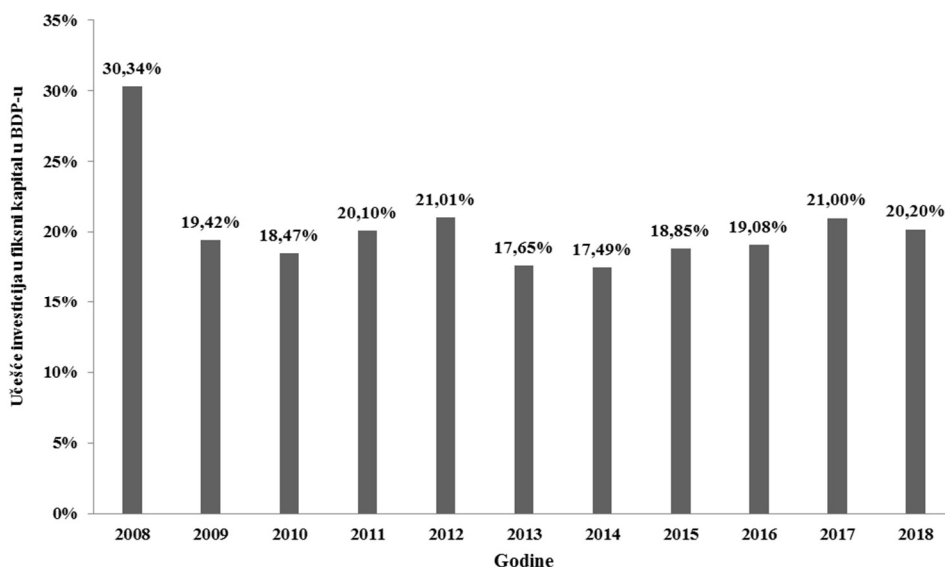
Slika 2 Kretanje investicija u fiksni kapital u Republici Srbiji i prosek odabranih država Balkana za period od 2008. do 2017. godine

Izvor: Svetska banka (World Bank): <https://data.worldbank.org/indicator>, preuzeto 12.09.2019. god.

Slika 2 pokazuje kretanje ulaganja u fiksni kapital Republike Srbije i proseka država Balkana (uključujući Sloveniju, a isključujući Grčku) u periodu od 2007. do 2017. godine. Kao što se vidi na slici 2 ulaganje u fiksni kapital Republike Srbije je manje u odnosu na prosek Balkana. Razlog

za to su pre svega velika ulaganja u osnovna sredstva u Rumuniji, koja trenutno prednjači po obimu investicija i brzini privrednog rasta.

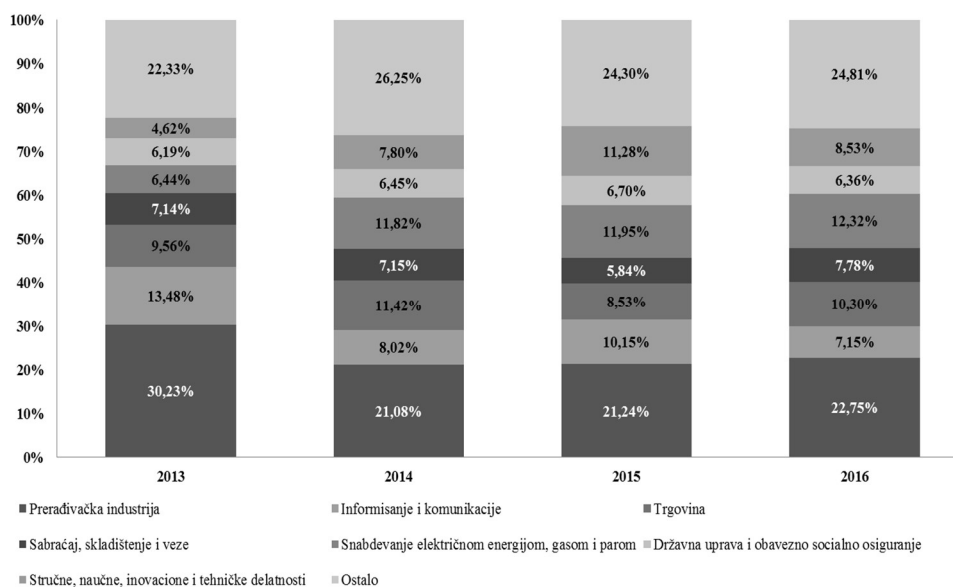
Učešće investicija u fiksni kapital u BDP-u govori o pretpostavkama za budući ekonomski rast. Veliki broj ekonomista tvrdi da ako se želi postići stopa privrednog rasta od 5 i više procenata, ulaganja u fiksni kapital moraju da budu na nivou od 25 i više procenata u BDP (Stamenković & Kovačević, 2016; Maksimović & Kostić, 2019). Srbija je ovakvo učešće ulaganja u fiksni kapital imala 2008. godine, nakon čega je ono konstantno ispod nivoa od 25 procenata (slika 3).



Slika 3 Učešće bruto investicija u fiksni kapital u BDP-u Srbije

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu podataka Svetske banke i Narodne Banke Srbije,

Da bi se sagledao značaj investicija za privredni rast veoma je bitno sagledati i strukturu investicija u osnovna sredstva prema sektorima ka kojima su ove investicije usmerene (Slika 4).

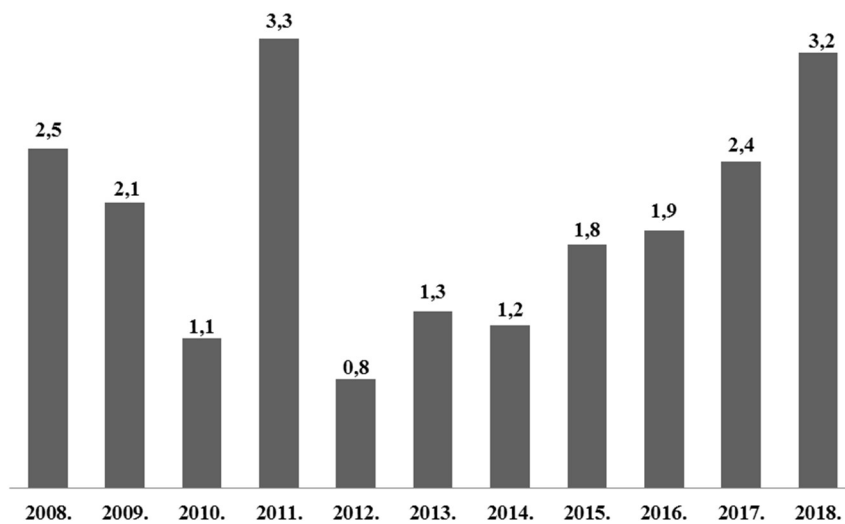


Slika 4 Sektorska struktura ulaganja u osnovna sredstva u Srbiji za period 2013-2017. godina

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu podataka iz Statističkih godišnjaka Republike Srbije iz 2016., 2017. i 2018. god.

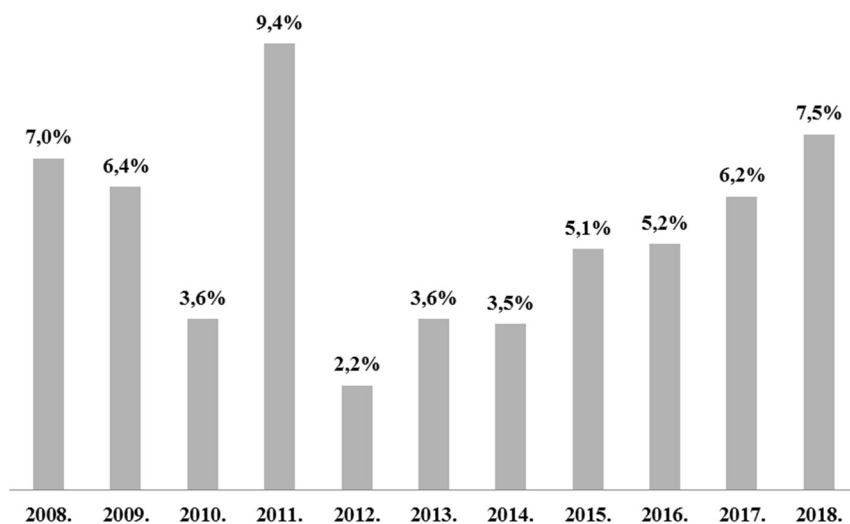
Kao što se na slici 4 može videti najveći deo investicija u fiksna sredstva odlazi u prerađivačku industriju i takvu poziciju ova industrija nije gubila u sve četiri analizirane godine (2013-2016). Sledi ulaganje u saobraćaj, trgovinu i informaciono-komunikacioni sektor. Što se tiče informaciono-komunikacionog sektora, postoji pad učešće investicija u fiksni kapital ovog sektora, što je svakako zabrinjavajuće. Ohrabrujuće je što dominiraju investicije u prerađivački sektor koji stvara razmenljiva dobra koja mogu da poboljšaju spoljnotrgovinsku poziciju Srbije. Razlog je činjenica da postoji mogućnost da se ovi proizvodi izvezu, za razliku od većine nerazmenljivih dobara.

Poseban segment investicija čine strane direktne investicije (SDI). Njihov priliv, posle drastičnog pada u 2012. godini, beleži postepen ali stabilan rast, što se može videti na slici 5.



Slika 5. Priliv stranih direktnih investicija (SDI) u milijardama USD

Izvor: Narodna banka Republike Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/index.html>, preuzetih 05.10.2019. god.

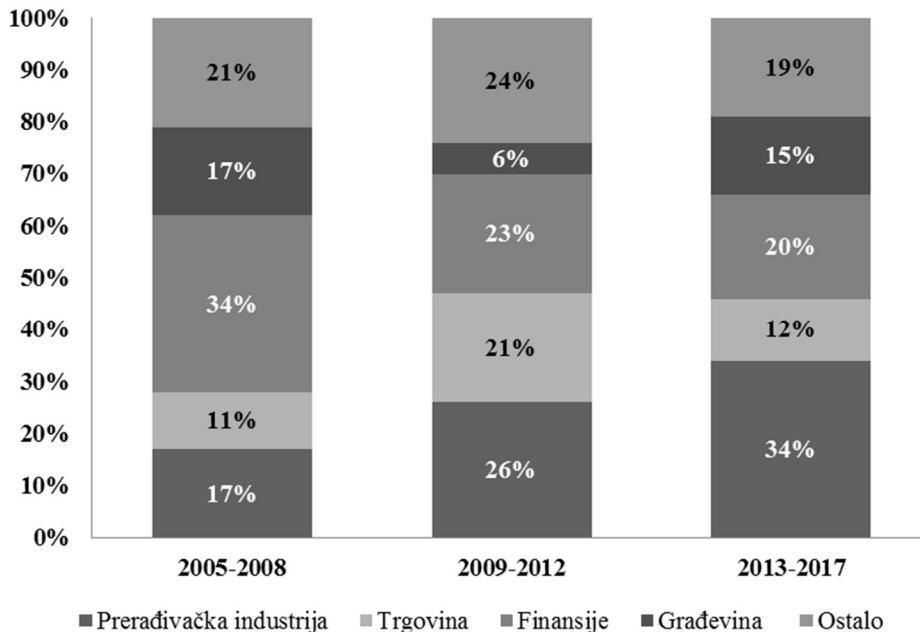


Slika 6 Učešće SDI u ukupnom BDP-u Srbije

Izvor: Narodna banka Republike Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/index.html>, preuzetih 05.10.2019. god.

Slična situacija je i sa učešćem SDI u ukupnom BDP-u Srbije, s tim da je učešće SDI konstantno ispod 10 procenata. U 2011. godini je bilo najbliže procentu od 10 i iznosilo je 9,4 procenata, dok je u ostalim godinama daleko od ove brojke. Ohrabruje podatak da je nakon pada iz 2012. godine ostvaren blagi ali stabilan rast učešća ovih investicija u BDP-u (Slika 6).

U strukturi SDI dominiraju investicije koje su vezane za prerađivački sektor što je, kao i kod ulaganja u fiksni kapital, ohrabrujuće. Naročito je pozitivna činjenica što se smanjuje učešće investicija u trgovinu i finansijski sektor (Slika 7).



Slika 7 Sektorska struktura SDI u Srbiji

Izvor: Narodna banka Republike Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/index.html>, preuzetih 05.10.2019. god.

Kao i kod sektorske strukture investicija u osnovna sredstava, SDI u prerađivačke kapacitete treba da obezbede veću količinu razmenljivih proizvoda koji pružaju šansu da se popravi ekonomska pozicija Srbije u globalnim okvirima.

Što se tiče porekla SDI, sve do 2014. godine čak 74 procenata investicija u Srbiji je dolazilo iz Evrope. To se od 2015. godine značajno promenilo pa je od tada ostvaren značajan rast kineskih investicija. Porast kineskih investicija primećen je i u većini zemalja Istočne Evrope. Ono što se izdvaja kao veliki problem srpske ekonomije je nedovoljan obim investicija i njihova neadekvatna struktura vezana pre svega za dominaciju SDI.

Nedovoljan obim investicija i kako ga prevazići

Nedovoljno razvijene zemlje kao što je i Srbija, imaju permanentno manji obim investicija u odnosu na potreban da bi se ubrzao privredni rast. Postavlja se pitanje razloga nedovoljnog obima investicija u Srbiji i kako ih prevazići. Jedan od razloga navodi se neuspešna i nezavršena tranzicija koja traje predugo, bez obzira da li se kao početak tranzicije uzima 1989. ili 2001. godina. Privatizacija preduzeća koja su bila uspešna i u starom sistemu (industrija cementa, industrija duvana i druge) i mogućnost repatrijacije profita, lišile su privredu Srbije dela novostvorene vrednosti koja se investira van zemlje u skladu sa poslovnom strategijom novih vlasnika. Političke prilike u zemlji i nepovoljni međunarodni kontekst doprineli su devastiranju mnogih

industrijskih kapaciteta koji nisu restrukturirani i osposobljeni za tržišno nadmetanje. Ali su zato restrukturirane i privatizovane banke, tako da su banke u Srbiji (i u drugim tranzicionim zemljama) postale nesumnjivo najatraktivnija inostrana investicija (Orsag, et al., 2011). Javnim preduzećima upravlja politička elita a ne timovi stručnjaka i profesionalaca, što generiše gubitke koji se socijalizuju i pokrivaju iz budžeta.

Državna svojina po nekim procenama još uvek predstavlja polovinu kapitala Republike Srbije. Time država utiče na značajan deo tržišta i na tržišne strukture u pojedinim granama industrije. Država je monopolista u proizvodnji električne energije, gasa i komunalnih usluga. Ona je i loš regulator tržišta električne energije i tržišta važnih prehrambenih proizvoda. Neuspešna tranzicija srpske privrede, nedovoljan razvoj domaćeg preduzetništva i mali obim domaćih investicija, razlozi su spore reindustrijalizacije, što u začaranom krugu nerazvijenosti dalje generiše mali obim investicija.

Nedostatak domaćih investicija praćen je i nedovoljnim obimom stranih direktnih investicija. Glavni razlozi za nedovoljan priliv SDI su sledeći: neuspeh države u implementiranju pravnog okvira u Srbiji koji bi bio usaglašen sa standardima EU; lokalne samouprave nemaju institucionalni i stručni kapacitet da odgovore na zahteve investitora, nemaju inicijative i ideje o mogućnostima investiranja; nerazvijenost lokalne infrastrukture i tržišta kapitala.

Može se reći da u Srbiji ne postoji sistemski pristup ni svrsishodna politika privlačenja investicija. Umesto takvog pristupa, politička elita nastoji da privuče strane investitore rukovodeći se svojim kratkoročnim profitnim interesima ili političkim ciljevima. Stabilan i atraktivan investicioni ambijent bi eliminisao potrebu da se stranim investitorima daju uslovi povoljniji nego u zemljama u okruženju. Takav ambijent bi omogućio da se i domaćim investitorima pruži podrška u meri u kojoj se pruža i strancima. U tom smislu Babić (Babić, 1996) navodi da država pre svega treba da stvori uslove za profitabilno ulaganje domaćeg kapitala, što bi ujedno bio podsticaj i stranim ulaganjima. Sličan stav iznosi i Piketi (Piketi, 2015) koji govori o velikim razlikama između bogatih i siromašnih, o tome da nema potvrde da je smanjivanje razlika rezultat investiranja bogatih zemalja u siromašne, već naprotiv, da domaće investicije vode boljem ishodu. Piketty ističe da najsiromašniji sustižu najbogatije u meri u kojoj uspevaju da postignu isti nivo tehnološkog znanja, kvalifikacija i obrazovanja.

Analizirajući ulazne tokove SDI u zemlje Zapadnog Balkana, pa i u Srbiju, njihov kvalitet i efekte na ekonomski rast, Estrin i Uvalic (Estrin, Uvalic, 2016) zaključuju da harmonizacija pravnog okvira sa EU može poboljšati poziciju Zapadnog Balkana (i Srbije) za privlačenje investicija. Ali, glavni izazov i šansa jeste u efikasnom sprovođenju odgovarajućih ekonomskih politika, uključujući i industrijsku politiku koja bi bila baza za promociju investicione strategije usmerene ka stranim i domaćim investitorima, sa ciljem privlačenja investicija i većeg obima i kvaliteta (*greenfield* investicije, investicije u savremenu tehnologiju, digitalne inovacije i slično).

Zaključna razmatranja

Kao što se iz sprovedenog istraživanja može zaključiti, uticaj investicija, naročito onih uložениh u osnovna sredstva, na ekonomski rast (meren promenom ukupnog BDP-a) Srbije je značajan. Ono što Srbija treba da uradi jeste da različitim merama, pre svega pozitivne fiskalne politike, poveća učešće ovih investicija u BDP-u. Teorija pokazuje da jedino učešće investicija u osnovna sredstva iznad 25 procenata BDP obezbeđuje ubrzan rast privrede.

Povoljna sektorska struktura investicija može da da veliki doprinos ubrzanju privrednog rasta Srbije. Usmerenje ka prerađivačkom sektoru treba da obezbedi poboljšanje spoljnotrgovinske pozicije Srbije kroz veći izvoz, a posledično i veći privredni rast.

Donosioci političkih odluka treba da nastave sa privlačenjem SDI i njihovom pravilnom alokacijom ka sektorima koji mogu da povećaju izvoz, ali i da podstiču domaće investicije. Svaka vrsta diskriminacije urušava potencijal za dalji ekonomski rast. U pogledu povećanja obima investicija i poboljšanja njene strukture Srbija može da se ugleda na Rumuniju, koja je trenutno ekonomski lider Balkana.

Takođe, jedan od pravaca delovanja treba da bude i okretanje domaćoj štednji kao izvoru finansiranja. Ovaj izvor je nedovoljno iskorišćen zbog bankarskog sistema koji je uglavnom usmeren ka kreditiranju stanovništva i zbog nerazvijenosti tržišta kapitala. Ekonomska teorija je potvrdila da stabilan nivo privrednog rasta ne može da se ostvari samo uvozom investicija. On je moguć, ali je kratkoročnog karaktera. Dugoročno, stabilan rast se može ostvariti jedino pravilnom kombinacijom stranih i domaćih investicija.

Literatura

1. Stamenković, S., Kovačević, M, (2016), Dinamika BDP, investicija i stranih direktnih investicija (SDI) u Srbiji po izbijanju svetske ekonomske krize, Monografija: Strane direktne investicije i privredni rast u Srbiji, NDES i Ekonomski fakultet Beograd, str. 35-44.
2. Babić, B., (1996), Prelaz u tranziciji, Prometej.
3. Estrin, S., Uvalic, M., (2016), Foreign direct investment in the western balkans: what role has it played during transition?, Comparative Economic Studies, LSE, Palgrave Macmillan
4. Field, A. (2009). Discovering Statistics Using SPSS. 3rd edition, London: Sage.
5. Maksimović, Lj., Kostić, M., (2019), Dinamika odnosa bruto domaćeg proizvoda, investicija I trgovinskog bilansa u Republici Srbiji i izabranim balkanskim zemljama, Zbornik radova: Institucionalne promene kao determinant privrednog razvoja Republike Srbije, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu, str. 233-248.
6. Narodna banka Republike Srbije, <https://www.nbs.rs/internet/cirilica/80/index.html>, preuzetih 05.10.2019. god.
7. Orsag, S., at al., (2011), Bank in Transition Countries as One of Most Attractive Investments, UTMS Journal of Economics, Vol.2, No1
8. Piketi, T.,(2015), Kapital u 21 veku, Akademska knjiga, copyright
9. Republički zavod za statistiku R. Srbije, Statistički godišnjaci za 2016., 2017. i 2018. godinu
10. Svetska banka (World Bank): <https://data.worldbank.org/indicator>, preuzeto 12.09.2019. god
11. <https://www.investopedia.com/articles/younginvestors/10/what-is-an-investment.asp>, preuzeto 10.09.2019. god.
12. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Gross_capital_formation, preuzeto 10.09.2019. god.
13. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Gross_fixed_capital_formation_\(GFCF\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Gross_fixed_capital_formation_(GFCF)), preuzeto 10.09.2019. god.

PRILOG**Tabela P1** Testiranje stacionarnosti za varijablu BDP

Null Hypothesis: D(BDP) has a unit root		
Exogenous: Constant		
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=5)		
	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.409076	0.0024
Test critical values: 1% level	-3.769597	
5% level	-3.004861	
10% level	-2.642242	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Izvor: Ispis iz EViews7, na osnovu podataka Svetske banke (World Bank)

Tabela P2 Testiranje stacionarnosti za varijablu UIFK

Null Hypothesis: D(UIFK) has a unit root		
Exogenous: Constant		
Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=5)		
	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-3.970942	0.0067
Test critical values: 1% level	-3.788030	
5% level	-3.012363	
10% level	-2.646119	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Izvor: Ispis iz EViews7, na osnovu podataka Svetske banke (World Bank)

UTICAJ EVROPSKE MONETARNE INTEGRACIJE NA TRGOVINU: ISKUSTVO ZEMALJA ČLANICA

Tijana Tubić Ćurčić* i Srđan Furtula**

Stvaranje Evropske monetarne unije (EMU) i uvođenje evra kao zajedničke valute predstavlja najveće dostignuće u evropskim integracionim procesima. Prihvatanje evra kao zajedničke valute prate određeni troškovi i koristi. Najveći trošak prihvatanja jedinstvene valute odnosi se na gubitak monetarnog suvereniteta, a najveća korist ogleđa se u povećanju trgovine i stranih direktnih investicija, koja nastaje kao rezultat eliminisanja potrebe za zamenom različitih valuta, transakcionih troškova i veće uporedivosti cena. Stoga, cilj rada jeste da se ispita da li je evro povećao trgovinu u zemljama članicama Evropske monetarne unije. Rezultati pokazuju da je došlo do rasta trgovine unutar EMU, kao i trgovine EMU sa ostatkom sveta nakon uvođenja evra. Međutim, kako je trgovina EMU sa ostatkom sveta rasla brže u odnosu na trgovinu unutar unije, ostaje dilema da li se rast trgovine između država Evrozone zaista može pripisati uvođenju evra ili bi se on desio bez obzira na to.

Ključne reči: ekonomska integracija, monetarna integracija, evro, intertrgovina, intratrgovina

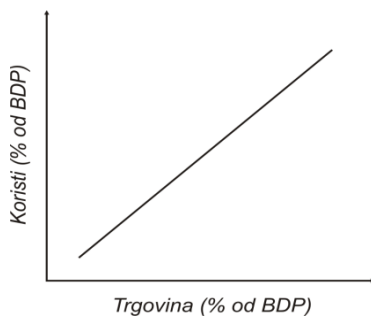
Uvod

Osnovni motiv za stvaranje monetarne unije i uvođenje jedinstvene valute – evra bilo je verovanje da će jedinstvena valuta jačanjem makroekonomske stabilnosti, promovisanjem trgovine i stranih ulaganja doneti ekonomske koristi zemljama članicama i intenzivirati međusobne ekonomske i političke odnose. U procesu monetarne integracije nisu samo nove države članice u obavezi da uče od starih članica, već i stare države članice moraju da analiziraju performanse novih država članica EU, jer uspeh monetarne integracije zavisi od svih članica. Nove države pristupnice EU su već dosta uradile po pitanju ispunjavanja zahteva i zakonodavne regulative EU, očekujući prisustvo na novim tržištima, veću efikasnost, brži rast, povećanje životnog standarda. Pored brojnih prednosti, unifikacija donosi i nove probleme pa je cost-benefit analiza neophodna. Da li će za jednu državu preovladati koristi ili troškovi zavisi, pre svega, od karakteristika i performansi same države, tako da su mogućnosti Evropske unije, pored nekih generalnosti, individualna stvar. Posebno, ako se ima u vidu da je Evropska ekonomska i monetarna unija jedinstven ekonomski entitet, koji pored jedinstvene monetarne politike i jedinstvene valute, predstavlja heterogeno ekonomsko područje, jer obuhvata individualne države sa različitim ekonomskim i finansijskim strukturama. Ulaskom u EMU ne može se izbeći heterogeni uticaj različitih država članica, ali se sve države rukovode logikom ekonomskih koristi ujedinjenja. Koristi od monetarne unije se teško mogu izmeriti. Prilikom stvaranja monetarne unije troškovi proizilaze iz gubitka monetarnog suvereniteta tj. mogućnosti upravljanja nacionalnom monetarnom politikom. U punoj monetarnoj uniji nacionalna centralna banka ili prestaje da postoji ili gubi svoju realnu moć da utiče na promenu cena valute, da određuje količinu novca u opticaju ili menja kratkoročne kamatne stope.

* Asistent, e-mail: t.tubic@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, e-mail: furtulas@kg.ac.rs

Jedna od ključnih prednosti koja se očekuje formiranjem monetarne unije jeste uticaj povećanog stepena otvorenosti države na povećanje privrednog rasta. U državama gde preduzeća i potrošači kupuju i prodaju veći deo roba i usluga u stranim valutama, eliminisanje transakcionih troškova imaće veću težinu. Takođe, u tim državama, preduzeća i potrošači, imaju veću sklonost pogrešnim odlukama, jer se suočavaju sa stranim tržištima sa stranim valutama. Eliminisanje ovih rizika će voditi većim koristima u malim i otvorenim ekonomijama, nego u velikim i relativno zatvorenim državama. Odnos između koristi od monetarne unije i otvorenosti država kandidata za monetarnu uniju mogu se predstaviti i grafički.



Slika 1 Veza između otvorenosti države i koristi od monetarne integracije (stav Evropske komisije)

Izvor: Grauwe P. (2004) Ekonomija monetarne unije, prev. Ljiljana Lučić, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, str. 136.

Na horizontalnoj osi predstavljena je otvorenost države prema njenim potencijalnim partnerima iz monetarne unije (mereno preko učešća njihove bilateralne trgovine u BDP države koja se razmatra. Na vertikalnoj osi su date koristi (kao procenat BDP). Sa rastućom otvorenošću prema ostalim partnerima u uniji, dobiti od monetarne unije (po jedinici output-a) se povećavaju. EMU je otvorena zona i da se ta otvorenost povećava iz godine u godinu. Najveći uticaj otvorenosti postoji unutar država EMU, koje su povećale međusobnu trgovinu i finansijske tokove. Postoje i dva pravca preko kojih monetarna unija utiče i na ekonomski rast:

- indirektan, jer stimulisanjem trgovine monetarna unija pospešuje output država članica,
- direktan, o kome postoji malo dokaza, a podrazumeva da smanjivanjem neizvesnosti deviznog kursa, monetarna unija smanjuje rizik i time snižava kamatnu stopu, povećava investicije i ekonomski rast.

Monetarna unija, pored navedenih prednosti, obezbeđuje i makroekonomsku stabilnost. To se posebno odnosi na Evropsku monetarnu uniju, jer je Evropska centralna banka postavila stabilnost cena kao svoj primarni cilj. S toga, u EMU nema inflatornih očekivanja, čime se obezbeđuje efikasna alokacija resursa. Smanjenjem inflacije, tržišno determinisane kamatne stope ne uključuju premiju na rizik, što utiče na investitore da prihvate investicione projekte, koji ne bi bili isplativi u visoko inflatornom okruženju.

U ekonomskoj teoriji je jasno naznačeno da u monetarnoj uniji dolazi do povećavanja trgovine između članica. Povećavanje trgovine između država članica, koje formiraju monetarnu uniju, rezultat je prethodno zadovoljenih i ostvarenih prednosti monetarnog integrisanja. Da bi se povećala trgovina između država, najpre je potrebno smanjiti transakcione troškove zamene valuta, povećati transparentnost cena i eliminisati neizvesnosti promene deviznog kursa. Uvođenje jedinstvene valute u različitim zemljama eliminiše potrebu za konverzijom različitih valuta, čime se eliminišu i transakcioni troškovi koji su rezultat razlike između kupovnog i prodajnog kursa, olakšava se proces plaćanja i povećava uporedivost i transparentnost cena

između zemalja. Stoga, zahvaljujući jedinstvenoj valuti uvoznici ne samo da se suočavaju sa nižim troškovima, već jednostavnije mogu doneti odluke o kupovini i suočavaju se sa manjom diskriminacijom obzirom da je otežano diferenciranje cena proizvođačima. Osim uvoznika i izvoznika imaju koristi od jedinstvene valute. One se ogledaju u manjim troškovima poslovanja koji su rezultat eliminisanja rizika deviznog kursa. Manji troškovi poslovanja i smanjenje transakcionih troškova povećava izvoznu konkurentnost i pojednostavljuje trgovinu sa ostalim članicama unije.

Prilikom razmatranja uticaja monetarne unije na povećavanje trgovine država članica, neophodno je analizirati i "Rouzov efekat". Rouz (Andrew Rose) je zaključio da će države, koje formiraju monetarnu uniju, zahvaljujući povećanju povezanosti između tih država, povećati intratrgovinu oko 300%. On je dokazao da je trgovina između država u monetarnoj uniji u pozitivnoj srazmeri sa BDP tih država i u negativnoj srazmeri sa udaljenošću tih država. Ukoliko je trgovina između njih veća, to znači da one imaju veći BDP i da su manje udaljene.

Imajući u vidu prethodno navedeno, predmet istraživanja jeste analiza efekta evropske monetarne integracije na trgovinu. U skladu sa navedenim predmetom istraživanja, cilj rada je da se kroz komparativnu analizu trgovine unutar i izvan Evropske monetarne unije nakon uvođenja evra, oceni da li je zajednička valuta uticala na rast trgovine unutar unije. Struktura rada sastoji se iz četiri sekcije. Nakon uvoda, dat je pregled relevantnih teorijskih i empirijskih istraživanja koja su proučavala vezu između trgovine i monetarne integracije. U trećem delu rada analiziraju se trgovinski tokovi unutar i izvan Evropske monetarne unije, kako na nivou unije kao celine, tako i iskustva pojedinačnih zemalja. Zaključna razmatranja čine poslednji deo rada.

Pregled literature

Radovi o uticaju Evropske monetarne unije na trgovinu su brojni. Gravitacioni model trgovine predstavlja osnovu istraživanja u koji se, zajedno sa brojnim drugim kontrolnim varijablama, uvodi posebna varijabla na osnovu koje se ispituje uticaj monetarnih unija na spoljnotrgovinsku razmenu. Budući da različita istraživanja primenjuju različite ekonometrijske tehnike, analiziraju različit uzorak zemalja i različit vremenski period razlikuju se i rezultati i zaključci ovih istraživanja. Različiti faktori, poput globalizacije, integracije tržišta u nastajanju u svetsku trgovinu, procesa evropskih integracija uz prateću liberalizaciju spoljne trgovine, koji bitno utiču na spoljnu trgovinu nezavisno od uvođenja evra, a često nisu uključeni u ekonometrijske analize, otežavaju procenu efekta monetarne unije na robnu razmenu (Bukovšak, M., Ćudina, A., Pavić, N. (2017)).

Polazni radovi o uticaju monetarnih integracija na spoljnotrgovinsku razmenu ukazivali su na vrlo visoke pozitivne efekte. Rose (2000) je prvi objavio istraživanje na ovu temu. Pre njegovog istraživanja, uticaj valutne unije na trgovinu je poistovećivan sa eliminacijom volatilnosti deviznog kursa. Koristeći gravitacioni model, Rose je pokazao da u periodu od 1970. do 1990. godine, zemlje koje su koristile zajedničku valutu su tri puta više trgovale u odnosu na zemlje koje koriste različite valute. Osim toga, zaključio je i da ne dolazi do preusmeravanja trgovine od država nečlanica ka državama članicama, što znači da se ne povećava samo trgovina unutar zemalja članica, već i trgovina sa zemljama koje nisu članice monetarne unije. Kako se navodi u Baldwin (2006) navedenim zaključcima su upućene brojne kritike obzirom da je Rose analizirao veoma male, siromašne i otvorene zemalje koje su formirale valutnu uniju. Godinu dana kasnije Rose i Wincoop su koristeći strukturalni model dolaze do podataka da je efekat zajedničke valute na trgovinu i dalje veliki, ali nešto slabiji, odnosno da u uslovima monetarnih unija dolazi do povećanja trgovine za dva i po puta. Slabiji

efekat zajedničke valute na razmenu zabeležen je u radu Glick i Rose (2002) u kome se ističe da zajednička valuta duplo povećava trgovinu.

Istraživanja pokazuju da Evropska monetarna unija ima slabije efekat na spoljnotrgovinsku razmenu u poređenju sa ostalim unijama. Glick i Rose (2002) su istakli da rezultati do kojih su došli analizom velikog broja zemalja koje su deo raznih monetarnih unija ne mogu biti korišćeni za procenu efekata prihvata evra kao zajedničke valute budući da je njihov uzorak obuhvatao uglavnom male i siromašne zemlje. Da je povećanje trgovine manje u Evropskoj monetarnoj uniji nego kod ostalih monetarnih unija dokazuju i Eicher i Henn (2011) i Glick i Rose (2016). Glick i Rose (2016) ističu da valutne unije povećavaju trgovinu u proseku za 100%, a da Evropska monetarna unija povećava trgovinu za oko 50%. Takođe, navode i da je efekat na trgovinu znatno veći u slučaju pristupanja Evropskoj uniji nego Evrooskoj monetarnoj uniji (efekat članstva u Evropsku uniju se procenjuje na 70% u slučaju starih članica, dok je za nove članice taj procenat znatno viši i iznosi 300%, nasuprot tome efekat evra na trgovinu iznosi 40% za stare članice, dok zbog relativno kratke vremenske serije se ne mogu izvesti zaključci za nove članice).

Micco, Stein i Ordonez (2003) su među prvima sprovedli istraživanje koje je ukazalo na postojanje Rouzovog efekta u Evropskoj monetarnoj uniji. Analizirajući 22 razvijene zemlje u periodu od 1992. do 2002. godine i upotrebom gravitacionog modela zaključili su da efekat zajedničke valute na trgovinu unutar unije kretao između 4 i 16%. Kao i Rose, i oni su utvrdili da evro povećava trgovinu i sa zemljama članicama i zemljama nečlanicama. Barr et al (2003) ispituje efekata evra na trgovinu unutar unije, koristeći podatke o bilateralnoj trgovini od 1988. do 2001. godine i zaključuje da ovaj efekat iznosi 20%. Faruqee (2004) je pored efekata evra na trgovinu na nivou cele Evropske monetarne unije, procenjivao i efekte među zemljama, nastojeći da pronađe razloge za postojanje razlika. On zaključuje da je uvođenje evra povećalo trgovinu unutar unije za 7 do 14 procenata, ali i trgovinu sa zemljama nečlanicama u proseku oko 8%. Takođe navodi da je najviši rast trgovine zabeležen u Španiji, Holandiji, Finskoj i Portugaliji. S druge strane u Grčkoj je uočen negativan efekat evra na trgovinu. Pozitivan efekat evra na trgovinu potvrđen je i u radu Baldwin et al (2005). Autori ocenjuju da se efekat evra na trgovinu unutar unije kreće između 70 i 112%, pri čemu je ovaj efekat manji ukoliko se posmatra trgovina unije sa zemljama koje nisu njene članice (15-19%). U radu Flam i Nordstrom (2006) navodi se da evro povećava trgovinu između zemalja valutne unije za 26%, a trgovinu između zemalja članica unije i zemalja nečlanica za 12%

Neki autori navode da efekat evra na trgovinu zavisi i od ekonomskih obeležja zemlje koja ulazi u monetarnu uniju, kao što su otvorenost i veličina. Tako, Badinger i Breuss (2009) polazeći od pretpostavke Cassela (1996) da manje zemlje imaju više koristi od zajedničkog tržišta u poređenju sa velikim zemljama, analiziraju da li efekat evra na trgovinu zavisi od veličine ekonomije. Oni zaključuju da su male zemlje poboljšale svoje izvozne performanse za 3-9%. Aristotelous (2006) je zaključio da evro nema jednak efekat na trgovinu u svim zemljama EMU budući da zemlje imaju različit stepen otvorenosti. Zaključuje da otvorenije ekonomije imaju više koristi od ulaska u Evropsku monetarnu uniju.

Tokom vremena i sa rastom broja istraživanja umanjuju se procenjeni pozitivni efekti uvođenja evra na trgovinu. Jedan od razloga za prisutnost visokog efekata u brojnim istraživanjima jeste kratak vremenski period u kome je ispitivan efekat, kao i posmatranje efekata evra odvojeno od ostalih integracijskih procesa. Prema Berger i Nicht (2005) efekat uvođenja evra na trgovinu unutar unije u periodu od 1992 do 2003 iznosio je 5%, dok prema Fernandes koji posmatra period od 1988. do 2003. godine taj efekat iznosi 2,8%. Bun i Klaaseen (2007) zaključuju da efekat evra na trgovinu iznosi svega 3%, a do sličnog zaključka dolazi se i u radu Havrenk (2010) po kome je efekat na trgovinu mali i iznosi svega 3,8%. Slično tome,

rezultati De Nardis et al (2008) pokazuju da postoji pozitivan efekat uvođenja evra na trgovinu unutar EMU u kratkom roku i da on iznosi 4%, dok bi u dugom vremenskom periodu mogao biti veći obzirom da je potrebno da protekne više vremena da bi se materijalizovali efekti korišćenja zajedničke valute. Baldwin et al (2008) za razliku od njihovih ranijih istraživanja zaključuju da je uticaj evra na trgovinu mnogo manji, on je statistički značajan, ali iznosi oko 2%.

Postoje radovi koji zaključuju da uvođenje evra nema uticaj na trgovinu. Da uvođenje evra nema uticaj na trgovinu potvrđeno je u radu Santos Silva i Tenreyro, 2010a, Dwane et al, 2010, Olivero i Yotov, 2012.). Dalje, Campbell i Chentsov (2017) ističu da uticaj zajedničke valute na trgovinu dosta zavisi i od geopolitičkih događaja, kao što su širenje komunizma, dekolonizacija, ratovi, etnička čišćenja, pad Berlinskog procesa i celokupna istorija evropskih integracija. Uključivanjem u istraživanje dodatnih kontrolnih varijabli, autori zaključuju da uticaj uvođenja evra na spoljnotrgovinsku razmenu nije statistički značajan. Da je uticaj Evropske monetarne unije na trgovinu gotovo nepostojeći i statistički neznačajan potvrđeno je u radu Larch et al (2017). Iako navode da ne postoji uticaj uvođenja evra na trgovinu, autori potvrđuju da u ostalim valutnim unijama korišćenje jedinstvene valute značajno povećava obim trgovine. Cieslik, Michalek i Mycielski (2012) proučavaju efekat uvođenja evra na trgovinske tokove u Sloveniji i Slovačkoj korišćenjem modifikovanog gravitacionog modela i zaključuju da pristupanje Evrozoni nije imalo značajan efekat na izvoz ovih zemalja. Polyak (2016) se fokusira na uticaj zajedničke valute na izvozne performance, poredeći izvoz Slovačke i Češke, koja nije članica Evrozone, i zaključuje da je efekat evra na trgovinu mali, oko 5%.

Trgovinski tokovi u zemljama članicama Evropske monetarne unije nakon uvođenja evra

Trgovina između zemalja članica Evrozone ima dugu tradiciju. Geografska blizina i zajedničko kulturno nasleđe su stvorili plodno tlo za razmenu roba i usluga. U vreme nastanka Evropske monetarne unije intenzivirani su spoljnotrgovinski tokovi, kako na globalnom nivou tako i među državama članicama evropske integracije, pa je preovladavalo mišljenje da bi uvođenje evra moglo doprineti još intenzivnijoj trgovini. Na osnovu statističkih podataka moguće je uporediti obim i pravce trgovine zemalja Evrozone u periodu pre i posle formiranja Evropske monetarne unije. Očekivanja u pogledu rasta trgovine unutar EMU su se, u velikoj meri, ostvarila u prve dve decenije postojanja zajedničke valute. U periodu od 2002. do 2018. godine ukupna trgovina između zemalja članica unije porasla je sa 2.209 milijardi evra na 3.863 milijardi evra, odnosno za oko 75% (Slika 2). Takođe je zabeležen i porast izvoza unutar unije sa 1.132 milijarde evra u 2002. godini na 1.944 milijarde evra u 2018. godini, a uvoza sa 1.076 milijardi na 1.919 milijardi evra (Tabela 1). U istom periodu porasla je i trgovina unije sa ostatkom sveta. Ukupna trgovina Evropske monetarne unije sa ostatkom sveta povećana je 2.062 milijardi evra u 2002. godini na 4.362 milijardi evra u 2018. godini, odnosno za oko 110%. Između 2002. i 2018. godine porastao je uvoz robe iz država van unije sa 989 milijardi evra na 2.084 milijardi evra i izvoz robe sa 1.073 milijardi evra na 2.278 milijardi evra. Zahvaljujući ovakvom trendu, deficit od 63 milijarde evra u 2008. godini prerastao je u suficit od 193 milijarde evra u 2018. godini. Prosečna godišnja stopa rasta uvoza u ovom periodu iznosila je 2,5%, a izvoz je rastao po stopi od 3,8% godišnje.

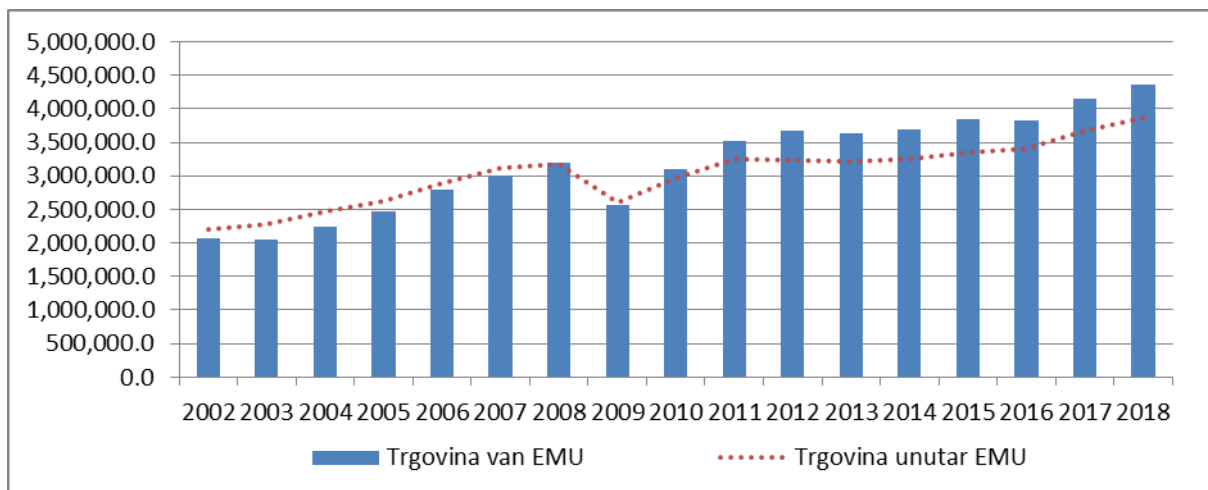
Tendencija porasta trgovine unutar i izvan Evropske monetarne unije nastavljena je i u 2019. godini. Prema podacima Evropske komisije, u periodu od januara do jula 2019. godine izvoz dobara ka ostatku sveta povećan je 1.369,3 milijardi dolara (rast od 3,6% u poređenju sa istim periodom 2018. godine), a uvoz na 1.243,2 milijarde evra (rast od 3,5%). U istom periodu

trgovina unutar unije je porasla na 1.168,7 milijardi dolara, odnosno ostvaren je rast od 1,9% u odnosu na period januar-jul 2018. godine (European Commission, 2019).

Tabela 1 Izvoz i uvoz unutar i izvan Evropske monetarne unije, u milionima evra

	Unutar-EMU izvoz	Unutar-EMU uvoz	Trgovinski bilans	Izvan-EMU izvoz	Izvan-EMU uvoz	Trgovinski bilans
2002	1.132.572,4	1.076.888,2	55.684,2	1.073.122,9	989.055,1	84.067,9
2003	1.165.386,9	1.112.753,5	52.633,4	1.048.825,7	992.603,1	56.222,6
2004	1.252.454,3	1.208.692,8	43.761,5	1.145.520,5	1.086.111,7	59.408,8
2005	1.333.490,3	1.283.746,4	49.743,9	1.236.470,8	1.236.739,7	-268,9
2006	1.464.759,9	1.416.508,0	48.251,9	1.383.373,1	1.417.067,4	-33.694,3
2007	1.578.092,8	1.536.679,2	41.413,6	1.503.098,1	1.510.018,3	-6.920,2
2008	1.609.127,0	1.569.641,2	39.485,8	1.566.396,5	1.629.284,2	-62.887,7
2009	1.319.135,6	1.281.805,5	37.330,1	1.286.643,9	1.275.413,2	11.230,7
2010	1.503.645,1	1.459.758,9	43.886,2	1.546.031,2	1.557.168,9	-11.137,8
2011	1.643.756,7	1.604.787,8	38.968,9	1.746.966,6	1.767.761,6	-20.795,0
2012	1.636.311,2	1.595.405,8	40.905,4	1.879.415,7	1.797.087,3	82.328,5
2013	1.622.733,3	1.584.893,5	37.839,8	1.897.083,2	1.744.212,5	152.870,7
2014	1.642.234,9	1.609.530,2	32.704,7	1.940.552,9	1.754.526,5	186.026,5
2015	1.689.714,0	1.658.778,8	30.935,2	2.042.927,6	1.800.351,1	242.576,5
2016	1.713.007,2	1.688.436,0	24.571,2	2.049.269,4	1.777.004,2	272.265,2
2017	1.845.528,2	1.823.849,9	21.678,3	2.194.769,8	1.953.798,4	240.971,4
2018	1.944.115,1	1.918.949,5	25.165,6	2.278.177,4	2.084.816,1	193.361,3

Izvor: Eurostat

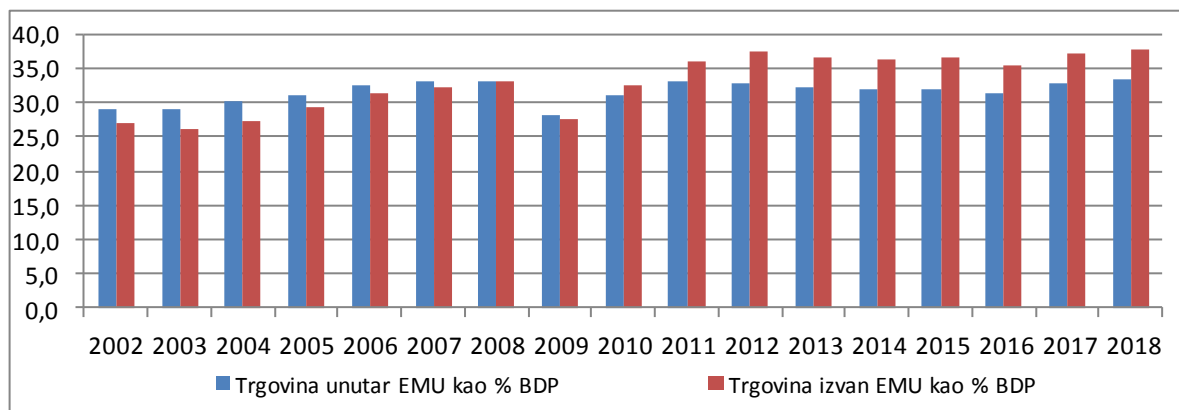


Slika 2 Unutar-EMU trgovina i izvan-EMU trgovina, u milionima evra

Izvor: Eurostat

U 1999. godini kada je uveden evro kao obračunska valuta trgovina među zemljama EMU je iznosila 25% BDP-a EMU. Udeo trgovine između zemalja EMU u BDP-u je imao tendenciju rasta sve do izbijanja globalne finansijske krize i snažnog pada globalne trgovine, 2008. godine. Nakon toga u 2009. godini smanjuje se udeo trgovine unutar EMU u BDP sa 33% koliko je iznosio 2008. godine na 29%. Naredne godine, došlo je do oporavka trgovine, nakog čega je udeo povećan na 31,1% BDP-a. U 2018. godini udeo trgovine zemalja članica unije u BDP-u je

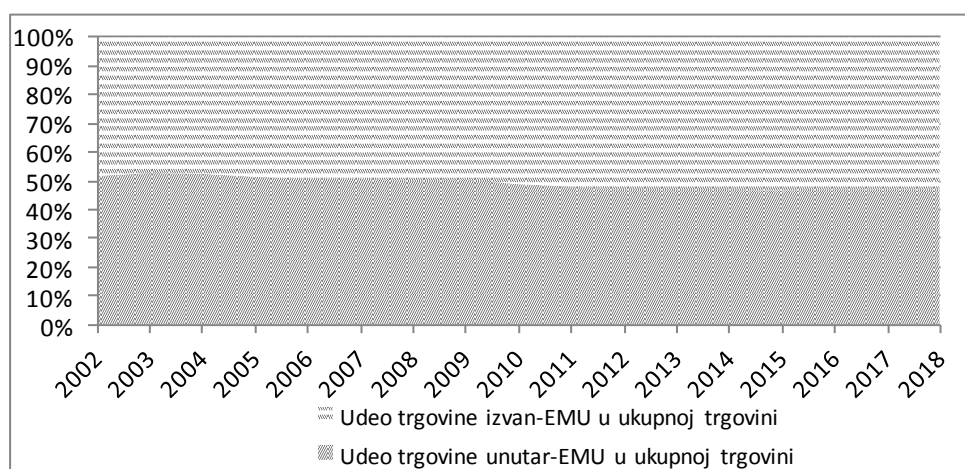
iznosio oko 33% (Slika 3). Trgovina sa zemljama koje nisu članice monetarne unije je rasla brže nego trgovina unutar EMU. Zabeležen je porast udela trgovine sa zemljama koje nisu deo monetarne unije sa 27% u 2002. godini na 37% u 2018. godini. Kako je udeo trgovine sa nečlanicama u BDP-u EMU veći od udela trgovine unutar unije, nedoumica je da li se rast trgovine između država Evrozone zaista može pripisati uvođenju evra ili bi se on desio bez obzira na to. Porast trgovine zemalja EMU sa ostatkom sveta uslovljen je globalizacijom i visokim rastom svetske privrede. Ipak, najznačajniji faktor rasta spoljne trgovine zemalja članica EMU je bilo širenje Evropske unije na istok, s jedne, i razvoj trgovinskih odnosa sa brzo rastućim azijskim ekonomijama, Kinom i Indijom, s druge strane.



Slika 3 Učešće unutar-EMU i izvan-EMU trgovine u BDP zemalja Evrozone

Izvor: Eurostat

Druga značajna karakteristika trgovinskih tokova zemalja Evrozone je veliko učešće trgovine unutar EMU u ukupnoj spoljnoj trgovini. Oko 50% spoljne trgovine zemalja članica Evrozone otpada na međusobnu razmenu roba (Slika 4). Odnos unutarregionalne i izvanregionalne trgovine je na prilično konstantnom nivou tokom posmatranog perioda, s tim da se poslednjih godina beleži veći rast udela trgovine sa zemljama koje nisu deo monetarne unije. Stoga, efekat uvođenja evra na trgovinu unutar monetarne unije bi se pre mogao okarakterisati kao trenutni porast trgovine, nego kao kontinuirani doprinos rastu trgovine.



Slika 4 Učešće izvan-EMU i unutar-EMU trgovine u ukupnoj spoljnoj trgovini zemalja EMU

Izvor: Eurostat

Iskustva zemalja članica Evropske monetarne unije pokazuju da trgovina u ovim zemljama ima tendenciju rasta i sa zemljama članicama i sa ostatkom sveta (Tabela 2). Međutim kretanja robne razmene nisu jednoznačna među zemljama. Tako na primer, za razliku od zemalja članica koje su u periodu od 1999. do 2018. godine zabeležile veći rast trgovine sa zemljama nečlanicama u odnosu na zemlje članice, u Letoniji, Litvaniji, Luksemburgu, Malti i Finskoj nakon uvođenja evra trgovina sa zemljama koje koriste evro je rasla snažnije od trgovine sa ostalim zemljama.

Tabela 2 Trgovina (robni izvoz i uvoz) zemalja Evrozone, u milionima evra

	1999		2009		2018	
	Unutar-EMU	Izvan-EMU	Unutar-EMU	Izvan-EMU	Unutar-EMU	Izvan-EMU
Belgija	199.398,20	123.327,80	321.211,70	199.141,60	434.856,30	341.835,50
Nemačka	454.774,70	499.987,80	653.175,80	813.979,30	982.046,20	1.427.333,70
Estonija	2.893,10	2.569,30	7.519,20	6.238,20	15.743,50	14.889,60
Irska	37.734,90	72.988,40	46.685,60	81.384,20	81.856,00	149.425,40
Grčka	21.745,90	17.284,00	32.111,90	39.041,40	33.976,30	53.535,80
Španija	134.864,10	90.111,20	205.213,90	167.998,20	311.902,50	308.623,40
Francuska	324.493,60	277.189,90	410.543,40	341.589,70	556.114,70	505.855,40
Italija	224.090,50	203.944,60	267.770,70	321.571,00	390.960,20	495.936,90
Kipar	1.364,30	1.830,00	3.789,20	2.729,50	5.067,00	8.265,20
Letonija	2.189,50	2.198,60	6.718,90	5.837,00	15.430,20	14.941,20
Litvanija	3.054,60	3.879,20	10.326,00	14.593,70	24.621,30	34.592,50
Luksemburg	14.087,90	4.133,80	23.292,60	10.166,60	27.018,40	7.097,70
Malta	2.158,20	2.365,10	2.602,20	2.656,60	4.463,60	3.445,80
Holandija	216.715,30	181.803,10	340.500,60	334.180,10	535.958,80	623.274,60
Austrija	84.016,60	44.883,90	122.522,50	78.260,70	187.464,60	132.971,90
Portugalija	41.716,30	18.814,90	57.564,90	25.510,50	89.225,70	43.944,50
Slovenija	11.206,40	6.303,30	21.475,50	16.272,30	37.189,10	36.037,20
Slovačka	10.706,70	9.493,60	35.123,90	44.982,00	75.357,80	83.985,90
Finska	28.362,80	41.404,10	32.793,00	55.925,30	53.811,70	77.001,00

Izvor: Eurostat

Zaključak

Nakon osnivanja Evropske ekonomske zajednice, 1957. godine, države članice su se usredsredile na formiranje zajedničkog tržišta. Međutim, vremenom je postalo jasno da dalji rast i napredak unutrašnjeg tržišta zahteva užu ekonomsku i monetarnu saradnju koja bi omogućila uspeh u celokupnoj evropskoj ekonomiji, osigurala više radnih mesta i donela Evropljanima veće blagostanje. Države članice su 1991. godine odlučile da uvedu snažnu i stabilnu valutu - evro. Evro je uveden zato što jedinstvena valuta nudi brojne prednosti i koristi u odnosu na situaciju u kojoj svaka zemlja članica ima sopstvenu valutu. Jedan od argumenata za uvođenje evra je bilo očekivanje da će on uticati na povećanje trgovine između država članica, odnosno unutar EMU. Eliminisanjem troškova konverzije valuta i transakcionih troškova, očekuje se da će jedinstvena valuta smanjiti cene i dovesti do povećanja trgovine među državama članicama. Osim toga, veća transparentnost cena i eliminisanje nestabilnosti deviznih kurseva vodiće povećanju konkurentnosti i dodatno će podstaći pozitivan efekat na trgovinu. Brojna istraživanja potvrđuju pozitivan efekat valutne unije na trgovinu unutar država članica. Međutim istraživanja koja su fokusirana na Evropsku monetarnu uniju, pokazuju da EMU ima slabiji efekat na spoljnotrgovinsku razmenu u poređenju sa ostalim unijama. Prema Juncker (2015) u cilju kontinuiranog ostvarivanja koristi od uvođenja zajedničke valute, neophodno je da države članice pojedinačno i zajednički preduzimaju mere kako bi nadoknadile nacionalne

mehanizme prilagođavanja, koje su izgubile prilikom pristupanja Evropskoj monetarnoj uniji: moraju da budu sposobne da pomoću održivih fiskalnih i ekonomskih politika, efikasne javne uprave i kvalitetnog upravljanja na evropskom i nacionalnom nivou spreče krize i da u slučaju da dođe do ekonomskih šokova, svaka država bude sposobna da na njih odgovori efikasno.

Očekivanja u pogledu rasta trgovine unutar Evropske monetarne unije su se, u velikoj meri, ostvarila u prve dve decenije postojanja zajedničke valute. U periodu od 2002. do 2018 godine ukupna trgovina između zemalja članica unije porasla je sa 2.209 milijardi evra na 3.863 milijardi evra, odnosno za oko 75%. Udeo trgovine zemalja članica u BDP-u EMU porastao je sa 25% u 1999. godini na 33% u 2018. godini. Uporedo sa rastom udela trgovine unutar zemalja članica rastao je i udeo trgovine sa zemljama nečlanicama u BDP-u sa 27% na 37%. Značajna odlika trgovinskih tokova zemalja EMU je i veliko učešće trgovine unutar EMU u ukupnoj spoljnoj trgovini EMU (oko 50%). Odnos unutarregionalne i izvanregionalne trgovine je na prilično konstantnom nivou tokom posmatranog perioda, s tim da se poslednjih godina beleži veći rast udela trgovine sa zemljama koje nisu deo monetarne unije. Iskustva pojedinačnih zemalja pokazuju da je u svim zemljama članicama EMU povećana trgovina, kako sa zemljama članicama EMU tako i sa ostatkom sveta. Bitna odlika trgovinskih tokova pojedinačnih zemalja je da oni nisu jednoznačno određeni (u nekim zemljama je više povećana trgovina sa zemljama članicama, a u nekim sa ostatkom sveta).

Reference

1. Aristotelous, K. (2006). Are There Differences Across Countries Regarding the Effect of Currency Unions on Trade? Evidence from EMU, *JCMS*, 44(1), str. 17. – 27.
2. Badinger, H. i Breuss, F. (2009.): *Country size and the trade effects of the euro*, *Rev World Econ*, 145, str. 207. – 223.
3. Baldwin R., Skudelny F. i Taglioni, D. (2005). Trade Effects of The Euro: Evidence from Sectoral Data, ECB Working Paper No. 446.
4. Baldwin, R., DiNino, V., Fontagné, L., De Santis, R. A. i Taglioni, D. (2008). *Study on the Impact of the Euro on Trade and Foreign Direct Investment*, Economic Papers 321, European Commission Directorate-General for Economic and Financial Affairs
5. Barr, D., Breedon, F. i Miles, D., (2003). Life on the Outside: Economic Conditions and Prospects Outside Euroland. *Economic Policy* 37, 574-613.
6. Berger, H. i Nitsch, V. (2005). Zooming Out: The Trade Effect of the Euro in Historical Perspective. *Journal of International Money and Finance* 27 (8): 1244–1260.
7. Bukovšak, M., Ćudina, A. i Pavić, N. (2017). adoption of the Euro in Croatia: possible Effects on International Trade and Investments, *Croatian National Bank, Surveys S-26*, Zagreb.
8. Bun, M. i Klaassen, F. (2007.): *The Euro Effect on Trade is not as Large as Commonly Thought*, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 69, str. 473. – 496.
9. Campbell, D. L. i Chentsov, A. (2017.): *Breaking Badly: The Currency Union Effect on Trade*, MPRA Paper No. 79973
10. Cieslik, A., Michalek, J.J. i Mycielski, J. (2012). Euro and Trade Flows in Central Europe. *Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 7(3).
11. De Nardis, S., De Santis, R., i Vicarelli, C. (2008). The Euro's Effects on Trade in a Dynamics Settings. *The European Journal of Comparative Economics*, 5(1), 73-85
12. Dwane, C., Lane, P. i McIndoe, T. (2010). Currency Unions and Irish External Trade. *Applied Economics*, 42(19), 2393-2397.

13. Faruquee, H. (2004). Measuring the Trade Effects of the Euro, IMF Working Paper 04/154. Washington, DC.
14. Fernandes, A. (2006), Trade Dynamics and the Euro effects: Sector and country estimates.
15. Flam H. i Nordstrom H. (2006). Euro effects on the intensive and extensive margins of trade, Institute for International Economic Studies.
16. Glick, R. i Rose, A. (2009). Does a currency union affect trade? The time-series evidence. *European Economic Review* 6 (6): 1125–1151
17. Glick, R. i Rose, A. (2016). Currency Unions and Trade: A Post-EMU Reassessment. *European Economic Review* 7:78–91.
18. Grauwe P. (2004). Ekonomija monetarne unije, prev. Ljiljana Lučić, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, str. 136.
19. Havránek, T. (2010). “Rose Effect and the Euro: Is the Magic Gone?” *Review of World Economics* 146 (2): 241–261.
20. Juncker, J. C., (2015), Completing Europe’s Economic and Monetary Union
21. Larch, M., Wanner, J., Yotov, Y. V. i Zylkin, T. (2017). *The Currency Union Effect: A PPML Re-assessment with High-Dimensional Fixed Effects*, LeBow College of Business, Drexel University, School of Economics WP 2017/07
22. Micco, A., Stein, E. i Ordoñez, G. (2002). Should the UK Join EMU? Washington: Inter-American Development Bank.
23. Olivero, M. P. i Yotov, Y. V. (2012). Dynamic Gravity: Endogenous Country Size and Asset Accumulation, *Canadian Journal of Economics*, 45(1), 64–92.
24. Polyák, O. (2016). Euro Adoption and Export: A Case Study of the Czech Republic, Slovakia and Old EU Member States, *Prague Economic Papers*, University of Economics, Prague, vol. 2016(4), pages 427-444.
25. Santos Silva, J. M. C. i Tenreyro, S. (2006). The Log of Gravity, *Review of Economics and Statistics*, 88(4), 641–658.
26. Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

RAZVOJ TURIZMA KAO FAKTOR EKONOMSKOG RASTA: PRIMER REPUBLIKE SRBIJE

Nemanja Lojanica* i Nikola Bošković**

Apstrakt: U ovom radu se empirijskim putem ispituje zavisnost turizma i ekonomskog rasta na primeru Republike Srbije, korišćenjem kvartalnih podataka za period 2004-2017. Primenom Johansen testa kointegracije, ustanovljeno je da su posmatrane varijable dugoročno povezane, dok su rezultati Toda-Yamamoto procedure kauzalnosti pokazali da postoji jednosmerna uzročnost varijabli, odnosno da promene u ekonomskom rastu uzrokuju promene u turističkoj tražnji. Dobijeni rezultati su u skladu sa hipotezom da je razvoj turizma vođen ekonomskim rastom. Koristi od ekonomskog rasta nacionalne ekonomije ostvariće i sektor turizma, jer dodatni resursi koji se generišu ekonomskim rastom omogućavaju i dalji razvoj turističke infrastrukture.

Ključne reči: ekonomski rast, turizam, Republike Srbija, kointegracija, Toda-Yamamoto

Uvod

Turizam danas u svetu predstavlja jedan od najpropulzivnijih privrednih sektora. Na globalnom nivou, turizam učestvuje sa 10% u ukupnom bruto domaćem proizvodu, dok je svaki deseti zaposleni radnik iz ovog sektora. Destinacije širom sveta su tokom 2017. godine omogućile 1320 miliona međunarodnih turističkih dolazaka, što je za 84 miliona više nego 2016. godine (UNWTO Report, 2017). Kako svetski dohodak raste, sve više pojedinaca je u mogućnosti da sebi priušti određeni stepen luksuza i turistička putovanja. Očekivanja su da tražnja za turističkim uslugama raste kako zemlje dostižu viši stepen razvijenosti, koji podrazumeva da potrošnja za ovu vrstu usluga postane pristupačnija. Mnoge zemlje mogu ostvariti koristi od rastuće tražnje i razvoja ugostiteljstva, koje generišu neophodna devizna sredstva za domaću ekonomiju. Za mnoge male nacionalne ekonomije, turizam je verovatno najvažniji sektor u privredi. To može imati i negativne efekte, jer ukoliko je turistička tražnja volatilna, a zemlje su visokozavisne od turizma, raste izloženost šokovima koji mogu imati negativan uticaj na čitavu ekonomiju.

Zemlje u ranom stepenu razvijenosti koje imaju odgovarajući nivo prirodnih resursa, mogu relativno lako i uspešno da razviju turistički sektor. Turisti obično ispoljavaju tražnju prema sledećim robama i uslugama: smeštaj, hrana, transport i zabava. Ove usluge su uglavnom radno - intenzivne, i otuda, turizam omogućava kreiranje poslova koji su pretežno niskokvalifikovani. Razvoj turističkog sektora može voditi rastu proizvodnje, dohotka, zaposlenosti, kao i da poboljša ekonomski rast. Mnoge zemlje u razvoju su u prilici da poboljšaju poziciju na globalnoj listi dohodaka, adekvatnom eksploatacijom prirodnih resursa. Pitanje koje zaokuplja pažnju odnosi se na to da li postoje ograničenja u meri u kojoj turizam može da pogura ekonomiju napred. Zvuči razumno očekivati opadajuće prinose, uzimajući u obzir ograničenja u kojima turistički sektor može doprineti nacionalnoj dobrobiti. Kako se turizam zemlje razvija, tako i zarade rastu, što omogućava da rastu cene u turističkom sektoru, koji je radno - intenzivan. U isto vreme, druge zemlje mogu početi da razvijaju sopstveni turistički sektor, startujući od niske

* Docent, e-mail: nlojanica@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: nikolab@kg.ac.rs

tačke razvijenosti, nudeći slične proizvode po nižoj ceni. Tako će zemlja koja je specijalizovana u turizmu, postati manje konkurentna, kako postaje bogatija. Ovaj teorijski mehanizam je prilično u skladu sa empirijskim opservacijama. Primera radi, tradicionalno mediteranske zemlje, kao što su Španija, Grčka, Kipar, suočavaju se sa konkurencijom od relativno nadolazećih zemalja poput Hrvatske, Turske i Egipta.

Osnovni cilj ovog rada je da se empirijskim putem ispita da li postoji međusobna uslovljenost ekonomskog rasta i razvoja turizma na primeru Republike Srbije. Uticaj turizma na ekonomski rast doveo je do pojave koncepta "rast vođen turizmom". Sa druge strane, pojedine studije su pokazale da je ekonomski rast stimulisao razvoj turizma. Pretpostavka rada je da je prisutna dugoročna veza ekonomskog rasta i turizma, kao i da je prisutan kauzalitet ovih varijabli. Rad se nakon uvoda sastoji iz sledećih delova: Pregled literature u kojem su pojašnjene odgovarajuće relacije između turizma i ekonomskog rasta, podaci i metodologija, gde su definisane varijable i odgovarajuća metodologija istraživanja, empirijski rezultati, gde su prikazani najznačajniji rezultati, i zaključak, gde su sumirani rezultati i diskutovani sa aspekta makroekonomskih implikacija.

Pregled literature

Postoji uverenje da turizam ostvaruje pozitivan efekat na dugoročni ekonomski rast, kao i da su ova dva fenomena povezana. Turizam obezbeđuje značajne devizne prilive i time doprinosi rastu kapitala, koji može biti korišćen u procesu proizvodnje (McKinnon, 1964). Cilj mnogih zemalja je upravo da obezbede što veće devizne prilive i da održe nivo međunarodnih rezervi. Doprinos turizma platnom bilansu, računat kao deo ukupnog izvoza, posebno je visok u malim i ostrvskim zemljama. Postoji evidencija da se male zemlje i ostrva, visokospecijalizovane u aktivnostima turizma, rangiraju u top 10 zemalja prema doprinosu turizma bruto domaćem proizvodu (Schubert, *et al*, 2010). Brau *et al*, (2007) su istakli da male ekonomije rastu brže jedino ako su visokospecijalizovane u turizmu. Takvi primeri su Bahami, Devičanska ostrva, Kajmanska ostrva, a kod njih je doprinos turizma bruto domaćem proizvodu iznosio i više od 60 odsto (Vanegas i Croes, 2003). Sa druge strane, Figini i Vici (2010), analizirajući uzorak od 150 zemalja, pokazali su da ne postoji razlika u stopama rasta između zemalja koje su bazirane na turizmu i onih koje to nisu.

Turizam igra važnu ulogu u stimulanju investicija u novu infrastrukturu, rad i povećanju konkurentnosti. Sektor turizma se zasniva na četiri faktora proizvodnje - radu, fizičkom kapitalu, tehnologiji i prirodnim resursima. Rad je jedan od osnovnih pilara turizma, i ekonomska aktivnost se može posmatrati kao šansa za kreiranje novih poslova. Rad kao faktor proizvodnje obuhvata veštine, obrazovanje i profesionalni trening, sve elemente koji mogu da povećaju efikasnost i konkurentnost (Blake *et al*, 2006). Iako se često ističe da je turizam sektor sa niskim nivoom tehnologije, kao i da upošljava niskokvalifikovanu radnu snagu, Di Liberto (2013) je istakao da je rast doprinosa humanog kapitala uvek poželjan, čak i kada se razvojna strategija bazira na turizmu. Fizički kapital uključuje širok spektar privatne i javne infrastrukture kao što su aerodromi, luke, putevi, hoteli, restorani, a to su nosioci produktivnosti (Sakai, 2009). Kumar i Kumar (2012) su istakli da investiranje u informaciono komunikacione tehnologije i razvoj turističkog sektora predstavljaju osnove ekonomskog rasta za Fidži.

Turizam može stimulisati druge industrije, direktno, indirektno ili indukovanim putem. Rast izdataka za turizam može voditi dodatnim aktivnostima u povezanim oblastima, i ukupan rezultat će biti veći od inicijalnog impulsa u potrošnji. Shodno tome, jedan od najboljih načina da se ostvare ekonomski benefiti je integracija turizma u nacionalnu ekonomiju, formiranjem jake veze turizma i drugih sektora kao što su poljoprivreda, ribarstvo, građevinarstvo, proizvodnja i

ostale uslužne delatnosti (Cernat i Gourdon, 2012). Turizam doprinosi generisanju zaposlenosti, a time i rastu dohotka. Izdaci za međunarodni turizam finansiraju lokalne poslove. Deo ovog dohotka se raspoređuje na zarade, rente i kamatna plaćanja, dok deo ostaje u vidu profita. Ovaj ekstra dohodak omogućava dodatnu potrošnju koja obezbeđuje ekonomske benefite i dohodak za lokalne ekonomske subjekte. Na kraju, turizam omogućava ekonomiju obima, smanjujući prosečne troškove proizvodnje jer njihova ukupna veličina raste (Croes, 2006).

U literaturi su se izdvojila dva pristupa koja pružaju teorijsku osnovu konceptu "ekonomskog rasta vođenog razvojem turizma" (*tourism led growth hypothesis*- TLGH). Prvi pristup se bazira na standardnoj kejnzijanskoj funkciji tražnje, gde se turizam tretira kao egzogena varijabla. Taj pristup je statičan i tiče se kratkoročne ravnoteže. Model tražnje se može proširiti uključivanjem prihoda od turizma, realnih cena u turizmu, i realnog bruto domaćeg proizvoda kao endogenih varijabli, a analiziraju se šokovi u okviru funkcije turističke tražnje (Brida i Risso, 2010). Drugi pristup se bazira na proizvodnoj funkciji, odnosno neoklasičnoj teoriji rasta *Solow*-a, koju je proširio Balassa (1978). Ovaj model uključuje standardne proizvodne inpute, kao što su rad i fizički kapital, ali i turizam kao nestandardni tip izvoza. Ovu teorijsku postavku su proširili Lanza i Pigliaru (2000), koji su uključili prirodne resurse u proizvodni proces. Njihovi rezultati pokazuju da se tehnološki jaz može nadomestiti specijalizacijom u turizmu. Ukoliko je mala zemlja bogata prirodnim resursima, ona bi trebala da se specijalizuje u turizmu i ostvari više stope rasta.

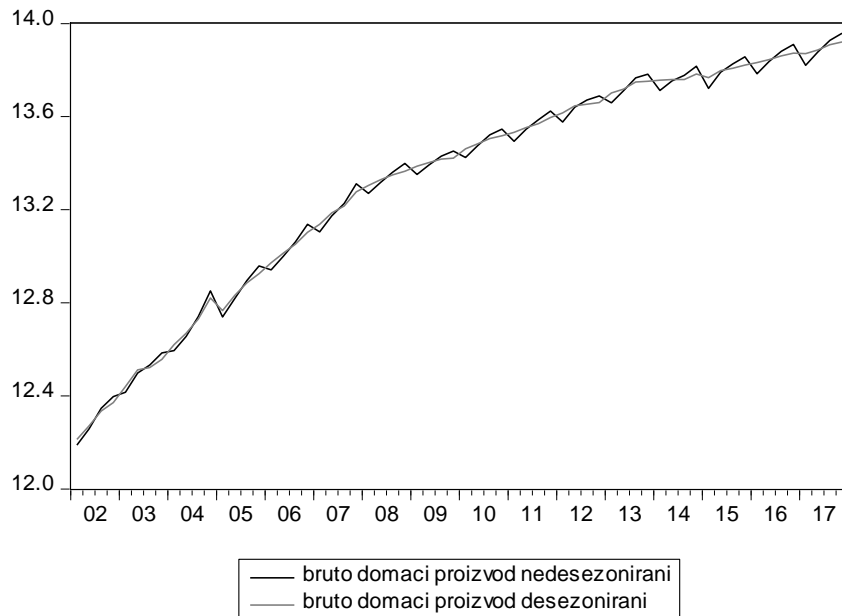
U okviru teorijskog dvosektorskog pristupa, Brau et al. (2007) su identifikovali dva alternativna scenarija: "optimistički" i "pesimistički". Prvi se odnosi na hipotezu o niskoj elastičnosti supstitucije između turizma i proizvodnih dobara. Drugim rečima, za dati nivo potrošačkih preferencija, pretpostavka je da je specijalizacija u turizmu visokovrednovana, i da se reprezentativni potrošač ne odriče olako usluga turizma zarad jeftinije proizvodnje dobara. Negativna interpretacija se odnosi na visok stepen elastičnosti supstitucije između turizma i proizvodnih dobara. Drugim rečima, uz dati nivo potrošačke preferencije, specijalizacija u turizmu je niskovrednovana i reprezentativni potrošač ima nameru da supstituiše turističke usluge proizvodnim dobrima. Elastičnost veća od jedinice ne ide u prilog turističkom sektoru.

Pablo - Romero i Molina (2013) su napravili tematsku i hronološku analizu empirijskih studija na temu TLGH, sa odgovarajućom metodologijom koja je primenjena od autora- analiza vremenskih serija, ekonometrija panela, analiza uporednih podataka. Rezultati su pokazali da je TLGH uglavnom potvrđena. Na primeru 87 studija, 55 je ustanovilo jednosmernu povezanost turizma i ekonomskog rasta, 16 dvosmernu povezanost, 9 je ustanovilo kauzalitet od ekonomskog rasta ka turizmu, a samo 7 nije pronašlo zavisnost varijabli. Još jedan pregledni članak Brida et al. (2016), pokazao je da uz nekoliko izuzetaka, TLGH se može potvrditi. Empirijske studije koje su ispitivale uticaj specijalizacije u turizmu na ekonomski rast mogu se klasifikovati kao studije slučaja i panel analize. Pristup studije slučaja je bio dominantan godinama, zbog slabe dostupnosti podataka u mnogim zemljama. Primeri studija slučaja su: Balaguer i Cantavella- Jorda (2002) primeru Španije, Dritsakis (2004) na primeru Grčke, a Durbarry (2004) na primeru Mauricijusa. Ove studije se oslanjaju na ekonometrijske tehnike kao što su kointegracija, i mehanizam sa korekcijom ravnotežne greške. Brau et al. (2007) su primenom ekonometrije panela obuhvatili 143 zemlje, 14 od njih je klasifikovano kao male turističke zemlje, 17 kao turističke zemlje, a 14 kao male zemlje. Rezultati su pokazali da turističke zemlje rastu značajno brže od ostalih podgrupa u okviru analize. Skoro polovina zemalja koje su klasifikovane kao mikrodržave su najviše zavisne od turizma. Autori su zaključili da male turističke zemlje imaju mnogo bolje performanse od drugih malih zemalja. Prema njihovim saznanjima, mala zemlja ne omogućava visok rast, a performanse rasta se povećavaju kada se zemlja specijalizuje u turizmu.

Eugenio - Martin et al. (2004) su se fokusirali na zemlje Latinske Amerike i uposlili su dinamičke modele ekonomskog rasta, gde su inkorporirali rast turističkog sektora kao eksplanatorne varijable. Oni su pronašli da je rast turizma povezan sa rastom ekonomske aktivnosti u zemljama sa niskim i umerenim nivoom dohotka, ali ne i u zemljama sa visokim nivoom dohotka. Sequeira i Campos (2007) koristeći endogeni model rasta nisu pronašli vezu specijalizacije turizma i višeg ekonomskog rasta. Cortes - Jimenez (2008) se fokusirao na Španiju i Italiju i ispitivao ekspanziju turizma na regionalnom i međunarodnom nivou. Domaći turizam je relevantan faktor za rast Španije, gde međunarodni turizam ima značajniji uticaj na rast Italije. Figini i Vici (2010) su pokušali da objasne dinamiku rasta u dužem vremenskom periodu, i pronašli su izvesnu zavisnost specijalizacije turizma i ekonomskog rasta, ali robusnost nije potvrđena.

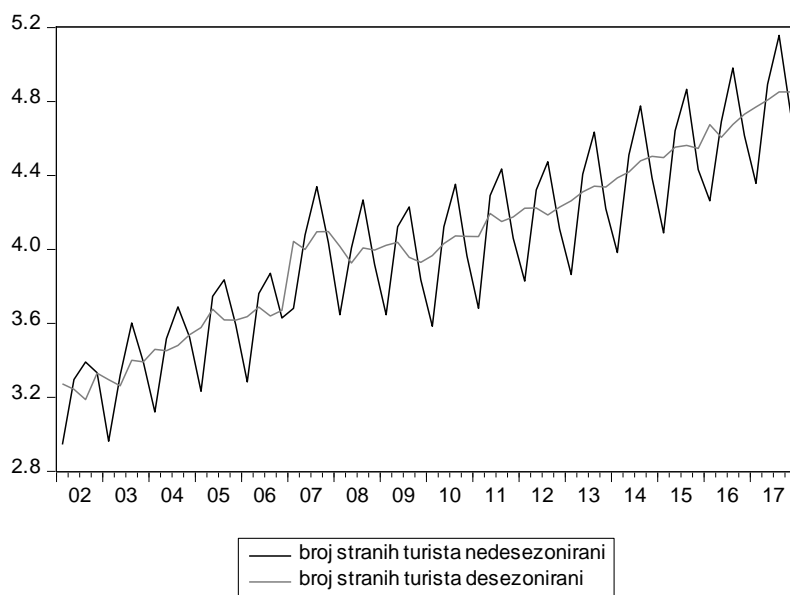
Podaci i metodologija

Ovo istraživanje se bavi vezom turizma i ekonomskog rasta, i shodno tome, potrebno je definisati odgovarajuću metodologiju istraživanja. U daljem delu teksta dat je detaljan opis kvantitativnih pristupa koji su korišćeni, kao i redosled operacija koje su u modelu urađene. Istraživanje je ograničeno na teritoriju Republike Srbije. Ekonomski rast je izražen preko bruto domaćeg proizvoda u stalnim cenama (GDP), a turistička tražnja preko broja inostranih turista (NOFTOUR). Kao kontrolna varijabla, korišćen je devizni kurs RSD/EUR, prosek perioda (ER). Vremenska dinamika posmatranja varijabli obuhvata period 2002-2017, dok su podaci kvartalni. Raspoloživo je sa 64 opservacije. Podaci o bruto domaćem proizvodu su preuzeti sa sajta Republičkog zavoda za statistiku, i dati su u milionima dinara. Podaci o broju inostranih turista su takođe preuzeti sa sajta Republičkog zavoda za statistiku, i izraženi su u hiljadama. Podaci o kretanju deviznog kursa su preuzeti sa sajta Narodne banke Srbije. Podaci o kretanju sve tri varijabli biće konvertovani u logaritamski oblik (L), kako iz statističkih, tako i iz razloga sažimanja podataka. Na Slikama 1, 2 i 3 je prikazano kretanje varijabli u vremenskoj dinamici.



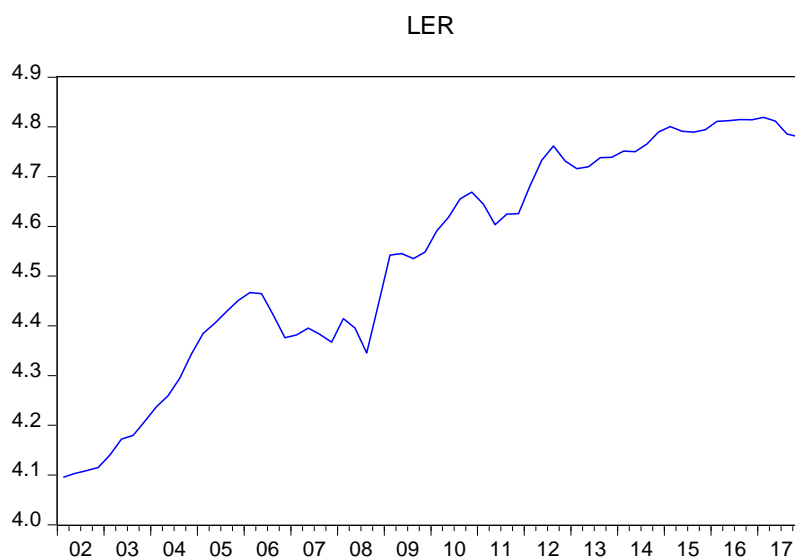
Slika 1 Bruto domaći proizvod (logaritamska skala)

Izvor: Autori



Slika 2 Broj stranih turista (logaritamska skala)

Izvor: Autori



Slika 3 Devizni kurs (logaritamska skala)

Izvor: Autori

Za utvrđivanje kauzalnosti između ekonomskih varijabli, veoma često se u empirijskim studijama koristi Grendžerov test. Pravac kauzalnosti se testira uz pomoć Granger (1969) i Sims (1972) testova. Granger je razvio jedan relativno jednostavan test koji definiše uzročnost na sledeći način: za varijablu y_t može se tvrditi da uzrokuje x_t , ukoliko x_t može da se predvidi sa većom preciznošću korišćenjem istorijskih vrednosti y_t varijable, nego u slučaju kada se te vrednosti ne koriste, pod uslovom da se sve ostale varijable drže *ceteris paribus*. Ekonometrijske studije su pokazale da ovi testovi daju prednost vremenu, a ne kauzalnosti. Iz tog razloga, oni su posebno slabi za uspostavljanje veze između varijabli koje su "okrenute budućnosti" (*forward-looking*).

Pošto se ovi testovi zasnivaju na asimptotskoj teoriji, oni su validni samo za stacionarne serije. U tom slučaju, ukoliko je serija nestacionarna, odnosno reda integrisanosti jedan, ocenjivanje u VAR modelu se vrši u prvoj diferenci. U ovom radu se koristi Toda-Yamamoto (1995) procedura za testiranje uzročnosti između turizma i ekonomskog rasta. Ova procedura podrazumeva ocenjivanje VAR modela uz dodavanje pomaka, u zavisnosti od maksimalnog reda integracije analiziranih vremenskih serija. Ovim postupkom se eliminišu problemi moguće nestacionarnosti ili kointegracije između serija kada se testira uzočnost, jer se ocenjivanje VAR modela vrši sa originalnim podacima, čime se minimizira rizik moguće greške kod određivanja integrisanosti varijabli, ili prisustva kointegracije. U daljem delu tekstu je opisan redosled operacija.

Najpre će biti testirana svaka vremenska serija radi određivanja reda integrisanosti. U radu su primenjena dva tradicionalna testa jediničnog korena: ADF i P-P test. Nakon toga, utvrđen je maksimalni red integrisanosti vremenskih serija (d_{max}). Zatim, sledi postavka VAR modela sa varijablama na nivou, bez prethodnog diferenciranja, bez obzira na njihov red integracije. Budući da ekonomski subjekti ne reaguju istovremeno, jedan od osnovnih pojmova u analizi vremenskih serija je docnja. Optimalna selekcija docnje je naredni korak, i zbog njene važnosti u daljem toku istraživanja korišćeno je pet različitih informacionih kriterijuma, kao i dijagnostički testovi koji potvrđuju izbor. Jako je važno da je VAR model adekvatno specifikovan, odnosno da reziduali nisu autokorelisani, kao i da su normalno raspodeljeni. Imajući u vidu red integrisanosti razmatranih varijabli, u radu je ispitana i potencijalna kointegraciona veza između njih. Dugoročna povezanost varijabli je ispitivana i primenom Johansen testa kointegracije. Osnovni preuslovi za upotrebu Johansen (1995) testa jeste da su varijable nestacionarne na nivou, i da su stacionarne nakon konvertovanja u prvu diferencu. Statistika traga i maksimalna karakteristična statistika se koriste za utvrđivanje ranga.

Nakon toga, sledi primena Toda-Yamamoto (1995) procedure, koja obuhvata specifikaciju proširenog VAR modela, oblika $k+d_{max}$, gde je k optimalna veličina docnje u originalnom VAR modelu, dok je d_{max} maksimalan red integracije varijabli u VAR modelu. Prošireni VAR model može se predstaviti na sledeći način:

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} \alpha_i Y_i + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} b_i X_i + \varepsilon_{1t}$$

$$X_t = c_0 + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} c_i X_i + \sum_{i=1}^{k+d_{max}} d_i Y_i + \varepsilon_{2t}$$

gde su X_t i Y_t zavisna i nezavisna varijabla, α_0 i c_0 su konstante, α_i , b_i , c_i i d_i su parametri modela, dok ε_{1t} i ε_{2t} predstavljaju slučajnu grešku sa odlikama belog šuma. Za utvrđivanje kauzalnosti koristi se modifikovani Wald test. Rambaldi i Doran (1996) su pokazali da se efikasnost Wald testa povećava kada se prilikom ocenjivanja koristi Seemingly Unrelated Regression (SUR) modeli, u slučaju testiranja Grendžerove kauzalnosti. Iz VAR modela se ignorišu d_{max} autoregresioni parametri. Ovi testovi imaju asimptotsku λ^2 distribuciju kada se vrši ocenjivanje proširenog VAR modela. Prema T-Y proceduri, u slučaju utvrđivanja potencijalne kauzalnosti između varijabli, one mogu biti I(0), I(1) ili I(2), kointegrisane ili nekointegrisane, jedino je uslov da red integracije ne prelazi optimalnu veličinu docnje.

Pre nego što se pristupi rezultatima istraživanja, značajno je ukazati na osnovne tendencije sa aspekta konkurentnosti turizma u Srbiji. Pozicija turizma u Srbiji nije najpovoljnija u poređenju sa 136 turističkih zemalja u svetu koje ocenjuje Svetski ekonomski forum. Ukupna procena konkurentnosti iznosi 3.38 na skali od 1 do 7, što stavlja Srbiju na 95 mesto, prema

podacima WEF-a za 2017. godinu (The Travel & Tourism Competitiveness Report, 2017). Kada se pogleda indeks konkurentnosti po glavnim područjima konkurentnosti, primećuje se sledeće stanje:

- Poslovno okruženje sa ocenom 4 (112. pozicija), je ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, u Makedonije je 4.8);
- Bezbednost i sigurnost sa ocenom 5.4 (72. pozicija) je visoka, ali je i dalje ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, u Sloveniji 6.2);
- Zdravlje i higijena imaju veoma visoku ocenu 6 (42. pozicija), a i ona je nešto ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope;
- Ljudski resursi i tržište rada sa ocenom 4.4 (82. pozicija) su ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (npr. Slovenija 4.9);
- Informaciono komunikaciona pismenost sa ocenom 4.8 (57. pozicija) je u skladu sa prosekom zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope;
- Prioritizacija turizma sa ocenom 3.6 (116. pozicija) je ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovenija 4.8);
- Međunarodna otvorenost sa ocenom 2.4 (106. pozicija) je ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer Mađarska 4.2);
- Konkurentnost cena sa ocenom 4.8 (76. pozicija) je nešto ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Poljska 5.5);
- Održivost životne sredine sa ocenom 4.2 (61. pozicija) je nešto ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovenija 5.1);
- Infrastrukutra avio transporta sa ocenom 2.4 (84. pozicija) je nešto iznad proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovačka 1.7);
- Putna infrastruktura sa ocenom 2.8 (94. pozicija) je ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovenija 4.8);
- Infrastruktura turističkih usluga sa ocenom 3.9 (76. pozicija) je ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovenija 5.4);
- Prirodni resursi sa ocenom 2.0 (130. pozicija) su ispod proseka zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope (na primer, Slovenija 3.8);
- Kulturni resursi sa ocenom 1.1 (71. pozicija) su u skladu sa prosekom zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope.

Empirijski rezultat

U Tabeli 1 se mogu videti rezultati ADF i P-P testova jediničnog korena, koji služe za određivanje reda integracije varijabli. Prilikom odabira docnje, korišćen je AIC kriterijum i u zgradama je prikazana njegova veličina. Rezultati pokazuju da varijable od interesa poseduju jedunični koren, nezavisno od toga da li su podaci desezonirani ili nedesezonirani. Nakon konvertovanja u prvu diferencu, varijable postaju stacionarne na nivou značajnosti testa od 5%. Na osnovu navedenog, može se zaključiti da su sve tri varijable reda integrisanosti jedan, odnosno I(1).

Budući da su varijable reda integrisanosti jedan, u radu se primenjuje Johansen (1995) test kointegracije. U radu su ispitivana dva modela. U prvom modelu se ocenjuje zavisnost desezoniranih podataka koji aproksimiraju ekonomski rast i turističku tražnju (devizni kurs je

izuzet, jer u njegovom kretanju nije uočena sezonska komponenta), dok se u modelu dva ocenjuje zavisnost nedesezoniranih podataka. Pre primene testa kointegracije, ocenjen je odgovarajući VAR model (u prvom slučaju VAR(1), a u drugom VAR(5)), u kojem nije prisutna autokorelacija reziduala, zatim u kojem su reziduali normalno raspodeljeni i gde je ispunjena njegova stabilnost (rešenja inverzne karakteristične jednačine leže unutar jediničnog kruga). Pored toga, odgovarajuće veštačke promenljive su korišćene kako bi se eliminisalo dejstvo strukturnih lomova. Prilikom određivanja ranga kointegracija, korišćeni su statistika traga i maksimalna karakteristična vrednost. Rezultati su prikazani u Tabeli 2. U Modelu 1 je prisutan jedan kointegracioni vektor na nivou značajnosti testa 5%, dok su u Modelu 2 prisutna dva kointegraciona vektora pri nivou značajnosti testa 5%. Rezultati u oba modela pokazuju da je prisutna dugoročna povezanost ekonomskog rasta i turizma.

Tabela 1 Rezultati testova jediničnog korena

Varijabla	Deterministička komponenta	ADF (broj docnji)	P-P
Desezonirani podaci			
LGDP	Konstanta i trend	-2.266 (1)	-2.382
LNOFTOUR	Konstanta i trend	-3.193 (0)***	-3.217***
Prva diferencija			
LGDP	Konstanta i trend	-10.287 (1)*	-10.287*
LNOFTOUR	Konstanta	-9.861 (0)*	-9.920*
Nedesezonirani podaci			
LGDP	Konstanta i trend	-2.176 (4)	-2.349
LNOFTOUR	Konstanta i trend	-2.775 (4)	-7.549*
LER	Konstanta i trend	-2.329 (3)	-1.729
Prva diferencija			
LGDP	Konstanta i trend	-4.041 (3)*	-14.912*
LNOFTOUR	Konstanta	-4.095 (3)*	-24.614*
LER	Konstanta	-6.386 (1)*	-5.322 *

Izvor: Autori

Tabela 2 Rezultati Johansen testa kointegracije

Model sa desezoniranim podacima (izuzev deviznog kursa): LGDP LNOFTOUR LER; Determinističke komponente: V2003_Q03 V2004_Q04 V2005_Q01 V2007_Q01 ; VAR(1); Docnja (k-1)				
Nulta hipoteza	Statistika traga	Kritična vrednost (5%)	Maksimalna karakteristična vrednost	Kritična vrednost (5%)
H ₀ : r=0	82.20775	29.79707	73.71774	21.13162
H ₀ : r=1	8.490008	15.49471	6.693300	14.26460
H ₀ : r=2	1.796708	3.841466	1.796708	3.841466
Model sa nedesezoniranim podacima (izuzev deviznog kursa): LGDP LNOFTOUR LER; Determinističke komponente: V2004_Q04 V2005_Q01 V2008_Q03 ; VAR(5); Docnja (k-1)				
Nulta hipoteza	Statistika traga	Kritična vrednost (5%)	Maksimalna karakteristična vrednost	Kritična vrednost (5%)
H ₀ : r=0	52.5520	29.79707	35.49227	21.13162
H ₀ : r=1	17.05993	15.49471	15.92335	14.26460
H ₀ : r=2	1.136583	3.841466	1.136583	3.841466

Izvor: Autori

Sprovođenjem Toda-Yamamoto procedure, korišćenjem modifikovanog Wald testa (MWald) ispitana je potencijalna kauzalnost između varijabli. Rezultati Toda-Yamamoto testa

Grendžerove neuzročnosti prikazani su u Tabeli 3, s tim što su u fokusu varijable od interesa, dok rezultati njihove kauzalnosti sa deviznim kursom nisu prikazani, budući da oni nisu predmet ove analize. Rezultati prikazani u Tabeli 3 u Modelu 1 i 2 pokazuju da postoji jednosmerna uzročno- posledična veza u smislu Grendžera, koja ide od ekonomskog rasta ka turizmu na nivou značajnosti testa od 5%, jer uz p vrednost od 0.04, odnosno 0.02 imamo dovoljno dokaza da prihvatimo alternativnu hipotezu, i možemo da tvrdimo da postoji ova veza. Sa druge strane, nulta hipoteza da turizam ne uzrokuje ekonomski rast se ne može odbaciti na nivou značajnosti testa od 5%, što znači da kauzalna veza od turizma ka ekonomskom rastu ne postoji.

Tabela 3 Rezultati Toda-Yamamoto procedure

Nulta hipoteza	χ^2	verovatnoća	Pravac kauzalnosti
Model sa desezoniranim podacima			
LNOFTOUR ne uzrokuje LGDP	2.22	0.14	Nema
LGDP ne uzrokuje LNOFTOUR	4.07	0.04	LGDP→LNOFTOUR
Model sa nedesezoniranim podacima			
LNOFTOUR ne uzrokuje LGDP	7.256	0.20	Nema
LGDP ne uzrokuje LNOFTOUR	13.086	0.02	LGDP→LNOFTOUR

Izvor: Autori

Zaključak

Osnovni cilj ovog rada je bio da se analizira povezanost ekonomskog rasta i turizma na primeru Republike Srbije, u periodu 2002-2017. U nameri da se obuhvate ključni aspekti relacije, u analizi su korišćeni bruto domaći proizvod i broj stranih turista, dok je kao kontrolna varijabla upotrebljen devizni kurs. Imajući u vidu da su varijable reda integrisanosti jedan, međuzavisnost je ispitana testom kointegracije, dok je kauzalitet varijabli ispitivan primenom Toda-Yamamoto procedure. Sprovedenim empirijskim istraživanjem je ustanovljeno da je prisutna dugoročna povezanost varijabli od interesa. Pored toga, pokazano je da postoji uzročnost od ekonomskog rasta ka razvoju turizma, dok uzročnost od turizma ka ekonomskom rastu nije utvrđena.

Validnost hipoteze da je ekonomski rast vođen turizmom potvrđena je u većini empirijskih studija. Rezultate prethodnih studija ne treba generalizovati, budući da su istraživanja uglavnom rađena u zemljama koje imaju visoku sklonost prema turizmu, i ponder sektora turizma u takvoj ekonomiji je dovoljno prisutan i vrši pozitivan uticaj na ekonomski rast. Ne može se izvesti zaključak da ekspanzija sektora turizma doprinosi dugoročnom ekonomskom rastu u nacionalnoj ekonomiji gde je uloga ovog sektora zanemarljiva u odnosu na ostale privredne sektore. Imajući u vidu konkurentsku poziciju turizma u Srbiji, kao i prisutnost turističkog deficita, rezultati istraživanja nisu iznenađujući. Model sa desezoniranim podacima, kao i model sa nedesezoniranim podacima u ovom istraživanju su pokazali da je u R. Srbiji turizam vođen ekonomskim rastom. Shodno tome, nociosi ekonomske politike treba u fokusu da imaju stabilnost i transparentnost institucija, i da usmere ulaganja u fizički i humani kapital koji će omogućiti rast nacionalne ekonomije. Kao rezultat, i sektor turizma će osetiti koristi, jer dodatni resursi koji se generišu ekonomskim rastom će omogućiti dalji razvoj turističke

infrastrukture. Sve to će ujedno biti i dobar pokazatelj stabilnosti nacionalne ekonomije stranim turistima.

Reference

1. Balaguer, J., Cantavella- Jorda, M. (2002). Tourism as a long- run economic growth factor: The Spanish case, *Applied Economics*, 37(7), 877-884.
2. Balassa, B. (1978). Exports and economic growth: Further evidence. *Journal of Development Economics*, 5, 181-189
3. Blake, A., Sinclair, T. M., Campos Soria, J. A. (2006). Tourism productivity. Evidence from the United Kingdom. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1099-1120
4. Brau, R., Lanza, A., Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980-2003. *Tourism Economics*, 13(4), 603-613.
5. Brida, J. G., Cortes- Jimenez, I., Pulina, M. (2016). Has the tourism- led growth hypothesis been validated? A literature review. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394-430.
6. Brida, J. G., Risso, W. A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(1), 14-28.
7. Cernat, L., Gourdon, J. (2012). Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism. *Tourism Management*, 33, 1044-1056.
8. Cortes- Jimenez, I. (2008). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 127-139.
9. Croes, R. (2006). A paradigm shift to a new strategy for small island economies: Embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. *Tourism Management*, 27, 453-465.
10. Di Liberto, A. (2013). High skills, high growth: Is tourism an exception? *The Journal of International Trade & Economic Development*, 22(5), 749-785
11. Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long- run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316
12. Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389-401.
13. Eugenio- Martin, J. L., Martin Morales, N., Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach, FEEM Working Paper, No. 26.
14. Figini, P., Vici, I. (2010). Tourism and growth in a cross section of countries. *Tourism Economics*, 16(4), 789-805.
15. Granger, C. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross spectral methods. *Econometrica*, 37, 434-448
16. Johansen, S. (1995). Likelihood- based inference in cointegrated vector autoregressive models, Oxford, Oxford University Press.
17. Kumar, R. R., Kumar, R. (2012). Exploring the nexus between information and communications technology, tourism and growth in Fiji. *Tourism Economics*, 18(2), 359-371
18. Lanza, A., Pigliaru, F. (2000). Tourism and economic growth: Does country's size matter? *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali*, 47, 77-85.
19. McKinnon, D.R.I (1964). Foreign exchange constraint in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, 388-409.
20. Narodna banka Srbije, www.nbs.rs
21. Pablo- Romero, M. P., Molina, J. A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, 28-41.

22. Rambaldi, A. N., Doran, H. E. (1996). Testing for Granger non-causality in cointegrated systems made easy, *Working Paper in Econometrics and Applied Statistics*, No. 88, University of New England.
23. Republički zavod za statistiku, www.stat.gov.rs
24. Sakai, M. (2009). Public sector investment in tourism infrastructure, U. L. Dwyer & P. Forsyth (ur.), *International handbook on the economics of tourism* (str. 266-279). Cheltenham: Edward Elgar.
25. Schubert, F. S., Brida, J. G., Risso, W. A. (2010). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent of tourism. *Tourism Management*, 32(2), 377-385
26. Sequeira, T. N., Nunes, P. M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431-2441.
27. Sims, C. (1972). Money, income and causality. *American Economic Review*, 62, 540-552
28. The Travel & Tourism Competitiveness Report (2017). <http://www.sela.org/media/2756841/the-travel-and-tourism-competitiveness-report-2017.pdf>
29. Toda, H., Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66, 225-250
30. UNWTO Annual Report (2017). <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017>
31. Vanegas, S. M., Croes, R. R. (2003). Growth, development and tourism in small economy: Evidence from Aruba. *International Journal of Tourism Research*, 5, 315-330.

DOMETI POLITIKE ZAPOŠLJAVANJA U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI: UPOREDNA ANALIZA

Vladimir Mihajlović* i Gordana Marjanović**

Politika zapošljavanja predstavlja važan faktor unapređenja stanja na tržištu rada, bez obzira na stepen ekonomske razvijenosti zemlje. Budući da nezaposlenost predstavlja jedan od najozbiljnijih problema u većini savremenih privreda, među ključnim ciljevima koji figurišu u razvojnim strategijama je upravo smanjenje stope nezaposlenosti, odnosno povećanje stope zaposlenosti. Shodno tome, istraživanje u ovom radu usmereno je na evaluaciju politike zapošljavanja u Evropskoj uniji (EU), definisane u strategiji „Evropa 2020“, koja ulazi u završnu fazu implementacije. Procenjujući domete ove politike u EU i mogućnosti za njeno redefinisavanje i poboljšanje, ujedno se ispituje uspešnost politike zapošljavanja u Republici Srbiji i mogućnosti da se usvoje neki od primera „dobre prakse“, čijom primenom bi moglo da se unapredi stanje na tržištu rada. Budući da R. Srbija ima status kandidata za članstvo u EU, usklađivanje regulative koja tangira tržište rada predstavlja i jedan od uslova koji treba da ispuni. Iako rezultati istraživanja ukazuju da je politika zapošljavanja, a u okviru nje i politika tržišta rada, u R. Srbiji u velikoj meri usklađena sa praksom EU, njena primena nije dovela do zadovoljavajućih rezultata. Relativno nisko učešće izdataka za aktivne mere zapošljavanja u BDP-u u odnosu na uporedne privrede, visoka nezaposlenost i neaktivnost mladih, nizak kvalitet zaposlenosti, samo su neki od problema vezanih za tržište rada u R. Srbiji. U tom smislu, u radu se daje niz preporuka za unapređenje politike zapošljavanja u cilju poboljšanja stanja na tržištu rada.

Ključne reči: politika zapošljavanja, strategija „Evropa 2020“, „Agenda 2030“, Evropska unija, Republika Srbija

Uvod

Nacionalna politika zapošljavanja, kao “vizija i praktični plan za dostizanje postavljenih ciljeva zemlje u pogledu zaposlenosti” (National employment policies - A guide for worker’s organisations, 2015, 1), predstavlja vitalnu komponentu procesa smanjenja nezaposlenosti i pružanja podrške zapošljavanju. Prema viđenju Međunarodne organizacije rada, politika zapošljavanja ne predstavlja samo program kreiranja novih radnih mesta, već je nužno da bude usmerena na unapređenje kvaliteta zaposlenosti, socijalnu zaštitu radnika i očuvanje njihovih elementarnih radnih prava. Takođe, politika zapošljavanja mora da bude u skladu sa širim društveno-ekonomskim kontekstom konkretne privrede i njenim specifičnostima.

Prepoznajući značaj unapređenja stanja na tržištu rada, Evropska unija (EU) je 2010. godine donela strategiju “Evropa 2020”, koja ulazi u završnu fazu implementacije. Ključni aspekti ove strategije odnose se na podsticanje pametnog, održivog i inkluzivnog rasta, zasnovanog na znanju i inovacijama, efikasnom korišćenju resursa, kao i povećanju zaposlenosti i borbi protiv siromaštva. Ova strategija sledi kontinuitet Lisabonske strategije, koja se odnosila na period 2000-2010. godine i koja nije rezultirala zadovoljavajućim ostvarenjem postavljenih ciljeva u domenu zapošljavanja i dinamiziranja privrednog rasta (Wyplosz, 2010).

* Docent, e-mail: vmihajlovic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: gmarjanovic@kg.ac.rs

Osim zemalja članica EU, strategija „Evropa 2020“ tangira i zemlje koje pretenduju na članstvo, kao što je Republika Srbija. Politika zapošljavanja u Srbiji definisana je Nacionalnom strategijom zapošljavanja za period 2011-2020. godine, uz operacionalizaciju postavljenih ciljeva na godišnjem nivou na osnovu Nacionalnog akcionog plana zapošljavanja. Strategija zapošljavanja prilagođena je specifičnostima privrede Republike Srbije i tržištu rada, a u izvesnom stepenu je usklađena sa strategijom EU.

U kontekstu navedenog, predmet ovog rada je analiza dosadašnjeg učinka strategije „Evropa 2020“ u domenu politike zapošljavanja, kao i strategije zapošljavanja u Republici Srbiji. Namera je da se ukaže na stepen realizacije postavljenih ciljeva, identifikuju potencijalni problemi u implementaciji strategije, kao i da se razmotre mogućnosti dodatnog usklađivanja politike zapošljavanja u Republici Srbiji sa praksom EU.

Tendencije na tržištu rada u zemljama EU i Republici Srbiji

Razlozi za neuspeh Lisabonske strategije, osim preopterećene agende i nedovoljno efikasne koordinacije, ogledali su se i u privrednim kretanjima u prvoj deceniji 21. veka. Najnegativniji uticaj na tendencije na tržištu rada svakako je imala Globalna ekonomska kriza (ili Velika Recesija, što je uobičajen naziv u referentnoj literaturi) započeta 2008. godine. Efekti krize na kretanje stope nezaposlenosti i stope zaposlenosti, kao indikatora tržišta rada u odabranim privredama EU i Republici Srbiji su evidentni (Tabela 1).

Tabela 1 Stope nezaposlenosti u odabranim zemljama EU (25-74) i Republici Srbiji (15-64) u periodu 2007-2018.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
EU-28	6,1	5,9	7,6	8,3	8,3	9,1	9,5	9,0	8,3	7,5	6,7	6,0
EA-19	6,5	6,6	8,4	9,0	9,0	10,1	10,8	10,4	9,8	9,0	8,1	7,4
Bugarska	6,2	5,0	6,1	9,2	10,1	11,0	11,8	10,7	8,4	7,1	5,8	4,9
Češka R.	4,8	3,9	5,8	6,4	5,9	6,0	6,1	5,4	4,5	3,5	2,6	2,0
Danska	3,2	2,6	4,9	6,3	6,3	6,3	5,9	5,5	5,3	5,1	4,8	4,2
Nemačka	8,1	7,0	7,2	6,6	5,5	5,1	4,9	4,7	4,4	3,8	3,4	3,1
Grčka	7,2	6,6	8,4	11,2	15,9	22,3	25,4	24,8	23,4	22,2	20,2	18,2
Španija	7,0	9,7	15,7	17,8	19,2	22,5	23,8	22,3	20,2	17,9	15,7	13,9
Poljska	8,1	5,8	6,7	8,1	8,0	8,5	8,8	7,7	6,4	5,2	4,1	3,2
Rumunija	4,9	4,3	5,2	5,6	5,7	5,4	5,7	5,5	5,6	4,8	3,9	3,3
Švedska	4,3	4,1	5,9	6,2	5,5	5,7	5,7	5,7	5,6	5,3	5,2	5,0
Srbija	18,1	14,4	16,9	20,0	23,6	24,6	23,0	19,7	18,5	15,9	14,1	13,3

Izvor: Eurostat Database (za zemlje EU), Anкета o radnoj snazi, 2019 (za Republiku Srbiju)

Podaci iz Tabele 1 pokazuju da je nakon 2008. godine u svim posmatranim zemljama došlo do povećanja stope nezaposlenosti. Ova tendencija je dostigla vrhunac 2013. godine (u Republici Srbiji 2012. godine), a u periodu koji je usledio beleži se smanjenje stope nezaposlenosti. U većini zemalja prikazanih u Tabeli 1 stope nezaposlenosti u 2018. godini su niže nego u predkriznom periodu, izuzev u slučaju prosečne stope u 19 zemalja Eurozone, kao i u Grčkoj i Španiji. Takođe, jedino u ove dve zemlje je aktuelna stopa nezaposlenosti viša nego u Republici Srbiji, dok je ona značajno niža u ostalim posmatranim zemljama.

Kada je u pitanju kretanje stope zaposlenosti u istom uzorku zemalja, podaci iz Tabele 2 pokazuju da su u periodu 2007-2018. minimalne vrednosti ovog pokazatelja zabeležene mahom u godinama neposredno nakon izbijanja krize. Predkrizne vrednosti stopa zaposlenosti su dostignute i premašene u većini zemalja, uključujući i Republiku Srbiju. Međutim, aktuelna

vrednost stope zaposlenosti u Srbiji je značajno ispod proseka Evropske unije, a naročito zemalja koje prednjače u visini ovog pokazatelja (Češka, Danska i Nemačka).

Tabela 2 Stope zaposlenosti u odabranim zemljama EU (20-74) i Republici Srbiji (15-64) u periodu 2007-2018.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
EU-28	69,8	70,2	68,9	68,5	68,6	68,4	68,4	69,2	70,1	71,1	72,2	73,2
EA-19	69,8	70,1	68,7	68,3	68,4	68,0	67,7	68,2	69,0	70,0	71,0	72,0
Bugarska	68,4	70,7	68,8	64,7	62,9	63,0	63,5	65,1	67,1	67,7	71,3	72,4
Češka R.	72,0	72,4	70,9	70,4	70,9	71,5	72,5	73,5	74,8	76,7	78,5	79,9
Danska	79,0	79,7	77,5	75,8	75,7	75,4	75,6	75,9	76,5	77,4	76,9	78,2
Nemačka	72,9	74,0	74,2	75,0	76,5	76,9	77,3	77,7	78,0	78,6	79,2	79,9
Grčka	65,8	66,3	65,6	63,8	59,6	55,0	52,9	53,3	54,9	56,2	57,8	59,5
Španija	69,7	68,5	64,0	62,8	62,0	59,6	58,6	59,9	62,0	63,9	65,5	67,0
Poljska	62,7	65,0	64,9	64,3	64,5	64,7	64,9	66,5	67,8	69,3	70,9	72,2
Rumunija	64,4	64,4	63,5	64,8	63,8	64,8	64,7	65,7	66,0	66,3	68,8	69,9
Švedska	80,1	80,4	78,3	78,1	79,4	79,4	79,8	80,0	80,5	81,2	81,8	82,6
Srbija	41,8	53,7	50,4	47,2	45,4	45,3	47,5	49,6	51,7	55,2	57,3	58,8

Izvor: Eurostat Database (za zemlje EU), Anketa o radnoj snazi, 2019 (za Republiku Srbiju)

Relativno niže stope zaposlenosti u Republici Srbiji u odnosu na zemlje EU ukazuju na relevantnost efikasne politike zapošljavanja. Pritom, mora se imati u vidu da visina stope zaposlenosti, kao učešća lica koje imaju zaposlenje u ukupnoj radnoj snazi, ne govori ništa o karakteristikama tog zaposlenja, odnosno o kvalitetu zaposlenosti. Nizak kvalitet zaposlenosti je posebno izražen problem u zemljama sa nastajućim tržištima i zemljama u tranziciji. Kao poseban vid nekvalitetne zaposlenosti javlja se tzv. prekarni rad, odnosno prekarna zaposlenost, koja je prisutna u neformalnom, ali i u formalnom sektoru. U pitanju je nestandardni oblik rada, koji karakteriše nesigurnost zaposlenja i odsustvo određenih radnih prava i zaštite zaposlenosti (Joksimović, 2018, 104). Statistički podaci o prekarnom radu u zemljama EU odnose se na učešće zaposlenih u radnoj snazi čiji ugovor o radu traje do tri meseca (https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/lfsa_qoe_esms.ht). Dakle, prekarni rad se definiše samo na osnovu načina angažovanja zaposlenog, što ne stvara sliku o uslovima rada. Sa aspekta radnih uslova, prekarni rad odlikuje niska zarada, slaba zaštita od gubitka posla, ograničen pristup socijalnoj zaštiti i ograničena prava iz radnog odnosa (Bradaš, 2017, 10). Tabela 3 prikazuje podatke o visini prekarne zaposlenosti u pojedinim zemljama EU i Republici Srbiji. Uočljivo je da su vrednosti ovog pokazatelja u Republici Srbiji znatno uvećane u postkriznom periodu i da je prekarni rad mnogo izraženiji nego u zemljama EU. U Tabeli 3 su predstavljene i stope neformalne zaposlenosti u Srbiji, kako bi se stekla adekvatna slika o kvalitetu zaposlenosti. Prema podacima za godine nakon krize, evidentno je da je svako peto zaposleno lice u Republici Srbiji angažovano u neformalnom sektoru. Kako statistički podaci za zemlje EU ne obuhvataju pokazatelje učešća neformalno zaposlenih, nije moguća direktna komparacija, ali je sigurno da je, sudeći po znatno većoj zastupljenosti prekarnog rada u Srbiji, jasno da je stanje da tržištu rada i po tom osnovu znatno nepovoljnije u Srbiji nego u EU. U relevantnoj literaturi često se ističe da visok nivo neformalne zaposlenosti povećava rizik od siromaštva (Jandrić, Molnar, 2017, 13), što je dodatni razlog da ovaj problem zauzme značajno mesto u politici zapošljavanja. U razvijenim zemljama kvalitet zaposlenosti je sve češće u fokusu kreatora ekonomske politike, kao ključni faktor unapređenja ličnog blagostanja ali i faktor podsticanja nacionalne konkurentnosti (Findlay et al., 2013, 443).

Tabela 3 Stope prekarne zaposlenosti u odabranim zemljama EU i Republici Srbiji u periodu 2008-2018.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
EU-28	2,2	2,0	2,2	2,3	2,2	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2
EA-19	2,4	2,2	2,4	2,5	2,4	2,3	2,5	2,6	2,6	2,7	2,6
Bugarska	0,6	0,4	0,5	0,6	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,6
Češka R.	0,5	0,5	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3
Danska	1,2	1,3	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	1,9	1,4	1,1
Nemačka	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4
Grčka	1,3	1,5	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8	1,7	1,6	1,5	1,3
Španija	4,5	4,2	4,3	4,3	4,2	4,6	4,8	4,7	4,7	4,7	4,4
Poljska	4,2	3,7	4,4	4,4	4,5	4,5	4,8	4,7	4,5	3,9	3,8
Rumunija	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
Švedska	4,8	4,7	5,2	4,9	4,9	4,8	4,7	4,4	3,7	3,5	3,0
Srbija	-	-	2,2	2,4	3,2	3,5	4,6	7,4	9,5	10,1	8,8
Neformalna zaposlenost u Srbiji	-	-	19,6	18,8	17,5	19,3	22,0	19,5	22,0	20,7	19,5

Izvor: Eurostat Database i Anketa o radnoj snazi, 2010-2018 (za stope neformalne zaposlenosti u Republici Srbiji)

Poseban segment ponude na tržištu rada odnosi se na tzv. ranjive kategorije teže zapošljivih lica, među kojima se posebno izdvajaju mladi starosti 15-24 godine. U tom smislu, neophodno je analizirati i vrednosti indikatora tržišta rada posebno vezanih za populaciju mladih (Tabela 4). Kao što je evidentno, vrednosti stopa nezaposlenosti, zaposlenosti i aktivnosti su daleko nepovoljnije u populaciji mladih u odnosu na celokupnu populaciju, odnosno ukupnu radnu snagu. Aktuelna stopa nezaposlenosti mladih u 2018. godini u Evropskoj uniji iznosi 17,3%, nasuprot stopi nezaposlenosti ukupne populacije od 6%. U Republici Srbiji je sličan odnos među ovim pokazateljima ali su njihove vrednosti drastično više, budući da je 31,3% mladih nezaposleno, nasuprot 13,3% nezaposlenih u ukupnoj radnoj snazi. I vrednosti ostalih indikatora, stope zaposlenosti i stope aktivnosti, značajno su nepovoljnije u slučaju populacije mladih, kao što pokazuju podaci iz Tabele 4. Ovakvo stanje u Republici Srbiji posebno povećava relativni značaj politike zapošljavanja usmerene upravo na ovaj segment ponude na tržištu rada.

Tabela 4 Stope nezaposlenosti, zaposlenosti i aktivnosti mladih (15-24 god.) u Republici Srbiji i Evropskoj uniji u periodu 2008-2018. godine (u %)

Godina	Stopa nezaposlenosti		Stopa zaposlenosti		Stopa aktivnosti	
	RS	EU	RS	EU	RS	EU
2008	34,5	16,3	21,0	37,7	32,1	44,6
2009	39,6	20,8	17,2	35,2	28,4	43,9
2010	45,6	22,2	15,4	34,1	28,3	43,0
2011	50,5	23,1	13,9	33,4	28,2	42,5
2012	50,6	24,9	14,3	32,5	28,9	42,3
2013	48,8	25,8	14,6	32,2	28,4	42,0
2014	46,7	24,5	15,1	32,5	28,3	41,7
2015	42,6	22,7	16,4	33,3	28,5	41,7
2016	34,4	20,9	19,3	34,0	29,5	41,8
2017	32,8	18,9	19,4	34,6	28,9	41,6
2018	31,3	17,3	19,5	34,9	28,3	41,3

Izvor: ILOSTAT Database, International Labour Organization.

Uzimajući u obzir stanje i tendencije na tržištu rada u posmatranim zemljama, naročito u Republici Srbiji, jasno je da se formulisanje što efikasnije politike zapošljavanja i u okviru nje

politike tržišta rada, nameće kao imperativ. Strategijska usmerenost Srbije u pravcu evropske integracije kao dodatni zahtev postavlja kreiranje politike zapošljavanja koja je konzistentna sa praksom EU. U tom kontekstu, neophodno je analizirati ključne karakteristike strategije „Evropa 2020“ i njene dosadašnje učinke u evropskim zemljama, kako bi se, u nastavku rada, razmotrile mogućnosti za usaglašavanje politike zapošljavanja u Srbiji sa ovom strategijom.

Dosadašnji efekti strategije “Evropa 2020” u domenu zapošljavanja

Neuspeh Lisabonske strategije (2000-2010), pored jednostrane usmerenosti na privredni rast i zaposlenost, dobrim delom je ležao u nepovoljnim ekonomskim tokovima, naročito pri kraju perioda njene implementacije. Globalna ekonomska kriza nastala 2008. godine je gotovo poništila pozitivne rezultate u pogledu privrednog rasta i zaposlenosti postignute tokom 1990-ih godina (između ostalog, došlo je do pada bruto domaćeg proizvoda za 4% u 2009. godini i rasta nezaposlenosti na 10% aktivnog stanovništva). Pored negativnih ekonomskih efekata, kriza je razotkrila i strukturne neravnoteže i slabosti, poput niže prosečne stope rasta privrede EU u odnosu na glavne ekonomske partnere usled gępa produktivnosti, relativno niskih stopa zaposlenosti stanovništva starosti 20-64 godine, kao i problema demografskog starenja (Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth, 2010, 5). Imajući navedeno u vidu, Evropska komisija je u Strategiji „Evropa 2020“ kao pet vodećih ciljeva za EU navela oblasti vezane za: zaposlenost, istraživanje i razvoj, klimu i energiju, obrazovanje i borbu protiv siromaštva.

Osnovni ciljevi ove strategije u domenu politike zapošljavanja odnose se na sledeće (http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/eu2020/em0040_en.htm):

- Povećanje stope participacije radne snage – Strategija predviđa povećanje stope zaposlenosti žena i muškaraca starosti 20-64 godine na 75% do 2020. godine. Mere politike zapošljavanja u državama članicama kreirane su sa ciljem promovisanja većeg učešća mladih, starijih radnika, nisko kvalifikovanih i legalnih migranata. Povećanje kvaliteta zaposlenosti nastoji se postići uvažavanjem koncepta fleksigurnosti i mobilnosti radne snage, uz promovisanje samozapošljavanja i preduzetništva;
- Povećanje znanja i veština radne snage – razvijanje novih veština koje odgovaraju potrebama tržišta rada u cilju povećanja produktivnosti i zapošljivosti radnika. Ove mere sprovode se kroz povećanje kvaliteta obrazovanja i obuke i promovisanje koncepta celoživotnog učenja. Fokus je na nisko i visoko kvalifikovane radnike, a podstiče se i mobilnost radne snage među zemljama članicama, uz ujednačen pristup proceni neophodnih kompetencija radne snage;
- Unapređenje obrazovnog sistema i sistema obuke – očekivani ishod Strategije je da se do 2020. godine stopa ranog napuštanja formalnog obrazovanja smanji ispod 10%, a da bar 40% osoba starosti 30-34 godine bude visoko obrazovano. Realizacija ovog cilja podrazumeva ulaganje u poboljšanje kvaliteta obrazovnog sistema, celoživotno učenje i međunarodnu mobilnost nastavnika, učenika i studenata, kao i razvoj okvira kvalifikacija usklađenog sa potrebama privrede.
- Borba protiv socijalne isključenosti – Strategija promoviše socijalnu inkluziju i borbu protiv siromaštva, sa ciljem da se do 2020. godine broj lica koja se suočavaju sa rizikom od siromaštva i socijalne isključenosti smanji za 20 miliona. Dakle, fokus je na najugroženije stanovništvo, sa teškom finansijskom situacijom, koje nema ili ima otežan pristup tržištu rada.

U okviru politike zapošljavanja, definisana je i politika tržišta rada, koja se sprovodi kroz aktivne i pasivne mere. Aktivne mere tangiraju stranu ponude na tržištu rada, odnosno usmerene su na lica koja tragaju za zaposlenjem (Crépon & van den Berg, 2016, 2). Iako mogu biti usmerene i na stranu tražnje (npr. u slučaju subvencionisanog zapošljavanja), njihova prevashodna usmerenost je na stranu ponude jer se problem nezaposlenosti ne može rešavati samo podsticanjem strane agregatne tražnje, zbog *trade-off*-a između inflacije i nezaposlenosti (Marjanović, Mihajlović, 2015, 106). Osim smanjenja stope nezaposlenosti, aktivne mere tržišta rada treba da povećaju mobilnost radne snage i nivo produktivnosti. Iako postoje različiti stavovi o efikasnosti ovih mera (na primer, videti: Estevão, 2003; Guzmán, 2013; Sanhoun & Abdennadher, 2018), njihova ključna prednost je što stavljaju težište na ciljane segmente populacije nezaposlenih, čime se selektivno deluje na teže zapošljive kategorije (mladi, lica bez ili sa niskim nivoom kvalifikacija, dugotrajno nezaposleni itd.). Pasivne mere tržišta rada suštinski predstavljaju podršku osobama koje su ostale bez posla. Obuhvataju sistem naknada za nezaposlenost i programe podrške u slučaju prevremenog penzionisanja. Iako se ove mere ne sprovode sa direktnim ciljem povećanja zaposlenosti, njihova primena u kombinaciji sa aktivnom politikom unapređuje stanje na tržištu rada i uspešnost sistema socijalne zaštite u celini (Pignatti & van Belle, 2018, 1).

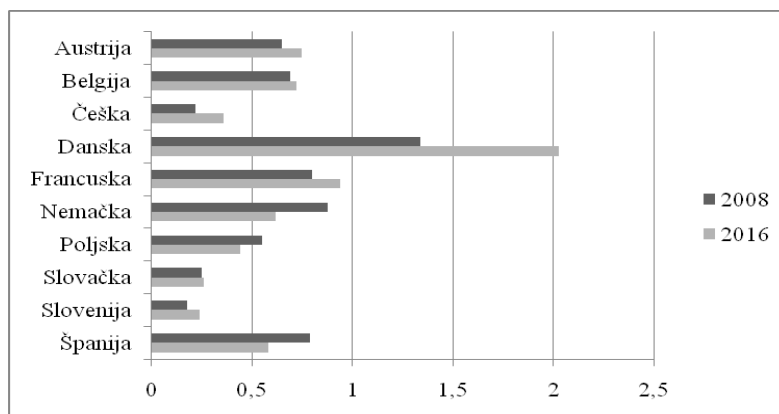
Prema klasifikaciji aktivnih i pasivnih politika tržišta rada u EU, pravi se razlika između osam kategorija¹, i to (Labour Market Policy Statistics: Methodology, 2018, 13):

- Javne usluge zapošljavanja i administracija;
- Obuka;
- Podsticaji za zapošljavanje;
- Subvencionisano zapošljavanje i rehabilitacija;
- Direktno kreiranje poslova;
- Inicijative za započinjanje biznisa;
- Naknade i podrška osobama van posla,
- Rano penzionisanje.

Prva kategorija ima karakter usluge nezaposlenim licima, kategorije 2-7 se odnose na mere za zapošljavanje, dok kategorije 8 i 9 imaju karakter podrške nezaposlenim i penzionisanim licima i spadaju u pasivne politike tržišta rada.

Iako je značaj politike tržišta rada za povećanje zaposlenosti veliki, naročito kada je reč o aktivnim merama, postoje značajne razlike među državama članicama po visini sredstava koja se izdvajaju za tu svrhu. Na Grafiku 1 je predstavljeno učešće izdataka za aktivne mere tržišta rada u bruto domaćem proizvodu (BDP) odabranih zemalja EU u 2008. i 2016. godini. Na prvi pogled su uočljive značajne razlike među zemljama, pri čemu po navedenom parametru prednjači Danska, u kojoj se u 2008. i 2016. godini za aktivne mere izdvojilo 1,34%, odnosno 2,03% BDP-a. Generalno posmatrano, izdaci u većini zemalja obuhvaćenim Slikom 1 (izuzev Nemačke, Poljske i Španije) su u 2016. godini imali veće učešće u BDP-u nego u 2008., kao godini početka Velike Recesije.

¹ Na početku primene navedene klasifikacije bilo je zastupljeno devet kategorija aktivnih i pasivnih politika tržišta rada, ali je naknadno treća kategorija, koja se odnosila na rotiranje poslova (zamena zaposlenog nezaposlenom osobom ili osobom iz druge ciljane grupe na određeno vreme) i na podelu poslova (delimična zamena zaposlenog nezaposlenim licem, odnosno podela radnog vremena), uključena u četvrtu. Numeracija ostalih kategorija je zadržana.



Slika 1 Izdvajanje za aktivne mere tržišta rada u odabranim zemljama EU (kao % BDP-a)

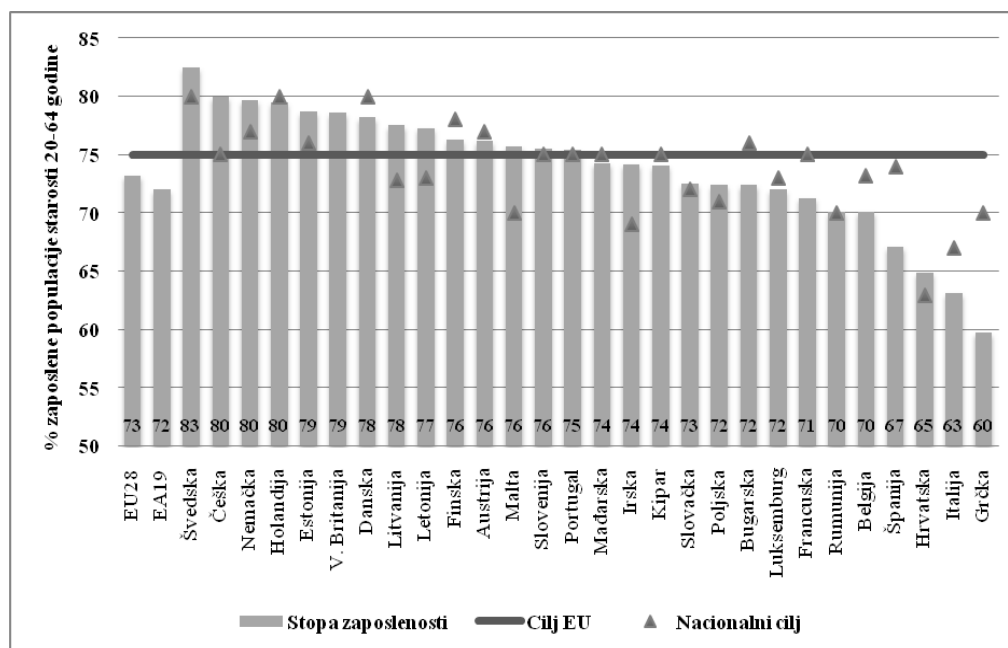
Izvor: Autori, na osnovu podataka OECD Database

Uspešnost primenjenih mera Strategije „Evropa 2020“ u domenu zapošljavanja do trećeg kvartala 2018. godine se takođe razlikuje od zemlje do zemlje. U nekim je postavljeni cilj u vidu stope zaposlenosti od 75% premašen (kao što su Švedska, Nemačka, Holandija, Danska), a to su ujedno i zemlje u kojima je nacionalni cilj viši u odnosu na cilj Strategije „Evropa 2020“. Sa druge strane, zaposlenost u zemljama poput Grčke, Italije, Španije i Hrvatske je znatno ispod cilja koji je postavila EU, ali i ispod nacionalnih ciljeva. Na nivou EU, prosečna vrednost stope zaposlenosti za 28 privreda u trećem kvartalu 2018. godine iznosila je 73,2%, što znači da postoji mogućnost da se tokom 2019. i u 2020. godini nadoknadi zaostatak od 1,8 procentnih poena.

Prva evaluacija stepena realizacije postavljenih ciljeva Strategije „Evropa 2020“ izvršena je 2014. godine. U njoj se konstatuje da, budući da je stopa zaposlenosti u EU u 2014. iznosila 68,4%, cilj u vidu stope zaposlenosti od 75% neće biti dostignut. Konkretno, u istoj studiji se projektuje da će 2020. godine stopa zaposlenosti u EU biti 71,8% (Strategija Evropa 2020: četiri godine kasnije, 2015, 36). Dakle, ove projekcije su se pokazale suviše pesimističnim, budući da je, kao što je navedeno, vrednost ovog pokazatelja premašila predviđenu. Time se, naravno, ne daje definitivni odgovor da li će konačni cilj u 2020. biti ostvaren. Međutim, ono što predstavlja suštinski problem i što se uočava sa Slike 2 jesu velike razlike među državama članicama, budući da države severne i centralne Evrope imaju znatno više stope zaposlenosti od južnoevropskih i istočnoevropskih država članica. Pored toga, u pomenutoj evaluaciji se preispituje i svrsishodnost generalnog cilja Strategije, u vidu pametnog, održivog i inkluzivnog ekonomskog rasta. Naime, budući da se ekonomski rast meri porastom BDP-a, odnosno povećanjem proizvodnje (i potrošnje), nameće se pitanje da li to može i dalje da bude osnovni cilj koji će obezbediti viši nivo blagostanja.

U tom smislu, uz važeću Strategiju „Evropa 2020“, dodatni pravac u kojem će se EU razvijati povezan je sa ciljevima održivog razvoja definisanim u tzv. „Agendi 2030“ koju je donela Organizacija ujedinjenih nacija 2016. godine. EU je, kroz Komunikaciju Evropske komisije pod naslovom „Naredni koraci za održivu evropsku budućnost“ („Next steps for the sustainable European future“) dala prikaz načina na koji su ciljevi održivog razvoja Ujedinjenih nacija inkorporirani u razvojnu agendu i prioritete EU (Srbija i Agenda 2030: Mapiranje nacionalnog strateškog okvira u odnosu na ciljeve održivog razvoja Vlada Republike Srbije, 2017, 4). U „Agendi 2030“ formulisano je 17 ciljeva održivog razvoja, od kojih se u domen politike zapošljavanja može svrstati 8. cilj, „Dostojanstven rad i ekonomski rast“, budući da se njime promoviše inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sva lica. U okviru ovog cilja definisan je i niz podciljeva, od kojih su posebno važni 8.5 („puna i

produktivna zaposlenost i dostojanstven rad za sve žene i muškarce do 2030. godine, uključujući mlade i osobe sa hendikepom, kao i jednaka zarada za rad iste vrednosti“) i 8.6 („značajno smanjenje udela mladih koji nisu zaposleni, niti u sistemu obrazovanja i obuke do 2020. godine“) (SDG Note: The 2030 Agenda for sustainable development and national employment policies, 2016, 2). Preduslov za uspešnu realizaciju navedenih ciljeva je formulisanje i primena efikasnih politika zapošljavanja na nacionalnom nivou. Kao svoj doprinos „Agendi 2030“, Međunarodna organizacija rada (International Labour Organization) daje predlog primene sveobuhvatnog pristupa nacionalnim politikama zapošljavanja, koji obuhvata diversifikovani niz komplementarnih mera politika zapošljavanja i razvoja (Slika 3).



Slika 2 Ciljana i realizovana stopa zaposlenosti u zemljama EU u trećem kvartalu 2018. godine

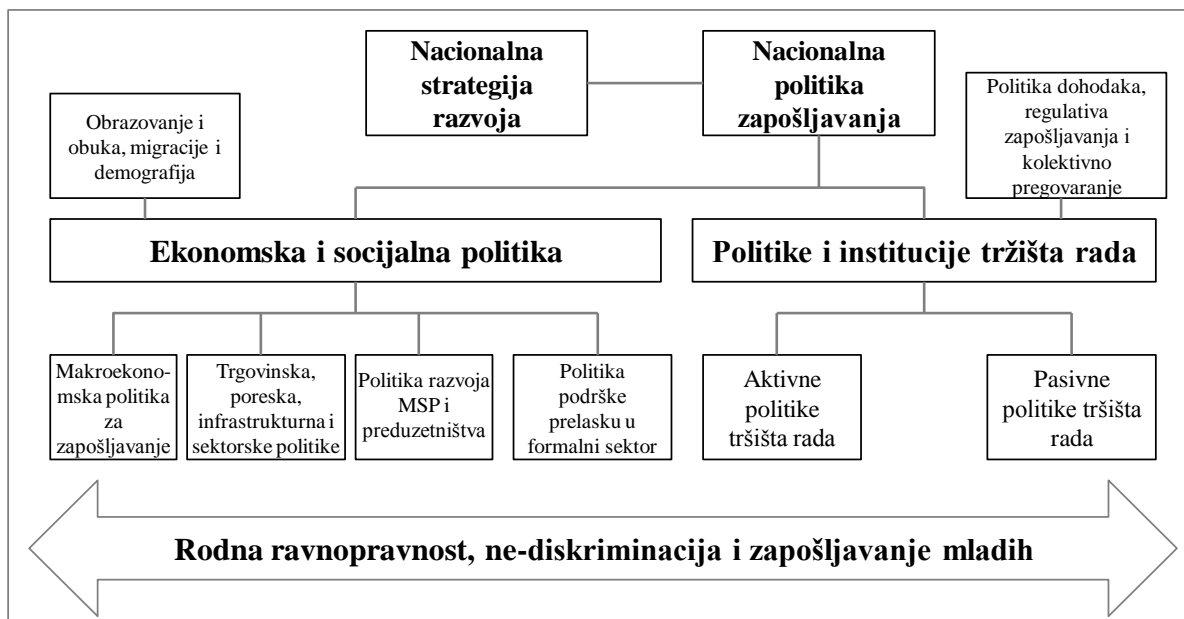
Izvor: Employment and Social Developments in Europe, 2019, 25.

Ovaj pristup podrazumeva tesnu koordinaciju strategije razvoja i politike zapošljavanja na nacionalnom nivou, pri čemu su vitalne komponente politike zapošljavanja vezane za ekonomske i socijalne politike i politike i institucije tržišta rada. Celokupan set politika i mera, osim povećanja zaposlenosti generalno, posvećen je podsticanju rodne ravnopravnosti i sprečavanju diskriminacije, uz promovisanje intenzivnijeg zapošljavanja mladih, kao posebno osetljive kategorije na tržištu rada. Generalno uzev, navedeni pristup uvažava činjenicu da se postavljeni ciljevi definisani „Agendom 2030“ mogu ostvariti samo simultanim podsticanjem održivog ekonomskog razvoja i unapređenjem efikasnosti institucija tržišta rada i mera koje sprovode.

Politika zapošljavanja u Republici Srbiji i mogućnosti usklađivanja sa praksom EU

Imajući u vidu stanje i tendencije na tržištu rada Republike Srbije tokom poslednje decenije, može se konstatovati da je značaj politike zapošljavanja ogroman, kako u tekućem, tako i u narednom periodu u kojem predstoji završetak procesa tranzicije. Kao poseban izazov na strani tražnje na tržištu rada očekuje se dodatni priliv nezaposlenih lica usled okončanja privatizacije i restrukturiranja preduzeća u državnom vlasništvu i javnog sektora (Program reformi politike zapošljavanja i socijalne politike u procesu pristupanja EU, 2016, 11). Osim na strani tražnje,

postoje i izazovi na strani ponude na tržištu rada, u vidu visoke opšte stope neaktivnosti i niske zaposlenosti stanovništva, segmentiranosti tržišta rada, strukturne nezaposlenosti i posebno izraženog problema visoke neaktivnosti i nezaposlenosti mlade populacije (15-24 godine).



Slika 3 „Sveobuhvatni pristup“ nacionalnim politikama zapošljavanja Međunarodne organizacije rada

Izvor: SDG Note: The 2030 Agenda for sustainable development and national employment policies, (2016), 6.

Prema Zakonu o zapošljavanju i osiguranju za slučaj nezaposlenosti, pod aktivnom politikom zapošljavanja podrazumeva se „sistem planova, programa i mera usmerenih ka povećanju zaposlenosti i smanjenju nezaposlenosti“ (Zakon o zapošljavanju i osiguranju za slučaj nezaposlenosti, Službeni glasnik RS, br. 113/17., čl. 36.). U operativne poslove zapošljavanja, koje sprovodi Nacionalna služba za zapošljavanje, spadaju: obaveštavanje o mogućnostima i uslovima za zapošljavanje; posredovanje u zapošljavanju u zemlji i inostranstvu; profesionalna orijentacija i savetovanje o planiranju karijere; sprovođenje mera aktivne politike zapošljavanja i izdavanje dozvole za rad strancu i licu bez državljanstva, u skladu sa zakonom (Zakon o zapošljavanju i osiguranju za slučaj nezaposlenosti, čl. 6.). Među navedenim, poseban značaj imaju poslovi vezani za kreiranje i primenu mera aktivne politike zapošljavanja, budući da se njima mogu ostvariti najveće koristi u vidu povećanja zaposlenosti i ciljano delovati na poboljšanje statusa ugroženih lica.

Osnovni strateški dokument u domenu politike zapošljavanja u Republici Srbiji je Nacionalna strategija zapošljavanja za period 2011-2020. godine. Prepoznajući značaj aktivne politike zapošljavanja, u pomenutoj strategiji je predviđeno da aktivne mere budu usmerene prema teže zapošljivim licima, naročito prema posebno osetljivim grupama na tržištu rada, kao što su osobe sa invaliditetom, izbeglice, pripadnici romske nacionalne manjine, ruralno stanovništvo, neobrazovane osobe, mladi (15-24 godine starosti), starija lica (50-64 godine), dugoročno nezaposleni, samohrani roditelji itd. (Nacionalna strategija zapošljavanja za period 2011-2020. godine, 37). Takođe, prioriteti ove Strategije su usklađeni sa operativnim ciljevima strategije „Evropa 2020“, i to u domenu podsticanja zapošljavanja u manje razvijenim regionima, unapređenja ljudskog kapitala, intenzivnijeg socijalnog uključivanja, unapređenja institucija, redukovanja dualnosti na tržištu rada, kao i promovisanja jednakih mogućnosti u ekonomiji,

kroz podsticanje ženskog preduzetništva, samozapošljavanja i zapošljavanja žena i smanjenja diskriminacije.

Mere aktivne politike zapošljavanja koje se sprovode u Srbiji su sledeće (Zakon o zapošljavanju i osiguranju za slučaj nezaposlenosti, čl. 43.):

- Posredovanje u zapošljavanju lica koja traže zaposlenje – povezivanje lica koja traže zaposlenje sa poslodavcem radi zasnivanja radnog odnosa ili drugog radnog angažovanja;
- Profesionalna orijentacija i savetovanje o planiranju karijere – pružanje pomoći licima koja traže zaposlenje, imaju potrebu za planiranjem karijere ili promenom zanimanja;
- Subvencije za zapošljavanje – sredstva namenjena poslodavcu za zapošljavanje nezaposlenih;
- Podrška samozapošljavanju – sredstva i stručna pomoć koje može da ostvari nezaposleni koji se samozapošljava (osnuje radnju, zadrugu, poljoprivredno gazdinstvo);
- Dodatno obrazovanje i obuka – aktivnosti pružanja teorijskog i praktičnog osposobljavanja radi sticanja znanja i veština nezaposlenom licu, ili zaposlenom, za čijim je radom prestala potreba kod poslodavca, a kome nije moguće obezbediti odgovarajuće zaposlenje;
- Podsticaji za korisnike novčane naknade – jednokratni podsticaji za zapošljavanje, na koje imaju pravo nezaposlena lica koja su najmanje tri meseca koristila novčanu naknadu za slučaj nezaposlenosti, a koja zasnuju radni odnos na neodređeno vreme. Visina ovog podsticaja iznosi 30% visine naknade koja bi bila isplaćena do isteka prava na novčanu naknadu (bez doprinosa za obavezno socijalno osiguranje);
- Javni radovi – organizovanje radova u cilju zapošljavanja, očuvanja i unapređenja radnih sposobnosti nezaposlenih, kao i radi ostvarivanja određenog društvenog interesa;
- Druge mere usmerene ka zapošljavanju lica koja traže zaposlenje.

Kao što se može videti, osim različite klasifikacije, mere aktivne politike zapošljavanja su konzistentne sa merama koje se primenjuju u EU, budući da obuhvataju usluge posredovanja, subvencije, podršku u vidu novčane naknade i slično. Međutim, pored obuhvata ovih mera, važan parametar njihove uspešnosti neminovno je vezan za visinu raspoloživih sredstava kojim se finansiraju. U tom pogledu, situacija u Republici Srbiji je znatno nepovoljnija nego u zemljama EU, budući da se za mere aktivne politike zapošljavanja izdvaja daleko manje sredstava, mereno učešćem u BDP-u (Tabela 5). Iako je u Nacionalnoj strategiji zapošljavanja projektovano da se ovi izdaci do 2020. godine povećaju na 0,5% BDP-a, njihovo učešće u 2017. godini je deset puta manje od projektovanog nivoa. Ukoliko ih uporedimo sa izdacima u zemljama EU koje su predstavljene na Grafiku 1, vidimo da u većini zemalja premašuju visinu od 0,5% BDP-a, što nameće pitanje ispravnosti pristupa koji se primenjuje u Srbiji, budući da se manje izdvaja za podršku zapošljavanju iako je zaposlenost mnogo niža.

Dodatni problem Republike Srbije, koji je u vezi sa mogućnostima za finansiranje mera aktivne politike zapošljavanja, je nedovoljan privredni rast. Prema visini stope privrednog rasta, Srbija značajno i kontinuirano zaostaje za uporedivim zemljama Centralne i Istočne Evrope (CIE), budući da je u ovim zemljama kumulativni rast privrede u periodu 2010-2018. godine iznosio 30%, a u Srbiji oko 15%. Iako se stopa privrednog rasta u 2018. procenjuje na 4,3%, treba imati u vidu da je ona jednaka prosečnoj stopi rasta zemalja CIE (Mišljenje na Fiskalnu strategiju za 2019. godinu sa projekcijama za 2020. i 2021. godinu, 2018, 3). Dakle, povećanje izdvajanja za različite mere i programe u domenu politike zapošljavanja, kao i socijalne politike, direktno je korelisano sa uspešnošću ekonomske politike usmerene na dinamiziranje privrednog rasta.

Tabela 5 Izdvajanja za mere aktivne politike zapošljavanja u Republici Srbiji

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
Iznos u milionima RSD	3.500	3.700	5.550 ²	3.400	1.180	600	1.896	2.424	2.368
Učešće u BDP-u (u%)	0,11	0,12	0,17	0,10	0,03	0,015	0,044	0,054	0,049

Izvor: Program reformi politike zapošljavanja i socijalne politike u procesu pristupanja EU, maj 2016., str. 18. (za period 2009-2014.) i obračun autora na osnovu podataka Nacionalne službe za zapošljavanje i Republičkog zavoda za statistiku (za period 2015-2017.)

Kao što je analiza tendencija na tržištu rada u Republici Srbiji pokazala, posebno ugrožena grupa nezaposlenih se odnosi na mlade starosti 15-24 godine. Imajući u vidu značaj koji se pridaje povećanju zapošljivosti mladih u okviru Strategije „Evropa 2020“ i „Agende 2030“, Vlada Republike Srbije je 2014. godine donela Nacionalnu strategiju za mlade za period od 2015. do 2025. godine (Službeni glasnik RS, 44/2014). Od devet strateških ciljeva, kao željenih stanja u oblastima od interesa za mlade, prvi se direktno odnosi na unapređenje zapošljivosti i zaposlenosti mladih žena i muškaraca, dok je drugi cilj posredno vezan za zapošljivost, budući da tangira unapređenje kvaliteta i mogućnosti za sticanje kvalifikacija i razvoj kompetencija i inovativnosti mladih. Inače, zapošljivost se definiše kao „set dostignuća – veština, shvatanja i ličnih atributa, koji čini da se pojedinac što lakše zaposli i da bude uspešan u izabranom zanimanju, ostvarujući korist za sebe, druge zaposlene, zajednicu i ekonomiju“ (Yorke, M., 2006, 8). U vezi sa prvim strateškim ciljem, specifični problem koji treba rešiti odnosi se na nedovoljno adekvatnih prilika za apliciranje na programe koji pospešuju zapošljivost i zaposlenost mladih i mala motivisanost mladih da se na njih prijavljuju (Nacionalna strategiju za mlade za period od 2015. do 2025. godine, 2014, 9). Kao moguća rešenja navode se: unapređenje postojećih aktivnih mera zapošljavanja, sa fokusom na paket za mlade; razvoj mera zapošljavanja i smanjenja diskriminacije mladih žena na tržištu rada; unapređenje postojećih i kreiranje novih programa za prekvalifikaciju i dokvalifikaciju, kao i programa za sticanje praktičnih znanja, veština i kompetencija neophodnih na tržištu rada i kreiranje programa usmerenih na podsticanje aktivnosti mladih, naročito iz osetljivih društvenih grupa (Nacionalna strategiju za mlade za period od 2015. do 2025. godine, 2014, 10). Navedene smernice su u skladu sa podciljem 8.6 „Agende 2030“, koji se direktno odnosi na mlade iz osetljivih grupa, konkretno one iz tzv. NEET grupe (Not in Employment, Education or Training – mladi koji nisu zaposleni niti su u sistemu obrazovanja i obuke). Koliko je ovaj problem u Srbiji izražen govori podatak da je u 2017. godini procenat mladih koji nisu zaposleni niti su u sistemu obrazovanja i obuke iznosio 17,6%, a u EU 10,8% (<https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.NEET.ZS?locations=EU-RS&view=chart>). Osnovni uzrok neaktivnosti mladih je obeshrabrenost (usled male verovatnoće da će naći posao zbog visoke nezaposlenosti mladih) ili nezainteresovanost za rad, ukoliko postoji neki izvor primanja ili ako je visina prihoda u domaćinstvu zadovoljavajuća. Veliki broj neaktivnih mladih je i bez radnog iskustva i stečenih praktičnih znanja, što smanjuje njihovu atraktivnost za poslodavce, povećavajući rizik zapadanja u dugoročnu nezaposlenost.

Na osnovu prethodne analize može se zaključiti da je politika zapošljavanja u Republici Srbiji u velikoj meri usklađena sa smernicama postavljenim u strategiji „Evropa 2020“, što je i očekivano, budući da Srbija ima status kandidata za ulazak u EU. Međutim, problemi koje treba rešavati, naročito u domenu tržišta rada i zaposlenosti, su znatno izraženiji. U tom smislu, orijentacija ka standardima i smernicama EU, definisanim u strategiji „Evropa 2020“, ali i

² U 2011. godini iznos od 3,9 milijardi RSD za mere aktivne politike zapošljavanja je uvećan i dodatnim sredstvima u iznosu od 1,65 milijardi RSD iz ušteda od doprinosa za osiguranje za slučaj nezaposlenosti.

„Agendi 2030“, trasira pravac reformi u Republici Srbiji, ali i svim zemljama kandidatima za članstvo u EU. Relevantnost ovakve orijentacije je višedimenzionalna i ogleda se u: jačanju strateškog razmišljanja na nacionalnom i regionalnom nivou; identifikovanju vlastitih prioriteta i ciljeva u pojedinim oblastima; usvajanju dobre prakse drugih zemalja, u vidu strateških dokumenata, akcionih planova, kvantifikacije ostvarenih rezultata i slično, kao i u izgradnji administrativnih kapaciteta za korišćenje programa i fondova EU (Vodič kroz strategiju Evropa 2020, 2011, 28). Pored toga, kandidatura Srbije za članstvo podrazumeva i usklađivanje njene regulative sa principima EU putem pregovaračkih poglavlja, od kojih je, u kontekstu politike zapošljavanja, posebno relevantno poglavlje 19 (socijalna politika i zapošljavanje), ali i poglavlja 26 (obrazovanje i kultura), 20 (preduzetništvo i industrijska politika) i 2 (slobodno kretanje radnika).

Zaključak

Formulisanje i primena efikasnih mera politike zapošljavanja je važan segment unapređenja stanja na tržištu rada razvijenih, ali i zemalja sa nastajućim tržištima i tranzicionih zemalja. Analiza u radu je pokazala da su dosadašnji efekti strategije „Evropa 2020“ na stanje na tržištu rada EU generalno pozitivni, ali i da ima još prostora za poboljšanje i dostizanje ciljeva postavljenih za 2020. godinu. Polazeći od činjenice da su posledice Velike Resecije sanirane, o čemu svedoče pozitivne stope privrednog rasta i povećanje zaposlenosti u većini privreda EU, jednim od osnovnih ograničenja uspešnom okončanju implementacije navedene strategije u domenu zapošljavanja može se smatrati relativno nizak nivo nacionalnih ciljeva u pogledu stope zaposlenosti u pojedinim zemljama (Grčka, Italija, Španija, Hrvatska). Ipak, kao što je u radu i istaknuto, prosečna stopa zaposlenosti na nivou EU se u drugoj polovini 2018. godine nalazila na 1,8 procentnih poena ispod definisanog cilja, što ukazuje na visoku verovatnoću da će cilj biti i ostvaren.

Politika zapošljavanja u Republici Srbiji je u velikoj meri definisana sledeći praksu EU. To se naročito može videti iz analize aktivnih i pasivnih mera politike tržišta rada. Međutim, osim visoke usklađenosti u pogledu klasifikacije ovih mera, posebno aktivnih, ono što čini suštinsku razliku tiče se finansiranja tih mera i njihove efikasnosti. U Republici Srbiji se neuporedivo manje sredstava, mereno učešćem u BDP-u, izdvaja za finansiranje aktivnih mera zapošljavanja nego u zemljama EU, tako da se ne može očekivati da rezultati tih mera budu izraženi. Iako pozitivnih pomaka u vidu smanjenja stope nezaposlenosti i porasta stope zaposlenosti svakako ima, suštinski problem se odnosi na to koje segmente nezaposlenih (ali i zaposlenih) lica posebno tangiraju navedene mere. Naime, iako je generalno stopa zaposlenosti povećana, kvalitet zaposlenosti je daleko od zadovoljavajućeg. To je uočljivo iz visoke zastupljenosti neformalne zaposlenosti, zaposlenosti na određeno vreme, visokog učešća zaposlenih na privremenim i povremenim poslovima i slično. Sa druge strane, izuzetno visoka nezaposlenost mladih, kao posebno ugrožene grupe na tržištu rada, pokazatelj je da aktivne mere zapošljavanja nisu dobro koncipirane da podstaknu mlade na izlazak iz neaktivnosti i da povećaju njihovu zapošljivost. Jedna od ključnih prednosti aktivne politike tržišta rada upravo se ogleda u mogućnosti da se ciljano deluje na ranjive kategorije nezaposlenih, ali se ova prednost u Republici Srbiji očigledno ne koristi u pravoj meri.

Usklađivanje sa praksom EU, u pogledu upodobljavanja politike zapošljavanja sa smernicama iz strategije „Evropa 2020“, ali i „Agende 2030“, jeste odraz strateške opredeljenosti Republike Srbije da postane punopravni član EU i da unapredi stanje na tržištu rada. Međutim, ono što predstoji, pored dodatnog usklađivanja politike zapošljavanja sa relevantnim dokumentima EU, jeste orijentacija na suštinske probleme, vezane za smanjenje neformalne

zaposlenosti, redukciju dualnosti i segmentiranosti tržišta rada, kao i poboljšanje statusa ranjivih kategorija na tržištu rada. U tesnoj vezi sa ovim nastojanjima je i dinamiziranje privredne aktivnosti i stopa privrednog rasta, kao materijalne osnove za finansiranje programa definisanih u okviru politike zapošljavanja.

Reference

1. Anketa o radnoj snazi u Republici Srbiji 2008-2019, Beograd: Republički zavod za statistiku.
2. Bradaš, S. (2017). Statistika i dostojanstven rad. Beograd: Fondacija centar za demokratiju.
3. Crépon, B., van den Berg, G. J. (2016). Active Labor Market Policies. Discussion Paper No. 10321. Bonn: Institute for the Study of Labor.
4. Employment and Social Developments in Europe. (2019). European Commission *Quarterly Review*, March 2019.
5. Estevão, M. (2003). Do Active Labor Market Policies Increase Employment? IMF Working Paper 03/23. Washington: International Monetary Fund.
6. Europe 2020: A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. (2010). Brussels: European Commission.
7. Findlay, P., Kalleberg, A. L. & Warhurst, C. (2013). The challenge of job quality. *Human Relations*, 66(4), 441-451.
8. Guzmán, G. (2014). How effective are active employment policies to reduce unemployment in EU countries? *Atlantic Review of Economics*, 2nd Volume.
9. Jandrić, M., Molnar, D. (2017). Kvalitet zaposlenosti i tržište rada u Srbiji: koliko je Srbija daleko od EU? Beograd: Fridrich Ebert Stiftung.
10. Joksimović, Lj. (2018). Kvalitet zaposlenosti: Od pristojne do prekarne zaposlenosti, Srbija i EU. U: Leković, V. (red.): Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Republike Srbije. Kragujevac: Ekonomski fakultet, 99-113.
11. Labour Market Policy Statistics: Methodology. (2018). Brussels: European Commission.
12. Marjanović, G., Mihajlović, V. (2015). Tržište rada i politika zapošljavanja u EU i pouke za Srbiju. U: Jakšić, M., Stojanović Aleksić, V., Mimović, P. (red.), Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji. Kragujevac: Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, 105-115.
13. Mišljenje na Fiskalnu strategiju za 2019. godinu sa projekcijama za 2020. i 2021. godinu. (2018). Beograd: Fiskalni savet Republike Srbije.
14. Nacionalna strategija zapošljavanja za period 2011-2020. godine. (2011). Službeni glasnik RS, br. 37/2011, str. 37.
15. Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025. godine. (2014). Službeni glasnik RS, 44/2014.
16. National employment policies – A guide for worker's organisations. (2015). Geneva: International Labor Office, International Labour Organization.
17. Pignatti, C., van Belle, E. (2018). Better together: Active and passive labour market policies in developed and developing economies. Working Paper No. 37, International Labour Office.
18. Program reformi politike zapošljavanja i socijalne politike u procesu pristupanja EU. (2016). Vlada Republike Srbije.
19. Sahnoun, M., Abdennadher, C. (2018). The assessment of active labor market policies: evidence from OECD countries. *Economia Politica*, Vol. 35, Issue 2, 257-283.
20. SDG Note: The 2030 Agenda for sustainable development and national employment policies. (2016). Geneva: International Labour Organization.

21. Srbija i Agenda 2030: Mapiranje nacionalnog strateškog okvira u odnosu na ciljeve održivog razvoja Vlada Republike Srbije. (2017). Beograd: Republički sekretarijat za javne politike.
22. Strategija Evropa 2020: četiri godine kasnije. (2015). Beograd: Fond za otvoreno društvo i Evropski pokret.
23. Vodič kroz strategiju Evropa 2020. (2011). Beograd: Fond za otvoreno društvo i Evropski pokret.
24. Wyplosz, C. (2010). The failure of the Lisbon strategy. CEPR Policy Portal. Washington: Centre for Economic Policy Research. Dostupno na adresi: <https://voxeu.org/article/failure-lisbon-strategy>
25. Yorke, M. (2006). Employability in higher education: what it is – what it is not. Learning & Employability. Heslington: The Higher Education Academy.
26. Zakon o zapošljavanju i osiguranju za slučaj nezaposlenosti. (2017). Službeni glasnik RS, br. 113/17.

Internet izvori:

27. Eurostat Database: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
28. http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/eu2020/em0040_en.htm (datum pristupa: 03.07.2019.)
29. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.NEET.ZS?locations=EURS&view=chart> (datum pristupa: 09.07.2019.)
30. https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/lfsa_qoe_esms.ht (datum pristupa: 24.06.2019.)
31. ILOSTAT Database, International Labour Organization: <https://www.ilo.org/ilostat>
32. Nacionalna služba za zapošljavanje Republike Srbije: <http://www.nsz.gov.rs>
33. OECD Database: <https://stats.oecd.org/>
34. Republički zavod za statistiku: <http://www.stat.gov.rs/>

RODNE NEJEDNAKOSTI NA TRŽIŠTU RADA U REPUBLICI SRBIJI

Milena Jovanović-Kranjec* i Maja Luković**

Učešće žena na tržištu rada, a posebno vrste poslova koje one obavljaju, važna su odrednica u globalnoj ekonomiji danas. I ako živimo i radimo u 21. veku još uvek su prisutni određeni stereotipi i tradicionalna podela rada koja utiče na rodnu segregaciju zanimanja, neravnopravnost prilikom zapošljavanja, napredovanja, kao i u pogledu zarada. Rad ima za cilj da pokaže da je pojam roda postao važna ne samo sociološka odrednica, već i determinanta ekonomskih procesa i fenomen pomoću kojeg se restrukturiraju određeni tržišno-ekonomski odnosi.

U ovom radu se polazi od sociološkog aspekta koji je relevantan za analizu položaja žena na tržištu rada u Republici Srbiji. Biće reči o društvenim činiocima koji determinišu (ne)jednaku podelu rada između žena i muškaraca kao i o posledicama do kojih dovode rodne nejednakosti na tržištu rada.

Analiza u ovom radu se oslanja na relevantna međunarodna i domaća dokumenta, strategije, planove, izveštaje kao i na analizu važećih i dostupnih statističkih podataka.

Ključne reči: rod, nejednakost, tržište rada, podela rada

Uvod

Tokom istorije podela rada se odvijala na osnovu bioloških polova. Pol je bio važan temelj društvene organizacije rada u kući. Polna podela rada, kao najstarija je podela na osnovu koje su određeni posao pripisuje na osnovu muškog ili ženskog pola. Tako su žene kao emotivnije, pasivnije i nežnije obavljale poslove u kući i vezane za kuću i potomstvo, dok su muškarci kao hrabri, fizički jaki i neustrašivi bili predodređeni za poslove koji su se obavljali van kuće.

Prve društvene nejednakosti su tako proistekle na osnovu bioloških karakteristika muških i ženskih polova. Društvene nejednakosti su one nejednakosti između pojedinaca i društvenih grupa ili samo između pojedinaca koje imaju pripisano društveno značenje. To su nejednakosti stvorene određenim društvenim odnosima u kojima su novac, uticaj i ugled oko kojih se ljudi nadmeću, raspoređuju neravnomerno s obzirom na nečije biološke ili socijalne osobine.

Rod je kulturološki pojam koji podrazumeva društveno konstruisane razlike između žena i muškaraca i odnosi se na psihološke, društvene i kulturne razlike između muškaraca i žena. Rod se povezuje sa društveno konstruisanim pojmovima muškosti i ženskosti i nije nužno proizvod nečijeg biološkog pola. (Gidens, 2007). Rodne nejednakosti, kao vrsta društvenih nejednakosti označavaju neravnopravne mogućnosti muškaraca i žena da raspolažu različitim resursima i društvenom moći.

Republički zavod za statistiku polazi od definicije rodne ravnopravnosti po kojoj ona podrazumeva „ da žene i muškarci imaju jednake mogućnosti, prava i obaveze u svom društvenom, profesionalnom i porodičnom okruženju. Rodna ravnopravnost je “ uslov održivog razvoja s ciljem da građanke i građani žive u srećnijem i modernijem društvu u kome i žene i muškarci imaju jednak pristup resursima i jednako raspolažu ostvarenim rezultatima, odnosno gde je odnos moći izjednačena“.(Hjusion, Baćanović: 2014)

* Docent, e-mail: mkranjec@kg.ac.rs

** Nastavnik stranog jezika, e-mail: mmilutinovic@kg.ac.rs

Veoma važan aspekt rodni nejednakosti jesu ekonomske nejednakosti koje proističu iz nejednakostima u materijalnim resursima koji predstavljaju glavnu osnovu za obavljanje ekonomskih aktivnosti. Kao što se odnos muškaraca i žena u porodici menjao pod uticajem društvenoekonomskih odnosa, tako se menjaju i odnosi muškaraca i žena na tržištu rada. Ulazak žena na tržište rada označilo je početak feminizacije rada u čitavom svetu. Međutim, taj ulazak nije doveo do socioekonomskih jednakosti između žena i muškaraca, naprotiv doveo je do novih nejednakosti, rodni nejednakosti na tržištu rada.

Od samog ulaska na formalno tržište rada, žene su suočene sa rodnom podelom rada. Treba imati u vidu da je takva podela ukorenjena u kulturalnim pretpostavkama da su ženske i muške polne uloge prirodne i biološke. Tako su i „ženski poslovi“ podeljeni na osnovu bioloških pretpostavki. To je stvorilo stereotipe o muškim i ženskim zanimanjima na tržištu rada. To nije individualni problem, naprotiv takvi stereotipi koji su čvrsto ukorenjeni dovode do velikih društvenih posledica. Tako „tradicionalne radne uloge, kao npr. bavljenje dečaka IKT-zanimanjima, ne omogućuju da se adekvatno iskoriste i talenti devojčica. I obrnuto, isključivanje muškaraca iz profesija nege i staranja, zdravlja, socijalne pomoći negativno utiču na različite korisnike usluga kao i na socijalizaciju dečaka i muškaraca“. (Hjusun, Baćanović, 2014)

Od samih početaka rad žena je okarakterisan kao „manje obučen, kao manje vredan i kao onaj koji samo upotpunjuje porodični budžet“. (Galić, 2011:26)

I dok pojedini teoretičari¹ polako uviđaju vezu između rodnog pitanja i ekonomskih ishoda, pokušavajući da uvedu pojam roda u razmatranje o tržištu rada i platama, dotle se „pol i rodno pitanje ignorišu u teorijama o ekonomskom rastu, neravnopravnosti i ciklusa smenjivanja prosperiteta i recesije, a standardne pretpostavke, mere i metode kojima se ekonomisti služe uzimaju se pogrešno kao rodno neutralne“. (Bejtman, 2019)

Institucionalni okvir rodne ravnopravnosti u Republici Srbiji

Republika Srbija je potpisnica više važnih i obavezujućih međunarodnih dokumenata koji garantuju ravnopravnost žena i muškaraca i zabranjuju diskriminaciju na osnovu pola. Pored međunarodnih dokumenata Republika Srbija je donela i usvojila mnogobrojna dokumenta na nacionalnom nivou.

U ovom delu rada dat je prikaz institucionalnog okvira za uspostavljanje rodne ravnopravnosti u Republici Srbiji. Pored Ustava Republike Srbije, ključna dokumenta za poboljšanje položaja žena i jačanje ravnopravnosti su:

- Zakon o ravnopravnosti polova
- Zakon o zabrani diskriminacije
- Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period od 2016-2020 sa akcionim planom za period 2016-2018.
- Strategija za borbu protiv diskriminacije

Ustav Republike Srbije ustanovljava ravnopravnost polova kao osnovno ustavno načelo. Ustavom je utvrđena obaveza države da jemči ravnopravnost žena i muškaraca i razvija politiku jednakih mogućnosti (član 15), a uvedeno je i načelo zabrane diskriminacije, između ostalog, i diskriminacije na osnovu pola. (Ustav Republike Srbije).

¹ Perry, G. (2009). Gender Discrimination in Employment, u: O'Brien, J. (Ur.) (2009). *Encyclopedia of Gender and Society*, Volume 1. Los Angeles: SAGE; Hossfeld, L. (2009). Feminisation of work, u: O'Brien, J. (Ur.). *Encyclopedia of Gender and Society*, Volume 1. Los Angeles: SAGE; Crompton, R. (2010). Gender and Work, u: *Gender and Women's Studies*. Los Angeles: SAGE.

Zakon o ravnopravnosti polova (donet 2009. godine) obavezuje sve organe javne vlasti da vode aktivnu politiku jednakih mogućnosti i da prate ostvarivanje načela ravnopravnosti zasnovane na polu u svim oblastima društvenog života. Zakonom su regulisane oblasti zapošljavanja, zdravstvene zaštite, porodičnih odnosa, obrazovanja, kulture, sporta, političkog i javnog života i sudske zaštite.

Zakon o zabrani diskriminacije (usvojen 2010. godine) kojim se uređuje opšta zabrana diskriminacije, definišu oblici i slučajevi diskriminacije, kao i postupci zaštite od diskriminacije.

Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period od 2016. do 2020. godinesa *pratećim Akcionim planom (2016–2018)* (usvojena 2016. godine). Ova strategija predstavlja osnovni strateški dokument Republike Srbije koji se donosi radi unapređivanja rodne ravnopravnosti i predviđa veće učešće žena u političkom životu i procesima odlučivanja, poboljšanje ekonomskog položaja žena i ženskog preduzetništva, suzbijanje rodno zasnovanog nasilja i unapređenje položaja višestruko diskriminiranih i ranjivih grupa žena, kao što su starije žene, žene na selu, samohrane majke, žene sa invaliditetom, žene sa HIV-om, Romkinje i dr.

Strategija se odnosi na otklanjanje negativnih rodni stereotipa i diskriminatornih praksi prema ženama i praksi koje omogućuju i reprodukuju nejednak odnos moći između žena i muškaraca, raspodelu roditeljstva i ekonomije staranja na žene i muškarce, poboljšanje ekonomskog položaja žena, povećanje učešća žena u političkom i javnom životu, naročito u oraganima izvršne vlasti, promenu položaja i uloge žena u oblasti bezbednosti, poboljšanje zdravlja žena i poboljšanje položaja žena na selu, kao i uvođenje rodne perspektive u javne politike. Prioritetni strateški ciljevi politike unapređenja položaja žena i rodne ravnopravnosti u Republici Srbiji u periodu od 2016. do 2020. godine jesu: promenjeni rodni obrasci i unapređena kultura rodne ravnopravnosti; povećana ravnopravnost žena i muškaraca primenom politika i mera jednakih mogućnosti (sa naglaskom na marginalizovane grupe žena i zdravlje žena); sistemsko uvođenje rodne perspektive u donošenje, sprovođenje i praćenje javnih politika (uključujući rodno osetljivu statistiku i evidenciju).

Rodno osetljiva statistika u Republici Srbiji

Rodno osetljiva statistika, ili rodna statistika, „ relativno je nov pojam koji se odnosi na prikupljanje statističkih podataka o ženama i muškarcima u jednom društvu kako bi se omogućilo sprovođenje politika rodne jednakosti. Do jasnog razdvajanja termina „statistika razvrstana po polu“ i „rodna statistika“ došlo je na Svetskoj konferenciji o ženama u Najrobiju, 1985. godine, kada je ukazano na razliku između jednostavnog, površinskog prikazivanja razlika po polu i statistike koja suštinski uvažava rodne razlike i specifičnosti. (Blagojević-Hjerson, 2011:10)

Rodno osetljiva statistika pokazuje da razlike u položaju na tržištu rada između žena i muškaraca jesu sistematske i da se ispoljavaju u pogledu niza dimenzija, kao što su: nivo učešća u radnoj snazi, nivoa zaposlenosti, učešća u različitim zanimanjima i privrednim granama, zaradama, stažu i sl.

Republički zavod za statistiku vrši kontinuirano istraživanje o radnoj snazi. Anketa o radnoj snazi služi za prikupljanje podataka o osnovnim karakteristikama radne snage, na osnovu koje se vrši procena ukupne radne snage u našoj zemlji. Tri su najznačajnija kontigenta stanovništva: zaposleni, nezaposleni i neaktivni. U Anketi o radnoj snazi ovi kontigenti su definisani na sledeći način:

Zaposleni su lica koji makar jedan sat u posmatranoj sedmici obavljaju neki plaćeni posao, kao i lica koja su imala zaposlenje ali u toj nedelji bila odsutna sa posla. Zaposlena lica (formalno ili

neformalno) prema klasifikaciji profesionalnog statusa, dele se na: samozaposlene, zaposlene radnike i pomažuće članove domaćinstva.

- *Stopa zaposlenosti* predstavlja udeo zaposlenog stanovništva u ukupnom stanovništvu starom 15 i više godina.
- *Nezaposleni* su lica koja u posmatranoj sedmici nisu obavljala ni jedan plaćen posao niti su imali posao sa kojeg su odsustvovali i na koji su mogli da se vrate nakon isteka odsustva.
- *Stopa nezaposlenosti* predstavlja udeo nezaposlenih u ukupnom broju aktivnih stanovnika.

Tabela 1 Osnovni indikatori tržišta rada (u %) stanovništva radnog uzrasta (15-64) prema polu

	SRBIJA	
	Muškarci	Žene
Stopa aktivnosti	73.1	58.1
Stopa zaposlenosti	61.9	48.4
Stopa nezaposlenosti	15.3	16.7
Stopa neaktivnosti	26.9	41.9

Izvor: Anketa o radnoj snazi u Srbiji, 2016

Neaktivno stanovništvo čine sva lica stara 15 i više godina koja nisu svrstana u aktivno stanovništvo. To su ona lica koja u posmatranoj sedmici nisu obavljala nijedan plaćeni posao, nisu aktivno tražila posao ili nisu bila u mogućnosti da počnu da rade u roku od dve sedmice nakon isteka referentne sedmice.

Stopa neaktivnosti predstavlja udeo neaktivnog stanovništva u ukupnom stanovništvu starom 15 i više godina. (Anketa o radnoj snazi)

U 2016. godini stopa zaposlenosti žena radnog uzrasta iznosila je 48.4% i bila je 13.5% niža od stope zaposlenosti muškaraca. Stopa nezaposlenosti žena iznosila je 16.7% i bila je viša od stope nezaposlenosti muškaraca za 1.4%. Manja razlika u stopama nezaposlenosti u odnosu na stope zaposlenosti posledica je isključivanja žena sa tržišta rada i prelaska u neaktivno stanovništvo. Stopa neaktivnosti žena iznosila je 41.9%, a stopa neaktivnosti muškaraca 26.9%. Ovi podaci idu u prilog objašnjenju kada govorimo o rodnoj segregaciji. Velika je stopa neaktivnih žena (koje u svakodnevnom životu imaju status domaćica), što dovodi do veoma nepovoljnog položaja tih žena, posebno ako znamo da ekonomska neaktivnost umanjuje ekonomsku moć pojedinki i čini ih ekonomski zavisnim od drugih članova koji ekonomski obezbeđuju domaćinstvo.

Tabela 2 Stope zaposlenosti lica starosti 15 i više godina prema školskoj spremi, starosti i polu

Školska sprema	Ukupno	Žene	Muškarci
Bez škole	7,9	5,9	16,0
Niže obrazovanje	29,9	22,1	38,6
Srednje obrazovanje	49,8	41,7	56,7
Visoko obrazovanje	60,5	60,4	60,6
Starost			
15+	45,2	38,1	52,8
15-64	55,2	48,4	61,9
15-24	19,7	14,2	24,9
25-54	69,2	63,6	74,8
55+	24,7	17,5	33,5

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Iz tabele 2. *Stope zaposlenosti lica starosti 15 i više godina prema školskoj spremi, starosti i polu*, kada govorimo o kontingentu zaposlenih žena, može se zaključiti da je rodni jaz u zaposlenosti prisutan u svim prikazanim kategorijama, i onim koje su definisane prema starosti, kao i prema onima prema obrazovanju, i da je on uvek u korist muškaraca. Najveći broj zaposlenih muškaraca, kao i žena je u kategoriji sa visokim obrazovanjem i u kategoriji starosti od 25-54 godina. Najniži udeo žena u kategoriji žena bez škole i starosti od 14-24 godina. Stope zaposlenosti i kod žena i muškaraca korespondira nivoima obrazovanja, najviše su kod visokoobrazovanih, a najniže kod nekvalifikovanih.

Rodne nejednakosti su prisutne i u kategorijama srednje obrazovanje i niže obrazovanje. U kategoriji srednje obrazovanje zaposleno je 56.7% muškaraca, naspram 41.7% žena. U kategoriji niže obrazovanje takođe je više zaposlenih muškarac, 38.6%, nego žena koje čine 22.1% zaposlenih.

Ovde se može primetiti i jedna pojava koja je poznati fenomen i u ostalim zemljama u regionu koje karakteriše relativno niska stopa zaposlenosti žena, a to je da se u kategoriji visoko obrazovanje gube razlike u nivou zaposlenosti. I u Republici Srbiji rezultati pokazuju takvo stanje, stopa zaposlenosti u kategoriji visoko obrazovanje skoro je identična i kod muškaraca i kod žena i iznosi 60.6 za muškarce i 60.4 za žene.

Veoma važno pitanje se odnosi na deo koji se tiče kategorije radnog statusa, odnosno samozaposlenih kao i pomažućih članova domaćinstva. I ako je broj ovih žena ne tako veliki, to nije zanemarljiv podatak, posebno ako znamo da su pomažuća članovi pozicija koja stavlja ta lica u gotovo ropski položaj, bez mogućnosti da ostvari elementarna prava iz radnog odnosa. „Pomažuća članovi domaćinstva su lica koja pomažu drugom članu domaćinstva u vođenju porodičnog posla ili poljoprivrednog gazdinstva, a pri tome nisu plaćeni za taj rad“. (*Anketa o radnoj snazi*, 2017).

Žena u ovim kategorijama ima u svim starosnim grupama i u proseku ih je do tri i više puta više u odnosu na muškarce. Najvećem riziku od siromaštva u neformalnom sektoru izloženi su pomažuća članovi domaćinstva (Pantović, 2017). Položaj ovih žena je posebno ranjiv zato što pored toga što ne mogu da ostvare prava iz formalnog radnog odnosa one nisu ni plaćene za svoj rad kao pomažuća članovi domaćinstva. (tabela 3)

Tabela 3. Zaposleni prema radnom statusu, starosti i polu

Starost	15+		15-64		15-24		25-54		55+	
	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M
Radni status										
Ukupno	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Samozaposleni	14	31	13	28	9	13	11	25	27	54
Zaposleni radnici	73	65	76	68	77	70	80	72	43	42
Pomažuća članovi domaćinstva	13	4	11	4	14	17	9	3	30	4

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Prisutna je i sektorska segregacija kao i segregacija prema zanimanjima koje takođe upućuju na nejednak pristup žena i muškaraca sektorima i zanimanjima. Kada govorimo o rodnoj segregaciji postoje dve vrste i to horizontalna i vertikalna. Horizontalna segregacija poslova je ta da se muškarci i žene zapošljavaju u različitim oblastima. Tako se žene zapošljavaju češće u uslužnim delatnostima, obrazovanju, socijalnoj zaštiti ili sektoru zdravstva, dok su muškarci češće na poslovima vezanim za industriju, vojsku i sl.

Vertikalna segregacija podrazumeva da se žene zapošljavaju na poslovima gde su slabije plaćene i teže dolaze do napredovanja i rukovodećih položaja.

Na osnovu podataka koje su date u tabeli žene su zastupljenije u sektoru usluga od muškaraca. U ovom sektoru je zaposleno čak 77.2% žena, dok je u istom sektoru 55.5% zaposlenih muškaraca. (tabela 4)

Tabela 4 Zaposleni prema sektorima, obliku svojine i polu (u hiljadama i %)

	Žene		Muškarci		Struktura po polu	
	Broj	%	Broj	%	Žene	Muškarci
Zaposleni radnici	86,7	100	99,2	100	46,6	53,4
<i>Sektori delatnosti</i>						
Sektor poljoprivrede	16	1,8	43	4,3	26,9	73,1
Sektor industrije	171	19,7	328	33,1	34,3	65,7
Sektor građevine	10	1,2	70	7,0	12,9	87,1
Sektor usluga	669	77,2	551	55,5	54,9	45,1
<i>Svojina</i>						
Privatna registrovana	474	54,7	607	61,3	43,8	56,2
Privatna neregistrovana	11	1,2	18	1,8	37,3	62,7
Državna	374	43,1	352	35,5	51,5	48,5
Ostalo	8	1,0	14	1,4	37,4	62,6
Samozaposleni	168	100	475	100	26,1	73,9
<i>Sektori delatnosti</i>						
Sektor poljoprivrede	43	25,7	217	45,7	16,6	83,4
Sektor industrije	10	6,0	36	7,5	22,0	78,0
Sektor građevine	/	/	35	7,4	1,0	99,0
Sektor usluga	114	68,0	187	39,4	37,9	62,1
<i>Svojina</i>						
Privatna registrovana	90	53,4	303	63,6	22,9	77,1
Privatna neregistrovana	73	43,7	163	34,3	31,0	69,0
Državna	-	-	-	-	-	-
Ostalo	/	2,9	10	2,0	33,9	66,1

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Zanimanje je veoma važna sociološka odrednica, ono je osnova većine teorija socijalne stratifikacije i mobilnosti. Zanimanje koje neka osoba obavlja glavna je odrednica njenog društvenog položaja. Nije sve jedno da li neka osoba radi kao zanatlija, radnik na mašini, kao administrativni radnik ili je direktor neke firme. Zanimanja nose neke privilegije u društvu i određeni nivo zarada, koji bitno utiču na kvalitet života pojedinaca.

Segregacija prema zanimanjima (tabela 4) upućuje na nejednak pristup žena određenim zanimanjima. Muškarci čine veliku većinu u rukovodećim zanimanjima (direktori, funkcioneri i zkonodavci), čak 71% muškaraca, i samo 29% žena. Muškarci su takođe u većem procentu zastupljeni među zanatlijama 82%, kao i u kategoriji fabričkih radnika (rukovodioci mašinama, postrojenjima, monter i vozači) 83%.

Žene su zastupljenije u administrativnom sektoru gde je zaposleno 60% žena i 40% muškaraca.

I kada govorimo o odnosu zaposlenih u kategorijama radnog vremena, starosti i polu takođe postoji jaz između žena i muškaraca. Žene u svim starosnim kategorijama procentualno rade manje sa punim radnim vremenom (tabela 6), dok je procentualno više žena kada govorimo o radu koji je kraći od punog radnog vremena. Žene su te koje su „primorane“ da biraju takve poslove sa kojima mogu da usklađuju obaveze oko kuće i dece. Poslovi sa kraćim radnim vremenom su takvi poslovi koji sa druge strane ne pružaju mogućnost za napredovanje i veće plate. To su najčešće i veoma nesigurni poslovi.

Tabela 5 Zaposleni prema zanimanju i polu



Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Tabela 6 Zaposleni prema radnom vremenu, starosti i polu

Starost	15+		15-64		15-24		25-54		55+	
	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M
Radno vreme										
Ukupno	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Rade puno radno vreme	86	88	88	90	76	80	90	92	70	79
Rade kraće od punog radnog vremena	14	12	12	10	24	20	10	8	30	21

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Razlozi zbog kojih žene najčešće rade sa kraćim radnim vremenom (tabela 7) jesu na prvom mestu briga o deci ili nesposobnim odraslim licima, i to u 96% slučajeva. Samo 4% muškaraca navodi ovo kao razlog kraćeg radnog vremena. Na drugom mestu su porodični ili bračni razlozi u 63%, na trećem mestu su bolest ili invalidnost kao razlog sa 51%, zatim školovanje ili obuka sa 49%, dok je čak 40% žena reklo da radi sa kraćim radnim vremenom, zato što ne mogu da nađu posao sa punim radnim vremenom. Kada govorimo o razlozima zbog kojih se muškarci odlučuju za kraće radno vreme to su uglavnom u najvećem procentu školovanje i obuka.

Tabela 7 Zaposleni prema razlozima zbog kojih rade kraće od punog radnog vremena i polu



Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS

Породичне обавезе још увек често присилјавају жене на паузе у каријери због рођења детета или бризи о старијим члановима породице, „што су све прекиди који уманјују људски и социјални капитал тих жена али и њихову економски независност као и будућу пензију“. (Matković, 2008)

Nejednake plate muškaraca i žena

Poslednjih godina je veliko interesovanje među naučnicima različitih profila, ekonomista, sociologa, politikologa, pravnika i psihologa oko pitanja jaza u zaradama između žena i muškaraca.

Činjenica da žene više sati u toku dana rade, ali da je njihov rad u velikoj meri neplaćen, najbolje objašnjava nepovoljan položaj žena.

Platni jaz između žena i muškaraca predstavlja procentualno učešće razlike između prosečne zarade po času zaposlenih muškaraca i žena u prosečnoj zaradi po času muškaraca. (Anketa o radnoj snazi, 2017) Međutim, veoma je teško dokazati nejednakost u zaradama između žena i muškaraca za isti rad, pre svega zbog netransparentnih podataka u sistemu zarada. Jedini dostupni podaci su podaci iz Pilot istraživanja o strukturi zanimanja, a koji su kako je navedeno i u samom istraživanju, zbog nemogućnosti obezbeđivanja podataka iz administrativnih izvora, sprovedeni na uzorku poslovnih subjekata (pravnih lica i preduzetnika). (Pantović, 2017). Druga prepreka je da istraživanje obuhvata samo zaposlene u formalnom sektoru (bez zaposlenih u mikro preduzećima, samozaposlenih bez radnika i bez preduzetnika koji zapošljavaju manje od 10 radnika) te da podaci daju samo delimičnu sliku o zaradama.

Tabela 8 Platni jaz i učešće zaposlenih sa niskim zaradama u ukupnom broju zaposlenih prema polu, 2014 (%)

	Platni jaz između žena i muškaraca	Učešće zaposlenih sa niskim zaradama u ukupnom broju zaposlenih	
		Žene	Muškarci
Ukupno	8,7	24,4	21,6
<i>Starosne grupe</i>			
15-29 god.	3,3	31,6	32,1
30-39	9,3	24,7	23,4
40-49	10,1	24,5	20,8
50-59	9,5	21,2	15,3
60 i više god.	0,8	12,5	14,1
<i>Stepen obrazovanja</i>			
Bez škole, nepotpuna osnovna škola ili osnovno obrazovanje	22,4	60,7	36,9
Srednje obrazovanje	15,0	30,9	24,3
Viša škola, I stepen fakulteta, stručne studije	12,5	10,0	11,9
Visoko obrazovanje, magistarske ili doktorske studije	17,8	4,0	4,8
<i>Grupe zanimanja</i>			
Rukovodioci (direktori), funkcioneri i zakonodavci	13,6	9,2	10,4
Stručnjaci i umetnici	15,0	2,4	3,2
Inženjeri, stručni saradnici i tehničari	16,1	5,5	8,4
Administrativni službenici	3,0	16,7	13,6
Uslužna i trgovačka zanimanja	13,4	59,2	45,5
Poljoprivrednici, šumari, ribari i srodni	/	/	/
Zanatlije i srodni	30,6	47,5	26,8
Rukovaoci mašinama i postrojenjima, monter i vozači	19,0	23,8	23,1
Jednostavna zanimanja	24,3	59,9	35,8

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS, 2017.

Ako govorimo o platnom jazu među zanimanjima (tabela 9), najveći platni jaz je u sektoru prerađivačke industrije 18.6% i sektoru informisanja i komunikacija 14. 9% kao i u finansijskom sektoru i sektoru osiguranja gde platni jaz iznosi 12.9%.

Veoma je značajno napomenuti da je platni jaz jako izražen čak i u onim sektorima gde žene čine čak većinu zaposlenih, kao što je sektor obrazovanja i socijalne zaštite gde on iznosi 12.6%. I u svim ostalim sektorima muškarci zarađuju više od žena, u sektoru trgovine 11.1%, u obrazovanju 5.5%, u sektoru umetnosti, zabave i rekreacije 3.5%, rudarstvu 6.5%, sektoru snabdevanja električnom energijom 7.6%.

Tabela 9 Platni jaz i učešće zaposlenih sa niskim zaradama u ukupnom broju zaposlenih prema polu, 2014 (%)

	Platni jaz između žena i muškaraca	Učešće zaposlenih sa niskim zaradama u ukupnom broju zaposlenih	
		Žene	Muškarci
<i>Oblik svojine</i>			
Privatna svojina	9,2	38,8	31,2
Državna svojina	12,0	11,9	8,2
Veličina poslovnog subjekta			
10-49 zaposlenih	-3,6	38,5	52,2
50-249	7,9	29,8	22,2
25-499	10,6	23,5	14,0
500-999	12,1	14,5	9,3
1000 i više zaposlenih	13,8	11,1	4,4
Sektori delatnosti			
Rudarstvo	6,5	1,1	2,0
Prerađivačka industrija	18,6	37,4	22,7
Snabdevanje električnom energijom, gasom i parom	7,6	1,8	0,3
Snabdevanje vodom i upravljanje otpadnim vodama	0,5	19,1	18,5
Građevinarstvo	-3,4	26,8	34,2
Trgovina na veliko i malo i popravka motornih vozila	11,1	52,4	42,7
Saobraćaj i skladištenje	-4,9	12,5	16,5
Usluge smeštaja i ishrane	7,4	40,9	13,1
Informisanje i komunikacija	14,9	5,6	6,8
Finansijske delatnosti i delatnost osiguranja	12,9	5,0	7,6
Poslovanje nekretninama	0,5	5,3	8,4
Stručne, naučne, informacione i tehničke delatnosti	3,3	11,3	20,7
Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti	-4,5	23,4	28,0
Obrazovanje	5,5	15,3	16,2
Zdravstvena i socijalna zaštita	12,6	13,1	10,4
Umetnost, zabava i rekreacija	3,5	27,0	30,5
Ostale uslužne delatnosti	-22,7	21,6	30,8

Izvor: Anketa o radnoj snazi RZS, 2017.

Iz gore navedenih podataka evidentna je razlika u platama između muškaraca i žena (*gender pay gap*) u Republici Srbiji i po sektorima i po zanimanjima.

Zaključak

I ako je u Republici Srbiji stvoren pravni i institucionalni okvir, koji je nophodan ali ne i dovoljan uslov za ravnopravniji položaj žena na tržištu rada, položaj žena u odnosu na položaj muškaraca je i dalje nepovoljan. O tome svedoče mnogobrojni podaci zvanične statistike u kojima se prepoznaje nejednaki položaj žena na tržištu rada, posebno kod zapošljavanja, napredovanja, isplate plata za jednak rad. Velike su posledice takvog stanja na tržištu rada.

Kada govorimo o ženama na tržištu rada primetna je visoka stopa nezaposlenosti, dok je stopa zaposlenosti niska. Direktna posledica stanja visoke stope formalne nezaposlenosti žena u

vezi je sa društvenom nerazvijenošću i lošom ekonomskom situacijom. Takođe, statistika pokazuje i veliki procenat žena radnog uzrasta koje su isključene sa tržišta rada, čak više od 40%. Evidentirana je sektorska segregacija u okviru koje su žene zastupljenije u sektoru usloga, obrazovanja, socijalnog rada, a znatno ih ima manje u industriji, IT sektoru i vojsci. Postoji i segregacija u oblasti zanimanja, muškarci dominiraju u rukovodećim zanimanjima, u zanimanju zanatlija, rukovodioci mašina i vojnim zanimanjima, dok su žene dominantne samo u administrativnim zanimanjima. Ono što najviše zabrinjava to je veliki broj žena pomažućih članova domaćinstva, kategorije koja je najviše izložena riziku od siromaštva, zbog toga što nije plaćena za taj rad i žene iz ove kategorije direktno ekonomski zavise od ostalih formalno zaposlenih članova.

I kada govorimo o zaradama, kao ključnom elementu dostojanstvenog rada, možemo primetiti da su žene u nepovoljnijoj situaciji, rodne razlike u platama postoje u većini sektora delatnosti, čak i u okviru istih zanimanja i na istim nivoima obrazovanja.

U skladu sa navedenim podacima neophodno je obezbediti već uspostavljen institucionalni mehanizam za sprovođenje rodne ravnopravnosti. I dalje se „ kao ključne prepreke za rešavanje problema pokazuju sledeće prepreke:

- nedovoljno znanje o rodnoj ravnopravnosti i društvu i državi;
- nedovoljna senzibilisanost za diskriminaciju usled niskog nivoa svesti, jake patrijahalne ideologije i raširene mizoginije u medijima;
- nedostatak političke volje da se promovide rodna ravnopravnost, jer se ona vidi kao „strano nametanje“;
- nedostatak znanja i inovativnih procedura u administraciji koji bi omogućili implementiranje rodne ravnopravnosti putem uspostavljanja odgovarajućih standarda. (Hjusun, Baćanović, 2014:12)

Nije dovoljno samo pozivati se da Republika Srbija ima usvojena dokumenta koja regulišu ovu oblast društva, već je potrebno sprovesti i kontrolisati takvu politiku. Dakle, na institucijama je da prepoznaju i otklone uzroke vidljive (ne)ravnopravnosti na tržištu rada.

Literatura:

1. Bejtman, V. (2019) *Faktor pola-kako su žene obogatile Zapad*. Novi Sad/Beograd: Mediterran Publishing.
2. Blagojević-Hjusun, M., Baćanović, V. (2014) „ Rodna ravnopravnost u Srbiji 2014: analiza stanja u oblasti ekonomije“. Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja. Vol.XXXIII/2, 7-24.
3. Blagojević-Hjusun, M. (2011) *Žene i muškarci u Srbiji: šta nam govore brojevi*. Beograd: UN WOMAN-Agencija Ujedinjenih nacija za rodnu ravnopravnost i o snaživanje žena.
4. Galić, B. (2011) Žene i rad u savremenom društvu-značaj „orodnjenog“ rada. *Sociologija i prostor*, 49 (2011), 189 (1): 25-48.
5. Gidens, E. (2007) *Sociologija*. Beograd: Ekonomski fakultet.
6. *Zakon o ravnopravnosti polova* (Službeni glasnik RS, broj 104/2009)
7. *Zakon o zabrani diskriminacije* (Službeni glasnik PS, broj 22/2009)
8. Matković, T. (2008) Tko što radi? Dob i rod kao odrednice položaja na tržištu rada u Hrvatskoj. *Revija socijalne politike*. Zagreb. 15(3), 479-502.
9. *Nacionalna strategija za podnu ravnopravnost za period od 2016. do 2020. godine sa akcionim planom za period od 2016. do 2018. godine*. (Službeni glasnik RS, broj 4/2016).
10. Pantović, J., Bradaš, K., Petovar, K. (2017) *Položaj žena na tržištu rada*. Beograd: Friedrich Ebert Stiftung.

11. Republički zavod za statistiku. Publikacija *Žene i muškarci u Republici Srbiji*. (2017)
12. Republički zavod za statistiku. (2017) „ Anketa o radnoj snazi u Republici Srbiji “. *Bilten* br. 623.
13. Republički zavod za statistiku. (2017) Anketa o radnoj snazi, metodološko uputstvo. *Metodologije i standardi*, br.69.

GENDER INEQUALITIES AT LABOR MARKET IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Milena Jovanović-Kranjec and Maja Luković

Participation of women at labor market, and especially types of jobs they perform, are an important determinant in the global economy nowadays. And although we live and work in the 21st century there are still present certain stereotypes and traditional division of work that affects gender segregation of occupations, inequality with employment, career advancement, as well as with respect to earnings. The paper is aiming to show that the notion of gender became not only an important sociological determinant, but also a determinant of economic processes and a phenomenon by which certain economic relations are restructured.

This paper starts from the sociological aspect that is relevant for analyzing the position of women at labor market in the Republic of Serbia. The topic will be social factors determining (non)equal division of work between women and men as well as the consequences caused by gender inequalities at the labor market.

The analysis in this paper relies on relevant international and domestic documents, strategies, plans, reports as well as on analysis of valid and available statistical data.

Key words: gender, inequality, labor market, division of work

**POSLOVNI ASPEKTI EVROPSKIH
INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

STRATEGIJSKA ORIJENTACIJA U POSLOVANJU PREDUZEĆA: POGLED SA VRHA

Stevo Janošević*

Oko značenja pojma strategijska orijentacija ne postoji opšta saglasnost. Ono što je, međutim, neosporno u njenom definisanju je to da je tesno povezana sa konceptom poslovne strategije i da izražava spremnost suočavanja sa budućnošću u svetlu mogućnosti i opasnosti budućeg okruženja. U pitanju je bitna odluka o poslovanju u budućnosti, o dominantnoj orijentaciji i šta su suštinski izbori u odnosu na određeno značenje sagledane budućnosti. Razumljivo je onda zašto dobija sve više na značaju sa ubrzanjem tempa promena i povećavanjem broja mogućnosti. Polazna premisa u radu je da je u planiranju strategijske orijentacije ključan način razmišljanja i pravilno definisanje problema. Zato se ukazuje, što je cilj istraživanja, na mogući konceptualni okvir u planiranju strategijske orijentacije preduzeća koji ocrta suštinska pitanja i naglašava moguće odgovore, posebno u pogledu razjašnjenja njegove povezanosti sa poslovnom strategijom. U tom cilju se sveobuhvatno analizira priroda i značaj koncepta strategijske orijentacije, strategijska orijentacija kao platforma za formulisanje poslovne strategije i različite tipologije strategijskih orijentacija. Poseban ugao gledanja na strategijsku orijentaciju je da je deo procesa upravljanja promenama. Naime, strategijska orijentacija predstavlja osnovu za planiranje i sprovođenje promena. Takođe, pošto je definisanje i preispitivanje područja poslovanja na kontinuelnoj osnovi značajan element planiranja strategijske orijentacije preduzeća, ovom pitanju se u radu posvećuje poseban deo. Ovako definisan konceptualni okvir je istovremeno dobra teorijska osnova za sagledavanje praktičnih mogućnosti, ograničenja i izazova u procesu planiranja strategijske orijentacije savremenog preduzeća.

Ključne reči: Strategijska orijentacija, Strategija, Strategijski menadžment, Upravljanje promenama, Posao preduzeća, Industrija 4.0

Uvod

Pojam strategijska orijentacija ima široko značenje u oblasti menadžmenta i poslovne ekonomije i u literaturi se na različite načine definiše. Višeznačnosti ovog pojma posebno doprinosi mogućnost njenog razmatranja iz različitih perspektiva. Može se, isto tako, definisati sažeto i široko, za čitavo preduzeće, pojedine strategijske poslovne jedinice ili poslovne funkcije. Ne utvrđuje se relativno često, ali to nikako ne znači da se ne mora periodično preispitivati i prilagođavati zahtevima okruženja. U današnjem svetu u kome je evidentan diskontinuitet usled dominacije učestalih, radikalnih i međusobno uslovljenih promena ovo ima poseban značaj. Neki od češće korišćenih sinonima za strategijsku orijentaciju su: strategijska namera, opšta strategija, strategijska logika, strategijski cilj, strategijski prioritet, strategijska aspiracija, strategijsko opredeljenje, strategijska predispozicija, strategijski izbor, strategijska alternativa, alternativni pravac razvoja, strategijska mogućnost.

Pridev strategijski potiče od imenice strateg koja je nastala od grčke reči stratos, koja označava vojsku, i glagola ago koji označava vođenje. Upućuje na veštinu vođenja vojske i način ratovanja, odnosno sposobnost ostvarivanja ciljeva u okolnostima koje se menjaju. Suštinu strategije u vojnoj doktrini opredeljuje pitanje: gde i kako se boriti da bi se dobio rat? Merilo uspešnosti ratovanja je ostvarivanje ratnih ciljeva. Konceptcija vojne strategije naglašava značaj

* Redovni profesor, u penziji, e-mail: sjanosevic@kg.ac.rs

mišljenja protivničke strane, da mesto ratovanja bude prilagođeno mogućnostima, princip koncentracije resursa, korišćenje iznenađenja i inovativnosti u postupanju, neophodnost koordinacije ciljeva i resursa u prostoru i vremenu, potrebu utvrđivanja alternativnih ciljeva, jer je odsutnost alternative u suprotnosti sa pravom prirodom ratovanja. Zato je za razumevanje značenja strategije od posebnog značaja kontekst njenog nastajanja.

U poslovnoj ekonomiji i menadžmentu koncept strategije je preuzet iz vojne doktrine i primenjuje se na savremeno preduzeće. Naime, konkurenti u savremenim uslovima poslovanja nisu u stanju miroljubive koegzistencije već rata. Poslovna strategija se zato može definisati kao ideja vodilja za ostvarivanje ciljeva u promenljivim uslovima poslovanja, odnosno osnovni način kojim se uspostavlja odnos između preduzeća i okruženja. Kao što postoje različite strategije ratovanja (na primer, frontalni napad, opkoli i uništi, uspostavi dominaciju, planirano povlačenje, pozicioni rat, napad sa krila, ofanzivni i defanzivni rat, trgovinski, medijski i digitalni rat itd.), različiti su načini koja uspešna preduzeća koriste da bi ostvarila svoje ciljeve. Posledično, različite su poslovne strategije kojima se ostvaruje konkurentska prednost na izabranom tržišnom segmentu.

S druge strane, svedoci smo postojanja različitih formi povezivanja između preduzeća koja su u isto vreme konkurenti (na primer, Samsung i Sony, Microsoft i Apple, Ford i Toyota, BMW i Toyota, Microsoft i Nokia). Savremene informaciono-komunikacione tehnologije posebno podstiču preduzeća na povezivanje (Google i Huawei je dobar primer). I to ne samo preduzeća koja su direktni konkurenti, ili proizvođači supstituta, već i preduzeća koja se bave različitim poslovima. Koopetitivnost (eng. *co-opetition*) predstavlja nov pojam koji se koristi za objašnjenje fenomena kolaborativnog konkurisanja, tj. konkurisanja kroz saradnju. Prema tome, ono što predstavlja na prvi pogled stanje miroljubive koegzistencije je suštinski konkurentsko nadmetanje i suprotstavljenost. Ratuje se, dakle, i putem saradnje, što predstavlja, isto tako, poseban tip strategije ratovanja.

Kineski general Sun Cu napisao je još u 6. veku pre nove ere da potčinjavanje neprijatelja bez borbe je vrhunac veštine ratovanja. Pravi cilj nije toliko da se traži bitka, koliko da se ostvari strategijska situacija koja je pogodna da ukoliko ona sama po sebi ne iznudi odluku da se onda to sigurno ostvari njenim nastavljanjem pomoću bitke. Istorija pokazuje da su u većini značajnih bitaka pobednici doveli svoje protivnike u izuzetno nepovoljnu poziciju pre nego što je došlo do samog sukoba (Đuričin i Janošević, 2007, str. 208). Sve mirovne operacije 90-tih godina prošlog veka na prostorima bivše Jugoslavije, posebno na Kosovu, bile su priprema za kasnije vojne operacije i samo bombardovanje. Prema tome, konkurenti međusobno ratuju tako što prethodno pokušavaju na odgovarajući način da se što bolje pozicioniraju na tržištu. Strategijsko pozicioniranje preduzeća označava opredeljenje da se obavljaju aktivnosti koje su različite od aktivnosti konkurenata, ili obavljanje sličnih aktivnosti na drugačiji način.

Orijentacija je imenica koja potiče od francuske reči *orientation* i vodi poreklo od latinskog *oriens*, što znači istok. Sve do srednjeg veka njeno značenje se koristilo u geografskom smislu za utvrđivanje strana sveta i povezivano je, pre svega, sa sposobnošću snalaženja u prostoru. Immanuel Kant svojim radovima značajno proširuje njeno značenje u smislu upućenosti i snalaženja u različitim oblastima ljudskog bitisanja ili sposobnosti da se nađe pravi put.

Planiranje strategijske orijentacije predstavlja neosporno značajno istraživačko pitanje iz oblasti strategijskog menadžmenta i predmet istraživanja u ovom radu. Zbog karaktera savremenog okruženja dobija sve više na značaju. Budući da istraživanja ovog tipa prate brojne nedoumice i konceptualne razlike, cilj ovog rada je da doprinese boljem razumevanju prirode i značaja koncepta strategijske orijentacije u poslovanju preduzeća, posebno u pogledu razjašnjenja njegove povezanosti sa poslovnom strategijom. Podržavajući cilj ovog osnovnog

cilja je: postaviti dobre teorijske osnove za sagledavanje praktičnih mogućnosti, ograničenja i izazova u procesu planiranja strategijske orijentacije preduzeća. Ovo je istovremeno najbolji test metodološke uverljivosti i pouzdanosti samog istraživanja. Time se, isto tako, otvara prostor za nova istraživanja i preispitivanja. Polazeći od ovih ciljeva, rad je strukturiran na sledeći način. Nakon uvoda, u prvom delu se sveobuhvatno analizira koncept strategijske orijentacije. Posebno se sagledava priroda samog koncepta, zatim strategijska orijentacija kao platforma za formulisanje poslovne strategije i tipologija strategijskih orijentacija. Pošto strategijska orijentacija predstavlja okvir za planiranje i sprovođenje promena, poseban deo je posvećen ovom pitanju. Nakon toga sledi deo u kome se detaljno analizira fundamentalna komponenta strategijske orijentacije - definisanje posla. Poslednji deo rada obuhvata zaključna razmatranja.

Koncept strategijske orijentacije

Priroda koncepta

Traženje i postojanje smisla života za svakog čoveka slično je planiranju i postojanju strategijske orijentacije preduzeća. Austrijski neurolog i psihijatar Viktor Frankl (1994) u svojoj knjizi „Zašto se niste ubili: Traženje smisla življenja“, koja je nastala na osnovu njegovog boravka u koncentracionom logoru tokom Drugog svetskog rata, sveobuhvatno je analizirao traženje smisla života. Po njemu, razlozi za život treba uvek da postoje nezavisno od nepodnošljivosti uslova i teških okolnosti. Zapravo, smisao života nikada ne sme da prestaje da postoji. Volja za smislom je primarni pokretač života. Samo značenje smisla života nije za svakog čoveka isto i neprestano se menja. Boraveći u logoru Viktor Frankl je primetio da su veću šansu da prežive imali upravo oni koji su bili psihološki orijentisani na budućnost, na neki cilj ili zadatak koji su planirali ostvariti u budućnosti. Moto jednog ovakvog razmišljanja mogla bi biti misao Jovana Dučića da ko smisao života nije tražio, taj nije živeo.

Rezultat traženja svrhe postojanja preduzeća izražava se iskazom o njegovoj svrsi. Misijom preduzeće utvrđuje bazičnu svrhu poslovanja, razlog postojanja, nezavisno od karaktera okruženja i dinstinktivnih kompetentnosti. Kao što je smisao života karakterističan za svakog čoveka, iskaz o svrsi preduzeća treba da izražava specifičnosti poslovanja i aspiracije. Sve je veći broj preduzeća koja sastavljaju odgovarajuće izveštaje o svojoj svrsi. Neki su, nažalost, suviše uopšteni i apstraktni i ne obezbeđuju dovoljno korisne smernice za definisanje domena posla i za zauzimanje konzistentnih stavova o važnim pitanjima. Utvrđivanje iskaza o svrsi kod velikih diversifikovanih kompanija prate brojne teškoće, ograničenja i konceptualni problemi.

Ono što je neosporno u definisanju strategijske orijentacije je da je ovaj pojam usko povezan za konceptom poslovne strategije. Za pojedine autore strategijska orijentacija predstavlja širi koncept u definisanju strategije ili najznačajniji input u procesu razvoja strategije. Zapravo, sam proces strategijskog menadžmenta može predstavljati kontekst planirane strategijske orijentacije. Kad se jednom definiše strategijska orijentacija ona postaje polazna premisa u procesu strategijskog menadžmenta. Strategijskom orijentacijom se pomaže u strategijskom odlučivanju postavljanjem usmeravajućih perspektiva. Zahvaljujući strategijskoj orijentaciji naglašavaju se vrednosti i prioriteti od značaja za donosiocce strategijskih odluka. Zato to ne može biti apstraktni prikaz poslovanja u budućnosti, već jasno artikulisan i koherentan stav, da bi mogao predstavljati skup smernica za delovanje. Značajan aspekt strategijske orijentacije je vremenski horizont na kojem se ona zasniva.

Pojedini autori (Avcic et al., 2011, str. 148; Pour i Asarian, 2018; Miles i Snow (1978) strategijsku orijentaciju vide kao način na koji preduzeće uspostavlja odnos sa eksternim

okruženjem (industrija/konkurenti). Za Walkera i Ruckerta (1987, str. 15-16) strategijska orijentacija predstavlja način na koji jedna organizacija namerava da konkuriše. Dobro formulisana strategijska orijentacija ukazuje na ciljeve koje treba ostvariti. Strategijskom orijentacijom se utvrđuju strategijski pravci delovanja u cilju ostvarivanja superiornih performansi (Gatignon i Xuereb, 1997, str. 78). Za pojedine autore (Grawe et al., 2006, str. 283) to je način fokusiranja resursa da bi se postigli željeni rezultati. Strategijska orijentacija reflektuje filozofiju preduzeća kako da posluje korišćenjem duboko ukorenjenog seta vrednosti i verovanja koji predstavljaju smernice u nastojanju da se ostvare superiorne performanse poslovanja. Vrednosti i verovanja opredeljuju resurse koje treba koristiti i njihovu interakciju, posebno između elemenata materijalne i nematerijalne aktive (Kevin et al., 2005, str. 45). Otuda shvatanje (Grawe et al., 2006, str. 283) strategijske orijentacije kao relevantnog aspekta korporativne kulture. Strategijska orijentacija se može, isto tako, definisati i kao opšti okvir strategije preduzeća, s tim da se detalji o samoj sadržini i implementaciji strategije ostavljaju za kasnije (Slater et al., 2006, str. 1224).

U razmatranju strategijske orijentacije mogu se koristiti različiti pristupi (Morgan i Strong, 1998, str. 1053-1054; Venkataraman, 1989, str. 943-944). To su: narativni, klasifikacioni i komparativni pristup. Narativni pristup se bazira na kvalitativnim metodologijama koje se često koriste u analizi studije slučaja. Naglašava se opis holističke prirode strategije i kontekst njenog nastajanja. Klasifikacioni pristup se svodi na grupisanje ili kategorizaciju različitih strategija. Različiti tipovi strategija podržavaju različite strategijske orijentacije. Komparativni pristup naglašava različite dimenzije strategijske orijentacije. Venkataraman (1989, str. 948-949) u tu svrhu sugerise razmatranje sledećih šest ključnih dimenzija: ratobornost, analitičnost, odbrambenost, orijentisanost na budućnost, proaktivnost i preuzimanje rizika.

Kim i Mauborgne (1997, str. 106) na bazi istraživanja brzog rasta najuspešnijih kompanija analiziraju dva tipa strategijske logike - konvencionalna strategijska logika i logika inovativnih vrednosti. Razlikuju se prema sledećih pet osnovnih dimenzija: pretpostavke u grani, strategijski fokus, vrednost za kupca, značaj postojeće imovine i sposobnosti i ponuda proizvoda i usluga. Konvencionalna strategijska logika prema kojoj su uslovi poslovanja u grani dati nije adekvatna, već da je to logika inovativnih vrednosti prema kojoj se uslovi u grani mogu uobličavati. Jedna od bitnih karakteristika logike inovativnih vrednosti je izmenjeni strategijski fokus. Poslovanje konkurenata nije „benčmark“, već treba praviti vrednosne iskorake („kvantni skok“) da bi se dominiralo na tržištu. Posmatrano iz ugla kupca fokus je na uvećanju vrednosti. Isto tako, poslovne mogućnosti se ne posmatraju kroz objektiv postojeće imovine i sposobnosti, već se postavlja pitanje: šta bi bilo ako bi smo radili ispočetka? Sa stanovišta ponude proizvoda i usluga logika inovativne vrednosti stavlja naglasak na potpuno rešenje za kupca, koje može uključiti ponudu izvan postojeće grane.

Zbog karaktera i potentnosti intelektualnog kapitala (nematerijalne aktive), jedna od mogućih perspektiva u razmatranju strategijske orijentacije odnosi se na ulogu koju intelektualni kapital ima u planiranju strategijske orijentacije. Promene kojih smo neposredni svedoci i koje se tiču izvora konkurentne prednosti i pokretača konkurentnosti neodvojive su od intelektualnog kapitala i njegovog rastućeg značaja. Različite komponente intelektualnog kapitala (ljudski, strukturni i relacioni) predstavljaju eksplicitni i implicitni kontekst za osnaživanje i razvoj velikog broja industrija (Dženopoljac et al., 2019, str. 1269-1270). Kroz proces planiranja strategijske orijentacije istovremeno se eksploatiše intelektualni kapital i uvećava njegova vrednost. Rezultat toga može biti situacija kad intelektualni kapital uslovljava izmenu strategijske orijentacije (Cohen et al., 2014, str. 295). Neopipljivi resursi predstavljaju supstancu intelektualnog kapitala. Oni nisu jasno vidljivi, nemaju fizičko ili finansijsko otelotvorenje, i odnose se na znanje i informacije, različite sposobnosti zaposlenih, povezanost sa

kupcima i različitim stejkholderima, i predstavljaju resurse koji su povezani sa menadžment procesom, korišćenim informacionim sistemima, organizacionim rutinama, poslovnom kulturom, intelektualnim vlasništvom i reputacijom (Janošević i Dženopoljac, 2013, str. 51; Janošević, 2019, str. 198).

Strategijskom orijentacijom se često daju pobjedničke aspiracije. Pobjednička aspiracija se manifestuje izborom ciljanih aspiracija (na primer, tržišno učešće). Prema (Lafley i Martin, 2013, str. 14-30), odgovor na pitanje šta je pobjednička aspiracija predstavlja deo kaskade strategijskih izbora. Kineska kompanija Huawei ne krije svoje dugoročne planove, pa je već 2016. godine najavila da želi postati najveća kompanija na svetu po proizvodnji mobilnih telefona. Osim što uspešno konkuriše najboljim Apple i Samsung pametnim telefonima, Huawei je na putu da postane lider u opsluživanju telekomunikacionih operatera i na tržištu 5G, mada se suočava sa brojnim ograničenjima u prodaji svoje opreme i uređaja. Jedno od poslednjih ograničenja se odnosi na mogućnost saradnje sa Google, posebno u transferu hardvera, softvera i tehničkih usluga. Prihodi Huaweia u prvom tromesečju 2019. godine porasli su za 39%, dok je prodaja pametnih telefona povećana na 59 miliona.

Dobar primer strategijske orijentacije sa pobjedničkim aspiracijama je preduzeće Metalac-Proleter a.d. iz Gornjeg Milanovca. Nepovoljna finansijska i tržišna pozicija preduzeća nametnula je potrebu donošenja početkom 2012. godine odgovarajućeg programa mera. Nakon donošenja sveobuhvatnog programa mera za ozdravljenje i finansijsku konsolidaciju preduzeća, utvrđena su sledeća strategijska opredeljenja (Strategija preduzeća Proleter a.d. iz Gornjeg Milanovca, 2013-2016. godina, 2012.):

- Postojeću maloprodajnu mrežu i lokaciju prodavnica iskoristiti za što bolje konkurentsko pozicioniranje u prodaji robe koja se koristi za svakodnevnu potrošnju;
- Izbegavati direktnu konfrontaciju sa velikim trgovinskim sistemima;
- Za ostvarivanje konkurentске prednosti manji značaj treba da ima konkurentnost po osnovu nižih cena i direktna konfrontacija sa velikim maloprodajnim sistemima. Daleko veći značaj treba da ima sticanje konkurentске prednosti kroz direktan odnos između prodajnog osoblja i kupaca i asortimanska osposobljenost. Sastavni deo ovog odnosa je izgradnja poslovne kulture koja se bazira na postulatu da je opstanak i uspeh uslovljen prevashodno nivoom ostvarenog zadovoljstva kupaca i da se sitnim i svakodnevnim dodatnim uslugama i minijaturnim efektima može obezbediti kritična masa stalnih i lojalnih kupaca;
- Realan rast prodaje;
- Rast tržišnog učešća na tržištu Gornjeg Milanovca i širenje maloprodajne mreže na teritoriju susednih opština.

Strategijska orijentacija: platforma za formulisanje strategije

Strategijska orijentacija se može tretirati kao deo sistema aspiracija na kojima se bazira proces formulisanja poslovne strategije kojom se stvara i implementira plan igre u konkurentskom nadmetanju. Za pojedine autore (Kaplan i Norton, 2004, str. 33) ovaj sistem aspiracija se sastoji od misije (Zašto postojimo?), sistema vrednosti (U šta verujemo?) i vizije (Šta želimo postići?). Polazište je da savremeno preduzeće treba biti vođeno strategijom i da se strategija nalazi u epicentru menadžment procesa. Strategija predstavlja samo jedan korak u kontinuitetu odlučivanja. Na taj način su sve aktivnosti, poslovne funkcije, organizacioni delovi i pojedinci usmereni na realizaciju strategije (Janošević, 2018, str. 320).

Poznavanje alternativnih tipova strategija ili pravaca razvoja može predstavljati dobar okvir za utvrđivanje strategijske orijentacije. Podela strategija prema pravcu razvoja izražava različite strategijske izbore (Hofer i Schendel, 1978; Senić, 1993). Tipologija strategija polazeći od pravaca rasta na (1) ekspanziju (strategije napredovanja), (2) stabilizaciju (strategije stabilnog rasta) i (3) smanjenje (strategije nazadovanja ili povlačenja) može predstavljati platformu u planiranju strategijske orijentacije. Pri tome u razmatranju mogućih pravaca razvoja koja preduzeću stoje na raspolaganju treba imati u vidu alternativne metode rasta (organski, eksterni i kombinovani) kojima se oni mogu ostvariti. Ova tipologija strategijskih izbora je osnova za podelu strategija rasta prema potencijalu rasta - strategije rasta, stabilizacije i povlačenja (Đuričin et al., 2016, str. 449-451). Takođe, u realizaciji ciljeva rasta različiti tipovi strategija se mogu međusobno razlikovati po tome da li se izvori rasta koriste u okviru granica postojećeg posla ili izvan njega.

Ansoffov (1973) vektor (matrica) rasta i njegove različite modifikacije predstavlja dobru osnovu za razvoj različitih strategijskih opredeljenja. Različite kombinacije proizvod/tržište mogu biti unutar i izvan preduzeća, s tim da obuhvatanje različitih kombinacija proizvod/tržište izvan preduzeća može biti unutar ili izvan postojećeg domena (delatnosti) poslovanja. U pitanju je pristup koji različite mogućnosti rasta posmatra sa stanovišta dva osnovna izvora rasta - proizvod i tržište. Mogućnosti koje su povezane sa proizvodom tiču se postojećeg, modifikovanog i novog proizvoda. Tržište kao izvor rasta povezan je sa mogućnostima rasta u okviru postojećeg i novog tržišta.

Konkurentska prednost predstavlja ključni koncept i osnovu za razumevanje same prirode strategijske orijentacije. Zahvaljujući strategijskoj orijentaciji preduzeće stvara i održava konkurentsku prednost. Treba praviti razliku između privremene konkurentске prednosti i održive konkurentске prednosti (Barney, 2007, str. 19). Konkurentska prednost koja traje kratkoročno je privremenog karaktera. Održiva konkurentska prednost traje dugoročno. Merilo uspešnosti strategijske orijentacije je održiva konkurentska prednost. Pandan ovoj tipologiji konkurentskih prednosti je razlikovanje konkurentskih hendikepa - privremeni i održivi konkurentski hendikep.

Različita su shvatanja o tome kako preduzeće može da razvije i održi konkurentsku prednost. Dva su osnovna pristupa ovom problemu (Hitt et al., 1996, str. 20-21; Đuričin i Janošević, 2007, str. 208). Prvi pristup polazi od eksternog okruženja u stvaranju strategijske akcije. Identifikuju se, pre svega, grane koje obezbeđuju natprosečne prinose. Zatim sledi izbor odgovarajuće strategije koja opredeljuje potrebne resurse i njena implementacija. Polazište drugog pristupa su resursi i sposobnosti. Unikatna resursna baza opredeljuje konkurentsku prednost (Marr et al., 2003). Analiza resursa i sposobnosti uključuje ocenu snaga i slabosti u poređenju sa konkurentima. Da bi resursi bili u funkciji stvaranja konkurentске prednosti treba da budu vredni, retki, da se teško kopiraju i da su nepodesni za zamenu (Barney, 1991, str. 105-112). Sledi pronalaženje atraktivne grane u kojoj je moguće eksploatisati ove resurse i sposobnosti. Konačno, sledeći korak je formulisanje strategije koja omogućava najbolje korišćenje resursa i sposobnosti u odnosu na mogućnosti u eksternom okruženju.

Hamel i Prahalad (1989, str. 63-76) dovode u pitanje, polazeći od istraživanja prakse strategijskog upravljanja u većem broju najvećih svetskih kompanija u SAD, Evropi i Japanu, konvencionalni pristup strategijskoj orijentaciji (strategijskoj nameri) koji se zasniva na usklađivanju potencijala sa zahtevima okruženja. Manje su uspešne kompanije koje svoje strategijske namere pokušavaju ostvariti raspoloživim resursima. Prema njima, najuspešnije kompanije su usmerene na korišćenje ključnih sposobnosti na nov i inovativan način, kako bi se ostvarili, na prvi pogled, nedostižni ciljevi. Resursi se tad koriste kreativno, uspostavljaju se različiti zahtevi prema okruženju, a preduzeće se kontinuirano obnavlja i transformiše (Đuričin i Janošević, 2007, str. 212-213). Uspeh se ostvaruje izgradnjom ključnih kompetentnosti koje su u

funkciji ostvarenja strateških namera. Ključne kompetentnosti predstavljaju harmonizovanu kombinaciju više resursa, sposobnosti, procesa i tehnologija zahvaljujući kojima se ostvaruje jedinstvena upućenost u poslovanje. Zahvaljujući njima obezbeđuje se veća dodata vrednost proizvoda, otežano je imitiranje i ostvaruje se pristup većem broju različitih tržišta. Za resurse koji predstavljaju distinktivnu kompetentnost i osnov konkurentne prednosti često se koristi naziv jezgro kompetentnosti (engl. *core competence*). Prahalad i Hamel (1990) jezgro kompetentnosti definišu kao kolektivno znanje u organizaciji, posebno u pogledu toga kako koordinirati različite proizvodne sposobnosti i integrisati mnogostruke tokove tehnologije. U pitanju je faktički vezivno tkivo između različitih poslova. Na prvi pogled heterogeni proizvodi postaju slični jer ih povezuje mali broj jezgara kompetentnosti. Isto tako, jezgro kompetentnosti može biti ključni podsticaj za ulaženje u potpuno nove poslove. Posledično, strateška orijentacija koja se bazira na konceptu jezgra kompetentnosti može imati za rezultat širok i promenljiv proizvodni program.

Tipologije strateške orijentacije

Jedan od često u literaturi navođenih konceptualnih okvira, koji može biti od koristi u planiranju strateške orijentacije, daju Miles i Snow (1978). Oni razlikuju sledeće tipove strateške orijentacije: tragači, branioci, analizatori i reaktori.

Tragači (engl. *prospectors*) se aktivno suočavaju sa promenama u okruženju. Orijetisani su na korišćenje novih mogućnosti i njihovo stvaranje. Zato poseban značaj pridaju korišćenju inovacija, stvaranju i razvoju novih tehnologija. Često su to preduzeća u granama u nastajanju koje su rezultat značajnih inovacija ili pojave novih potreba. Njihove buduće odluke i akcije konkurenti teško mogu predvideti. Tragači su dosta slični interaktivistima („preusmeravaju struju”) u podeli pristupa ili filozofija planiranja koju daje Ackoff (1974, str. 6).

Branioци (engl. *defenders*) su suprotnost tragačima. Oni pokušavaju da zaštite i unaprede konkurentnu poziciju u postojećem domenu proizvod/tržište. Preduzimaju sve potrebne mere u cilju unapređenja operativne efikasnosti („branilac sa najnižim troškovima”). Često su orijetisani samo na jedan tržišni segment (Miles et. al., 1978, str. 550). Druga mogućnost je biti „diferencirani branilac” (Slater et. al., str. 1225). Preferiraju predvidljivo i stabilno okruženje. Ovaj tip strateške orijentacije ima dosta sličnosti sa Porterovom podelom generičkih strategija.

Analizatori (engl. *analyzers*) pokušavaju da koriste sve ono najbolje od tragača i branioca. Zauzimaju prostor između ove dve krajnosti. Analitičari uočavaju i imitiraju uspešne poslovne ideje tragača, često pokušavajući koristiti prednosti drugog na tržištu. Nastoje da ostvare operativnu efikasnost branioca. Ovu vrstu strateške orijentacije nije oportuno koristiti u industrijama koje karakterišu značajne tržišne i tehnološke promene.

Reaktore (engl. *reactors*) ne karakteriše proaktivnost i sposobnost reagovanja na promene u okruženju. Oni nemaju koherentan plan za ostvarivanje konkurentnosti u poslovanju i ne raspolažu sa mehanizmima ili procesima za prilagođavanje promenama na tržištu. Rezultat ove strateške orijentacije je neuspeh. Svojevrsan su pandan reaktivistima („plivaju protiv struje”) u Ackoffovoj (1974, str. 6) tipologiji filozofija planiranja.

Različiti tipovi strateške orijentacije imaju značajne implikacije na proces upravljanja u preduzeću, jer u zavisnosti od izabrane strateške orijentacije naglašavaju se određeni aspekti upravljanja. To može biti, na primer, inovativnost, tehnološka pozicija, konkurentsko nadmetanje, upravljanje istraživanjem i razvojem, organizacioni dizajn, upravljanje ljudskim resursima. Istraživanja (Palumbo i Manna, 2018, str. 295-296) pokazuju da strateška orijentacija kao podrška ima poseban značaj na sposobnost malih preduzeća da inoviraju

proizvode, usluge i procese. S tim u vezi su i različita unapređenja prethodno opisane tipologije strategijske orijentacije koju su dali Miles i Snow (Laforet, 2008). S druge strane, svaki od ovih aspektata upravljanja bitno utiče na performanse poslovanja (Aragon-Sanchez i Sanchez-Marin, 2005, str. 288; Slater i Narver, 1993, str. 33-34).

U planiranju strategijske orijentacije naglasak može biti, pre svega, na tržište, tehnologiju i preduzetništvo. Drugim rečima, tri su bitne dimenzije strategijske orijentacije: tržišna, tehnološka i preduzetnička. Tržišna orijentacija predstavlja operacionalizaciju marketing koncepta. Brojne su studije iz oblasti marketinga (Stanković et al., 2013, str. 147-166) u kojima je istraživana i dokazan značaj i uloga tržišne orijentacije u poslovanju. Pojedini autori za tehnološku dimenziju strategijske orijentacije koriste naziv inovativna orijentacija (Grinstein, 2008, str. 118). Neke od tipologija strategijske orijentacije uključuju sledeće dimenzije: tržišna orijentacija, preduzetnička orijentacija, orijentacija ka kupcu, troškovna orijentacija, inovativna orijentacija, konkurentska orijentacija, orijentacija učenja, orijentacija prema zaposlenima i orijentacija na međusobni uticaj (Ferraresi et al., 2012). Gatignon i Xuereb (1997, str. 78) strategijsku orijentaciju posmatraju iz ugla uspešnosti razvoja novih proizvoda sa stanovišta sledeće tri dimenzije: kupci, konkurencija i tehnološka orijentacija. Da bi se stvorila vrednost za kupca neophodno je razumeti njihove potrebe. Konkurentskom orijentacijom identifikuju se i analiziraju reakcije konkurenata.

Tehnološkom orijentacijom se definiše značaj funkcije istraživanja i razvoja, sticanje tehnologije i njeno korišćenje u razvoju novih proizvoda. Sa promenom tehnologije, poslovanje se mora prilagođavati novim uslovima da bi opstalo. Tehnologija prožima sve aktivnosti koje konstituišu lanac vrednosti preduzeća. Izbor tehnologije u jednom delu lanca vrednosti utiče na ostale aktivnosti lanca vrednosti. Pri tome se, isto tako, ne može vrednovati samo sa stanovišta neposrednih efekata, već i kroz uticaj na ukupan sistem vrednosti (Đuričin et al., 2016, str. 682-683). Pojedini autori (Deshpandé et al., 2013, str. 234) izdvajaju kao posebnu i značajnu dimenziju strategijske orijentacije troškovnu orijentaciju. Cilj je da se minimiziraju troškovi, unapredi efikasnost poslovanja i obezbede kupcima kvalitetniji proizvodi po atraktivnim cenama. Rezultati istraživanja pokazuju da ne postoji saglasnost u pogledu rasprostranjenosti i značaja ove dimenzije strategijske orijentacije kod preduzetničkih i malih firmi. Za razliku od drugih tipova strategijske orijentacije, troškovna orijentacija nije bila predmet većeg empirijskog interesovanja istraživača.

Tržište i tehnologija, kao dve osnovne pokretačke snage promena, danas se sve više povezuju i međusobno dopunjuju svojim uticajima. Iako i tržišna i tehnološka orijentacija promovišu otvorenost za nove ideje, tržišna orijentacija favorizuje ideje koje bolje zadovoljavaju potrebe kupca, dok tehnološka orijentacija preferira koristi najsavremenije tehnologije (Zhou et al., 2005, str. 45). Preterana fokusiranost na zadovoljstvo kupca može u planiranju strategijske orijentacije predstavljati značajno ograničenje zbog stvorene miopije ili razvojne inertnosti. Upozorenja da je prilikom razvoja novih proizvoda bolje „ignorirati kupca“ deluju već anegdotski. Rečenica koja se pripisuje Henry Fordu glasi: „Da sam pitao klijente šta žele, oni bi tražili bržeg konja.“ (Grant, 2016, str. 58). Tehnološka orijentacija ima u fokusu posvećenost aktivnosti istraživanja i razvoja, uvođenje novih tehnologija i razvoj novih proizvoda (Gatignon i Xuereb, 1997). Pojedina preduzeća se upuštaju u poslovne poduhvate u potpuno novim delatnostima, gde je, na primer, tehnologija ključni podsticaj. Na primer, Texas Instruments je ušao u tržište digitalnih satova na bazi njegovog vođstva u tehnologiji integralnih kola. Preduzetnička orijentacija je ključna za pokretanje inovativnosti. Tehnološka orijentacija se često povezuje sa preduzetničkim firmama jer podstiče na preuzimanje rizika, proaktivnost, otvorenost za nove ideje i inovativno razmišljanje. Preduzetničku orijentaciju pored

inovativnosti karakteriše proaktivnost i preuzimanje rizika. Lumpkin i Dess (1996, str. 136) dodaju još dva atributa - autonomija i konkurentna agresivnost.

Pristupi koji polaze od tržišne, tehnološke i preduzetničke komponente strategijske orijentacije se mogu tretirati kao refleksija brojnih pokušaja u opisivanju, raščlanjavanju i modeliranju samog procesa inovacija. 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. 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. Isto tako, sa stanovišta inovativnosti, granice između preduzeća i njegovog okruženja postaju fluidne, jer se inovacije mogu lako prenositi unutar i izvan preduzeća. 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.

U ne malom broju istraživanja izdvaja se kao posebna komponenta strategijske orijentacije (pored tržišne, tehnološke i preduzetničke) - orijentacija na učenje (engl. *learning orientation*). Ova komponenta ukazuje na sklonost u preduzeću učenju i stvaranju znanja zahvaljujući čemu se stalno preispituju pretpostavke na kojima se bazira fundamentalna filozofija poslovanja, korišćeni „mentalni model“ i „dominantna logika“ (Grinstein, 2008, str. 118). Razvoj ili sticanje znanja ima za rezultat promene u ponašanju. Zapravo, ova komponenta strategijske orijentacije upućuje na sklonost u preduzeću za stvaranje i upotrebu znanja kako bi se ostvarila konkurentna prednost. Orijetaciju na učenje nije moguće odvojiti od ostalih komponenti. Na primer, razvoj novih tehnologija, proizvoda ili procesa predstavlja specifičan oblik učenja. Istraživanja ukazuju da je odnos i izbalansiranost između različitih komponenti strategijske orijentacije od značaja za ostvarivanje održive konkurentne prednosti (Hakala, 2011, str. 202-203).

Strategijska orijentacija kao okvir za planiranje i sprovođenje promena

Sposobnost suočavanja sa promenama opredeljuje poslovni uspeh preduzeća, njihov opstanak, rast i prosperitet. Posmatrano i na makro planu, zahvaljujući različitoj uspešnosti u suočavanju sa nastupajućim promenama preuređuje se relativni položaj pojedinih zemalja, njihova industrijska osnova, bogatstvo i moć (Janošević, 2007, str. 40). Spremnost preduzeća da se suoči sa promenama opredeljuje njihov uspeh. Uspeh se zapravo meri sposobnošću da se živi sa promenama, jer promena danas faktički postaje zakon života. Pri tome promena često pretpostavlja sposobnost stvaranja novih prednosti uništavanjem postojećih, što je svojevrsan akt „kreativne destrukcije“. Ne samo preduzeća koja su u stanju krize, već i uspešna preduzeća se faktički suočavaju sa trajnom potrebom za promenom. U 1991. god. između 60 i 70% od 100 najvećih globalnih kompanija sa liste časopisa Fortune nisu postojale u potpunom ili nekom jednostavnom obliku sličnom onom iz 1970. godine (Stockport, 2000, str. 1461). Dobra ilustracija dinamizma promena je da do pre 2006. godine nisu postojali: iPhone, iPad, Kindle, 4G, 5G, Uber, Android, Oculus, Instagram, Snapchat, Airbnb, Whatsapp.

Na primeru dinosaurusa, kameleona i homo sapiensa najbolje se može sagledati značaj odnosa prema promenama. Suočeni sa naglim promenama klime i kod drugih životinjskih i biljnih vrsta, dinosaurusi su izumrli jer nisu bili sposobni da se adaptiraju okruženju. Ova vrsta negativne interakcije sa okruženjem imala je za rezultat kratkoročni opstanak i izumiranje ove vrste životinja. Da bi se opstalo nije dovoljno biti adaptibilan, već i to ostvarivati potrebnom brzinom. Tip interakcije sa okruženjem koju ostvaruju kameleoni obezbeđuje dugoročni opstanak, ali je praćen stagnacijom. Savremeno okruženje kojeg karakteriše neizvesnost, dinamičnost i kompleksnost zahteva od preduzeća ponašanje koje je slično ponašanju homo sapiensa, koje nije samo adaptivno, već i proaktivno i inovativno.

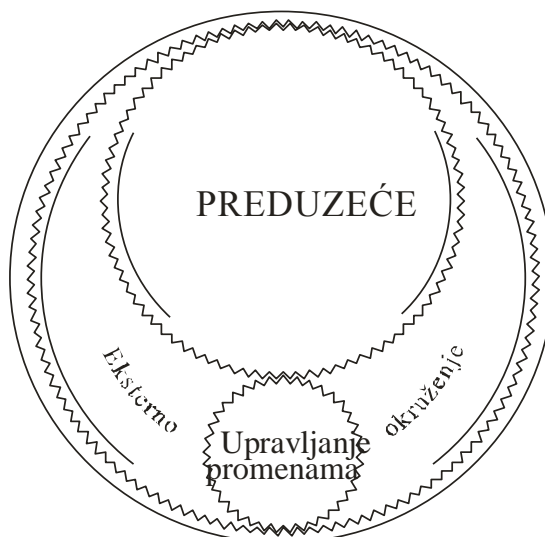
Upravljanje promenama je sistematična aktivnost koja otpočinje sa osmišljavanjem strategijske orijentacije. Može se definisati kao sistematski pristup da bi se obavile kako planirane tako i neplanirane promene nastale unutar jedne organizacije ili kao posledica spoljnih promena koje utiču na organizaciju (Oxford Dictionary of Business and Management, 2016). Surova je činjenica da značajan broj inicijativa za promenom doživljava neuspeh. S druge strane, procesu upravljanja promenama je imanentan otpor koji je rezultat straha od nepoznatog i doživljavanja promene kao pretnje i mogućeg izvora nesigurnosti i ličnog neuspeha. Još je Makijaveli napisao u 15. veku, govoreći o promenama, da nema težeg i opasnijeg poduhvata s manjim izgledom na uspeh od pokušaja uvođenja novog poretka stvari. Glavni izazov i ograničenje u procesu upravljanja promenama predstavlja promena ljudskog ponašanja. Kod strategijskih ili transformacionih promena strah od promene ili nepoznatog je veći jer je domen promene širok i sveobuhvatan. Posmatrano iz perspektive ljudskih resursa, upravljanje promenama predstavlja strukturiran i sistematski pristup u stvaranju održive promene ljudskog ponašanja unutar jedne organizacije (Đuričin et al., 2016, str. 654-657).

Od pitanja „Šta će se promeniti u idućih deset godina?“ daleko je važnije pitanje „Šta se neće promeniti u idućih deset godina?“ Odgovorom na ovo drugo pitanje stvara se pravilan stav o poslovanju i planira strategijska orijentacija. Jednom rečju, na delu je faktički nestalnost savremenog života. Za Paula Masona (2016) ovo je bitna odrednica novog načina života koji upravo nastaje. Ključni problem je prema njemu postojanje nesklada između informacionih tehnologija i društvenih i ekonomskih institucija koje nas danas okružuju. Zato je neophodna promena u načinu razmišljanja o tehnologiji, tržištu, proizvodu, radu i životu uopšte. Vodeći proizvođači automobila danas svoje glavne konkurente vide u kompanijama Tesla, Google i Amazon, a ne u sadašnjim velikim proizvođačima automobila, a svoju strategijsku orijentaciju vezuju za brojne dramatične promene koje iz temelja menjaju njihovu delatnost. Na primeru velikog broja proizvoda to se najbolje vidi jer predstavljaju kompleksne sisteme koji sadrže mehaničke i elektronske delove, različite vrste hardvera i softvera, mikroprocesore, senzore, imaju mogućnost skladištenja velikog broja podataka i na brojne načine se mogu povezivati sa drugim proizvodima (Porter i Heppelmann, 2014). Proizvodi postaju „pametni“ i međusobno povezani stvarajući pri tome potpuno novu eru konkurencije. Nove vrste proizvoda menjaju strukturu postojećih industrija i prirodu konkurencije, stvaraju potpuno nove industrije i konkurentne mogućnosti. Za većinu preduzeća fundamentalno pitanje je u kom se poslu nalaze.

Promena, u stvari, pretpostavlja potrebu prilagođavanja novim okolnostima. Ono što je eksplicitno u definiciji promene je različitost. Često označava put u nepoznato. Kao što čovek može da posmatra prirodu sa ciljem da je upozna, kako bi se odbranio od nje ili je iskoristio u svoje svrhe, tako i promene u preduzeću su reakcija na spoljne pretnje ili proaktivni pokušaj da se iskoriste šanse (slika 1). Dva su zato alternativna tipa razvojnog ponašanja ili odnosa prema promenama. Jedan predstavlja bolje korišćenje postojećih mogućnosti (proizvoda, tržišta i tehnologije), a drugi zahteva iznalaženje novih mogućnosti uspostavljanjem novih odnosa sa

okruženjem (novi proizvodi, tržišta i tehnologije). Uspešno suočavanje sa izazovima i mogućnostima posebno strateških promena zahteva od preduzeća da uči, jer su za iniciranje i uspešno sprovođenje promena neophodna nova i različita znanja. Koncept "organizacije koja uči" izražava sposobnost preduzeća da stvara i pribavlja nova znanja, nove koncepte i uspešno ih prilagođava svom jedinstvenom poslovnom okruženju.

Sposobnost upravljanja promenama je jedan od najvećih izazova sa kojim se susreće menadžment savremenog preduzeća. Obuhvatnost, obim i dinamika promene se nalaze u uzročno-posledičnoj vezi. Nezavisno od toga što je kontekst upravljanja promenama u savremenim uslovima poslovanja izmenjen, suština strateške orijentacije je neizmenjena - to je održiva konkurentna prednost. Digitalna era predstavlja nov kontekst upravljanja promenama kojeg karakteriše eksponencijalni rast mogućnosti. Svedoci smo da digitalizacija postaje sve češće korišćen pojam i na određeni način magična reč naše svakodnevnice. Promene su kontinuelne, umesto povremene i često radikalne i strukturnog su karaktera. Dolazi, isto tako, do množenja informacija koje nemaju vlasnika. Nov kontekst upravljanja promenama je prelivanje neekonomskih fenomena, pre svega geopolitike i regulative okruženja, na ekonomiju. Brojnost promena proističe posebno iz mrežnih interakcija.



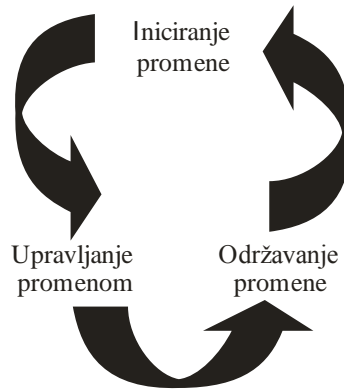
Slika 1 Usklađivanje potencijala preduzeća sa promenama u okruženju

Izvor: Autor

Proces promene nije linearan, već je interaktivan. Sastoji se iz tri međusobno povezane faze (slika 2): iniciranje promene (uočavanje potrebe za promenom i stvaranje strateške orijentacije), upravljanje promenom (planiranje i komunikacija, stvaranje poverenja i osposobljavanje zaposlenih) i održavanje promene (institucionalizovanje filozofije promene) (Janošević, 2008). Samo iniciranje promena se zasniva na analizi i oceni okruženja (karakter promene, trendovi, prekretnice), utvrđivanju pozicije preduzeća u odnosu na okruženje i sagledavanju mogućnosti promene pozicije.

Budućnost karakterišu promene koje su nepoznanica umesto „neizvesnost poznatog“. Clayton Christensen (1997), profesor sa Poslovne škole na Harvardu, prvi put je 1995. godine upotrebio termin remetilacke (engl. *disruptive*) tehnologije i inovacije. Remetilacka inovacija predstavlja inovaciju koja ima snagu da promeni iz temelja tržište određenog proizvoda ili usluge, ali i da potencijalno izbaci vodeća preduzeća iz tog segmenta poslovanja. Ova inovacija kreira nove proizvode koji zadovoljavaju potpuno nove potrebe kupaca, koje do tada nisu ni

postojale, ili omogućava potpuno novoj grupi kupaca pristup proizvodu koji je u ranijem periodu bio dostupan samo kupcima sa visokim dohotkom ili kupcima sa odgovarajućim veštinama. Ima potencijal da učini postojeću praksu zastarelom ili da stvori novu. Suprotnost remetilačkim inovacijama su zadržane (engl. *sustain*) inovacije. Obično ih karakteriše stabilno i pravolinijsko poboljšanje postojećih inovacija. Ove inovacije poboljšavaju etablirane proizvode i mogu predstavljati i uvođenje radikalno nove tehnologije u upotrebu (Janošević, 2019, str. 205).



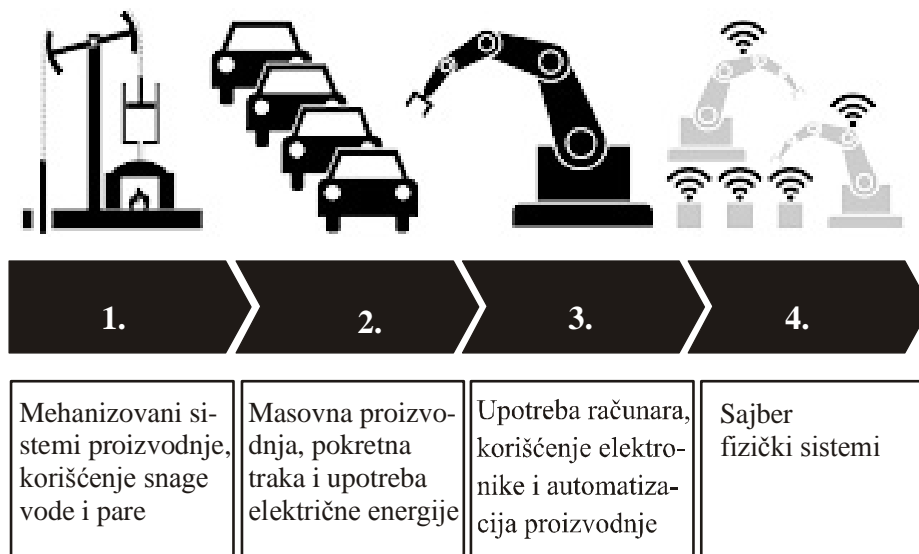
Slika 2 Proces promene

Izvor: Fitzroy i Hulbert, 2005, str 306.

Digitalna era predstavlja promenu koja je po svom karakteru svojevrsna revolucija, slična trima prethodnim preokretima koji su dramatično promenili svet (slika 3). Svaki od ovih preokreta (revolucija) imao je za posledicu dramatične promene sveta u kojem se živelo. Prvi preokret ili revoluciju predstavlja prelazak sa ručne na mehaničku proizvodnju. Ovaj period (od 1780. do 1870. godine) karakteriše, pre svega, mehanizacija, korišćenje snage vode i vodene pare. Drugi preokret (od 1870. do 1970. godine) je doneo upotrebu električne energije, pokretnu traku i masovnu proizvodnju. Treća industrijska revolucija počinje od 70-tih godina 20 veka uvođenjem elektronike u proizvodnju, upotrebom računara i automatizacijom procesa. Početak četvrte industrijske revolucije (Industrija 4.0) se vezuje za strategijski projekat visoke tehnologije nemačke vlade čija je realizacija počela 2011. godine. Ovim projektom su postavljeni strategijski prioriteti u cilju održavanja globalne konkurentnosti nemačke industrije sa stanovišta nastupajućih tehnoloških promena koje se baziraju na sajber fizičkim sistemima (engl. *Cyber-Physical Systems*) i potpunoj automatizaciji proizvodnje. U pitanju je, zapravo, promena kojom se opisuju procesi automatizacija, robotizacija i digitalizacija u društvu. Nastala je kao rezultat ogromnog rasta informaciono-komunikacionih tehnologija čije su posledice povećanje produktivnosti, unapređenje kvaliteta proizvoda i procesa i rast efikasnosti proizvodnje. Bitna razlika Industrije 4.0 u odnosu na tradicionalnu proizvodnju je: vertikalna povezanost pametnih proizvodnih sistema, horizontalna integracija korišćenjem nove generacije globalne mreže lanca vrednosti, uticaj proizvodnje na čitav lanac vrednosti i ubrzano korišćenje pametne tehnologije (Deloitte, 2014; Vrchota et al., 2019).

Industrija 4.0 predstavlja promenu paradigme u proizvodnji za koju se u literaturi često koristi pojam „pametna industrija“ (engl. *smart industry*) ili „pametna proizvodnja“ (engl. *smart manufacturing*). Promene koje dolaze ne tiču se samo načina proizvodnje, već dovode do velikih promena i u drugim oblastima, pre svega tržišta rada i korišćenih biznis modela. Dolazi, isto tako, do stvaranja novih tržišta i razvoja novih proizvoda. Linije razdvajanja između fizičke, digitalne i biološke sfere nisu više jasno uspostavljene. Drugim rečima, Industrija 4.0 ne

predstavlja samo tehnološku promenu. Zato tehnološka komponenta u strategijskoj orijentaciji danas dobija posebno na značaju i ima potpuno drugačiju ulogu. Kontekst četvrte industrijske revolucije predstavlja mrežu fizičkih „stvari” preko računara i interneta (engl. *internet of things*) i izmeštanje računarskih resursa na računarski oblak (engl. *cloud computing*) uz mogućnost njihovog korišćenja (obrada, skladištenje i prenos podataka) na zahtev korisnika slično načinu na koji se ostvaruju druge usluge ili isporuke. Ogromna količina različitih informacija (engl. *big data*) koje se generišu kroz „*internet of things*” zahteva razvoj odgovarajućih aplikacija za njihovu obradu. Korišćenje sajber fizičkih sistema na kojima se bazira Industrija 4.0 neodvojivo je od računarskih i komunikacionih sistema. Zato brz rast velike količine kompleksnih setova podataka postaje pokretač brojnih promena.



Slika 3 Evolucija industrijskih revolucija

Izvor: Adaptirano prema Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0, 2013, str. 13; Marr, 2016.

Istraživanja pokazuju da mnogi menadžeri suočeni sa realnošću digitalne ere očekuju da digitalna transformacija uključuje radikalne izmene u poslovanju, ogromne investicije u tehnologiju, potpuni prelazak sa fizičkih na virtuelne kanale i akviziciju tehnoloških „start-up” preduzeća. Ne dovodeći u pitanje da je u nekim slučajevima neophodna promena paradigme poslovanja, Furr i Shipolov (2019) sugerišu da za većinu kompanija digitalna transformacija znači nešto sasvim drugo - inkrementalne korake (a ne radikalne promene) u cilju bolje isporuke onog što predstavlja suštinu propozicije vrednosti. Drugim rečima, danas mnogo korišćeni izraz digitalna transformacija znači prilagođavanje strategije i strukture poslovanja mogućnostima digitalne tehnologije koja utiče na sve aktivnosti lanca vrednosti. Zato menadžeri koji veruju da su digitalni zahtevi, po pravilu, povezani sa radikalnim promenama i redefinisanjem poslovanja imaju problem u razumevanju značaja planiranja strategijske orijentacije preduzeća. Daleko je veći izazov fokusirati se na tehnologije koje imaju najveći uticaj na potrebe kupaca, način njihovog zadovoljenja, sinergiju troškova i jezgro kompetentnosti.

Definisanje posla

Definisanje šta je posao preduzeća (određivanje područja poslovne aktivnosti) predstavlja fundamentalnu komponentu strategijske orijentacije. Zato je uspeh na tržištu često rezultat

dobre definicije posla, a ne same strategije. Uobičajena pitanja kod definisanja posla su „Kojim se poslom bavimo?“, „Šta će on biti u budućnosti?“ i „Kojim poslom želimo da se bavimo u budućnosti?“ U traženju odgovora na ova pitanja najvažniji je način razmišljanja. Naime, da bi se dobio zadovoljavajući odgovor treba znati pravilno formulisati problem. Posao, kako kaže Drucker (1980, str. 79-80), definisan je željom koju kupac zadovoljava kupujući proizvod. Pri tome treba posebno voditi računa o zamkama suviše uskog i preširokog definisanja posla. Svako širenje u definisanju posla stvara veći broj novih mogućnosti, ali takođe može dovesti preduzeće u nerelne poslovne poduhvate van njegovih mogućnosti.

Proizvođači limenki su dugo godina smatrali da se nalaze u industriji „konzervi“. Sa konkurencijom ostalih materijala za pakovanje (plastika, staklo, papir i sl.), koncept industrije je izmenjen od „konzerve“ ka „pakovanju“. Na postojeće proizvođače konzervi ovo je imalo značajan i direktan uticaj jer su se suočili sa potpuno novom grupom konkurenata i mogućnostima kojih ranije nije bilo. Na primer, u „Tetra Pak“ pakovanjima se nalaze mleko i mlečni proizvodi, sokovi, nektari i druga negazirana pića, vino, voda, supe i sosovi, proizvodi od paradajza, maslinovo ulje i drugi prehrambeni proizvodi, kao što je, na primer, tečna hrana za bebe. Zato je kod ovog proizvođača ambalaže pogled na konkurenciju veoma širok jer polazi od svih tečnih prehrambenih proizvoda koji se konzumiraju i njihovog „udela u potrošačkom grlu“, kao i različitih pakovanja u kojima se ti proizvodi prodaju. Sva ova preduzeća predstavljaju njihovu konkurenciju. Otuda dobro formulisana definicija posla treba da se bazira na pravilnom shvatanju generičke potrebe koju treba zadovoljiti. Da su preduzeća za izradu zaprežnih kola pravilno shvatala generičku potrebu koju zadovoljavaju, verovatno bi se danas bavila proizvodnjom automobila, kamiona i drugih različitih transportnih sredstava.

Mnogi faktori okruženja utiču na to da se granice pojedinih industrija konstantno menjaju. Nova tehnološka dostignuća dovode do toga da se otvaraju konkurentski frontovi tamo gde su ranije bili gotovo nezamislivi. Preispitivanje područja poslovanja na kontinuelnoj osnovi je značajan element planiranja strategijske orijentacije preduzeća. Pitanje redefinisavanja posla, barem implicitno, ima poseban značaj kada se uvodi nov proizvod, eliminiše stari, sprovodi nova segmentacija tržišta, diversifikuje poslovanje (bilo internim ili eksternim metodom rasta). Razmatranje sopstvene definicije posla povezano je sa razmatranjem implikacija definisanja posla konkurenata, odnosno da li ih definišu na isti ili različit način.

Dva su glavna pristupa u konceptualizaciji problema vezanih za definisanje posla. Prvi polazi od neke distinktivne kompetentnosti ili jezgra kompetentnosti. Drugi polazi od tržišta koje se opslužuje i proizvoda koji se nudi (pristup prema programu aktivnosti). Pokazuje se, međutim, da je dvodimenzionalni model proizvod/tržište neadekvatan u definisanju posla jer ne uključuje treću značajnu dimenziju - tehnologiju. Polazna osnova za uvođenje ovog trodimenzionalnog modela je pitanje: da li se proizvod opisuje samo pomoću funkcija koje obavlja za kupce ili pomoću tehnologije na kojoj se zasniva? Ovo iz razloga jer se proizvodi koji zadovoljavaju istu ili sličnu potrebu mogu proizvoditi korišćenjem različitih tehnologija. Ideja je da se identifikuje određena tehnologija koja može da se koristi u različitim oblastima. Copper (1978, str. 49) zbog višedimenzionalne prirode proizvoda uvodi četvrtu dimenziju. To je, pored tržišta, funkcije i tehnologije, sistem proizvodnje potreban da se proizvede proizvod.

Prema (Abell, 1980, str. 11-14; Đuričin i Janošević, 2007, str. 211-212), sledeće tri dimenzije ili grupe pitanja i njihova kombinacija definišu sadašnju i potencijalnu poslovnu aktivnost preduzeća:

- Čije potrebe treba zadovoljiti (identifikovati grupe kupaca)? To mogu biti, na primer, deca;

- Koje su to potrebe koje treba zadovoljiti (identifikovati potrebe kupaca)? Potrebe dece koje treba zadovoljiti mogu biti različite - za igrom, odećom ili obućom;
- Koji su načini zadovoljenja potreba potrošača (identifikovati alternativne tehnologije za proizvodnju određenih proizvoda/usluga kojima se određene potrebe kupaca zadovoljavaju, jer različite tehnologije mogu servisirati istu potrebu)? Na primer, potrebu za igrom deca mogu zadovoljiti na više načina - od kompjuterskih igrica do različitih pomagala. Ili, za rasvetu se mogu upotrebiti različite tehnologije - infracrvena, fluorescentna i led rasveta.

Danas je sve teže dobiti odgovor na pitanje kojom se to delatnošću preduzeće bavi, odnosno utvrditi granice jedne delatnosti, gde ona počinje i gde se završava. Ulazak potpuno novog konkurenta i razvoj nove tehnologije može suštinski opredeliti konkurentski ambijent jedne grane. Naftna industrija Srbije je od 2012. godine počela širenje svog poslovanja u oblastima elektrogeneracije, vetrogeneracije, geotermalne energije. Hiperkonkurenciju karakteriše dominacija „nevidljivih“ konkurenata („najopasniji je konkurent koji se još nije pojavio“). Stoga je sve teže identifikovati konkurenta. Za oblast telekomunikacija, finansijskih usluga, zdravstvene zaštite i velikog broja drugih delatnosti to je posebno karakteristično. Dobar primer za ovo je da mobilni operateri počinju da nude u okviru svoje ponude bankarske usluge, odnosno bankarstvo je danas postalo IT biznis. Telenor je već pre nekoliko godina kupio KBC banku u Srbiji. Stoga je za banke u narednom periodu jedan od značajnih izazova kako parirati mobilnim operaterima.

Granice grane nisu samo fluidne, već se i menjaju. Kocka koja se širi ili skuplja zavisno od interakcije osnovnih elemenata koji definišu granu može da predstavlja različit prostor (konkurentsku arenu). Tradicionalne industrije doživljavaju brojne promene pred izazovima novih tehnoloških promena. Tehnologije koje su osnovi poslovanja menjaju prirodu pojedinih grana. Grana postaje prostor u kojem se konkurenti mogu zahvaljujući strategijskoj orijentaciji bolje pozicionirati i ostvariti konkurentsku poziciju. Razlike u profitabilnosti unutar pojedinih grana su veće nego između profitabilnosti različitih grana. McGahan i Porter (1997) su na osnovu sprovedenog istraživanja utvrdili da stanje u industriji utiče sa oko 18% varijacija profita između preduzeća, a konkurentska pozicija sa oko 32%. Takođe, pravila „igre“ se menjaju. Hamel i Prahalad (1989) ukazuju na neophodnost, ako se želi ostvariti uspeh, da se menjaju pravila igre i da se iz osnova menja konkurencija unutar pojedinih delatnosti. Oni koji krše pravila „igre“ znaju: a) sve je teže tačno definisati gde počinje, a gde završava neka delatnost; b) nije lako razumeti ko je konkurent, a ko nije; i c) relevantne aktivnosti u lancu vrednosti preduzeća se usložnjavaju i na mnoge nije moguće direktno uticati. Drugim rečima, uspeh se ne stvara boljom „igrom“ unutar utvrđenih pravila „igre“, već menjanjem pravila „igre“.

Zaključak

Strategijska orijentacija često označava različite stvari za različite autore, odnosno ne postoji jedna opšte prihvaćena definicija strategijske orijentacije. Na različite način se može definisati i uz korišćenje različitih pristupa. Način razmišljanja je posebno kritičan u planiranju strategijske orijentacije. Nezavisno od toga, strategijsku orijentaciju nije moguće razdvojiti od strategije koja je rezultat procesa strategijskog menadžmenta. Posledično, strategijska orijentacija je platforma za formulisanje poslovne strategije. Strategijska orijentacija je, dakle, deo puta ili načina kojim se dolazi do strategije. Put ili način kojim se dolazi do strategije suštinski opredeljuje i uspešnost njene implementacije. Strategijska orijentacija ukazuje na bitne odluke o poslovanju u budućnosti, šta je dominantna orijentacija preduzeća i šta su suštinski izbori u odnosu na određeno značenje sagledane budućnosti. S njom se u stvari na osnovu utvrđenih strategijskih

pravaca delovanja opredeljuje način na koji se osmišljava, strukturira i modelira poslovanje u cilju ostvarivanja superiornih performansi poslovanja. Merilo uspešnosti strategijske orijentacije je održiva konkurentna prednost koja ima za posledicu stvaranje vrednosti. Razumljivo je zato zašto strategijska orijentacija u savremenim uslovima poslovanja postaje toliko važna.

Plansko osmišljavanje strategijske orijentacije treba da bude proces koji korespondira sa proaktivnim traganjem za novim načinima rada, ponašanja, verovanja i implementacije novih strategija. Zahteva sposobnost da se stvari posmatraju iz najšire perspektive i suprotstavljenost većinskom mišljenju. To nije ništa drugo do najbolji način da se predvidi budućnost tako da se ona aktivno stvara. Planirajući strategijsku orijentaciju kreira se budućnost preduzeća iniciranjem promena. Upravljanje promenama je sistematična aktivnost koja otpočinje sa planiranjem strategijske orijentacije. Razumevanje prirode promene, posebno potentnosti i karaktera intelektualnog kapitala (nematerijalne aktive), je kritično za uspeh ovog procesa. Stoga strategijsku orijentaciju treba tretirati kao deo procesa upravljanja promenama, odnosno kao okvir za planiranje i sprovođenje različitih promena.

Nov kontekst upravljanja promenama je poslovanje u digitalnoj eri koja ima za posledicu da se svet u kojem živimo dramatično menja. Fundamentalno se menja način života, rada i povezivanja. Industrija 4.0 postaje globalna pokretačka snaga za unapređenje konkurentnosti. Integracija tehnologije u različite aspekte poslovanja i života briše jasne granice između fizičke, digitalne i biološke sfere. Implementacija različitih inovativnih tehnologija na kojima se bazira četvrta tehnološka revolucija ima poseban značaj u planiranju strategijske orijentacije preduzeća. Ove tehnologije stvaraju raznovrsne i fascinantne izazove i mogu se koristiti na različite načine. Promene ovih tehnologija utiču na konkurentsku poziciju preduzeća, čak i kod onih u istoj industriji, na skoro svakodnevnoj osnovi. Isto tako, razvoj novih tehnologija izvan postojećeg područja delatnosti isto utiče na konkurentsku poziciju preduzeća. Njihov nastanak nije povezan samo sa nestajanjem ili gubljenjem na značaju starih tehnologija, već i sa njima povezanih delatnosti i radnih mesta.

Granice grana su fluidne i promenljive, sve je teže dobiti jasan odgovor na pitanje kojom se delatnošću preduzeće bavi, s tim da poslovanje koje se odvija u uslovima hiperkonkurencije karakteriše dominacija „nevidljivih“ konkurenata. Zato je definisanje šta je posao preduzeća ili njegova delatnost fundamentalna komponenta strategijske orijentacije. Strategijska orijentacija treba da upućuje na ukupnu perspektivu ili svrhu postojanja jednog preduzeća. Pri tome treba razlikovati različite tipove strategijske orijentacije. Različiti tipovi strategijske orijentacije imaju značajne implikacije na proces upravljanja u preduzeću, jer u zavisnosti od izabrane strategijske orijentacije naglašavaju se određeni aspekti upravljanja. Tržište, tehnologija, preduzetništvo i učenje predstavljaju četiri ključne dimenzije strategijske orijentacije.

Reference

1. Abell, D.F. (1980). *Defining the Business*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
2. Ackoff, R.L. (1974). The Systems Revolution. *Long Range Planning*, Vol. 7, No. 6, pp. 2-20.
3. Ansoff, H.I. (1973). *Corporate Strategy*. Penguin Books, Harmondsworth, Middlesex.
4. Aragon-Sanchez, A. and Sanchez-Marin, G. (2005). Strategic orientation, management characteristics, and performance: a study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, Vol. 43, No. 3, pp. 287-308.
5. Avci, U., Madanoglu, M. and Okumus, F. (2011). Strategic orientation and performance of tourism firms: Evidence from a developing country. *Tourism Management*, Vol. 32, No. 1, pp. 147-157.
6. Barney, B.J. (2007). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Pearson Education Inc, New Jersey.

7. Barney, J., (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, pp. 99-120.
8. *Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0*, Final report of the Industrie 4.0 (2013). Acatech - National Academy of Science and Engineering Working Group, Frankfurt/Main.
9. Christensen, C. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press, Boston.
10. Cohen, C., Naoum, V.C. and Vlismas, O. (2014). Intellectual capital, strategy and financial crisis from a SMEs perspective. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 15, No. 2, pp. 294-315.
11. Cooper, R. (1978). Strategic Planning for Successful Technological Innovation. *Business Quarterly*, Vol. 43, No. 1. pp. 43-57.
12. Deloitte. 2014. Industry 4.0. - Challenges and Solutions for the Digital Transformation and Use of Exponential Technologies, <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/manufacturing/ch-en-manufacturing-industry-4-0-24102014.pdf> (preuzeto 25.03.2019.).
13. Deshpandé, R., Grinstein, A, Kim, S.H. and Ofek, E. (2013). Achievement motivation, strategic orientations and business performance in entrepreneurial firms: How different are Japanese and American founders? *International Marketing Review*, Vol. 30, No. 3, pp. 231-252.
14. Drucker, P.F. (1980). *Management in Turbulent Times*. Harper & Row, New York.
15. Dženopoljac, V., Muhammed, S. and Janošević, S. (2019). Intangibles and performance in oil and gas industry. *Management Decision*, Vol. 57, No. 5, pp. 1267-1285.
16. Đuričin, D. i Janošević, S. (2007). *Menadžment i strategija (treće izdanje)*. Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd.
17. Đuričin, D., Janošević, S., Kaličanin, Đ. (2016). *Menadžment i strategija (11. izdanje)*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
18. Ferraresi, A.A., Quandt, C.O., Dos Santos, C.A. and Frega, J.R. (2012). Knowledge management and strategic orientation: leveraging innovativeness and performance. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 16 No. 5, pp. 688-701.
19. Fitzroy, P. and Hulbert, J. (2005). *Strategic Management: Creating Value in Turbulent Times*. Wiley, Chichester.
20. Frankl, V. (1994). *Zašto se niste ubili: Traženje smisla življenja*, izdavač: Žarko Albulj, Beograd.
21. Furr, N. and Shipolov, A. (2019). Digital Doesn't Have to Be Disruptive. *Harvard Business Review*, Vol. 97, No. 4, July/August, pp. 94-103.
22. Gatignon, H. and Xuereb, J.M. (1997). Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance. *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, No. 1, pp. 77-90.
23. Grant, A. (2016). *Originalni: Kako menjaju svet oni koji se ne slažu s većinom*, Laguna, Beograd.
24. Grawe, S.J., Chen, H. and Daugherty, P.J. (2009). The relationship between strategic orientation, service innovation, and performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 39, No. 4, pp. 282-300.
25. Grinstein, A. (2008). The relationships between market orientation and alternative strategic orientations: A meta-analysis. *European Journal of Marketing*, Vol. 42. No. 1/2, pp.115-134.
26. Hakala, H. (2011). Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 13, No. 2, pp. 199-217.
27. Hamel, G. and Prahalad, C.K. (1989). Strategic Intent. *Harvard Business Review*, Vol. 67, No. 3, May-June, pp. 63-76.

28. Hitt, M.A., Ireland, R.D. and Hoskisson, R.E. (1996). *Strategic Management (Competitiveness and Globalization)*, 2nd edition, West Publishing Company, Minneapolis/St. Paul.
29. Hofer, C.W. and Schendel, D.E. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concepts*, West Publishing Co., New York.
30. Janošević, S. (2007), *Upravljanje promenama u funkciji stvaranja konkurentske prednosti preduzeća*, poglavlje u monografiji: Razvijanje konkurentske prednosti preduzeća u Srbiji u uslovima evropskih integracija (redaktor: Lj. Stanković), knjiga 1, Ekonomski fakultet u Nišu, 2007. god., str. 39-51.
31. Janošević, S. (2008), *Uloga strategije u procesu iniciranja i sprovođenja promena u preduzeću*, poglavlje u monografiji: Razvijanje konkurentske prednosti preduzeća u Srbiji u uslovima evropskih integracija (redaktor: Lj. Stanković), knjiga 2, Ekonomski fakultet u Nišu, 2008. god., str. 173-186.
32. Janošević, S. (2018), *Formulisanje i implementacija poslovne strategije korišćenjem Usklađene liste: Studija slučaja preduzeća Metalac-Proleter a.d. iz Gornjeg Milanovca*, tematski zbornik radova: Implikacije ekonomije znanja na razvojne procese u Republici Srbiji (redaktori: V. Ivanović, D. Zlatanović, J. Nikolić, Z. Kalinić, B. Jovković i N. Janković), Ekonomski fakultet u Kragujevcu, Kragujevac, str. 317-338.
33. Janošević, S. (2019), *Uloga i značaj intelektualnog kapitala u procesu formulisanja i implementacije strategije*, tematski zbornik radova: Ekonomski efekti tranzicije i restrukturiranja privrede Srbije u funkciji ekonomskih integracija (redaktori: S. Šapić, V. Todorović, V. Obradović, M. Drenovak i M. Kostić), Ekonomski fakultet u Kragujevcu, Kragujevac, str. 197-212.
34. Janošević, S., Dženopoljac, V. (2013), *Uticaj intelektualnog kapitala na poslovne performanse preduzeća: pregled aktuelnih istraživanja*, tematski zbornik radova: Karakteristike, koncepti i izazovi menadžmenta u savremenim uslovima poslovanja (redaktori: V. Babić i M. Đorđević), Ekonomski fakultet u Kragujevcu, str. 51-80.
35. Kaplan, R. and Norton, D. (2004). *Strategy Maps – Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
36. Kim, W. C. and Mauborgne, R. (1997). Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. *Harvard Business Review*, Vol. 75, No. 1, January-February, pp. 103-112.
37. Lafley, A. and Martin, R. (2013). *Play to Win: How Strategy Really Works*. Harvard School of Business Press, Boston.
38. Laforet, S. (2008). Size, strategic, and market orientations affects on innovation. *Journal of Business Research*, Vol. 61, No. 7, pp. 753-764.
39. Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 1, pp. 135-172.
40. Marr, B., Gray, D. and Neely, A. (2003), Why do firms measure their intellectual capital?, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4, No. 4, pp. 441-464.
41. Marr, B. (2016). Why Everyone Must Get Ready For The 4th Industrial Revolution, April 5, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/04/05/why-everyone-must-get-ready-for-4th-industrial-revolution/#413b9ef53f90> (preuzeto 24.05.2019.).
42. Mason, P. (2016), *Postkapitalizam: Vodič za našu budućnost*, Fokus, Beograd.
43. McGahan A. M. and Porter, M. A. (1997). How Much Does Industry Matter Really. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, Special Issue, Summer, pp. 15-30.
44. Miles, R.E. and Snow, C.C. (1978). *Organizational Strategy and Process Structure*. McGraw-Hill, New York, NY.
45. Miles, R.E., Snow, C.C., Meyer, A.D., & Coleman, H.J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of Management Review*, Vol. 3, No. 3, July, pp. 546-562.
46. Morgan, R. E. and Strong, C. A. (1998). Market orientation and dimensions of strategic orientation. *European Journal of Marketing*, Vol. 32, No. 11/12, pp.1051-1073.

47. *Oxford Dictionary of Business and Management (6th ed.)* (2016), Oxford University Press, New York.
48. Palumbo, R. and Manna, R. (2018). The art of orienteering small firms' innovation: Illuminating the link between innovation and strategy making. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, Vol. 21, No. 4, pp. 295-314.
49. Porter, M. E. and Heppelmann, J. E. (2014), How Smart, Connected Products Are Transforming Competition, *Harvard Business Review*, Vol. 92, No. 11, November, pp. 64-88.
50. Pour, M.J. and Asarian, M. (2018). Strategic orientations, knowledge management (KM) and business performance: An exploratory study in SMEs using clustering analysis. *Kybernetes*, u štampi. <https://doi.org/10.1108/K-05-2018-0277>, preuzeto 21.05.2019.
51. Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, Vol. 68, No. 3, May-June, pp. 79-91.
52. Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0, Final report of the Industrie 4.0 (2013). Acatech - National Academy of Science and Engineering Working Group, Frankfurt/Main.
53. Senić, R. (1993). *Upravljanje rastom i razvojem preduzeća*. Savremena administracija, Beograd.
54. Slater, S.F., and Narver, J.C. (1993). Product-Market Strategy and Performance: An Analysis of the Miles and Snow Strategy Types. *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 1, pp. 33-51.
55. Slater, S.F., Olson, E.M. and Hult, T.M. (2006). The moderating influence of strategic orientation on the strategy formation capability-performance relationship. *Strategic Management Journal*, Vol. 27, No. 12, pp.1221-1231.
56. Stanković, Lj., Đukić, S. i Popović, A. (2013), *Tržišna orijentacija preduzeća u Srbiji kao determinanta njihove inovativnosti i konkurentnosti*, poglavlje u monografiji: Konkurentnost preduzeća u Srbiji (redaktori: N. Janićijević i S Lovreta), Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd, str. 147-166.
57. Stockport, G.J. (2000). Developing Skills in Strategic Transformation. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 3, No. 1, pp. 45-52.
58. *Strategija preduzeća Metalac-Proleter a.d. iz Gornjeg Milanovca, 2013-2016. godina (2012)*. Metalac-Proleter a.d., Gornji Milanovac.
59. Venkataraman, N. (1989). Strategic Orientation of Business Enterprises: The Construct, Dimensionality, and Measurement. *Management Science*, Vol. 35, No. 8, pp. 942-962.
60. Vrchota, J., Volek, T. and Novotná, M. (2019). Factors Introducing Industry 4.0 to SMES. *Social Sciences*, Vol. 8, No. 5, pp. 1-10.
61. Walker, Jr.O.C. and Ruekert, R.W. (1987). Marketing's role in the implementation of business strategies: a critical review and conceptual framework. *Journal of Marketing*, Vol. 51, No. 3, pp. 15-33.
62. Zhou, K.Z., Yim, C.K.B. and Tse, D.K. (2005). The Effects of Strategic Orientations on Technology - and Market-Based Breakthrough Innovations. *Journal of Marketing*, Vol. 69, No. 2, April, pp. 42-60.

VREDNOVANJE STRATEGIJE U PROCESU UNAPREĐENJA POSLOVNIH PERFORMANSI

Violeta Domanović*

Formulisanje efektivne strategije zahteva detaljnu analizu i sintezu različitih strategijskih alternativa, što od menadžera iziskuje kreativnost i racionalnost. Razumevanje tekuće pozicije preduzeća, analiza faktora koji utiču na intenzitet konkurencije, načina na koje kupci percipiraju vrednost, kao i otkrivanje sposobnosti koje utiču na dugoročnu održivu poziciju preduzeća, predstavlja ključ za razvijanje uspešne strategije. Ocenu strategijskih alternativa moguće je vršiti u fazi razvijanja i izbora strategijskih alternativa, kao i nakon implementacije izabrane alternative. Od posebnog značaja za opstanak, rast i razvoj preduzeća u savremenom poslovnom okruženju jeste ocena strategije nakon njene implementacije, odnosno merenje efekata izabrane strategije na poslovne performanse preduzeća. Ocena strategijskih alternativa odnosi se na proveru njihovog doprinosa ostvarenju održive konkurentne prednosti sa nadprosečnim prinosima. Ključno pitanje jeste da li je implementacija strategije generisala gotovinu ili je došlo do povećanja stope rasta preduzeća. Merila ostvarenih rezultata nisu uvek dobar pokazatelj budućih rezultata. Umesto toga, vrednovanje strategije treba da se fokusira na buduću konkurentnost preduzeća i postavlja se pitanje da li su ciljevi, definisani za budućnost, odgovarajući; da li su strategije, izabrane da ostvare takve ciljeve, konzistentne i dostižne i postoji li verovatnoća da proizvode održivu konkurentnu prednost sa nadprosečnim prinosima. U radu se apostrofira značaj vrednovanja strategije u procesu unapređenja poslovnih performansi. Rezultati istraživanja pokazuju da pravilan izbor i efikasna primena strategije dovode do bolje konkurentne pozicije preduzeća i boljih poslovnih performansi. U procesu vrednovanja strategije, moguće je primeniti različite mehanizme i pristupe, ali samo dobra kombinacija i komplementarna primena različitih kvalitativnih i kvantitativnih mehanizama dovode do unapređenja poslovnih performansi preduzeća u dugom roku.

Ključne reči: strategija, vrednovanje, poslovne performanse, preduzeće

Uvod

Sistemi merenja performansi su od ključnog značaja za analizu efikasnosti poslovanja i treba da se dizajniraju tako da odražavaju definisanu strategiju preduzeća (Chenhall, 2006; Merchant i van der Stede, 2012). Pojedini sistemi su nekompletni jer ne ispunjavaju kriterijume pouzdanosti, tačnosti, preciznosti, integriteta i sveobuhvatnosti. Takva nekompletnost je problematična iz razloga što može ometati sprovođenje strategije i uništiti organizacionu vrednost, navodeći menadžere da postavljaju neodgovarajuće ciljeve i aktivnosti i/ili sprečavajući ih da definišu odgovarajuće ciljeve i zadatke (Ittner i Larcker, 2003; Kaplan i Norton, 2001). Islam, Adler i Northcott (2018) su pokazali da, u situaciji kada se sistem merenja performansi uglavnom koristi za poboljšanje aktivnosti povezanih sa strategijskim zadacima, menadžeri ne vide nekompletnost sistema za merenje performansi problematičnom, dokle god su poslovne aktivnosti usklađene sa strategijskim ciljevima i zadacima. Osim toga, menadžeri ne posvećuju dovoljno pažnje nekompletnosti sistema merenja performansi redefinisanjem postojeće metrike i/ili uvođenjem nove metrike, čak i kada imaju neposredna ovlašćenja da to urade. Na nekim instancama, čini se da menadžerska tolerancija na nekompletnost sistema ne usmerava napore menadžera dalje od strategijskih organizacionih zadataka.

* Redovni profesor, e-mail: vterzic@kg.ac.rs

Najistaknutiji strategijski model upravljanja performansama je model Usklađene liste rezultata (*Balanced Scorecard - BSC*), koji povezuje strategiju i ciljeve preduzeća. Kaplan i Norton (1993) prave balans između kratkoročnog profita i dugoročnog rasta. Osim toga, model uspostavlja uzročni lanac između indikatora sa zaostajanjem i vodećih indikatora u nameri da se objasni kvalitet performansi i oceni definisana strategija preduzeća (Figge, Hahn, Schaltegger i Wagner, 2002). Drugi veoma poznat model jeste Prizma performansi, koja uključuje sve elemente u okviru strategijskog modela za merenje performansi: metriku, materijalnu i nematerijalnu aktivnu, kao i odlučivanje i povezanost sa strategijom. U savremenim uslovima poslovanja, potreban je holistički pristup merenju performansi održivosti preduzeća. Konvencionalne metode merenja performansi ekstenzivno su kritikovane zbog dominantnog privremenog, interno i ka prošlosti orijentisanog pristupa, kao i slabe povezanosti sa strategijom preduzeća (Lucianetti, Battista i Koufteros, 2019; Singh i Arora, 2018; Kaplan i Norton, 1992; Epstein i Manzoni, 1997; Neely, Gregory i Platts, 1995). U tom smislu, potrebno je identifikovati strategije, procese i sposobnosti u odnosu na sve stejkholdere. Imajući ovo u vidu, Prizma uključuje optiku, metriku, odlučivanje i strategiju. Osim toga, prisutna je međusobna povezanost između korporativne strategije i društvene odgovornosti, koja se može identifikovati kao deo sposobnosti preduzeća (McWilliams, Siegel i Wright, 2006).

S obzirom na činjenicu da korporativna strategija determinše budući pravac kretanja preduzeća, vrednovanje strategije postaje krucijalna faza u procesu unapređenja poslovnih performansi preduzeća. Otuda je *predmet istraživanja* uloga i značaj vrednovanja korporativne i poslovne strategije u procesu unapređenja poslovnih performansi preduzeća. *Cilj istraživanja* je da se napravi jedan sistematičan pregled brojnih kvantitativnih i kvalitativnih tehnika vrednovanja kako korporativne, tako i poslovne strategije, kao i da se istakne uloga komplementarne, a ne alternativne, primene različitih mehanizama vrednovanja strategije u cilju unapređenja efektivnosti i efikasnosti preduzeća. *Polazna hipoteza* je da jednodimenzionalni finansijski model vrednovanja strategije, kao posrednik između strategije i poslovnih performansi preduzeća, nije više dovoljan u uslovima savremenog poslovnog okruženja. U cilju testiranja polazne hipoteze, primenjena je *kvalitativna metodologija*, zasnovana na deskriptivnom proučavanju i interpretaciji rezultata sprovedenih istraživanja. U cilju izvođenja generalnih stavova, primenjeni su metodi analize i sinteze, dedukcije i indukcije, kao odgovarajući istraživački metodi teorijske verifikacije postavljene hipoteze. U tom cilju, rad je strukturiran u tri tematski zaokružene celine. *Prvi deo* daje teorijski pregled literature vezano za međusobnu povezanost strategije i poslovnih performansi preduzeća. *Drugi deo* tiče se ocene korporativne strategije preduzeća, u okviru kojeg se elaboriraju tradicionalni i savremeni modeli vrednovanja. *Treći deo* ističe mehanizme vrednovanja poslovne ili konkurentne strategije preduzeća. *Konačno*, izvode se relevantni zaključci i daju smernice za neka buduća istraživanja u ovoj oblasti.

Strategija i performanse preduzeća: pregled literature

Lucianetti, Battista i Koufteros (2019) ispituju odnos između sveobuhvatnosti sistema merenja performansi i organizacione efektivnosti. Autori ističu da sistem za upravljanje performansama mora da uključi merila performansi svih poslovnih aktivnosti i procesa, koja su istovremeno povezani sa strategijom i ciljevima preduzeća (Smith i Bititci, 2017). Osim toga, autori dodaju da drugi aspekt posmatranja podrazumeva odnos između dizajna sistema upravljanja performansama i organizacione efektivnosti. Zapravo, ovi sistemi mogu imati pozitivne implikacije na organizacionu efektivnost na najmanje dva načina. Prvo, sveobuhvatni sistem upravljanja performansama može poslužiti kao katalizator koji povezuje dugoročne strategijske ciljeve sa kratkoročnim akcijama i, drugo, može podržati menadžere u

komuniciranju nameravane strategije ka višim i nižim instancama. Jedan sveobuhvatan sistem upravljanja performansama ohrabruje menadžere da daju inicijative strategijskog učenja u nameri da kreiraju prijateljskije okruženje, povećavajući istovremeno razumevanje zaposlenih o tome kako lično mogu doprineti realizaciji definisane vizije i strategijskog pravca preduzeća. Ovo može rezultirati boljom povezanošću individualnih performansi sa ukupnom strategijom preduzeća (Pekkola i Ukko, 2016).

Laihonen i Pekkola (2016) su ispitivali kako primena novog sistema upravljanja performansama utiče na upravljanje lancem ponude i kakav uticaj novi sistem ima na performanse lanca ponude. Primenom longitudinalnog dizajna, autori zaključuju da sistem upravljanja performansama služi kao katalizator transfera interorganizacionog znanja i promoviše deljenje učenja, koje dovodi do boljih performansi lanca ponude. Micheli i Mura (2017) ističu da sveobuhvatni sistem upravljanja performansama ima potencijal da podrži menadžere u definisanju budućih ciljeva, povezujući nagrade sa merilima performansi i vršeći periodičnu ocenu performansi kako bi se redefinisale strategije.

Mnogi autori su isticali ulogu sistema merenja i upravljanja performansama i to kako u procesu formulisanja (Bisbe i Malagueno, 2012), tako i u procesu implementacije strategije (Bourne, Mills, Wilcox i Neely, 2000; Franco-Santos, Lucianetti i Bourne, 2007). U oblasti merenja performansi, različiti autori su koristili Porterovu tipologiju da ispituju povezanost između strategije i sistema merenja performansi (Chenhall, 2005; Dekker, Groute i Schoute, 2013; Micheli i Mura, 2017). Generalno, preduzeća koja usvajaju strategiju vođstva u troškovima više su okrenuta ka efikasnosti, poklanjaju više pažnje finansijskim aspektima kao što su monitoring troškova i otuda je verovatnije da koriste uglavnom finansijske indikatore (Abernethy i Lillis, 1995; Micheli i Mura, 2017). Preduzeća koja usvajaju strategiju diferenciranja više primenjuju nefinansijske indikatore, kako bi svoj fokus povećala na attribute procesa proizvodnje koji su vrednovani od strane kupaca (na primer, odgovor kupaca, vodeće vreme, stopa uvođenja novog proizvoda (Lillis i van Veen-Dirks, 2008). U svom istraživanju na uzorku od 52 proizvodne kompanije, Hogue (2004) zaključuje da primena nefinansijskih indikatora povećava efekte strategijske orijentacije na performanse. Spencer, Joiner i Salmon (2009) istraživali su samo preduzeća koja su usvojila strategiju diferenciranja i pronašli su pozitivnu vezu između strategije i organizacionih performansi primenom finansijskih i nefinansijskih indikatora. Alternativno, Verbeeten i Boons (2009, 113) su tvrdili da striktno povezivanje sistema merenja performansi i strategijskih prioriteta ne mora da znači da će pozitivno uticati na performanse preduzeća. Hall (2011) ističe da na performanse preduzeća značajno utiče tip indikatora i sveobuhvatnost sistema merenja performansi. Chenhall (2005) nalazi da sveobuhvatniji sistemi merenja performansi motivišu menadžere da svoje aktivnosti usklade sa definisanom strategijom, što može povećati strategijsku konkurentnost. Slično, Hall (2008, 2011) zaključuje da sveobuhvatni sistem merenja performansi utiče na motivaciju i kongniciju menadžera, a što im omogućava da verifikuju svoje mentalne modele poslovnih aktivnosti i vrši uticaj na njihove performanse (videti takođe Malina i Selto, 2015). Dakle, preduzeća koja usvajaju strategiju diferenciranja primenjuju finansijske i nefinansijske indikatore, dok preduzeća koja se fokusiraju na strategiju vođstva u troškovima uglavnom koriste finansijske indikatore. Pa ipak, rezultati istraživanja Micheli i Mura (2017) pokazuju da uvođenje sveobuhvatnih sistema merenja performansi dovodi do boljih performansi preduzeća nezavisno od usvojenog strategijskog pristupa i to potpuno, kada je usvojena strategija diferenciranja, i delimično u slučaju strategije vođstva u troškovima. Kao razlog tome ističu da sistemi merenja performansi posreduju između strategije i organizacionih performansi. Važno je svakako istaći da strategijska orijentacija preduzeća i sveobuhvatnost sistema merenja performansi predstavljaju relevantne varijable u modelu upravljanja dugoročnim performansama preduzeća. Ukoliko se nastoji da se poboljšaju

samo operativne performanse, pitanje koje indikatore performansi uvesti je sekundarno. Ukoliko se dizajnira i koristi na odgovarajući način, sistem merenja performansi će doprineti boljoj implementaciji strategije i boljim performansama (Kaplan i Norton, 1996).

Kao najistaknutiji model merenja performansi u oblasti strategijskog menadžmenta je model Usklađene liste rezultata (*Balanced Scorecard – BSC*) model. *BSC* je reprezentativni sistem merenja performansi i predmet je izučavanja mnogih autora (Park, Lee i Chae, 2017, 92). Menadžeri bi trebalo da odrede relativni uticaj indikatora performansi, da utvrde korelacije između ključnih indikatora performansi, kako bi bolje identifikovali koja merila da podrže ili ignorišu, kao i da utvrde indikatore koji mogu varirati u zavisnosti od korporativne strategije ili faze rasta (Park, Lee i Chae, 2017; Miller i Friesen, 1983). *BSC* sadrži indikatore koji su povezani sa poslovanjem i strategijom i nisu jednostavna kombinacija finansijskih i nefinansijskih indikatora koji sadrže zajednički imenitelj (Park, Lee i Chee, 2017, 94). Stopa prihvatljivosti *BSC* modela je u osnovi evidentna, ali se model tokom vremena razvijao i menjao sadržaj (Singh i Arora, 2018). *BSC* model je usvojilo 64% od 1000 američkih kompanija u 2000. godini i 20% OECD članica u 2003. godini i takav trend se nastavlja (Park, Lee i Chae, 2017; *Balanced Scorecard Collaborative* 2003; Niven, 2011). Glavni razlog razvoja *BSC* modela bio je da se obezbedi alat poređenja koji može ponuditi "brz, ali sveobuhvatan pogled na poslovanje preduzeća" (Kaplan i Norton, 1992). Fokus istraživanja pomeren je od merenja ka upravljanju i od ravnoteže ka strategiji (Singh i Arora, 2018). *BSC* sada predstavlja strategijski sistem upravljanja performansama koji operacionalizuje definisanu strategiju preduzeća. Kaplan i Norton (1992, 71) ističu da *BSC* model podržava implementaciju strategije, povećavajući performanse i poboljšavajući strategijsko odlučivanje. U poslednje dve decenije, *BSC* predstavlja jednu od glavnih inovacija iz oblasti upravljanja performansama. Pa ipak, i pored brojnih prednosti u odnosu na tradicionalne i konvencionalne metode merenja performansi, *BSC* model bio je predmet kritika naučne i stručne javnosti. Na primer, Wiersma (2009, 250) smatra da je *BSC* model jedna crna kutija bez informacija o tome kako se dizajnira lista rezultata i kako se implementira u praksi. Ostaje činjenica da je model dobro zamišljen, ali da menadžeri nisu baš najbolje upoznati sa načinom na koji je isti moguće primeniti. Ovo posebno iz razloga što su postojeći ljudski, materijalni i finansijski faktori limitirani za uvođenje i primenu sofisticiranih sistema upravljanja performansama u svim, a pogotovo u tranzicionim, ekonomijama.

Ocena strategije preduzeća

Vrednovanje korporativne i poslovne strategije je veoma kompleksan, ali kreativan i izazovan zadatak. Ovo iz razloga što ne postoji jedan sveobuhvatan model koji bi sadržao sve faktore, interne i eksterne, subjektivne i objektivne, kontrolabilne i nekontrolabilne, koji imaju direktnog ili indirektnog uticaja kako na formulisanje i izbor, tako i na proces implementacije strategije. Strategija na svim nivoima u preduzeću – korporativna, poslovna i funkcionalna, ima specifičnu ulogu u procesu sticanja, održanja i razvijanja konkurentne prednosti preduzeća.

Vrednovanje strategijskih alternativa je komplikovano, s obzirom na to da postoje brojne dvosmislenosti, kao što su: da li je interni rast bolji od eksternog rasta, da li je strategija koncentracije poželjnija od strategije diversifikacije i zašto; da li su i koje kooperativne strategije primerene u datim uslovima poslovanja i slično. Ne mogu sve alternative biti podjednako efektivne i efikasne. Iskustva mnogih preduzeća govore da mnoge strategije nisu bile uspešne, bilo zbog neadekvatne preliminarne analize pri formulisanju strategije ili usled neadekvatne implementacije izabrane strategije. Važno je istaći da vrednovanje strategije podrazumeva kombinaciju kvantitativne analize sa kvalitativnim procenama (Slater, 1996, 1997; Luehrman, 1997; Domanović, 2019). Analiza diskontovanog toka gotovine moguća je kod vrednovanja

strategijskih alternativa čije je tokove gotovine moguće preciznije predvideti. Pa ipak, efekte strategijskih alternativa nije uvek moguće kvantificirati, te će vrednovanje korporativnih strategija umnogome zavisiti od intuicije i subjektivnog rasuđivanja menadžera. Iz tog razloga, savremeni pristupi vrednovanju strategija uključuju koncepte i dostignuća biheviorističke teorije.

U savremenom poslovnom okruženju, koje se karakteriše izuzetno visokim stepenom neizvesnosti, dinamizma, složenosti, heterogenosti i nepredvidivosti, preduzeće mora da uvažava prilično divergentne interese i ciljeve različitih interesnih grupa, a sve u cilju održivosti preduzeća u dugom roku. S obzirom na to da su svi ti ciljevi i interesu međusobno u koliziji i konfliktni, potrebno je pronaći kompromisna rešenja, koja nisu uvek i najbolja rešenja za preduzeće. U tom smilu, kompromisno rešenje je zadovoljavajuće rešenje za sve interesne grupe – vlasnike-akcionare (zadovoljavajuća stopa prinosa na uloženi kapital), menadžere (zadovoljavajuće plate, bonusi), zaposlene (zadovoljavajuće plate, uslovi rada i slično), kupce (proizvod zadovoljavajućeg kvaliteta po pristupačnim cenama) i tako dalje. Imajući sve ovo u vidu, evidentno je da je sam proces vrednovanja strategije izuzetno kompleksan proces. Da bi se izbegla ta kompleksnost, polazi se od jedne sasvim realistične pretpostavke, to jest da preduzeće teži ostvarenju jednog cilja – profita, ali ne kratkoročnog, već dugoročnog profita. Naravno, ovde se postavlja pitanje koji profit preduzeće nastoji da maksimira: ukupni profit, kontribucioni profit, računovodstveni ili ekonomski ili prinos na gotovinu. Osim toga, preduzeće ima diskreciju u vezi sa iskazivanjem profita u izveštajima, imajući u vidu fleksibilnost u interpretaciji računovodstvenih principa. Maksimiranje ekonomskog profita u skladu je maksimiranjem vrednosti za akcionare.

Tradicionalni model ocene korporativnih strategija

U oceni korporativnih strategija, moguće je primeniti neke kvalitativne i kvantitativne tehnike. Samo kombinovanjem kvalitativnih i kvantitativnih tehnika moguće je pravilno oceniti korporativnu strategiju.

Kvalitativne tehnike vrednovanja strategije. Neke *kvalitativne tehnike* za vrednovanje korporativnih strategija su: korporativni ciljevi, merila efikasnosti i (3) portfolio analiza (Coulter, 2002, 280; Coulter, 2010; Domanović, 2019).

Korporativni ciljevi - ciljevi indiciraju željene rezultate ili mete koje su postavili strategijski menadžeri. Korporativni ciljevi su širi, obuhvatniji i dugoročniji od ciljeva strategijskih poslovnih jedinica i pojedinih poslovnih funkcija u preduzeću. Međutim, od uspeha ostvarenja ciljeva na nižim instancama u preduzeću svakako zavisi i uspeh realizacije korporativnih ciljeva. Zapravo, ovo ukazuje na međusobnu interakciju i međuzavisnost strategija na različitim nivoima u preduzeću. Ne treba, naravno, zaboraviti da su ciljevi odraz misije, vizije i generalnog pravca kretanja. Maksimiranje vrednosti za akcionare, svakako, je na vrhu liste korporativnih ciljeva (Coulter, 2002, 2010, 280): maksimiranje vrednosti za akcionare, povećano tržišno učešće, izraženo globalno prisustvo, veća produktivnost, pozitivna reputacija – imidž; zadovoljstvo kupaca, visok kvalitet proizvoda, veći prihodi, veće plate.

Postavlja se pitanje kako se korporativni ciljevi koriste u proceni korporativnih strategija. Oni postaju standardi naspram kojih se sameravaju rezultati. Primera radi, neka je jedan od korporativnih ciljeva povećanje tržišnog učešća za 5%. Vrednovanje bi se odnosilo na ispitivanje da li je do ovoga zaista došlo ili ne. Od velike pomoći je ukoliko se korporativni ciljevi mogu kvantificirati. No, to često nije slučaj. To ne znači, međutim, da područja koja se ne mogu kvantifikovati ne treba vrednovati. Ponekad subjektivna, kvalitativna procena može biti isto od

takve koristi za procenu ekonomskih efekata strategija kao i kvantitativna. Osim toga, ne teži svako preduzeće rastu. Neka preduzeća usvajaju strategiju stabilizacije ili obnove. U tim situacijama, ostvarenje ovih ciljeva može se itekako dobro proceniti.

Merila efikasnosti - u procesu vrednovanja strategije, merila efikasnosti imaju poseban značaj. Postavlja se pitanje da li je implementacija definisane strategije uticala i u kom stepenu na produktivnost, ekonomičnost i profitabilnost, kao parcijalne izraze efikasnosti preduzeća. Profitabilnost se može izraziti i meriti kako na nivou preduzeća u celini, tako i na nivou pojedinih organizacionih jedinica, grupa proizvoda, proizvoda, poslovnih aktivnosti i slično. Najčešće, izračunava se profitabilnost preduzeća i profitabilnost poslovnih aktivnosti, koja meri efikasnost upotrebe pojedinih kategorija resursa. Generalno, profitabilnost se izražava kao odnos profita i angažovanih sredstava. Ovaj izraz se može modifikovati u zavisnosti od toga da li se želi meriti prinos na ukupna sredstva (*ROA – Return on Assets*) ili na kapital (*ROE – Return on Equity*) i tako dalje. Što se tiče pokazatelja rentabilnosti poslovnih aktivnosti, najčešće se elaboraju koeficijent obrta ukupnih sredstava, sopstvenih sredstava, fiksne imovine, obrtnih sredstava, potraživanja od kupaca, zaliha, dobavljača i slično (Helfert, 2001; Besley i Brigham, 2015; Todorović i Ivanišević, 2017).

Portfolio analiza – Portfolio analiza može se iskoristiti za procenu strategijskih efekata ukoliko preduzeće ima višestruke poslovne jedinice u istoj ili različitim industrijama. Portfolio analiza vrši se pomoću dvodimenzionalnih matrica koje sažimaju interne i eksterne faktore. Tri glavne matrice su (Videti više: Babić, 2012; Đuričin, Janošević i Kaličanin, 2015; Domanović, 2019): BCG matrica, McKinsey-GE matrica signalnog svetla i matrica evolucije proizvoda-tržišta. Pomoću ovih matrica, strategijski menadžeri dobijaju informacije o strategijskoj poziciji različitih poslovnih jedinica. To im pomaže pri odlučivanju kuda dalje sa pojedinim poslovnim jedinicama; da li ih podržati i osnažiti; da li ih prodati; da li otpočeti neki novi posao i slično. Imajući u vidu teškoće svih ovih tehnika portfolio analize, treba ih obazrivo koristiti ili bar zajedno sa ostalim instrumentima procene vrednosti strategije.

Postavlja se pitanje šta se događa nakon procene vrednosti korporativne strategije. Ukoliko analiza pokaže da rezultati ne odgovaraju očekivanjima, slede strategijske promene. Ukoliko se ustanovi da su promene neophodne, moglo bi se pristupiti promenama poslovnih i funkcionalnih strategija koje se implementiraju. Međutim, ukoliko i ovo ne dovede do željenih rezultata, preduzima se drastičnija akcija i menja se korporativni pravac. Osim toga, često treba izmeniti i način implementacije korporativne strategije.

Kvantitativne tehnike vrednovanja strategije. Kada preduzeće preduzme neku novu strategiju, ovo u osnovi znači da se finansijska sredstva ulažu danas zarad nekih budućih koristi. Menadžeri koji se drže propisanog strategijskog plana veoma jasno procenjuju finansijske efekte strategijskih odluka. Oni predviđaju tražnju, resurse, inflaciju i moguće poreske režime u zemlji ili zemljama u kojima će investirati. Osim toga, procenjuju se rizici investiranja, finansijsko opterećenje ukoliko projekat ne uspe, oportunitetni trošak strategije, to jest, prinosi koji bi se ostvarili da su sredstva investirana u neku drugu alternativu istog ili sličnog stepena rizika. Razlikuju se najmanje pet glavnih kvantitativnih tehnika (Videti više: Helfert, 2001; Stančić, 2006; Besley i Brigham, 2015; Todorović i Ivanišević, 2017; Domanović, 2019):

- Prinos na angažovani kapital (ROCE - Return on Capital Employed);
- Neto gotovinski tok (NCF - Net Cash Flow);
- Period povraćaja (PP - Payback Period);
- Diskontovani tok gotovine (DCF - Discounted Cash Flow);
- Prelomna tačka profitabilnosti (BEP - Break-Even Point).

Prinos na angažovani kapital (ROCE) je racio, to jest, odnos između ostvarenog profita i investiranog kapitala u procesu implementacije nove strategije. Profiti se obično izračunavaju pre bilo kakvog oporezivanja, s obzirom na to da je oporezivanje nezavisno od procene individualnih strategijskih alternativa. Ovaj racio obično se koristi u proceni strategija. Očekivani profit iz poslovanja procenjuje se nakon izvesnog vremena sprovođenja strategije, definisan obično pre oporezivanja i isplata kamata. Što se tiče sume angažovanog kapitala, treba reći da se u obzir uzima prosečna suma angažovanog kapitala. Jedna od glavnih teškoća jeste upravo definisanje inkrementalnog kapitala koji se koristi samo u svrhu implementacije date strategije. U cilju procene vrednosti ostvarenih rezultata i postavljanja budućih ciljeva, stopa prinosa na kapital jedan je od najkorisnijih i najrasprostranjenijih indikatora profitabilnosti i kreiranja vrednosti.

Teorijski posmatrano, merila performansi zasnovana na tokovima gotovine efektivnija su od računovodstveno zasnovanih merila u proceni vrednosti strategije. Praktično posmatrano, međutim, postoje izvesna ograničenja. Naime, nije uvek moguće proceniti tokove gotovine u budućem periodu, s obzirom na to da je savremeno poslovno okruženje izuzetno neizvesno, heterogeno, nepredvidivo i dinamično. Osim toga, ne postoji izdvojen sistem računovodstva toka gotovine. Dakle, u praksi, jednostavnije je strategiju preduzeća oceniti na osnovu merila koja se baziraju na računovodstvenom profitu, koja pod izvesnim okolnostima aproksimiraju ekonomskom profitu (Kay, 1993, 207).

Neto gotovinski tok (NCF) predstavlja razliku između profita pre depresijacije i periodičnih investicija u obrtni kapital koji je neophodan za preduzimanje izabranog projekta. Aproksimacija kalkulacije neto gotovinskog toka dobija se sumiranjem profita pre oporezivanja od nove strategijske alternative i depresijacije, umanjeno za visinu kapitala koji treba investirati u novu strategiju.

Period povraćaja (PP) se koristi kada jedna alternativa zahteva značajna i specifična kapitalna ulaganja. Period povraćaja je vreme u kome se inicijalna kapitalna ulaganja nadoknađuju. Tokovi gotovine u periodu povraćaja ne diskontuju se, ali se dodaju i oduzimaju podjednako, bez obzira kada se javljaju.

Diskontovani tok gotovine (DCF) predstavlja osnovu za projekciju profita buduće strategije. Pa ipak, profit se razlikuje od gotovine usled (Helfert, 2001; Stančić, 2006;): vremenskih razlika između priliva i odliva gotovine i obračunatih prihoda i rashoda u bilansu uspeha; uticaja depresijacije; računovodstvenih transakcija koje se beleže u bilansu stanja, ali ne i u bilansu uspeha i promena u zahtevima obrtnog kapitala. Za razliku od perioda povraćaja, metod diskontovanog toka gotovine uzima u obzir koncept vremenske dinamike novca. Gotovina se obično procenjuje nakon isplate poreza. Svaki godišnji iznos gotovine potom se diskontovanjem svodi na sadašnju vrednost, pri čemu je diskontna stopa ravna ceni angažovanog kapitala preduzeća. Bazična analiza tokova gotovine, to jest, analiza koja ne uključuje diskontovanje budućih tokova gotovine svake strategijske odluke je esencijalna. Bez gotovine posao ne može opstati. Obično je moguće prilagoditi prihod od prodaje, troškove i profit tako da su podesni za bilo koju tehniku finansijske procene i da mogu doneti prihvatljiv prinos na kapital.

U proceni strategijskih investicija, javljaju se teškoće sa tokom gotovine obično u dva područja i to (Helfert, 2001): u inicijalnom periodu, kada je projekat pre korisnik gotovine nego njen generator i sa projektima koji imaju dug rok povraćaja, kada se gotovina koristi nekoliko godina pre nego se započne sa generisanjem prihoda. Analiza toka gotovine posebno je značajna u periodima neizvesnosti kao što je ekonomska recesija ili rapidna fluktuacija valute. Dodatni pritisci koje stvaraju takvi događaji mogu pogoršati već napetu situaciju sa gotovinom i izazvati

prave probleme. Otuda, obično se preduzima analiza senzitivnosti ili analiza najgoreg slučaja, to jest analiza toka gotovine najgore moguće ishodišne situacije posmatrane strategije.

Bez obzira na probleme, menadžeri koji se pridržavaju propisanog strategijskog plana mišljenja su da je od izuzetne vrednosti temeljna finansijska procena rezultata naspram troškova kapitala. Može se desiti da su menadžeri nekih preduzeća nekompetentni, ali to nikako ne umanjuje vrednost ove tehnike. U vanrednim situacijama, stratezi mogu biti mišljenja da u procesu vrednovanja strategije postoje prave neizvesnosti, odnosno teško je predvideti budućnost i ne postoje neke analitičke formule za donošenje korporativnih strategijskih odluka. Oba pristupa strategiji – preskriptivni (propisani i strogo planirani) i neplanirani, u osnovi su ispravna. Pa ipak, poželjno je izvršiti neku analizu, ma koliko da je nekompletna. Procena korporativne strategije vrši se pomoću imaginacije i vizije, zajedno sa opšte prihvaćenim finansijskim kriterijumima. Subjektivno rasuđivanje igra značajnu ulogu u determinisanju prihoda od prodaje, troškova i profita, s jedne strane, i rizika i atrakcija neke nove strategijske inicijative, s druge strane. Ovo praktično znači da nisu moguće tačne projekcije, što uslovljava da neke odluke budu pogrešne.

Prelomna tačka profitabilnosti (BEP) definiše se kao tačka na kojoj su ukupni troškovi od preduzimanja nove strategije jednaki ukupnim prihodima. Obično se formuliše kao broj proizvodnih jedinica koje treba prodati pre nego se pokriju svi troškovi. Naime, na ovoj tački, ukupni troškovi jednaki su ukupnom prihodu. U strategijskom smislu, prelomna tačka omogućuje procenu obima prodaje koji je neophodan pre nego se započne sa stvaranjem profita. Izražavajući ovo u jediničnim izrazima i povezujući sa ukupnim brojem jedinica koje se prodaju na tržištu dobiće se tržišno učešće koje se zahteva za tu prelomnu tačku. Jasno, ukoliko se to učešće pokaže zaista velikim, tada se dotična strategijska alternativa dovodi u pitanje.

Savremeni model ocene korporativnih strategija

Prema savremenom pristupu vrednovanju korporativne strategije, vrednost korporacije određena je diskontovanjem očekivanih budućih gotovinskih tokova. Vrednost se kreira kada je prinos na investirani kapital iznad cene kapitala. Nove strategijske inicijative moraju se tretirati kao bilo koja druga investicija preduzeća, čiji se efekti na performanse preduzeća procenjuju na osnovu kreirane vrednosti za akcionare. Sledstveno tome, nastao je menadžerski okvir – *upravljanje na bazi vrednosti* (Videti više: Slater, 1996, 1997; Đuričin, Janošević i Kaličanin, 2015; Domanović, 2019). Iako je kreiranje vrednosti za akcionare imperativ za preduzeće, upravljanje na bazi vrednosti neće osigurati definisanje optimalne strategije. Najpre, sve tehnike analize na bazi vrednosti i planiranja kritikovane su zbog prevelikog usmeravanja na sniženje troškova, pre nego na generisanje prihoda. Analiza na osnovu vrednosti može vrednovati samo efekte poznatih strategijskih alternativa, ali ne može kreirati strategijsku viziju preduzeća ili razviti nove strategijske alternative koje se uklapaju u postojeću viziju. Kada se sistem upravljanja na bazi vrednosti fokusira i na superiornu vrednost za kupce/potrošače i kada je integralni deo organizacione kulture, znatno će se povećati budućí izgledi preduzeća da ostvari bolje poslovne performanse.

Preteča koncepta pune vrednosti za akcionare je koncept dodate ekonomske vrednosti (Hubbell, 1997a, 1997b). Dodata ekonomska vrednost zasniva se na ekonomskom profitu, koji uzima u obzir ne samo računovodstvene, već i sve oportunitetne troškove upotrebe svih resursa u preduzeću. Shodno tome, ekonomski profit pokazuje da li i u kojoj meri su resursi efikasno upotrebljeni. Primarni argument u korist rezidualnog dobitka i koncepta dodate ekonomske vrednosti ogleda se u tome što mogu ohrabriti menadžere da preduzmu željene investicije i aktivnosti koje će povećati vrednost preduzeća. Pa ipak, rezidualni dobitak i dodata ekonomska

vrednost izvode se iz računovodstvenog sistema preduzeća. Sledstveno tome, preduzeće može informisati o pozitivnom rezidualnom dobitku ili dodatoj ekonomskoj vrednosti i kada, realno gledano, vrednost preduzeća opada. Zagovornici koncepta dodate ekonomske vrednosti smatraju da je osnovna razlika između rezidualnog dobitka i dodate ekonomske vrednosti u tome što koncept dodate ekonomske vrednosti prilagođava računovodstvene rezultate kako bi se eliminisale distorzije na koje se nailazi pri merenju pravih ekonomskih učinaka (McIntyre, 1999, 66). Nije teško dokazati da diskontovana dodata ekonomska vrednost nudi isti odgovor kao diskontovani tokovi gotovine, ili pristup neto sadašnje vrednosti. Zato što je sadašnja vrednost dodate ekonomske vrednosti matematički ekvivalentna diskontovanom toku gotovine (ili neto sadašnjoj vrednosti), stoga je dodata ekonomska vrednost konzistentna sa univerzalno prihvaćenim načinom vrednovanja aktive u ekonomskoj teoriji.

Sušтина vrednosnog pristupa ogleda se u prepoznavanju da preduzeća treba da deluju u interesima svojih vlasnika (akcionara), to jest da treba da nastoje da maksimiraju njihovo bogatstvo, to jest vrednost njihovih akcija. Maksimiranje tržišne vrednosti akcija preduzeća može dovesti do prenaglašavanja kratkoročnih prinosa na štetu dugoročne profitabilnosti. U tom smislu, prilikom izbora strategije, neophodno je izvršiti projekciju neto gotovinskih tokova i odabrati onu čija je neto sadašnja vrednost najveća. S obzirom na već prethodno iznetu činjenicu da je teško precizno odrediti tokove gotovine u neizvesnom budućem periodu, razumljivo je da ocena strategijskih alternativa bude više kvalitativne prirode. Konačno, cilj analize strategije jeste da se izmere njeni efekti na vrednost preduzeća. Dodata vrednost za akcionare (*Shareholder Value Added - SVA*) predstavlja razliku između prinosa na kapital i troškova kapitala, multiplikovanu investiranim iznosom kapitala akcionara. Ovde se postavljaju pitanja kolika su ulaganja akcionara, koja je tekuća stopa prinosa, da li je to dovoljno da bi se pokrio trošak kapitala i šta predstavlja višak prinosa iznad troška kapitala.

Iz strategijske perspektive, koncept *SVA* treba da je usmeren na prinose od budućih strategija, pre nego na prošle događaje. Ovo znači da stopa prinosa svake predložene strategije treba da se proceni i uporedi sa tekućom i budućom cenom kapitala. Problem koji se ovde javlja jeste rizik, s obzirom na neizvesnost u poslovanju preduzeća. Mogući problemi sa konceptom *SVA* su (Lynch, 2000, 375): koristi računovodstvene podatke; ignoriše veći deo najbolje aktive u preduzeću; podrazumeva precizna merenja troška kapitala; orijentiše se na određeni vremenski period, obično godinu dana; teško je utvrditi dodatnu vrednost za akcionare na nivou poslovne jedinice; zasniva se na subjektivnoj proceni mnogih ključnih elemenata i implicira procenu rizika vezanih za buduće strategije.

Mehanizmi vrednovanja poslovnih strategija

U cilju maksimiranja vrednosti preduzeća, značajno je oceniti ne samo korporativnu, već i poslovne strategije preduzeća. Kao najznačajnije tehnike vrednovanja poslovnih strategija ističu se (Domanović, 2019, 155-160): analiza vektora rasta, analiza profita, analiza konkurenata i analiza životnog ciklusa proizvoda.

Analiza vektora rasta. Analiza vektora rasta bazira se na priznanju da postoje dva primarna načina na koje preduzeće može povećati svoj strategijski opseg u okviru jedne privredne grane, nudeći više proizvoda/tehnologija, ili opsluživanjem više (ili novih) segmenata. Kada se alternativni pravci budućeg rasta ili vektori rasta analiziraju, korisno je izvršiti sličnu analizu za ključne konkurente. Takva kombinovana analiza omogućava da se odredi da li su originalne pretpostavke o rastu, konkurentskoj poziciji poslovne jedinice, ili potencijalu za poboljšanje još uvek održive, a osim toga stvara se mogućnost uvida u namere konkurenata i način na koji evoluiraju specifična tržišta proizvoda.

Analiza profita. Profit na nivou privredne grane je ukupni iznos profita koji se ostvari u svim tačkama lanca vrednosti. Planiranje ukupnog iznosa profita podrazumeva definisanje donje i gornje granice profita, procenu količine profita, alokaciju profita na različite aktivnosti lanca vrednosti i verifikovanje rezultata. Ovo omogućava značajan uvid u mogućnost ostvarenja profita.

Analiza konkurenata. Analiza konkurenata podrazumeva odgovore na neka pitanja, kao što su ko su direktni konkurenti sada i u budućnosti; koje su njihove glavne snage i slabosti; kako su se ponašali u prošlosti; kako bi se mogli ponašati u budućnosti; kako će se to odraziti na granu i posmatrano preduzeće (Babić, 2012). Na mnogim tržištima moguće je identifikovati lidera, jednog ili više izazivača, brojne sledbenike i one koji su usredsređeni na tržišne niše.

Analiza životnog ciklusa proizvoda. Životni ciklus proizvoda koristan je reper za razvoj strategije. Evolucija jedne grane ili proizvoda zavisi od interakcije brojnih faktora uključujući konkurentne strategije rivala, promene u ponašanju kupaca, zakonske i društvene uticaje. U zavisnosti od faza u životnom ciklusu grane/proizvoda (uvođenje, rast, zrelost, opadanje), razlikuju se i moguće strategijske alternative. Svaka faza ima različite karakteristike (koncentracija konkurenata, diferenciranje proizvoda, ulazne barijere, izlazne barijere, cenovna elastičnost tražnje, rasio fiksnih i varijabilnih troškova, ekonomije obima, efekti krive iskustva, vertikalna integracija konkurenata, rizik poslovanja), što se odražava na izbor i vrednovanje strategijskih alternativa.

Menadžment i investitori posebno su zainteresovani za tokove gotovine koje generira imovina preduzeća. Ovi tokovi gotovine nisu samo od centralnog značaja za problem opstanka preduzeća, već su esencijalni za ostvarenje korporativnih ciljeva. Veličina, vremenska dinamika i rizici inherentni u proceni budućih tokova gotovine kritični su aspekti ovog procesa. Opšteprihvaćeno je mišljenje da je prinos na angažovani kapital najznačajnije merilo performansi u cilju dugoročnog planiranja i postavljanja dugoročnih ciljnih profita. Jedan od najuticajnijih faktora pri izboru ciljnog profita je minimalna stopa prinosa koju investitori i kreditori očekuju. Zadovoljavajući nivo profita obezbeđuje isplatu dugova i dividendi, reducirajući time rizike investiranja (Glautier i Underdown, 1994). Glavni koraci u primeni analize vrednosti za akcionare u cilju procene poslovne strategije su (Glautier i Underdown, 1994, 38): identifikovati alternativne strategije (najjednostavniji pristup je uporediti tekuću strategiju sa preferiranom alternativnom strategijom); proceniti tokove gotovine za svaku strategiju; proceniti implikacije svake strategije na trošak kapitala: ukoliko jedna strategija uključuje više troškova kapitala, to može izazvati veće troškove zaduživanja, kao i trošak sopstvenog kapitala, s obzirom na to da će se sopstveni kapital smatrati rizičnijim i izabrati strategiju koja generira najveću neto sadašnju vrednost.

Vrednovanje alternativnih poslovnih strategija preko neto gotovinskih tokova diskontovanih odgovarajućom cenom kapitala teško je iz razloga što većina strategija uključuje niz odluka o alokaciji resursa, tako da sledeće investicione odluke zavise od rezultata i informacija koje se generišu prethodnim investiranjem. Jedan bolji pristup vrednovanju strategije uključio bi i neizvesnost koja je inherentna u poslu, kao i aktivno odlučivanje koje se zahteva kako bi strategija bila uspešna. U finansijskim izrazima, poslovna strategija je pre serija opcija nego što je serija statičnih tokova gotovine. Izvršenje strategije gotovo uvek uključuje niz glavnih odluka. Neke akcije se odmah preduzimaju, dok se druge promišljeno odlažu, tako da menadžeri iznalaze optimalna rešenja kako se okolnosti razvijaju. Strategija postavlja okvir za donošenje budućih odluka, ali u isto vreme ostavlja prostora za učenje i delovanje na bazi onog što je naučeno. Vrednovanje projekata kao opcija podrazumeva detaljniju analizu. Da bi finansije imale značajnu kreativnu ulogu, treba da su u mogućnosti da doprinesu pronicljivoj interpretativnoj analizi niza odluka koje su čisto hipotetičke, to jest, dok su još uvek samo

mogućnosti. Dakle, u sve turbulentnijem okruženju, strategija je manje jedan unapred određen program investicionih planova, a više pozicioniranje preduzeća kako bi se omogućilo da preduzeće preuzme prednosti profitabilnih investicionih mogućnosti kako nastaju. Sa ovog gledišta strategije, investiranja u prvim fazama projekta su u osnovi *opcije*, pri čemu je njihova vrednost u tome što preduzećima nude mogućnost da i kasnije investiraju ukoliko bude povoljnih izgleda krajem inicijalne faze.

Zaključak

Vrednovanje strategije od krucijalnog je značaja u procesu unapređenja poslovnih performansi preduzeća. Kvantitativno izražavanje i merenje efekata strategijskih alternativa nije uvek moguće, te će stoga umnogome zavisiti od intuicije i subjektivnog rasuđivanja menadžera. Ovo praktično znači da savremeni pristupi vrednovanju strategija uključuju koncepte i dostignuća biheviorističke teorije. Menadžment i investitori posebno su zainteresovani za tokove gotovine koje generira imovina preduzeća. Opšteprihvaćeno je mišljenje da je prinos na angažovani kapital najznačajnije merilo performansi u cilju dugoročnog planiranja i postavljanja dugoročnih ciljnih profita, s obzirom na činjenicu da je teško precizno izvršiti projekciju priliva i odliva gotovine u budućem periodu.

Sveobuhvatniji pristup vrednovanju strategije uključio bi i neizvesnost i potencijalne rizike koji su inherentni poslovanju preduzeća u savremenom poslovnom okruženju. Finansijski posmatrano, poslovna strategija je pre serija opcija nego što je serija statičnih tokova gotovine. Sprovođenje strategije gotovo uvek uključuje niz glavnih odluka. Neke akcije se odmah preduzimaju, dok se druge promišljeno odlažu, tako da menadžeri iznalaze optimalna rešenja kako se okolnosti razvijaju. Strategija postavlja okvir za donošenje budućih odluka, ali u isto vreme ostavlja prostora za učenje i delovanje na bazi onog što je naučeno. Vrednovanje alternativnih poslovnih strategija preko neto gotovinskih tokova diskontovanih odgovarajućom cenom kapitala teško je iz razloga što većina strategija uključuje niz odluka o alokaciji resursa, tako da sledeće investicione odluke zavise od rezultata i informacija koje se generišu prethodnim investiranjem.

U savremenom poslovnom okruženju, jedan dobar model upravljanja poslovnim performansama neminovno mora biti strategijski orijentisan. Reverzibilno, strategija utiče na buduće poslovne performanse preduzeća. Naime, poslovne performanse preduzeća zavise od toga kako su vrednovani efekti primene definisane strategije. Pravilan izbor strategije i efikasna primena date strategije dovode do boljih performansi preduzeća, to jest povećanja konkurentne pozicije preduzeća, koje vodi ka većem tržišnom učešću i povećanju profita u dugom roku.

Nakon svega do sada rečenog mogla bi se "izvesti" strategija u izrazima koji nisu samo strategijski, niti samo finansijski, već i jedno i drugo. Pri definisanju strategije, vrši se projekcija preduzeća u budućnosti, kreirajući stazu od njihove sadašnje do željene pozicije u budućnosti. Na konkurentnim tržištima, niko ne očekuje da formuliše detaljan dugoročni plan i da ga nepromišljeno sledi. Čim se krene tom stazom, počinje se sa učenjem o ekonomskim uslovima, konkurentskim akcijama i slično. Nažalost, finansijski alati koji se uglavnom moraju oslanjati na procenu vrednosti strategije – vrednovanje diskontovanog toka gotovine, pretpostavljaju da će se slediti unapred definisan plan, bez obzira kako se događaji odvijaju. Definirati ciljeve samo u izrazima kratkoročne profitabilnosti preduzeća suviše bi pojednostavilo stvari i bilo bi nekompletno. Često je moguće žrtvovati dugoročne profite kako bi se povećali kratkoročni profiti po cenu opstanka preduzeća. Osim toga, takav jedan pristup ignoriše interese ostalih interesnih grupa u preduzeću kao što su zaposleni. Otuda, treba povući crtu između strategijskih i finansijskih ciljeva.

Dato istraživanje ima značajan *teorijski* i *praktični* doprinos. Naime, u *teorijskom smislu*, rad apostrofira ulogu i značaj merenja efekata strategije na poslovne performanse preduzeća. U *praktičnom smislu*, rezultati istraživanja značajni su za menadžere iz razloga što daju jedan sistematičan pregled raznovrsnih kvantitativnih i kvalitativnih mehanizama koji se mogu iskoristiti za ocenu strategije preduzeća. Istraživanje, međutim, ima izvesnih ograničenja. Naime, dato istraživanje je teorijskog karaktera i bazira se na deskriptivnom proučavanju i interpretaciji rezultata sprovedenih istraživanja brojnih drugih autora. U tom smislu, poželjno je u budućem istraživanju, na konkretnom primeru preduzeća iz prakse pokazati kako dobra kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih mehanizama u oceni strategije dovodi do boljih poslovnih performansi preduzeća.

Reference

1. Abernethy, M.A. i Lillis, A.M. (1995). "The impact of manufacturing flexibility on management control system design". *Accounting, Organizations and Society*, 20(4), 241-258.
2. Babić, V. (2012). *Uvod u menadžment*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.
3. Balanced Scorecard Collaborative (2003). "BSC online member survey 2003, executive summary". *Balanced Scorecard Collaborative*, Available at: www.bscol.com.
4. Besley, S., & Brigham, F. E. (2015). *Poslovne finansije*. (prevodilac Nina Stojanović, redaktor prevoda Miroslav Todorović). Beograd: Data Status.
5. Bisbe, J. i Malagueno, R. (2012). "Using strategic performance measurement systems for strategy formulation: Does it work in dynamic environments?" *Management Accounting Research*, 23(4), 296-311. <http://dx.doi.org/10.1016/j.mar.2012.05.002>.
6. Bourne, M., Mills, J., Wilcox, M. i Neely, A. (2000). "Designing, implementing and updating performance measurement systems". *International Journal of Operations i Production Management*, 20(7), 754-771.
7. 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(5), 395-422. doi:10.1016/j.aos.2004.08.001.
8. Coulter, M. (2002). *Strategic Management in Action*. Prentice Hall.
9. Coulter, M. (2010). *Strategijski menadžment na delu*. Prevod sa engleskog četvrtog izdanja knjige. Beograd: Data Status.
10. Dekker, H.C., Groot, T. i Schoute, M. (2013). "A balancing act? The implications of mixed strategies for performance measurement system design". *Journal of Management Accounting Research*, 25, 71-98. doi: 10.2308/jmar-50356.
11. Domanović, V. (2019). *Strategija i poslovne performanse preduzeća*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.
12. Đuričin, N. D., Janošević, V. S. i Kaličanin, M. Đ. (2015). *Menadžment i strategija*. Beograd: Ekonomski fakultet.
13. Epstein, M. J. i Manzoni, J. F. (1997). "The balanced scorecard and tableau de bord: translating strategy into action". *Strategic Finance*, 79(2), 28-36.
14. Figge, F., Hahn, T., Schaltegger, S. i Wagner, M. (2002). "The sustainability balanced scorecard—linking sustainability management to business strategy". *Business Strategy and the Environment*, 11(5), 269–284. DOI: 10.1002/bse.339.
15. Franco-Santos, M., Lucianetti, L. i Bourne, M. (2012). "Contemporary performance measurement systems: a review of their consequences and a framework for research". *Management Accounting Research*, 23(2), 79-119. <http://dx.doi.org/10.1016/j.mar.2012.04.001>.

16. Glautier, M. W. E. i Underdown, B. (1994). *The Accounting Function and Strategy*. 5th Edition, London: Pitman Publishing.
17. Hall, M. (2008). "The effect of comprehensive performance measurement systems on role clarity, psychological empowerment and managerial performance". *Accounting Organizations and Society*, Vol. 33(2/3), 141-163. doi:10.1016/j.aos.2007.02.004.
18. Hall, M. (2011). "Do comprehensive performance measurement systems help or hinder managers' mental models development?" *Management Accounting Research*, 22(2), 68-83. doi:10.1016/j.mar.2010.10.002.
19. Helfert, A. E. (2001). *Financial Analysis Tools and Techniques: A Guide for Managers*. McGraw-Hill.
20. Hogue, Z. (2004). "A contingency model of the association between strategy, environmental uncertainty and performance measurement: impact on organizational performance". *International Business Review*, 13(4), 485-502. doi:10.1016/j.ibusrev.2004.04.003.
21. Hubbell, W. W. (1997a). A case study in economic value added and activity-based management. In B. J. Brinker (Ed.) *Emerging Practices in Cost Management Performance Measurement (G2-1 - G2-9)*. Warren, Gorham & Lemont.
22. Hubbell, W. W. (1997b). Combining economic value added and activity-based management. In B. J. Brinker (Ed.) *Emerging Practices in Cost Management Performance Measurement (G1-1 - G1-12)*. Warren, Gorham & Lemont.
23. Islam, S., Adler, R. i Nortchott, D. (2018). "Managerial attitudes towards the incompleteness of performance measurement systems". *Qualitative Research in Accounting i Management*, 15(1), 84-103. doi 10.1108/qram-10-2017-0106.
24. Ittner, C. D. i Larcker, D. F. (2003). "Coming up short on nonfinancial performance measurement". *Harvard Business Review*, 81(11), 88-95.
25. Kaplan, R. S. i Norton, D. P. (1993). Putting the balanced scorecard to work. *Harvard Business Review*, 71(5), 134-147.
26. Kaplan, R. S. i Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard – Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
27. Kaplan, R. S. i Norton, D. P. (2001). *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*. Boston: Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
28. Kaplan, R.S. i Norton, D. P. (1992). "The balanced scorecard – measures that drive performance". *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
29. Kay, J. A. (1993). *Foundations of Corporate Success: How Business Strategies Add Value*. Oxford University Press.
30. Laihonen, H. i Pekkola, S. (2016). "Impacts of using a performance measurement system in supply chain management: a case study". *International Journal of Production Research*, 54(18), 5607-5617. <http://dx.doi.org/10.1080/00207543.2016.1181810>.
31. Lillis, A. i van Veen-Dirks, P. (2008). "Performance measurement system design in joint strategy settings". *Journal of Management Accounting Research*, 20, 25-57. doi: 10.2308/jmar.2008.20.1.25.
32. Lucianetti, L., Battista, V. i Koufteros, X. (2019). "Comprehensive performance measurement systems design and organizational effectiveness". *International Journal of Operations i Production Management*, 39(2), 326-356. doi: 10.1108/IJOPM-07-2017-0412.
33. Luehrman, T. A. (1997). What's it worth? a general manager's guide to valuation. *Harvard Business Review*, May-June, 132-142.
34. Lynch, R. (2000). *Corporate Strategy*. Financial Times, Prentice Hall, An Imprint of Pearson Education.
35. Malina, M. A. i Selto, F. H. (2015). "Behavioral-economic nudges and performance measurement models". *Journal of Management Accounting Research*, 27(1), 27-45. doi: 10.2308/jmar-50821.

36. McIntyre, E. V. (1999). Accounting choices and EVA. *Business Horizons*, January-February, 66-72.
37. McWilliams, A., Siegel, D. S. i Wright, P. M. (2006). "Corporate social responsibility: Strategic implications". *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18. doi: 10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x.
38. Merchant, K. A. i van der Stede, W. A. (2012). *Management Control Systems: Performance Measurement, Evaluation and Incentives*. Harlow: Pearson Education Limited.
39. Micheli, P. i Mura, M. (2017). "Executing strategy through comprehensive performance measurement systems". *International Journal of Operations i Production Management*, 37(4), 423-443. doi 10.1108/ijopm-08-2015-0472.
40. Miller, D. i Friesen, P. H. (1983). "Strategy-making and environment: the third link". *Strategic Management Journal*, 4(3), 221-235.
41. Neely, A., Gregory, M. i Platts, K. (1995). "Performance measurement system design. A literature review i research agenda". *International Journal of Operations i Production Management*, 15(4), 80-116.
42. Niven, P. R. (2011). *Balanced Scorecard: Step-by-Step for Government and Non-profit Agencies*. New York: John Wiley i Sons.
43. Park, S., Lee, H., Chae, W. S. (2017). "Rethinking balanced scorecard (BSC) measures: formative versus reflective measurement models". *International Journal of Productivity and Performance Management*, 66(1), 92-110. doi: 10.1108/ijppm-08-2015-0109.
44. Pekkola, S. i Ukko, J. (2016). "Designing a performance measurement system for collaborativenetwork". *International Journal of Operations i Production Management*, 36(11), 1410-1434. doi 10.1108/ijopm-10-2013-0469.
45. Singh, K. R., Arora, S. S. (2018). "The adoption of balanced scorecard: an exploration of its antecedents and consequences". *Benchmarking: An International Journal*, 25(3), 874-892. doi: 10.1108/bij-06-2017-0130.
46. Slater, S. F., i Olson, E., M. (1996). "A value-based management system". *Business Horizons*, 39(5), 48-52.
47. Slater, S. F., Olson, E. M., i Reddy, V. K. (1997). "Strategy-based performance measurement". *Business Horizons*, 40(4), 37-44.
48. Smith, M. i Bititci, U. S. (2017). "Interplay between performance measurement and management, employee engagement i performance". *International Journal of Operations i Production Management* 37(9), 1207-1228. doi 10.1108/ijopm-06-2015-0313.
49. Spencer, S. Y., Joiner, T. A. i Salmon, S. (2009). "Differentiation strategy, performance measurement systems and organizational performance: evidence from Australia". *International Journal of Business*, 14(1), 1083-4346.
50. Stančić, P. (2006). *Savremeno upravljanje finansijama preduzeća*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.
51. Todorović, M., Ivanišević, M. (2017). *Poslovne finansije*. Beograd: Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
52. Verbeeten, F. i Boons, A. (2009). "Strategic priorities, performance measures and performance: an empirical analysis in Dutch firms". *European Management Journal*, 27(2), 113-128. doi:10.1016/j.emj.2008.08.001.
53. Wiersma, E. (2009). "For which purposes do managers use balanced scorecards? An empirical study". *Management Accounting Research*, 20(4), 239-251. doi:10.1016/j.mar.2009.06.001.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST ORGANIZACIJA U JAVNOM SEKTORU

Verica Babić* i Dejana Zlatanović**

Kao ključna pretpostavka održivog razvoja, društvena odgovornost se dominantno istražuje u preduzećima. Međutim, odgovarajući trendovi u javnom sektoru, poput modela upravljanja svojstvenim privatnom sektoru (novi javni menadžment), ukazuju na neophodnost istraživanja društvene odgovornosti u javnom sektoru. Shodno tome, predmet istraživanja u radu je društvena odgovornost organizacija u javnom sektoru, odnosno karakteristike i dimenzije društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru. Cilj je identifikovati stavove, tj. percepcije zaposlenih o odgovarajućim dimenzijama društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru. Rezultati sprovedenog empirijskog istraživanja su pokazali pozitivan stav zaposlenih u organizacijama javnog sektora u Republici Srbiji prema društvenoj odgovornosti, tj. pokazali su da zaposleni percipiraju istraživane organizacije kao društveno odgovorne, što je u skladu sa njihovom primarnom svrhom i ulogom. U cilju obezbeđivanja dugoročnog razvoja, organizacije u javnom sektoru moraju da vode računa o određenim standardima za zaštitu životne sredine i zakonskoj regulativi, zahtevima koji se tiču restrukturiranja, raznolikosti i etike. Istovremeno, treba da razviju sopstvene politike, etičke kodove, standarde implementacije, omogućće lakši pristup informacijama i transparentnost, preduzmu mere da se spreči korupcija, a stimuliše konkurentnost, ulaganje u nauku i tehnologiju. Dakle, njihova uloga je da budu lideri društveno odgovornog ponašanja.

Ključne reči: društvena odgovornost, javni sektor, novi javni menadžment, održivi razvoj, ISO 26000

Uvod

Sve veći broj inicijativa kroz različite koncepte, poput pristupa trostruke osnove (eng. triple bottom line), korporativne društvene odgovornosti ili društvene odgovornosti, ukazuje na neophodnost odgovornog odnosa prema budućim generacijama, što implicira rastući značaj održivog razvoja (Nedelko et al., 2017). Generalno se pod održivim razvojem podrazumeva "onaj razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe sadašnjih, bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje sopstvene potrebe" (WCED, 1987). Respektujući važnost koncepta održivog razvoja, u Republici Srbiji je 2008. godine usvojena Nacionalna strategija održivog razvoja za period 2008-2017, prema kojoj se održivi razvoj definiše kao "ciljno orijentisan, dugoročan, neprekidan, sveobuhvatan i sinergetski proces koji utiče na sve aspekte života (ekonomski, socijalni, ekološki i institucionalni) na svim nivoima" (Nacionalna strategija održivog razvoja Republike Srbije 2008-2017, str. 5). Shodno tome, mogu se izdvojiti tri ključna faktora, tj. stuba održivog razvoja: ekonomski, društveni i ekološki. Odnosno, reč je o održivom razvoju "ekonomije, privrede i tehnologije, održivom razvoju društva na bazi socijalne ravnoteže i zaštiti životne sredine uz racionalno raspolaganje prirodnim resursima" (Nacionalna strategija održivog razvoja Republike Srbije 2008-2017, str. 6).

Za upravljanje održivim razvojem, od relevantnog značaja je ponašanje organizacija koje bi trebalo biti usmereno ka ostvarivanju potreba društva, generisanju prihoda i profita, stvaranju novih radnih mesta i ulaganja u buduću razvoj kao i u razvoj društva i poslovnog okruženja. Navedeno implicira važnost društvene odgovornosti organizacija kao ključne pretpostavke

* Redovni profesor, e-mail: vbabic@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: dejanaz@kg.ac.rs

održivog razvoja (Zlatanović, 2015). Društvena odgovornost preduzeća podrazumeva delovanje preduzeća na mnogo široj osnovi nego što je isključivo koncentrisanje na povećanje profita, čime se zapravo iskazuje generalna briga preduzeća za društvo.

Kao međusobno povezani koncepti, društvena odgovornost preduzeća i održivi razvoj su predmet brojnih istraživanja u različitim oblastima (Crittenden et al., 2011; Maignan & Ferrell, 2004; Pelozo & Sang, 2011; Vlachos et al., 2009), kao i odgovarajućih dokumenata i smernica kojima se ova oblast funkcionisanja preduzeća uređuje poput ISO 26000 (ISO, 2010) ili Strategija promocije i razvoja društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji 2010-2015. Posmatrajući različite tipove organizacija, od odgovarajućeg je značaja istaći da se društvena odgovornost dominantno istražuje u preduzećima (e.g. Maignan & Ferrell, 2004; Pelozo and Sang 2011; Zlatanović, 2015a), dok je interesovanje za istraživanje društvene odgovornosti u drugim tipovima organizacijama, posebno u javnom sektoru, znatno manje. Navedeno se može potvrditi znatno manjim brojem istraživanja u datoj oblasti. Ukoliko je predmet istraživanja javni sektor, istraživanja društvene odgovornosti su najčešće usmerena na etičko ponašanje organizacija javne uprave (Bowman & Knox, 2008; Nedelko & Potocan, 2013). Međutim, neophodnost šireg istraživanja i integracije koncepta društvene odgovornosti u javnom sektoru, ukazuje na odgovarajući istraživački gep koji se nastoji otkloniti ovim istraživanjem. Shodno navedenom, predmet istraživanja u radu je društvena odgovornost organizacija u javnom sektoru. Cilj je identifikovati percepcije zaposlenih u javnom sektoru o odgovarajućim dimenzijama društvene odgovornosti.

Rad je fokusiran na sledeća istraživačka pitanja:

- Kakvi su stavovi zaposlenih u javnom sektoru prema konceptu društvene odgovornosti?
- Koje dimenzije društvene odgovornosti su najizraženije u organizacijama javnog sektora?
- Kako se može unaprediti društvena odgovornost organizacija u javnom sektoru?

U skladu sa opredeljenim predmetom i ciljem istraživanja, rad je strukturiran u tri međusobno povezane celine. U tom smislu, najpre je istaknut značaj i identifikovane odgovarajuće karakteristike i koristi društveno odgovornog ponašanja organizacija. U radu su zatim razmatrane specifičnosti društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru, kao i uloga javnog sektora u unapređenju društvene odgovornosti organizacija. Shodno tome, sprovedeno je empirijsko istraživanje u organizacijama javnog sektora u Republici Srbiji, čiji su rezultati predstavljeni u trećem delu rada. Takođe, istaknute su određene praktične implikacije i preporuke za unapređenje društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru.

Karakteristike i koristi društveno odgovornog ponašanja

Koncept društvene odgovornosti preduzeća zasnovan je na ideji da preduzeća ne mogu da budu izolovana od okruženja, tj. od odgovarajućih društvenih problema, što podrazumeva ponašanje koje uključuje različite društvene obaveze prema relevantnim stakeholderima. Društvena odgovornost preduzeća se generalno odnosi na ponašanje preduzeća koje je izvan njegovih zakonskih obaveza prema društvu i okruženju (Zlatanović & Mulej 2015). Društvena odgovornost preduzeća predstavlja "odgovornost preduzeća za njihov uticaj na društvo", odnosno DOP je „koncept pomoću koga organizacije integrišu brigu o društvu i životnoj sredini u svoje poslovne aktivnosti i interakcije sa relevantnim stakeholderima na dobrovoljnoj osnovi" (EU, 2001, p. 6).

Iako postoji mnogo dokumenata kojima se područje društvene odgovornosti reguliše, od posebne važnosti su smernice za društvenu odgovornost preduzeća ISO 26000 (ISO 2010). U ISO

26000 (ISO, 2010) koncept društvene odgovornosti preduzeća je zamenjen konceptom društvene odgovornosti. Ovakva promena ukazuje na promenu od društvene odgovornosti kompanija na odgovornost svih organizacija – profitnih i neprofitnih, malih, srednjih i velikih – za stekholdere i okruženje. Prema ISO 26000 standardima društvena odgovornost je "odgovornost organizacije za uticaj njenih odluka i aktivnosti na društvo i okruženje, kroz transparentno i etičko ponašanje koje doprinosi održivom razvoju i blagostanju društva; uzimajući u obzir očekivanja stekholdera; u saglasnosti je sa usvojenim zakonima i međunarodnim normama ponašanja; integrisana je u celopkupno funkcionisanje organizacije" (ISO, 2010, p. 3). Takođe, društvena odgovornost obuhvata sledeće oblasti: upravljanje organizacijom, ljudska prava, radnu praksu, životnu sredinu, zaštitu prava potrošača, fer poslovnu praksu i uključenost u probleme zajednice, a zasnovana je na određenim principima poput: odgovornosti, transparentnosti, etičkog ponašanja, respektovanja prava svih stekholdera, respektovanja zakona, međunarodnih normi i ljudskih prava (Zlatanović, 2015b). Osim navedenog, važno određenje društvene odgovornosti je i neophodnost razmatranja odnosa i međusobnih povezanosti svih navedenih oblasti društvene odgovornosti, odnosno u ISO 26000 jasno je identifikovana neophodnost holističkog prilaza istraživanju društvene odgovornosti (ISO, 2010, p. 20).

U Strategiji razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period 2010- 2015, društveno odgovorno poslovanje je definisano na sledeći način (str. 2):

"Pre svega, društveno odgovorno ponašanje obuhvata poštovanje zakonskih obaveza (npr. porez, zdravlje i bezbednost, prava radnika, prava potrošača, regulativa u oblasti životne sredine) i standarda industrije. Istovremeno, društveno odgovorno ponašanje uključuje umanjivanje ili eliminisanje negativnih efekata poslovanja po društvo i upravljanje rizikom (na primer, od povrede ljudskih prava ili zagađenja). Konačno, tiče se i uvećavanja pozitivnih efekata poslovanja i stvaranja vrednosti kroz inovacije, investicije i partnerstva usmerena ka društvenom dobru i dobru za životnu sredinu (na primer, otvaranje radnih mesta, društveni i ekonomski razvoj i razrešenje konflikta)." Dakle, sa društvenom odgovornošću organizacije nastoje da uravnoteže svoje ekonomske, tehničke i ekološke ciljeve. Odnosno, društvena odgovornost pomaže organizacijama da usklade zahteve koji se odnose na efikasnost, fleksibilnost i inovativnost (Nedelko *et al*, 2017).

Dimenzije društvene odgovornosti mogu se opredeliti na različite načine. Bez obzira na to koji pristup se usvoji, važno je da on obuhvati sve ključne aspekte društveno odgovornog poslovanja (Vlastelica-Bakić *et al.*, 2012) kako bi predstavljao adekvatnu osnovu za uspešnu primenu i razvoj u praksi kompanija. Generalno posmatrano, mogu se izdvojiti dve ključne dimenzije društvene odgovornosti – eksterna i interna. Interna dimenzija društvene odgovornosti podrazumeva brigu o zdravlju zaposlenih i bezbednosti na radu, i to izvan granica propisanih zakonom, uvažavanje individualnih razlika i problema sa kojima se članovi kolektiva suočavaju, međusobno poštovanje i razumevanje, promovisanje humanosti i brige za ljude, koja nije ograničena samo na radno vreme već uključuje i pokušaj da se postigne balans između posla, porodice i slobodnog vremena. Izuzetno značajna dimenzija interne odgovornosti se odnosi na jednake mogućnosti za obuku i učenje, koje bi trebalo da podstiču razvoj i napredovanje u karijeri, kao i mogućnost promovisanja potencijala svakog pojedinca. Ovo bi trebalo da omogući i uspostavljanje pravednog sistema zarada baziranih na proceni individualnih učinaka (Stojanović-Aleksić *et al*, 2016).

Eksterna dimenzija društvene odgovornosti se odnosi na sve eksterne stekholdere, i ogleda se u racionalnom korišćenju resursa, smanjenju emisije štetnih supstanci, recikliranju i sl. U odnosu prema lokalnoj zajednici, društveno odgovorno ponašanje se indirektno odnosi na kreiranje i unapređenje poslovanja i plaćanje poreza, a neposredno na: učešće u raznim humanitarnim aktivnostima, sponzorisane kulturnih i sportskih manifestacija, finansiranje

obrazovnih projekata, ekološke programe, donacije zdravstvenim i socijalnim ustanovama, stipendije za mlade talente i druge oblike pomoći članovima zajednice (Stojanović-Aleksić et al., 2016).

Kada je reče o koristima društveno odgovornog ponašanja, pozitivan uticaj društvene odgovornosti na finansijske performanse je pokazan u mnogim radovima. (e.g. De Bakker et al., 2005; Orlitzky *et al.*, 2003). Istovremeno, postoji mali broj radova u kome je istraživana povezanost društvene odgovornosti sa nefinansijskim performansama. U tom smislu, mogu se izdvojiti sledeća istraživanja: Maignan and Ferrell (2001) istražuju povezanost lojalnosti potrošača, posvećenosti zaposlenih i društvene odgovornosti; Scholder Ellen et al. (2006), pokazuju da društvena odgovornost pozitivno utiče na potrošače i njihovu percepciju proizvoda. Konačno, Greening and Turban (2000) ukazuju na to da je društvena odgovornost važna za regrutovanje zaposlenih.

Nefinansijske koristi društveno odgovornog ponašanja se uglavnom posmatraju u kontekstu zaposlenih, satisfakcije potrošača i reputacije preduzeća. Istraživanja pokazuju da društvena odgovornost omogućava zadovoljavanje instrumentalnih, moralnih i relacionih potreba zaposlenih što rezultira većom posvećenošću organizaciji i saim tim manjim odlivom zaposlenih. Istovremeno, društveno odgovorno ponašanje utiče na veću satisfakciju potrošača i bolju reputaciju preduzeća (Galbreath, 2007).

Specifičnosti društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru

Društvena odgovornost postaje važan izvor vrednosti koja doprinosi konkurentnosti preduzeća, ali istovremeno i važan faktor celokupnog društvenog razvoja (Porter & Kramer, 2006). Navedeno implicira da je svest o rastućem značaju društvene odgovornosti prisutna kako u privatnom tako i u javnom sektoru. Zapravo, organizacije u javnom sektoru, a posebno u javnoj upravi, predstavljaju ključne aktere društveno-ekonomskog sistema upravljanja i nezamislivo je da ne budu posvećene društvenoj odgovornosti. Iako povezanost između javnog sektora i društvene odgovornosti može izgledati paradoksalno, imajući u vidu da se svrha javnog sektora ogleda u što boljem zadovoljenju društvenih interesa, loše upravljanje, korupcija, kao i težnja ka modelima upravljanja svojstvenim privatnom sektoru – novi javni menadžment (Kolthoff et al., 2006; Diefenbach, 2009), ukazuju na neophodnost razmatranja ove teme i u javnom sektoru. Takođe, sproveden je čitav niz istraživanja o etici u javnom sektoru što ukazuje da je reč o relevantnom području istraživanja (e.g. Bowman & Knox, 2008; Nedelko & Potocan, 2013).

Interesovanje akademske i profesionalne zajednice za izveštavanje o društvenom, ekološkom i održivom ponašanju organizacija je takođe rastuće u javnom sektoru. Shodno navedenom, može se zaključiti da je funkcija organizacija u javnom sektoru dvostruka. S jedne strane, one treba da ohrabre prihvatanje instrumenata i društveno odgovornog ponašanja od strane privatnih entiteta, kao deo funkcija regulacije i kontrole ekonomskih i društvenih aktivnosti. S druge strane, one treba da ohrabre principe društvene odgovornosti u sopstvenim organizacijama kao i izveštavanje o tim aspektima (Fusco et al., 2018, Štreimikienė & Pušinitė, 2009; Ward, 2004).

Vodeći računa o dvostrukoj funkciji organizacija u javnom sektoru, njihova uloga u promovisanju društvene odgovornosti treba da bude usmerena ka: unapređenju sopstvene društvene odgovornosti, promovisanja i proširivanja prakse društveno odgovornog ponašanja u kompanijama, rastućoj svesti svih stejkholdera, kao i unapređenju saradnje između države, preduzeća i društva kao celine. Budući da bi organizacije u javnom sektoru trebalo same po sebi

da budu društveno odgovorne, jer je njihova primarna svrha usmerena ka opštem interesu ili zajedničkom dobru, primena koncepta društvene odgovornosti u javnom sektoru može se samim tim smatrati besmislenim. U kontekstu datih razmatranja, potrebno je istaći opravdanost razmatranja ovog koncepta u javnom sektoru, pre svega iz razloga povezanih sa korupcijom i lošim upravljanjem, kao i trendom prevladavanja ekonomskih nad društvenim brigama u javnom sektoru. Sa ovog aspekta, proširivanje koncepta društvene odgovornosti na javni sektor je neophodno. Međutim, to podrazumeva drugačije tumačenje društvene odgovornosti, tj. tumačenje na tri različita nivoa: politički, menadžerski i relacioni. Ova tri nivoa se mogu objasniti na sledeći način (Fusco et al., 2018):

- odgovornost političkih struktura prema društvu, što je iskazano u principima transparentnosti i odgovornosti;
- menadžerska odgovornost koja se uglavnom podvodi pod administrativnu odgovornost, poštovanje zakona, principe efikasnosti i efektivnosti, procenu uticaja preduzetih aktivnosti na društvo;
- relaciona odgovornost koja potiče iz odnosa prethodna dva nivoa i potrebe da se ova dva aspekta posmatraju kao međusobno zavisna, a ne kao konfliktna ili razdvojena.

U cilju obezbeđivanja dugoročnog razvoja, organizacije u javnom sektoru moraju da vode računa o određenim standardima za zaštitu životne sredine i zakonskoj regulativi, zahtevima koji se tiču restrukturiranja, raznolikosti i etike. U navedenom kontekstu, država treba da kreira povoljne uslove za razvoj područja društvene odgovornosti. Istovremeno, organizacije u javnom sektoru treba da razviju sopstvene politike, etičke kodove, standarde implementacije, omoguće lakši pristup informacijama, transparentnost, preduzmu mere da se spreči korupcija, stimuliše konkurentnost, kao i ulaganje u nauku i tehnologiju (Štreimikienė & Pušinė, 2009). U tom smislu, od odgovarajućeg je značaja veza između javne politike i društvene odgovornosti, budući da javna politika definiše ne samo tip i trajektoriju društvene odgovornosti u različitim kontekstima, već i ulogu stejkholdera. Regulatorni kapacitet javnog sektora ima kritičnu ulogu u podržavanju društvene odgovornosti. Bez tog kapaciteta ili neophodne pažnje posvećene fundamentalnim ljudskim pravima, preduzeća se suočavaju sa teškoćama u pronalaženju i održavanju odgovarajućih granica u svojim društveno odgovornim intervencijama, i mogu da osećaju pritisak da sprovedu aktivnosti koje su izvan njihovih ključnih kompetencija i koje predstavljaju finansijski trošak pre nego investiciju. Društvena odgovornost takođe može da pomogne u bavljenju fundamentalnim problemima investicione klime, kroz aktivnost javnog sektora. Dakle, da bi preduzeća nastavila da unapređuju svoje društveno odgovorno ponašanje, javni sektor mora da obezbedi sledeća dva ključna doprinosa: preciznost u svojim regulativama, bazne standarde koji se zahtevaju od svih preduzeća i predvidivost intervencija države (Fox et al., 2002; Ward, 2004).

Kada je reč o tranzicionim ekonomijama, efektivnost instrumenata društvene odgovornosti, može biti unapređena samo uz pomoć direktnog angažovanja javnog sektora. U prilog tome mogu se navesti sledeći razlozi (Ward, 2004):

Društvena odgovornost može da pomogne u razvoju nacionalnih pristupa konkurentnosti, pri čemu se kao moguće strategije javnog sektora mogu izdvojiti: povezivanje nacionalnih investicionih strategija sa društveno odgovornim interesima investitora i povezivanje prakse društveno odgovornosti preduzeća sa javnim dobrima koja su osnova nacionalne konkurentnosti;

Sa odgovarajućim angažovanjem javnog sektora, društvena odgovornost može da predstavlja pozitivan katalizator razvoja domaćih preduzeća. Istovremeno, društvena odgovornost može da pomogne u otklanjanju gepova u kapacitetima javnog sektora; da

obezbedi partnerstva koja stvaraju sinergiju između javnog, privatnog i civilnog sektora, kako bi se realizovali ciljevi povezani sa održivim razvojem.

Dakle, može se zaključiti da javni sektor ima ključnu ulogu u razvoju društvene odgovornosti u nekoj državi. Shodno pregledu literature, mogu se identifikovati četiri ključne uloge javnog sektora: mandatorska, uloga olakšivača, partnerska i uloga podrške (Fox et al., Ward, 2004; Štreimikienė & Pušinaitė, 2009). U svojoj mandatorskoj ulozi, vlasti na različitim nivoima moraju da definišu minimum standarda za poslovne performanse (na primer, utvrđivanje graničnih vrednosti emisije emisija štetnih gasova). Uloga olakšivača se odnosi na to da organizacije u javnom sektoru treba da omoguće kompanijama da se angažuju na planu društvene odgovornosti ili da podstaknu društvena i ekološka unapređenja. Javni sektor može da ima i ulogu podrške u kojoj organizacije u javnom sektoru mogu da stimulišu angažovanje ključnih aktera u usvajanju planova o društvenoj odgovornosti (na primer, kroz obezbeđivanje fondova za istraživanje ili sprovođenje kampanja, prikupljanje i diseminaciju informacija, obuke, ili rastuću svest). Podrška se može iskazati i kroz neka politička dokumenta, ili direktnim priznavanjem napora pojedinih preduzeća kroz nagrade ili priznanja. Konačno, uloga partnerstva može biti posmatrana i kao ključna u društveno odgovornim planovima, budući da strategijska partnerstva mogu da doprinesu komplementarnosti javnog i privatnog sektora i društva u celini u suočavanju sa kompleksnim društvenim i ekološkim problemima.

Važno je istaći da se ne mogu jasno razgraničiti navedene uloge, jer se često prepliću i kombinuju. Takođe, u tranzicionim ekonomijama postoji opasnost da organizacije u javnom sektoru zloupotrebe entuzijazam koji je povezan sa društvenom odgovornošću, tako da ne bude u skladu sa ciljevima javne politike i prioritetima. Shodno tome, od odgovarajućeg značaja su novi principi korporativnog upravljanja u javnim preduzećima za vlasnike, odbore, generalne direktore i revizore u skladu sa njihovim zadacima i ulogama. Kvalitet korporativnog upravljanja u javnim preduzećima zavisi od efektivnosti upravnog odbora i njegovih relacija sa državom i menadžerskom strukturom. Zbog ovih specifičnosti, učinjeni su naponi od strane OECD-a da se definišu preporuke korporativnog upravljanja u javnim preduzećima, koje su prezentirane državama kao smernice za podizanje operativne efikasnosti, transparentnosti i odgovornosti organizacija u javnom sektoru. Preporuke obuhvataju sedam oblasti: razloge za vlasništvo države, ulogu države kao vlasnika javnih preduzeća, specifičnu poziciju javnih preduzeća na tržištu, potrebu da postoji pravičan tretman akcionara i drugih investitora, balansiran odnos sa ključnim stejkholderima, poštovanje transparentnosti i otvorenosti u radu javnih preduzeća i definisanje jasne odgovornost odbora javnih preduzeća (Babić i Nikolić, 2017, str. 398-399).

Shodno navedenim ulogama i specifičnostima društvene odgovornosti u organizacijama u javnom sektoru, od odgovarajućeg je značaja proceniti da li su i koliko ove organizacije društveno odgovorne. U tom smislu, mogu se ispitati stavovi zaposlenih, kao ključnih internih stejkholdera, i identifikovati njihove percepcije o odgovarajućim dimenzijama društvene odgovornosti.

Metodologija i rezultati istraživanja

Polazeći od ISO 26000, određenih istraživanja u oblasti društvene odgovornosti preduzeća (e.g. Homburg, 2013; Maignan & Ferrell, 2004; Pelozo & Sang, 2011; Vlachos et al, 2009; Xueming et al, 2006; Zlatanović, 2015), kao i istraživanja društvene odgovornosti u javnom sektoru (e.g. Sangle, 2010; Fordham & Robertson, 2018; Štreimikienė & Pušinaitė, 2009), dizajniran je odgovarajući upitnik. Upitnik je osmišljen tako da omogući prikupljanje podataka o društveno odgovornim aktivnostima koje se preduzimaju u istraživanim organizacijama javnog sektora.

Odnosno, upitnikom se nastojalo otkriti kako zaposleni percipiraju određene društveno odgovorne aktivnosti i u kojoj meri se te aktivnosti preduzimaju u organizacijama javnog sektora. Originalno empirijsko istraživanje je sprovedeno u februaru 2019. godine u različitim tipovima organizacija u javnom sektoru na teritoriji Republike Srbije. Uzorak je obuhvatio 133 zaposlenih u organizacijama javnog sektora, kao što su javno-komunalne, obrazovno-vaspitne, zdravstvene, kulturno-zabavne, turističke, organizacije lokalne uprave, socijalne, itd.

U sprovedenom istraživanju su kao ključne dimenzije, tj. aspekti društvene odgovornosti izabrane opšte aktivnosti usmerene ka društveno odgovornom ponašanju, aktivnosti usmerene ka zaposlenima i korisnicima usluga. Shodno navedenom, upitnik je obuhvatio 29 pitanja koja se odnose na navedene dimenzije. Opšti stavovi o društveno odgovornom ponašanju mereni su kroz deset iskaza; društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka zaposlenima merene su kroz devet iskaza, a društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka korisniku merene su kroz deset iskaza.

Sa stanovišta karakteristika uzorka, dominiraju ispitanici ženskog pola (61%), ispitanici koji imaju visoko obrazovanje (47%), sa više od petnaest godina radnog staža. Takođe, u uzorku dominiraju ispitanici koji su zaposleni u lokalnim upravama (45%), koji imaju 21-50 zaposlenih, i ispitanici čija je pozicija u organizaciji sa stanovišta broja podređenih manja od tri podređena (Tabela 1).

Nakon analize strukture uzorka, ispitana je pouzdanost merne skale. Vrednosti svake pojedine dimenzije društveno odgovornosti su iznad 0,80 što ukazuje na visoku pouzdanost merne skale (Cronbach's Alpha > 0,70) - Tabela 2.

U cilju identifikovanja percepcija zaposlenih u javnom sektoru o društvenoj odgovornosti, urađena je deskriptivna statistička analiza – Tabela 3. Shodno dobijenim prosečnim vrednostima aritmetičke sredine, može se zaključiti sledeće:

Najveći broj iskaza ima vrednost aritmetičke sredine iznad 3,5 ($M > 3,5$), što ukazuje na to da zaposleni u javnom sektoru smatraju istraživane dimenzije društveno odgovornog ponašanja relevantnim i njihova percepcija je da je ponašanje istraživanih organizacija društveno odgovorno;

Takođe, može se uočiti da je najizraženija dimenzija društvene odgovornosti dimenzija koja se tiče aktivnosti usmerenih ka korisnicima usluga ($M=4,0858$), što ukazuje da istraživane organizacije najviše pažnje posvećuju svojim korisnicima usluga. U datom kontekstu, iskaz *Unapređuje se saradnja sa organizacijama za zaštitu prava potrošača/korisnika usluga* ima najnižu vrednost aritmetičke sredine ($M=3,5714$), što implicira da istraživane organizacije treba da unaprede saradnju sa organizacijama za zaštitu prava korisnika usluga.

Istovremeno, najnižu vrednost aritmetičke sredine ima dimenzija društvene odgovornosti koja se odnosi na zaposlene ($M=3,7987$). Pri tome, najniže vrednosti aritmetičke sredine imaju iskazi *Zaposleni učestvuju u dobrotvornim aktivnostima* i *Vodi se računa o socijalnim potrebama zaposlenih*, a najvišu vrednost aritmetičke sredine iskaz *Zaposlenima je omogućeno sticanje dodatnih znanja i veština (npr. kroz različite obuke)*. Navedeno pokazuje da istraživane organizacije vode računa o tome da zaposlenima obezbede mogućnosti daljeg usavišavanja i učenja, dok se zanemaruju njihove socijalne potrebe, kao i učestvovanje u dobrotvornim aktivnostima. Navedeno može biti odraz prethodno pomenute paradigme novog javnog menadžmenta po kojoj se organizacije u javnom sektoru sve više približavaju privatnom sektoru.

Interesantno je da u okviru dimenzije *Opšti stavovi o društveno odgovornom ponašanju* svi iskazi imaju visoke vrednosti aritmetičkih sredina. Iako ovakvi stavovi mogu biti odraz subjektivnosti ispitanika koji su zaposleni u istraživanim organizacijama, dobijeni rezultati se mogu posmatrati u skladu sa navedenim ulogama organizacija u javnom sektoru u

promovisanju i unapređenju društvene odgovornosti. Shodno tome, rezultati upravo pokazuju odraz specifičnosti društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru.

Tabela 1 Struktura uzorka

<i>Pol</i>	Frekvencija	Procenat
Muški	52	39%
Ženski	80	61%
<i>Starosno doba</i>		
18 - 25	6	5%
26 - 35	18	14%
36 - 45	43	32%
46-55	39	29%
> 55	27	20%
<i>Nivo obrazovanja</i>		
Završen fakultet	63	47%
Završena viša škola	31	23%
Završena srednja škola	39	29%
Osnovno obrazovanje	0	0%
<i>Radni staž u javnom sektoru</i>		
1-5	16	12%
6-10	29	22%
11-15	34	26%
>15	54	41%
<i>Delatnost organizacije</i>		
javno-komunalna	5	4%
obrazovno-vaspitna	20	15%
lokalna uprava	60	45%
zdravstvena	8	6%
sportsko-rekreativna	5	4%
kulturno-zabavna	14	11%
turistička	4	3%
socijalna	15	11%
Ostalo	2	2%
<i>Veličina organizacije</i>		
< 20 zaposlenih	31	23%
21-50	35	26%
51-70	15	11%
71-100	21	16%
>100 zaposlenih	31	23%
<i>Pozicija u organizaciji sa stanovišta broja podređenih</i>		
< 3 podređena	99	74%
3-5 podređenih	12	9%
6-10 podređenih	11	8%
11-15 podređenih	11	8%
> 15 podređenih	0	0%

Izvor: Autori

Dakle, iz pregleda relevantne literature i sprovedenog istraživanja, može se zaključiti da organizacije u javnom sektoru treba da budu promotori koristi društveno odgovornog ponašanja preduzeća, zajednice i društva u celini, kao i da na sopstvenom primeru pokažu koristi društveno odgovornog ponašanja i ohrabre ostale organizacije da slede njihov primer. Kako bi ispunile svoju misiju, organizacije u javnom sektoru će, osim tradicionalne uloge, morati da budu zajednički učesnici u brojnim inicijativama povezanim sa društvenom odgovornošću. Kroz

ove inicijative organizacije u javnom sektoru će biti više povezane sa problemima lokalne zajednice, što podrazumeva uključivanje različitih stejkholdera u aktivnosti koje sprovode (Hawrisz, 2013). Vrednosti koje treba da budu u osnovi programa društvene odgovornosti i akcija treba da budu sledeće: profesionalizam, odgovornost, integritet, posvećenost, izvrsnost. Kako bi bili efektivni, programi društvene odgovornosti moraju da budu integrisani u strateški plan i baznu strategiju neke institucije (Fusco et al., 2018; Ileana, 2015).

Tabela 2 Pouzdanost merne skale varijabli istraživanja

	Cronbach's Alpha
Opšti stavovi o društveno odgovornom ponašanju	,883
Društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka zaposlenima	,852
Društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka korisniku	,820

Izvor: Autori

Postojanje strategije u oblasti društvene odgovornosti potvrđuje posvećenost organizacije društvenoj odgovornosti i održivom razvoju i uzimanje u obzir ekoloških, društvenih, etičkih pitanja, a ne samo ekonomskih. Da bi bile percipirane kao društveno odgovorne, organizacije u javnom sektoru treba da zasnivaju svoju strategiju na sledećim prioritetima (Ileana, 2015):

- Povećana vidljivost društveno odgovornih akcija koje data organizacija preduzima, što će dovesti do većeg poverenja građana i ostalih stejkholdera;
- Promovisanje kulture unapređenja performansi koje bi zadovoljile potrebe svih građana;
- Rast produktivnosti i efikasnosti;
- Obavljanje javne funkcije profesionalno kroz rast odgovornosti, učenje na greškama, redukovanje tačaka sa slabim performansama, unapređenje upravljanja organizacijom, podržavanja različitosti i multikulturalizma.

Isto tako, moguće preporuke za unapređenje društvene odgovornosti u javnom sektoru mogu se odnositi i na obezbeđivanje šire diseminacije informacija, organizovanje *workshop*-ova i treninga, pripremanje priručnika i drugih materijala u cilju povećanja svesti o koristima društveno odgovornog ponašanja, a posebno na aktivniju ulogu javnog sektora u unapređenju razvoja društvene odgovornosti na nacionalnom nivou.

Zaključak

U radu je ukazano na neophodnost istraživanja društvene odgovornosti organizacija u javnom sektoru, kao i na specifičnosti i ulogu organizacija u javnom sektoru u promovisanju i unapređenju društvene odgovornosti generalno. Iz sveukupnih razmatranja u radu može se zaključiti da organizacije u javnom sektoru treba da budu lideri društveno odgovornog ponašanja, tj. da društveno odgovornim ponašanjem ukažu ostalim organizacijama na način uspostavljanja odnosa sa stejkholderima, kao i na način promovisanja i poštovanja fundamentalnih ljudskih prava.

Takođe, liderstvo u društveno odgovornom ponašanju mogu da pokažu i kroz ispravno sprovođenje sopstvenih aktivnosti, tj. sprovođenje aktivnosti u kojima nema korupcije, kao i kroz transparentnost odnosa sa stejkholderima. Organizacije u javnom sektoru imaju značajne mogućnosti da iskoriste postojeći entuzijazam za društvenu odgovornost kako bi pomogle realizaciju ciljeva i prioriteta javne politike. Shodno tome, mogu imati važnu ulogu u

oblikovanju nacionalnih društveno odgovornih planova koji su skladu sa potrebama lokalne zajednice i društva kao celine (Fox et al., 2002; Ward, 2004).

Tabela 3 Rezultati deskriptivne statističke analize

I dimenzija: Opšti stavovi o društveno odgovornom ponašanju	N	Min	Max	M	SD
Principi društvene odgovornosti definisani su strategijskim dokumentima na nacionalnom nivou	133	1,00	5,00	3,6391	1,03966
Principi društvene odgovornosti definisani su u dokumentima Vaše organizacije	133	1,00	5,00	3,5564	,93269
Vaša organizacija promoviše društveno odgovorno ponašanje	133	1,00	5,00	3,9023	,95239
Vaša organizacija pomaže u rešavanju problema lokalne zajednice	133	1,00	5,00	4,0075	1,00375
U Vašoj organizaciji se poštuju odgovarajući etički standardi	133	1,00	5,00	3,9398	1,04996
Funkcionisanje Vaše organizacije nema negativne efekte na korisnike usluga i ostale zainteresovane strane	133	2,00	5,00	4,2707	,88872
U Vašoj organizaciji su razvijene određene mere za sprečavanje korupcije	133	1,00	5,00	3,6391	1,03234
Dostupni su izveštaji o društveno odgovornim aktivnostima Vaše organizacije (na primer, website, mediji)	133	1,00	5,00	3,6992	1,04436
Vaša organizacija podstiče aktivnosti zaštite životne sredine (npr. recikliranje, odlaganje otpada)	133	1,00	5,00	3,7068	,95173
Društveno odgovorne aktivnosti sprovode se u saradnji sa organizacijama na lokalnom/regionalnom/nacionalnom nivou	133	1,00	5,00	3,7519	,98785
Izraženost I dimenzije	133	1,40	5,00	3,8113	,69103
II dimenzija: Društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka zaposlenima	N	Min	Max	M	SD
Obezbeđuju se uslovi rada koji pozitivno utiču na zdravlje i bezbednost zaposlenih	133	1,00	5,00	4,0451	,92002
Zaposleni učestvuju u dobrotvornim aktivnostima	133	1,00	5,00	3,4511	1,11780
Vodi se računa o socijalnim potrebama zaposlenih	133	1,00	5,00	3,4812	1,01206
Zaposlenima je omogućeno sticanje dodatnih znanja i veština (npr. kroz različite obuke)	133	1,00	5,00	4,0977	,80589
Zaposlenima su obezbeđeni dobri uslovi za obavljanje poslova	133	1,00	5,00	4,0752	,88441
Ne postoji diskriminacija zaposlenih po bilo kom osnovu (rasnom, polnom, etničkom, verskom, itd.)	133	1,00	5,00	4,2556	,98975
Zaposlenima se omogućava da ostvare odgovarajuću ravnotežu rada i slobodnog vremena (npr. kroz fleksibilno radno vreme)	133	1,00	5,00	3,7293	1,05979
Primenjuju se sankcije za neetičko ponašanje zaposlenih	133	1,00	5,00	3,5263	1,04141
Zaposleni ne snose sankcije ukoliko ukazuju na propuste u etičkom ponašanju	133	1,00	5,00	3,5263	,96593
Izraženost II dimenzije	133	1,44	4,89	3,7987	,66472
III dimenzija: Društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka korisniku	N	Min	Max	M	SD
Korisnicima su dostupne potpune informacije o uslugama	133	2,00	5,00	4,2857	,76447
Ne diskriminišu se određene kategorije korisnika (pol, rasa, verska pripadnost, osobe sa posebnim potrebama)	133	1,00	5,00	4,4737	,79372
Ugovori podrazumevaju zaštitu prava korisnika usluga	133	2,00	5,00	4,3609	,77203
Ne koriste se promotivna sredstva kojima se korisnici usluga na bilo koji način dovode u zabludu	133	1,00	5,00	4,2932	,99073
Postoji služba za rešavanje žalbi korisnika usluga	132	1,00	5,00	3,8712	1,09409
Ukoliko je korisnik oštećen, omogućena je nadoknada štete	127	1,00	5,00	4,0472	,99887
Štiti se privatnost korisnika tako što se podaci ne koriste za svrhe sa kojima korisnik nije saglasan	133	2,00	5,00	4,3985	,78759
Iskazuje se briga za različite kategorije korisnika (na primer, kroz određene finansijske olakšice)	133	1,00	5,00	3,8271	,94957
Podstiče se edukacija korisnika (npr. obuke i/ili jasna uputstva za korišćenje određenih elektronskih usluga)	133	1,00	5,00	3,7744	,93433
Unapređuje se saradnja sa organizacijama za zaštitu prava korisnika usluga	133	1,00	5,00	3,5714	,95573
Izraženost III dimenzije	133	2,50	5,00	4,0858	,56480

Izvor: Autori

U cilju identifikovanja percepcija zaposlenih o odgovarajućim dimenzijama društvene odgovornosti, u radu su predstavljeni rezultati empirijskog istraživanja u organizacijama javnog

sektora u Republici Srbiji. Shodno postavljenim istraživačkim pitanjima, rezultati su pokazali da zaposleni u organizacijama javnog sektora imaju pozitivan stav prema društvenoj odgovornosti, kao i da istraživane organizacije percipiraju kao društveno odgovorne. Takođe, najizraženija dimenzija društvene odgovornosti se odnosi na društveno odgovorne aktivnosti usmerene ka korisniku. Ovakvi rezultati korespondiraju sa primarnom svrhom javnog sektora, ali i prethodno navedenom ulogom javnog sektora u unapređenju društveno odgovornog ponašanja.

Ipak, treba istaći i odgovarajuća ograničenja sprovedenog istraživanja. Iako je istraživanje obuhvatilo različite organizacije u javnom sektoru, relativno mali uzorak od 133 ispitanika može predstavljati ograničenje u generalizaciji zaključaka. Istovremeno, sprovedeno istraživanje obuhvatilo je samo zaposlene u organizacijama u javnom sektoru, bez ispitivanja stavova ostalih relevantnih stejkholdera. Shodno tome, u okviru budućih istraživanja potrebno je proširiti uzorak i uključiti ostale relevantne stejkholdere. Isto tako, u budućim istraživanjima, može se ispitati i kako istraživane dimenzije društvene odgovornosti utiču na inovativnost i performanse istraživanih organizacija.

Reference

1. Babić, V. i Nikolić, J. (2017). Korporativno upravljanje u javnim preduzećima u Republici Srbiji. U: Veselinović, P., Makojević, N. i Slavković, M. (ur.). *Ekonomski uticaj globalizacije na poslovno upravljanje i ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja* (385-401), Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
2. Bowman, J. S., & Knox, C. C. (2008). Ethics in government: No matter how long and dark the night. *Public Administration Review*, 68(4), 627–639.
3. Crittenden, V. L., Crittenden, W. L., Ferrell, L. K., Ferrell, O. C. & Pinney, C. C. (2011). Market-oriented sustainability: a conceptual framework and propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 71-85.
4. De Bakker, F.G.A., Groenewegen, P., & Den Hond, F. 2005. A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business and Society*, 44, 283-317.
5. Diefenbach, T. (2009). New public management in public sector organizations: the dark sides of managerialistic 'enlightenment', *Public Administration*, 87 (4), 893.
6. Commission of the European Communities (2001). Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. Dostupno na:
http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/employment_rights_and_work_organisation/n26039_en.htm
7. Fiorino, D. J. (2010). Sustainability as a conceptual focus for public administration. *Public Administration Review*, 70, S78–S88. doi:10.1111/j.1540-6210.2010.02249.x
8. Fusco, F., Esposito, P. & Ricci, P. (2018). Rethinking CSR in public sector organisations: perimeter and designation of "Public Sector Social Responsibility" Paper presented at XXII IRSPM Annual Conference
9. Fordham, A. E. & Robinson, G. M. (2018). Mechanisms of change: Stakeholder Engagement in the Australian Resource Sector through CSR. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25, 674-689.
10. Fox, T., Ward, H. & Howard, B. (2002). Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study. World Bank Report. Dostupno na:
<http://documents.worldbank.org/curated/en/284431468340215496/pdf/346550CSR1CSR1interior.pdf>
11. Galbreath, J. (2007). Non-Financial Benefits of CSR: An Empirical Study. *Working Paper Series*: no. 71, Curtin University of Technology, Graduate School of Business. Dostupno na:

https://pdfs.semanticscholar.org/5c3f/60bbc602d40b29e0e2221a5fd07e961eb637.pdf?_ga=2.7990582.500579767.1570531482-1621761726.1566472814

12. Greening, D.W., & Turban, D.B. 2000. Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business and Society*, 39, 254-280.
13. Hawrisz, L. (2013). The Role of Public Sector's Organisation in CSR. Paper presented at the International Masaryk Conference MMK
14. Homburg, C., Stierl, M. & Bornemann, T. (2013). Corporate Social Responsibility in Business to Business Markets: How Organizational Customers Account for Supplier Corporate Social Responsibility Engagement. *Journal of Marketing*, 77, 54-72.
15. Ileana, D. (2015). Strategic Social Responsibility in Public Sector. Case of Romanian Gendarmerie. *Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series*, 4, 255-260
16. ISO (2010). ISO 26000:2010 ISO. International Organization for Standardization, Dostupno na: www.iso.org/iso/social_responsibility
17. Kolthoff, E., Huberts, L., & Van den Heuvel, H. (2006). The ethics of new public management: is integrity at stake?. *Public Administration Quarterly*, 399-439.
18. Maignan, I. & Ferrell, O. C. (2004). Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32 (1), 3-19.
19. Maignan, I., & Ferrell, O.C. 2001. Antecedents and benefits of CSR: An investigation of French businesses. *Journal of Business Research*, 51, 37-51.
20. Nacionalna strategija održivog razvoja Republike Srbije 2008-2017. Dostupno na <http://indicator.sepa.gov.rs/slike/pdf/o-indikatorima/nacionalna-strategija-odrzivog-razvoja-srbije>
21. Nedelko, Z., & Potocan, V. (2013). Ethics in public administration: Evidence from Slovenia. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 9 (SI), 88-108.
22. Nedelko, Z., Potočan, V. & Alfirević, N. (2017). Personal Values as a Building Block for Social Responsibility of Higher Education Institutions. In: Nedelko, Z. & Brzozowski, M. (eds). *Exploring the influence of personal values and cultures in the workplace* (98-118). Hershey: Business Science Reference
23. Orlitzky, M., Schmidt, F.L., & Rynes, S.L. 2003. Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24: 403-441.
24. Pelozza, J. & Sang, J. (2011). How Can Corporate Social Responsibility Activities Create Value for Stakeholders? A Systematic Review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (1), 117-135.
25. Porter ME, Kramer MR (2006). Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review* (84):78-92.
26. *Public Administration Review*, 68(4), 627-639.
27. Ward, H. (2004). *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: Taking Stock*, World Bank Report. Dostupno na: <http://documents.worldbank.org/curated/en/548301468313740636/pdf/346560CSR1Taking1Stock.pdf>
28. Sangle, S. (2010). Critical Success Factors for Corporate Social Responsibility: a Public Sector Perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 17, 205-214.
29. Scholder Ellen, P., Webb, D.J., & Mohr, L.A. 2006. Building corporate associations: Consumer attributions for corporate socially responsible programs. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34: 147-157.
30. Stojanović-Aleksić, V., Erić-Nielsen, J. i Bošković, A. (2016). Društvena odgovornost u bankarskom sektoru: Iskustva iz Republike Srbije. *Bankarstvo*, 45 (2), 35-54.
31. Strategija razvoja i promocije društveno odgovornog poslovanja u Republici Srbiji za period 2010-2015. Dostupno na: <http://www.noois.rs/publikacije/89-strategija-razvoja-i-promocije-drustveno-odgovornog-poslovanja-u-republici-srbiji-za-period-od-2010-do-2015-godine>

32. Štreimikienė, D. & Pušinitė, R. (2009). The Role of Public Sector in Corporate Social Responsibility Development in Lithuania. *Ekonomika*, 86: 55-67.
33. Vlachos, P. A., Tsamakos, A., Vrechopoulos, A. P. & Avramidis, P. K (2009). Corporate social responsibility: attributions, loyalty, and the mediating role of trust. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37 (2), 170-180.
34. Vlastelica-Bakić, T., Krstović, J. i Cicvarić- Kostić, S. (2009). Poslovna opravdanost društveno odgovornog poslovanja. *Marketing*, 43 (3), pp. 191-199.
35. WCED (1987) Our Common Future – Report. UN World Commission on Environment and Development. Dostupno na <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
36. Xueming, L. & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction and Market Value. *Journal of Marketing*, 70 (4), 1-18.
37. Zlatanović, D. (2015a). A Holistic Approach to Corporate Social Responsibility as a Prerequisite for Sustainable Development: Empirical Evidence, *Economic Annals*, 60, 69-94.
38. Zlatanović, D. (2015b). Sistemski pristup društvenoj odgovornosti preduzeća u Srbiji u procesu pridruživanja Evropskoj uniji. U: Jakšić, M., Stojanović Aleksić, V. i Mimović, P. (ur.). Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji (str. 337-347). Kragujevac: Ekonomski fakultet
39. Zlatanović, D. & Mulej, M. (2015). Soft-systems approaches to knowledge-cum-values management as innovation drivers, *Baltic Journal of Management*, 10 (4), 497-518.

UTICAJ DIGITALIZACIJE NA ORGANIZACIONI DIZAJN PREDUZEĆA

Vesna Stojanović-Aleksić* i Aleksandra Bošković**

Razvoj četvrte industrijske revolucije ili digitalnog doba dovodi do brojnih promena u poslovanju savremenih preduzeća. Neki proizvodi i usluge postaju u potpunosti digitalizovani, kao što su knjige, novine, muzika, turističke usluge i slično, a mnogi proizvodi postaju u značajnoj meri podržani digitalnom tehnologijom, pa tako dolazi do proizvodnje „pametnih“ kuća, automobila, mašina itd. Kako tehnologija predstavlja jedan od najznačajnijih faktora koji utiče na organizaciju preduzeća, promene u tehnologiji impliciraju neophodnost prilagođavanja organizacionog dizajna savremenim trendovima proizvodnje i pružanja usluga, pa tako nastaju potpuno novi modeli organizacije ili značajne promene u postojećim modelima. Imajući u vidu princip usklađenosti elemenata organizacionog dizajna, potrebno je holistički posmatrati proces prilagođavanja organizacionog dizajna savremenih preduzeća digitalnoj eri poslovanja, uzimajući u obzir kako organizacionu strukturu, tako i sisteme, procese i politike, koji podržavaju taj model. Predmet rada jeste ispitivanje načina na koji proces digitalizacije dovodi do promena u različitim elementima organizacionog dizajna savremenih preduzeća. Osnovni cilj rada jeste da utvrdi koji su načini za prilagođavanje organizacionog dizajna preduzeća procesu digitalizacije, kako bi se ostvarile bolje performanse. Rad identifikuje osnovne karakteristike savremenih modela organizacionog dizajna u digitalnoj eri, kao što su organizaciona agilnost, fleksibilnost, nova radna mesta, rad na daljinu, promene u strukturi moći, smanjenje hijerarhije, kao i uključivanje u poslovne ekosisteme. Doprinos rada se ogleda u naglašavanju značaja prelaska sa tradicionalnih birokratskih modela ka savremenim modelima organizacije preduzeća, kako bi se odgovorilo na brojne izazove koje nameće proces industrijske revolucije. Ova saznanja su značajna za menadžere preduzeća u različitim granama koji nastoje da kreiraju održivu konkurentsku prednost.

Ključne reči: organizacioni dizajn, digitalizacija, četvrta industrijska revolucija, organizaciona struktura, liderstvo, zaposleni

Uvod

Proces digitalizacije je započeo krajem 20. veka, a do danas je u velikoj meri transformisao način života ljudi širom planete, pa se sve više govori tzv. digitalnom dobu u kojem danas živimo. Mnogi tradicionalni pojmovi s razlogom dobijaju prefiks “digitalni”, kao što je digitalna ekonomija, digitalna organizacija, digitalni marketing, digitalni izvršni direktor i slično. Zapravo, dolazi do transformacije tradicionalnih načina života i rada i obavljanje različitih aktivnosti uz podršku savremene informaciono-komunikacione tehnologije (IKT), koja omogućava veću brzinu i lakšu komunikaciju i koordinaciju. Organizacije nastoje da iskoriste prednosti digitalizacije kako bi povećale efikasnost i ostvarile konkurentsku prednost. U cilju prilagođavanja digitalnom dobu, preduzeća moraju redefinisati osnovne pretpostavke na kojima se zasniva njihovo poslovanje.

Promene uvek počinju sa transformisanjem strategijske orijentacije preduzeća ka ostvarenju agilnosti, odnosno sposobnosti brzog i lakog reagovanja na promene u okruženju, a pre svega na tržištu radi ostvarenja održive konkurentске prednosti (Weber & Tarba, 2014). Kako bi to postigla, preduzeća sve više ulažu u tehnološke inovacije, što utiče i na njihov organizacioni

* Redovni profesor, e-mail: vesnasa@kg.ac.rs

** Asistent, e-mail: aboskovic@kg.ac.rs

dizajn, dizajn poslova i ponašanje ljudi, odnosno zaposlenih radnika. Tradicionalni hijerarhijski modeli organizovanja se transformišu u nove forme zasnovane na ravnijoj strukturi, digitalnim platformama i strukturalnim i drugim dimenzijama koje obezbeđuju veću responsivnost i agilnost čitave organizacije. Postoji trend prelaska sa vertikalno integrisanih organizacija ka horizontalno specijalizovanim organizacijama sa dubokom ekspertizom u određenoj oblasti, ali i uključivanja u šire ekosisteme međuzavisnih organizacija, koje zajedno evoluiraju (Birkinshaw, 2018). Ove promene su praćene smanjenjem centralizacije i povećanjem autonomije u obavljanju posla, ali i povećanjem kompleksnosti i raznovrsnosti pojedinačnih poslova. Ljudi imaju više slobode i fleksibilnosti u obavljanju poslova, pojedini poslovi se obavljaju na daljinu, zadaci postaju kompleksniji i raznovrsniji, a često zahtevaju i veći stepen kreativnosti, inovativnosti i angažovanosti samih zaposlenih (Gong, Huang & Farh, 2009; Zhang & Bartol, 2010). Efekti ovih promena na individualne i organizacione performanse, kao i na ljudske stavove i ponašanje i dalje su predmet ispitivanja i predstavljaju relativno novo istraživačko područje.

Sa ciljem da objasni efekte procesa digitalizacije na organizacioni dizajn savremenih preduzeća, rad je strukturiran u nekoliko povezanih delova. U prvom delu je objašnjen pojam organizacionog dizajna i njegovi osnovni elementi. Drugi deo predstavlja pregled saznanja o uticaju tehnologije na organizacionu strukturu, kao centralni deo organizacionog dizajna. Nadovezujući se na prethodna dva dela, u trećem delu je posebno istaknut razvoj informaciono-komunikacione tehnologije kao pokretača digitalizacije poslovanja, pri čemu je analiziran uticaj digitalizacije na organizacioni dizajn uopšte i posebno na nastanak novih organizacionog struktura.

Organizacioni dizajn: pojam i osnovni elementi

Organizacioni dizajn predstavlja „proces u kome se obavlja set menadžerskih aktivnosti na kreiranju organizacije, što uključuje stvaranje modela organizacione strukture i definisanje sistema, procesa i politika, koji taj model treba da podrže“ (Petković et al. 2016; Mintzberg, 1979; Mullins, 1985). Centralni element organizacionog dizajna jeste organizaciona struktura. Ostali elementi organizacionog dizajna mogu biti sagledani kroz različite modele organizacionog dizajna, koji pomažu organizacijama da sagledaju važne uzročno-posledične veze između elemenata koji stalno moraju biti usklađivani u cilju obezbeđenja efikasnosti i konkurentске prednosti. Neki od najznačajnijih modela organizacionog dizajna su sledeći:

1) *Henry Mintzberg-ov (1980) model organizacionog dizajna*, koji identifikuje sledeće elemente (prema Jevtić, 2012, str. 32):

- Osnovni delovi organizacije – strateški vrh, srednja linija menadžmenta, operativno jezgro, tehnostuktura i osoblje za podršku;
- Osnovni mehanizmi koordinacije – uzajamno prilagođavanje, direktno nadziranje i standardizacija procesa, izlaza i veština;
- Parametri dizajna – specijalizacija poslova, formalizacija ponašanja, trening i indoktrinacija, grupisanje u organizacione celine, veličina organizacionih celina, akciono planiranje i sistemi kontrole učinaka, veze između celina, vertikalna i horizontalna decentralizacija;
- Situacioni faktori - starost i veličina, tehnički sistem, okruženje i moć.

2) *Harold Leavitt-ov model romba ili dijamanta* – podrazumeva usklađenost između četiri elementa organizacionog dizajna: *strukture, zadatka, tehnologije i ljudi* (Leavitt, 1965).

3) *Nadler-Tushmanov model kongruentnosti* - posmatra organizaciju kao sistem koji se sastoji od ulaznih elemenata (*input-a*), izlaznih elemenata (*output-a*), procesa transformacije ulaznih u izlazne elemente i strategije.

4) *Burke-Litwin model organizacionih performansi i promena* – Model uzima u obzir učestalost promena i potrebu preduzeća da usklati elemente organizacije sa njima (Aleksić, 2012, str. 36). Model se sastoji od dvanaest elemenata (Slika 3) i to: eksterno okruženje, misija i strategija, vođstvo, organizaciona kultura, praksa menadžmenta, sistemi, struktura, radna klima, zahtevi zadatka i individualne veštine, motivacija, individualne potrebe i vrednosti, kao i individualne i organizacione performanse (Burke & Litwin, 1992, str. 528).

5) *Jay Galbraith-ov model zvezde* (eng. *Star Model™*) – Najzastupljeniji model organizacionog dizajna kako u akademskim krugovima tako i u poslovnom svetu uključuje pet elemenata: strategiju, organizacionu strukturu, organizacione procese, sistem nagrađivanja i ljude zaposlene u organizaciji.

6) *McKinsey&Company 7S model* – Ovaj model deli elemente organizacionog dizajna na čvrste (eng. *hard*) i meke (eng. *soft*) elemente. U čvrste elemente, koji su formalni i dobro strukturirani, spadaju: strategija (eng. *strategy*), struktura (eng. *structure*) i sistemi (eng. *systems*). U meke elemente, koji neformalni i nestrukturirani, spadaju: nadređeni ciljevi (eng. *superordinate goals*) ili zajedničke vrednosti (eng. *shared values*), veštine (eng. *skills*), zaposleni (eng. *staf*) i stil liderstva (eng. *style*). Cilj modela je da pokaže kako sedam "S"¹ elemenata mogu biti usklađeni tako da doprinose efektivnosti organizacije.

7) *Model interakcije strukturalnih dimenzija i situacionih faktora* (Daft, 2003, 2016) - Organizacione dimenzije ili elementi se dele u dve grupe: strukturalne dimenzije (formalizacija, specijalizacija, hijerarhija, centralizacija i kompleksnost) i situacioni faktori (ciljevi i strategija, veličina, tehnologija, kultura i okruženje).

Tehnologija kao faktor organizacione strukture preduzeća

Uticaj koji tehnologija ima na razvoj organizacije preduzeća, a naročito na proces strukturiranja, ispoljava se od nastanka prvih organizacija, a značajan doprinos razumevanju uzročno-posledičnih veza između tehnologije i organizacione strukture dala su istraživanja autora *Joan Woodward* i *Charles Perow*. U ovim istraživanjima je otkriveno da različiti tipovi tehnologije, u zavisnosti od njihove kompleksnosti, stepena regulisanosti, varijabilnosti operacija i podložnosti analizi, utiču na parametre organizacione strukture. Kako su elementi organizacionog dizajna međusobno povezani i moraju biti usklađeni kako bi pozitivno uticali na performanse preduzeća, tehnologija direktno utiče na organizacionu strukturu, ali indirektno i na podržavajuće sisteme, procese i politike.

Uticaj tehnologije na organizacioni dizajn preduzeća se može pratiti kroz nekoliko sukcesivnih vremenskih perioda. Iako se ovaj uticaj može razmatrati počevši od prvih oblika organizovanja ljudskog rada, najznačajniji napredak nastaje krajem 19. veka sa procesom *druge industrijske revolucije* i stvaranja masovne proizvodnje. U ovom periodu se razvija klasična škola menadžmenta i organizacije, a organizacioni dizajn se sve više bazira na visokoj specijalizaciji, formalizaciji, centralizaciji, hijerarhiji, strogoj kontroli, autokratskom liderstvu i ostalim principima koji su usmereni ka povećanju produktivnosti preduzeća. Nakon toga, *treća*

¹ Elementi su obeleženi slovom "S" po prvom slovu reči na engleskom jeziku. Kako model čini ukupno 7 elemenata, nazvan je 7S model.

industrijska revolucija krajem 20. veka uvodi automatizaciju proizvodnje. Već u ovom periodu dolazi do radikalnog unapređenja mogućnosti za prenos i obradu podataka, razvoja Interneta i digitalne tehnologije, što omogućava niže troškove proizvodnje i mogućnost lakšeg prilagođavanja tržištu. Organizacione strukture se kreću ka ravnijim, horizontalnim modelima, fokus je na promenama i fleksibilnosti, kao i prelasku sa mehaničkog na organski dizajn. Razvijaju se stilovi liderstva kao što su transformaciono liderstvo, zasnovano na inspiraciji i inovacijama (Bass, 1990), uslužno liderstvo, bazirano na zadovoljenju interesa i potreba sledbenika i šire zajednice, kao i podeljeno ili zajedničko liderstvo, koje podrazumeva prenošenje dela moći na sledbenike (Stojanović-Aleksić, 2007). Danas se suočavamo sa četvrtom industrijskom revolucijom, koja je bazirana na upotrebi i usavršavanju tehnoloških dostignuća iz treće revolucije. Treća industrijska revolucija je dovela do nastanka digitalnih tehnologija kao podrške tradicionalnim načinima proizvodnje i poslovanja, a četvrta industrijska revolucija podrazumeva prelazak na digitalnu tehnologiju kao osnovu svih operacija. Roboti, koji su nastali u prethodnoj fazi, sada postaju autonomni. Dolazi do razvoja aditivne proizvodnje (npr. 3-D štampanja), Interneta stvari (eng. *Internet of things*), velikih baza podataka (eng. *big data*), kloud (eng. *cloud*) tehnologije i drugih tehnoloških dostignuća. Kao rezultat treće i četvrte industrijske revolucije, promene u veličini preduzeća i obimu posla se dešavaju mnogo brže nego promene u njihovoj internoj organizaciji (Birkinshaw, 2017, p. 187), što dovodi do neusklađenosti, koja se negativno odražava organizacionu fleksibilnost i performanse. Stoga je bitno istraživati i otkrivati načine za prilagođavanje organizacionog dizajna digitalnom poslovnom okruženju.

Informaciono-komunikaciona tehnologija i digitalizacija savremenih organizacija: implikacije za organizacioni dizajn

Razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) još od kraja 20. veka dovodi do brojnih promena u različitim sferama života, pa tako i u ekonomiji i poslovanju preduzeća, a samim tim i u načinu njihovog organizovanja. U osnovi, najveće promene se odnose na mogućnosti prikupljanja i obrade podataka i informacija znatno većom brzinom nego ranije, kao i sve lakši pristup velikom obimu informacija (Schermerhorn, Hunt & Osborn, 2005). Pored toga, olakšane komunikacije omogućavaju sve brže i jednostavnije umrežavanje pojedinaca i grupa sa različitim delova sveta. Sve ove mogućnosti koje IKT pruža omogućavaju preduzećima da brže uočavaju različite izazove i pretnje iz okruženja, kao i sopstvene snage i slabosti, pa da isto tako promptno i reaguju na njih, stvarajući strategijsku fleksibilnost i responsivnost, kao ključne izvore konkurentске prednosti u savremenom okruženju.

U prvom periodu primene IKT u preduzećima, fokus je bio na bržoj obradi podataka i automatizaciji postojećih procesa, u cilju povećanja organizacione efikasnosti. Kasnije je primena IKT bila usmerena ka lakšem donošenju menadžerskih odluka zahvaljujući dostupnosti velike količine relevantnih informacija. Danas je poslovanje mnogih preduzeća u značajnoj meri oslonjeno na IKT i to ne samo kao podršku postojećim procesima, već kao osnovu i neophodan preduslov za razvoj poslovnog modela i funkcionisanje organizacije (Lukić, 2016, str. 53 prema Flečer, 2003). IKT dovodi do razvoja novih poslovnih procesa i eliminisanja zastarelih, u cilju ostvarenja agilnosti i konkurentске prednosti. Dolazi do promena u načinu komuniciranja unutar organizacije i između organizacija, pojavljuju se nova radna mesta i redizajniraju se poslovi, organizacione jedinice i cele organizacije.

Istraživanje odnosa IKT i organizacionog dizajna predstavlja značajno područje istraživanja poslednjih godina, kako u literaturi iz oblasti menadžmenta, tako i u informatičkoj literaturi (npr. Rockart & Short, 1989; Groth, 1999; Klein, 2001). Još znatno pre nego što se IKT razvila u

ovakvom obliku kakva je danas, Leavitt i Whisler (1985) su postavili osnovne hipoteze o organizaciji budućnosti, koje su se u velikoj meri potvrdile. Danas se može istaći da se najveći efekti informaciono-komunikacionih tehnologija na organizacioni dizajna ispoljavaju kroz klud (eng. cloud) tehnologiju i velike baze podataka (eng. big data) (Aleksić-Mirić, 2017). Sintezom postojećih naučnih i praktičnih saznanja, može se doći do zaključaka o najznačajnijim implikacijama savremenih IKT na organizacioni dizajn preduzeća, od kojih se posebno izdvajaju sledeće:

- **Potreba za strategijskom i organizacionom agilnošću:** Koncept agilnosti potiče iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija i odnosi se na sposobnost brzog reagovanja na promene u okruženju. Zahvaljujući primeni IKT u savremenim preduzećima, omogućeno je stvaranje strategijske i organizacione agilnosti. Strategijska agilnost predstavlja orijentaciju preduzeća ka brzom i efikasnom reagovanju na nove trendove i sposobnost brzih promena strategijskih pravaca u cilju razvoja inovativnih načina za kreiranje vrednosti (Weber & Tarba, 2018) Strategijska agilnost zahteva prilagođavanje poslovnih modela i razvoj organizacionih modela koji podržavaju agilnost. Organizaciona agilnost predstavlja skup karakteristika organizacije koje omogućavaju da se odgovori na ove zahteve okruženja i promene u strategiji. Agilne organizacije su spremne na stalno prilagođavanje postojećih kompetencija promenljivom okruženju i renkonfigurisanje modela organizacionog dizajna u cilju dugoročnog opstanka i napredovanja (Weber & Tarba, 2018).
- **Uticaj IKT na konkurentsku strategiju:** Uticaj IKT na strategiju je počeo da se izučava 1980-ih godina, a najznačajnija saznanja dao je autor Parson (1983) koji je ukazao na značaj IKT kao podršku konkurentskim strategijama preduzeća, pre svega strategiji vođstva u troškovima i diferenciranja, kroz omogućavanje preduzećima da „eliminišu suvišne aktivnosti, automatizuju postojeće aktivnosti i procese, skrate vreme izvršavanja aktivnosti, poboljšaju proces odlučivanja, lakše sagledaju potrebe i zahteve kupaca“ (Lukić, 2016, str. 56).
- **Nova radna mesta:** IKT dovodi do razvoja potpuno novih profesija, ne samo u organizacijama koje se bave informaciono-komunikacionom delatnošću, već i u svim organizacijama koje nastoje da se prilagode i opstanu na tržištu u bilo kojoj delatnosti, s obzirom da podaci postaju vredan resurst, podjednako kao znanje/talenti, novac i materijalni resursi. Primeri novih radnih mesta su: softverski inženjer, sistemski analitičar, poslovni analitičar, inženjer za računarske mreže, mrežni dizajner, stručnjak za upravljanje društvenim mrežama i drugo. Pored toga, mnoge organizacije uvode i važnu izvršnu funkciju – digitalni direktor (eng. *CDO – chief digital officer*) ili direktor za upravljanje informacijama (*CIO – chief information officer*). Ova uloga je bitna u savremenim organizacijama jer je potrebno povezati strategiju i zahteve za podacima sa jedne strane i primenu tehnologije, sa druge strane. Potrebno je integrisati i usmeriti rad sa podacima koji je podeljen kroz različite delove organizacije i organizacione nivoe. Isto tako, veoma je važno osigurati tok komunikacije između različitih delova organizacije koji se bave analizom podataka, kako ne bi došlo do stvaranja silosa. Vrednost se može stvoriti samo ukoliko je rad sa podacima adekvatno rukovođen i usmeren ka ostvarenju organizacionih ciljeva (Galbraith, 2014).
- **Uticaj na organizacionu specijalizaciju** – Uticaj IKT na specijalizaciju u organizaciji je dvostruk. S jedne strane, IKT pomaže smanjenju birokratizacije u organizaciji (Klein, 2001; Groth, 1999) i omogućava da mnoge operacije koje su radnici obavljali sada obavljaju računari, čime se smanjuje stepen specijalizacije na mnogim tradicionalnim poslovima. S druge strane, dolazi do povećanja specijalizacije na novim, ekspertskim

poslovima vezanim za rad sa tehnologijom, budući da zadaci postaju sve složeniji (Čudanov, 2011).

- **Lakša komunikacija i koordinacija** – Evidentan uticaj IKT na koordinaciju se ogleda u olakšavanju i ubrzavanju komunikacije između ljudi unutar i izvan organizacije, što predstavlja ključni preduslov većinu ostalih promena u organizacionom dizajnu. Komunikacija putem *e-mail*-a i održavanje sastanaka na daljinu više ne predstavljaju nikakve novine, ali smeštanje velike količine informacija na jedno mesto dostupno svima, kao i pojava sve savremenijih informacionih sistema za upravljanje velikim bazama podataka ubrzavaju mnoge poslovne procese i olakšavaju donošenje odluka na svim organizacionim nivoima. Što se tiče budućih mehanizama koordinacije, Galbraith (Galbraith, 2012) predlaže kombinovanje tradicionalnih mehanizama i lateralne koordinacije koja može biti bazirana na jednostavnim neformalnim komunikacijama, formalnim timovima ili kompleksnim matričnim procesima.
- **Grupisanje jedinica**: Postoji više načina na koje organizacije mogu integrisati nova radna mesta i/ili nove orgaizacione jedinice u svoju organizacionu strukturu. Dve osnovne mogućnosti jesu: stvaranje novih radnih mesta u postojećim organizacionim jedinicama i timovima (npr. u proizvodnji, finansijama, marketingu) ili formiranje posebnih digitalnih sektora ili timova zaduženih za rad sa IKT. Treća opcija predstavlja kombinaciju prve dve i zasniva se na kros-funkcionalnom povezivanju stručnjaka po principu matričnog umrežavanja. Pored ovih promena, IKT omogućava veći raspon kontrole jednog rukovodioca, zahvaljujući olakšanom nadzoru i komunikacijama, što stvara uslove za povećanje timova i grupa. Ipak, veličina grupe/tima zavisi i od brojnih drugih faktora o kojima treba voditi računa, u cilju održanja efikasnosti i smanjenja problema preopterećenosti menadžmenta. Na primer, u situacijama kada su poslovi kompleksniji, raspon kontrole bi trebalo da bude niži.
- **Uticaj na delegiranje autoriteta**, odnosno centralizaciju i decentralizaciju je i dalje predmet razmatranja i dilema (Aleksić-Mirić, 2017). IKT s jedne strane pružaju pristup velikoj količini informacija, što stvara pritisak na donosioce odluka i potrebu za delegiranjem autoriteta. S druge strane, IKT omogućavaju lakše i brže upravljanje većom količinom informacija, pa se potreba za delegiranjem smanjuje. Kao rezultat IKT, javljaju se nove profesije, koji imaju specijalizovana znanja i veštine, veoma važne za uspeh organizacije, što stvara uslove za povećanje stepena horizontalne decentralizacije.
- **Promene u strukturi moći** – Imajući u vidu da donošenje odluka u savremenim organizacijama zavisi od analize velike količine podataka, dolazi do povećanja moći bazirane na znanju i sposobnostima, odnosno ekspertske moći. To često podrazumeva smanjenje moći menadžera u korist eksperata u oblasti digitalnih tehnologija (Galbraith, 2014).
- **Smanjenje hijerarhije (ravnjanje organizacije) i birokratije** – Kao posledica svih prethodno navedenih promena, a naročito širenja raspona kontrole, mogućnosti za viši stepen delegiranja autoriteta i nižu specijalizaciju na tradicionalnim poslovima, stvaraju se uslovi za smanjenje broja hijerarhijskih nivoa i kreiranje ravnijih organizacionih struktura kako bi se eliminisali nepotrebni slojevi menadžmenta, poboljšala komunikacija i skratilo vreme donošenja odluka (Klein, 2001)
- **Uključivanje u poslovne ekosisteme** koji obuhvataju brojne korporacije, pojedince i zajednice koje mogu biti pojedinačno autonomne, ali su povezane sa centralnim tehničkim sistemom koji se stalno razvija (Baldwin, 2012). Organizacije zadržavaju ključne aktivnosti koje donose vrednost, a ostale aktivnosti delegiraju ili udružuju, kroz

proces umrežavanja sa partnerima (Child & McGrath, 2001). Samim tim se povećava složenost dizajna organizacije u pogledu interfejsa koji upravlja odnosima međuzavisnosti sa ostalim akterima u ekosistemu, s jedne strane, i organizacije internih aktivnosti preduzeća (Kapoor, 2018).

Sve prethodno navedene promene u različitim elementima organizacionog dizajna omogućavaju formiranje potpuno novih modela organizacionog dizajna, koji pre pojave informaciono-komunikacionih tehnologija nisu bili mogući. U literaturi se ovi modeli, nastali uz podršku IKT često nazivaju nove organizacione forme (eng. *NOF – new organizational forms*). Neki od modela su nastali pre više decenija, sa pojavom prvih dostignuća u oblasti IKT, a neki se i danas razvijaju, analiziraju i preispituju, kako u teoriji, tako i u praksi. Veoma je mali broj novih organizacionih formi, koje su se u teoriji izgradile kao jasni modeli, a mnogo češće je reč o skupu karakteristika organizacija, koje različiti autori nazivaju različitim imenima. Pregledom savremene literature i stavova referentnih autora iz oblasti organizacionog dizajna, Lukić (2016) identifikuje veliki broj naziva za nove organizacione forme, a neki od najčešćih su: mrežna organizacija (Miles & Snow, 1986), hibridna organizacija (Borys & Jemison, 1989), postbirokratska i postmoderna organizacija (Clegg, 1990), detelina (eng. *shamrock*) organizacija (Handy, 1991), virtuelna organizacija (Davidow & Malone, 1992), inteligentna organizacija (Quinn, 1992), hipertekst organizacija (Nonaka & Takeuchi, 1995), platformski ekosistem (Yonatany, 2013) i druge. Reč je o modelima koji se međusobno razlikuju, ali imaju i mnoge zajedničke karakteristike, kao što su fleksibilnost, ravna (plitka) struktura, decentralizacija odlučivanja.

Pored ovih modela, poslednjih godina se razvija model *holakratije*, koji predstavlja potpunu suprotnost tradicionalnoj hijerarhijskoj organizaciji, jer podrazumeva predstavlja strukturu koju čine timovi (ili „krugovi“), kao osnovne organizacione jedinice, koje nisu stalne i statične po svojoj prirodi, već fluidne i dinamične. Tačnije, struktura je nestabilna u smislu da se redizajn radi mesečno, i češće, u zavisnosti od uslova posla. Čitava struktura zavisi od zadataka koje treba obaviti kako bi organizacija sledila svoju misiju. To je sistem međuzavisnih uloga koje su jasno definisane i struktuirane, u skladu sa strategijom i misijom, dok ljudi ili timovi predstavljaju promenljive kategorije. Upravljanje holakratijom je zasnovano na konceptu samoupravljanja (Robinson, 2016)

Važno je istaći da značajnu ulogu na svetskom tržištu danas imaju *digitalne organizacije*, koje svoje poslovne modele u potpunosti oslanjaju na primenu informacionih tehnologija i najčešće nemaju ili imaju veoma mali broj fizički koncentrisanih kancelarija, već češće skup ljudi i lokacija koji su geografski razučeni u zavisnosti od potreba poslovanja, a komunikacija se dominantno odvija uz pomoć tehnologije, a vrlo retko ličnim kontaktom. Primer ovakve organizacije je Uber, koji ima 22000 zaposlenih u 63 zemlje (www.uber.com). Ovakve organizacije najčešće primenjuju sve karakteristike savremenog organizacionog dizajna fokusiranog na ostvarenje agilnosti, koje su prethodno razmatrane jer IKT omogućava potpuno oslobađanje birokratije i usmerenost na stvaranje vrednosti za korisnike.

Zaključak

Prelazak sa tradicionalnih i zastarelih tehničko-tehnoloških sistema na sisteme bazirane na savremenim informaciono-komunikacionim tehnologijama, odnosno uvođenje sve višeg stepena digitalizacije poslovanja, predstavlja važan faktor opstanka i razvoja preduzeća u gotovo svim privrednim granama. Digitalizacija omogućava veću organizacionu efikasnost, kao i responsivnost u odnosu preduzeća prema tržištu. Da bi se savremena tehnologija uspešno primenila i iskoristile sve njene potencijalne prednosti, neophodno je odgovarajuće

prilagođavanje organizacionog dizajna. U cilju identifikovanja ključnih područja organizacionog dizajna koje treba prilagoditi savremenim uslovima poslovanja, rad predstavlja teorijski pregled najznačajnijih saznanja o uticaju procesa digitalizacije na organizaciju savremenih preduzeća. Polazeći od poznatih činjenica o uticaju tehnologije na organizacioni dizajn, a posebno na organizacionu strukturu preduzeća, posebno je analiziran uticaj savremene informaciono-komunikacione tehnologije na organizacioni dizajn. Pregledom novije domaće i strane literature, identifikovani su osnovni elementi organizacionog dizajna koji se menjaju pod uticajem primene savremene IKT u cilju digitalizacije poslovanja. Može se zaključiti da je najznačajniji uticaj digitalizacije na organizacioni dizajn vezan za promene u strategijama preduzeća, kao i parametrima organizacione strukture, dok su indirektni efekti vezani za organizaciono ponašanje. Kada je reč o strategiji, sve više se naglašava značaj strategijske agilnosti, koncepta koji potiče iz oblasti IKT, a u kontekstu upravljanja strategijom se odnosi na neophodnost brzog reagovanja na promene u okruženju, a samim tim i prilagođavanja i menjanja same strategije češće nego ranije. Posledično, dolazi do brojnih promena u strukturi preduzeća, a sve u funkciji povećanja fleksibilnosti i brzine reagovanja na promene, odnosno ostvarenja organizacione agilnosti, kao logične implikacije strategijske agilnosti. Još uvek nije postignuta saglasnost u nauci i praksi u vezi toga kakvi su parametri organizacione strukture najpoželjniji da bi jedna organizacija bila agilna. Smatra se da su savremene strukture bazirane na promenljivim i prilagodljivim modelima departmentalizacije, visokom stepenu horizontalne decentralizacije i razvijenim lateralnim komunikacijama kao osnovnom mehanizmu koordinacije (Galbraith, 2012; Galbraith, 2014). Kada je reč o stepenu specijalizacije i formalizacije i dalje postoje brojne dileme. Uprkos brojnim prednostima niske specijalizacije, treba imati u vidu da su savremeni poslovi stručnjaka veoma složeni (Čudanov, 2011), tako da treba voditi računa o optimalnom stepenu specijalizacije, radije nego insistirati na obavljanju prevelikog broja aktivnosti, koji može preopteretiti radnika, smanjiti stepen motivacije i angažovanosti i rezultirati lošijim performansama. Pored toga, treba imati u vidu da agilnost nije isto što i fleksibilnost ili promenljivost i nikako ne podrazumeva potpuno odsustvo pravila i procedura u organizaciji. Naprotiv, agilnost zahteva kombinaciju stabilnih i dinamičnih elemenata organizacionog dizajna (Aghina, De Smet, & Weerda, 2015). Kakva je to optimalna kombinacija strukturalnih parametara koja utiče na posvećenost zaposlenih i visoke organizacione performanse, ostaje otvoreno pitanje za buduća istraživanja.

Reference

1. Aghina, W., De Smet, A. & Weerda, K. (2015). Agility: it rhymes with stability, McKinsey Quarterly, available at: www.mckinsey.com/insights/organisation/agility_it_rhymes_with_stability
2. Aleksić-Mirić, A. (2017). Trendovi u poslovnom okruženju i njihov uticaj na dizajn organizacije. U: N. Janićijević, A. Grubor, J. Končar i G. Petković (redaktori). *Menadžment i marketing trendovi i uticaji na efikasnost tržišta u Republici Srbiji* (str. 65-78). Ekonomski fakultet u Beogradu.
3. Baldwin, C. (2012). Organization Design for Business Ecosystems. *Journal of Organization Design*, 1(1), 20-23. <https://doi.org/10.7146/jod.6334>
4. Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational Dynamics*. 18 (3): 19–31.
5. Birkinshaw, J. (2018). How is technological change affecting the nature of corporations. *Journal of the British Academy*, 6(s1), 185-214.
6. Borys, B., & Jemison, D. (1989). Hybrid arrangements as strategic alliances: theoretical issues in organizational combinations. *Academy of Management Review*, 14, 234-249.

7. Child, J. & McGrath, R. (2001). Organizations unfettered organizational form in an information intensive economy. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1135-1148.
8. Clegg, S. (1990). *Modern Organizations: Organization Studies in the Postmodern World*. London: Sage.
9. Čudanov, M. (2011). *Strateška primena informacionih i komunikacionih tehnologija*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
10. Davidow, W., & Malone, M. (1992). *The virtual corporation. Structuring and revitalizing the corporation for the 21st century*. New York: Harper Business
11. Flečer, K. (2003). *Upravljanje marketingom i informaciona tehnologija*. Beograd: CLIO.
12. Galbraith, J. (2012). The Future of Organization Design, *Journal of Organization Design*, 1(1), 3-6.
13. Galbraith, J. (2014). Organization Design Challenges Resulting From Big Data. *Journal of Organization Design*, 3(1), 2-13.
14. Gong, Y., Huang, J.C., & Farh, J.L. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52(4), 765-778.
15. Groth, L. (1999). *Future organizational design – the scope for the IT based enterprise*. New York: Wiley&Sons.
16. Handy, C. (1991). *The Age of Unreason*. Boston: Harvard Business Review Press.
17. Jevtić, M. (2012). *Pristup projektovanju organizacije zasnovan na merenju usklađenosti elemenata organizacije – doktorska disertacija*. Fakultet Organizacionih Nauka, Univerzitet u Beogradu.
18. Kapoor, R. (2018). Ecosystems: broadening the locus of value creation, *Journal of Organization Design*, 7(12), 1-16.
19. Klein, E. (2001). Using information technology to eliminate layers of bureaucracy, *National Public Accountant*, 46(4), 46-48.
20. Lukić, J. (2016). *Uticaj tehnologije za rad sa velikim obimom podataka na organizacioni dizajn preduzeća – doktorska disertacija*. Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu.
21. Miles, R., & Snow, C. (1986a). Network organizations: New concepts for new forms. *California Management Review*, 28, 62-73.
22. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
23. Parsons, G. (1983). Information technology: a new competitive weapon. *Sloan Management Review*, 25(1), 3-14.
24. Quinn, J. (1992). The Intelligent Enterprise a New Paradigm. *Academy of Management*, 6(4), 48-63.
25. Robinson, J. R. (2016). Understanding Holacracy: Interaction. *Harvard Business Review*, 94(10), 18.
26. Rockart, J. F. & Short, J.E. (1989). IT in the 1990, managing organizational interdependence, *Sloan Management Review*, 30 (2), 7-17.
27. Stojanović-Aleksić, V. (2007). *Liderstvo i organizacione promene*. Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
28. Weber, Y., & Tarba, S. Y. (2014). Strategic Agility: A State of the Art Introduction to the Special Section on Strategic Agility. *California Management Review*, 56(3), 5-12.
29. Yonatany, M. (2013). A Model of the Platform-Ecosystem Organizational Form. *Journal of Organization Design*, 2(2), 54-58.
30. Zhang, X., & Bartol, K. (2010). Linking Empowering Leadership and Employee Creativity: The Influence of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, and Creative Process Engagement. *The Academy of Management Journal*, 53(1), 107-128.

RAZVOJ KOMPETENCIJA ZAPOSLENIH U DIGITALNOJ ERI

Marko Slavković*

Dinamizam promena u okruženju dodatno je dobio na zamahu kroz sve veću upotrebu digitalnih tehnologija u poslovnim operacijama. Digitalizacija poslovanja, sama po sebi, kreira potencijal za izgradnju konkurentne pozicije na potpuno novim tržištima ili u sasvim novim domenima poslovanja. Istovremeno, sve veće prisustvo digitalnih tehnologija u poslovanju zahteva sticanje, unapređenje i razvoj kompetencija kod zaposlenih na način koji omogućava korišćenje tih tehnologija, ali i razvoj poslovne inteligencije za nove pristupe konkurentskog nadmetanja. Cilj rada je da se identifikuje set kompetencija koje mogu doprineti unapređenju ljudskih resursa odnosno ljudskog kapitala firme. Svrha rada je da se kroz identifikaciju mogućnosti razvoja kompetencija zaposlenih povećaju šanse za izgradnju i očuvanje konkurentnosti domaćih firmi i njihovoj boljoj pripremi za trenutak pristupanja Evropskoj Uniji i konkurentskim prilikama koje se formiraju kao posledica takve integracije.

Ključne reči: kompetencije, digitalizacija, četvrta industrijska revolucija, digitalna era, digitalna transformacija

Uvod

Proces evropskih integracija Republike Srbije, pored usklađivanja važnih varijabli društvenog i makroekonomskog okruženja stvara potpuno novu arenu konkurentskog nadmetanja domaćih firmi, koje se reflektuje u dve dimenzije. S jedne strane, opcija političke integracije Srbije u Evropsku Uniju otvara mogućnost pristupa velikom tržištu za domaće firme, što se može oceniti kao potencijalno povoljna prilika. S druge strane, proces pristupanja bi istovremeno dodatno povećao konkurentski pritisak firmi iz Evropske Unije na srpskom tržištu, što se može karakterisati kao značajna pretnja. Na osnovu navedenog jednostavno je zaključiti da proces političko - ekonomskog pristupanja Srbije Evropskoj Uniji zahteva od domaćih firmi podizanje organizacionih sposobnosti na viši nivo koji bi omogućio povećanje konkurentnosti domaćih kompanija i realizaciju dva cilja: 1) mogućnost ulaska i konkurentskog nadmetanja na velikom tržištu Evropske Unije; i 2) povećanje spremnosti za odbranu tekuće pozicije na domaćem tržištu. Dobre mogućnosti ulaska na jedinstveno tržište Evropske Unije koje su perfektno "kamufilirane" u opasnosti od ulaska novih konkurenata na domaće tržište definišu pojavu novog konkurentnog ambijenta čija je brzina nastajanja u funkciji dinamike procesa pristupanja.

Posmatranjem makroekonomskih pokazatelja, kao i pokazatelja koje publikuju poznate organizacije, kao što su Svetska banka (World Bank), Međunarodni monetarni fond (International Monetary Fund) ili Svetski ekonomski forum (World Economic Forum), može se zaključiti da Srbija, u poređenju sa Evropskom Unijom, posmatranom kroz ukupne prosečne vrednosti, kao i pojedinačno, u odnosu na najveći broj zemalja koje su članice Evropske Unije, pokazuje zaostajanje kako u pokazateljima, tako i vrednostima faktora koji mogu da doprinesu unapređenju vrednosti pokazatelja. Suštinski, navedeno stanje indicira zaostajanje konkurentnosti domaće privrede i ukazuje na nužnost povećanje sposobnosti konkurentskog nadmetanja. U tom kontekstu, akademska javnost i vodeći menadžeri ukazuju na pojačan značaj nematerijalnih faktora u kreiranju i održavanju konkurentne prednosti u eri znanja. Ljudski kapital, kao deo nematerijalne imovine organizacije, može biti izvor za kreiranja održive konkurentne prednosti, a njegovo

* Vanredni profesor, e-mail: mslavkovic@kg.ac.rs

unapređenje postaje značajan interes poslovnih organizacija kao ključnog konstituenta konkurentnosti nacionalne ekonomije.

Svetska ekonomija nalazi se pod značajnim procesom transformacije usled ubrzane evolucije i intenzivirane upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija. Iako tempo digitalne transformacije varira, slobodno se može konstatovati da su gotovo sve zemlje sveta tangirane tehnološkim promenama. Navedeno je praćeno ekspanzijom analitike "velikih podataka", razvojem i upotrebom veštačke inteligencije i stvaranjem novih poslovnih modela koji su zasnovani na digitalnim platformama. Transformaciona moć tehnologije i podataka dodatno je podržana razvojem i intenziviranom upotrebom interneta, kako u svakodnevne, tako i u poslovne svrhe. Shodno navedenom, može se zaključiti da sposobnost preduzeća da transformišu svoje podatke i kapacitete u digitalnu inteligenciju postaje ključni element uspeha i konkurentnosti (UNCTAD, 2019).

Od tehnoloških promena nije izuzeta ni aktivnost upravljanja ljudskim resursima. Napredak u informaciono-komunikacionim tehnologijama olakšao je mnoge aktivnosti unutar ove funkcije, pogotovo kada je reč o planiranju ljudskih resursa, regrutaciji, selekciji, oceni performansi i nagrađivanju zaposlenih. Navedene, kao i brojne druge aktivnosti realizuju se putem specijalizovanih informacionih sistema za upravljanje ljudskim resursima, koji predstavljaju specijalizovane softvere za prikuljanje, čuvanje, obradu, analizu i distribuciju podataka o zaposlenima (Fenech et al., 2019). Međutim, najveći izazov u digitalnoj eri koji je povezan sa zaposlenima tiče se razvoja njihovog znanja, odnosno kompetencija, koje moraju biti u skladu sa potrebama preduzeća i takve da mogu omogućiti ostvarivanje konkurentne prednosti. Kada je reč o kompetencijama, treba imati u vidu da se u tom slučaju ne radi o jednostavnoj kombinaciji znanja i veština, budući da osim znanja stečenog formalnim obrazovanjem, kompetencije zaposlenih podrazumevaju i prethodno stečeno iskustvo, lične karakteristike, tehnička znanja, kognitivne veštine, kao i mnoge druge faktore koji mogu delovati pozitivno na performanse preduzeća (Tripathi & Agrawal, 2014; Ellstrom & Kock, 2008). U savremenim uslovima poslovanja, gde se gotovo nijedna poslovna aktivnost ne može obaviti bez tehnologije, od zaposlenih se zahteva posedovanje specifičnih kompetencija, poput digitalne i tehnološke pismenosti, sposobnosti upravljanja podacima, obrade podataka uz pomoć specijalizovanih softvera, razvoj digitalnog sadržaja, rešavanje tehničkih problema, kao i postojanje pojedinih kognitivnih veština koje se odnose na sposobnost brzog delovanja i učenja, fleksibilnost, prihvatanje promena, logičko rasuđivanje, kritičko promišljanje i tako dalje (Bartolome et al., 2018; Nasir et al., 2011). Naravno, navedene tehničko-tehnološke, digitalne, kognitivne i druge kompetencije ne mogu se formirati tradicionalnom praksom upravljanja ljudskim resursima. Naime, podrazumeva se promena metoda i tehnika edukacije sa ciljem usvajanja novog znanja, uz istovremeno obezbeđivanje retencije, zadovoljstva i motivacije zaposlenih. U digitalnoj eri, edukacija zaposlenih mora slediti digitalne principe, pa u tom pogledu treba istaći digitalno i online učenje, e-učenje, e-mentorstvo, webinarne, upotrebu računarstva u oblaku i veštačke inteligencije, kao i brojna druga rešenja informaciono-komunikacionih tehnologija koja treba da obezbede razvoj i unapređenje kompetencija kod zaposlenih u digitalnoj eri.

Digitalizacija, kao i transformacija poslovnih modela koju nameće ovaj trend, uslovljavaju čitav niz izazova sa kojima su suočeni akteri na današnjem tržištu. Posebno kada je reč o upravljanju ljudskim resursima i ljudskim kapitalom, neophodno je identifikovati set znanja, veština i sposobnosti neophodnih za opstanak na tržištu, čime bi se izvršila i svojevrsna provera spremnosti preduzeća za četvrtu industrijsku revoluciju. Prethodne studije imale su za cilj razvoj modela kompetencija (Filipowicz, 2016; Erol et al., 2016; Prifti et al., 2017; Simić & Nedelko, 2019), čime je potrebno identifikovati područja u okviru kojih se uočava distinkcija u odnosu na

tradicionalne modele korišćenih u doba prethodnih industrijskih revolucija. Međutim, limitiran je broj empirijskih dokaza, budući da su istraživači suočeni sa barijerom nedovoljnog poznavanja naprednih digitalnih tehnologija od strane menadžera i ostalih zaposlenih, kao i njihovoj ograničenoj spremnosti da otpočnu čitav proces transformacije u okviru svog preduzeća. Shodno tome, predmet ovog istraživanja je da se utvrdi nivo poznavanja savremenih kompetencija, koje su predložene od strane Evropske komisije za standardizaciju (eng. *European Committee for Standardization*). Učešće u istraživanju uzeli su menadžeri srednjih i velikih preduzeća, koja aktivno posluju na teritoriji Srbije. Doprinos sprovedenog istraživanja ogleda se u čitavom spektru implikacija, kako za menadžere, tako i čitav obrazovni sistem, koji, pre svega, treba da bude usklađen sa zahtevima četvrte industrijske revolucije.

Pregled literature

Kako bitno obeležje poslovanja preduzeća u savremenim uslovima predstavlja tehnologija, bez koje se gotovo ne mogu obaviti ni rutinske poslovne operacije, može se govoriti o konceptu digitalne ekonomije. Naime, digitalna ekonomija predstavlja kombinovanu upotrebu tehnologije, uglavnom informaciono-komunikacione, koja prožima mehaničke sisteme, komunikaciju i infrastrukturu i stvara nove ekonomske uslove koji imaju veliki uticaj ne samo na društvo, već i na način proizvodnje, poslovanja, istraživanja i razvoja (UNCTAD, 2017). Pored specifičnih znanja, veština i sposobnosti, ključnu determinantu digitalne ekonomije predstavlja i inoviranje. Kao proces stvaranja visokokvalitetnih proizvoda i usluga, inoviranje podrazumeva upotrebu modernih i naprednih tehnoloških rešenja i savremenih metoda rada, koji će voditi izvrsnim poslovnim rezultatima, poslovnoj sofisticiranosti, a samim tim i konkurentskoj prednosti, ne samo preduzeća, već i nacionalnih ekonomija (Porter et al, 2004). Digitalne inovacije stvaraju nove poslovne modele i tržišta, omogućavaju korišćenje aplikacija u različitim segmentima poslovanja i na taj način utiču na obavljanje poslovnih aktivnosti u preduzeću, što je značajno i sa stanovišta upravljanja ljudskim resursima. Kao rezultat napretka informaciono-komunikacionih tehnologija, ugašena su brojna radna mesta, ali su zato nova kreirana. Upravo zbog toga, u savremenim uslovima poslovanja potrebni su zaposleni sa specifičnim matematičkim i statističkim, kao i naprednim tehnološkim znanjima i veštinama (OECD, 2017). Jasno je da je ovakvim zaposlenima potrebno obezbediti specifičnu praksu upravljanja ljudskim resursima, koja se često razlikuje od svakodnevne prakse upravljanja zaposlenima, a koja treba da obezbedi razvoj njihovih kompetencija.

Kompetencije zaposlenih ne predstavljaju jednostavnu kombinaciju njihovih znanja i veština. U jednom preduzeću mogu postojati zaposleni sa manje-više identičnim obrazovanjem, te nasuprot tome, kompetencije podrazumevaju ne samo znanja i veštine, već i sistem vrednosti, stavove, standarde, entuzijazam, motivaciju i drugačiji pogled na svet, usled čega se može zaključiti da razvoj kompetencija nije jednostavan posao za menadžere ljudskih resursa. Često se kompetencije zaposlenih mogu posmatrati kao ledeni breg. Na samom vrhu ledenog brega, tj. njegovom vidljivom delu, nalaze se objektivna znanja i veštine koje su potrebne za obavljanje datog posla, a koje su obezbeđenje prethodnom edukacijom, odnosno formalnim obrazovanjem zaposlenog. Na drugom nivou ledenog brega nalaze se specifična znanja i veštine, kao i socijalne, komunikacione i druge sposobnosti imanentne zaposlenom. Na trećem nivou nalaze se vrednosti, stavovi, iskustvo, etika i moralna načela zaposlenog, a na poslednjem, tj. četvrtom i najmanje vidljivom nivou nalaze se lične karakteristike zaposlenog, kao i njegovi motivi, entuzijazam, predstava o sopstvenim mogućnostima i sposobnostima i tako dalje (Bergenhengouwen et al., 1996). Na osnovu navedenog se može konstatovati da se kompetencije odnose na individualne i kolektivne kapacitete zaposlenih, da obuhvataju kognitivne i afektivne faktore, motoričku sposobnost, socijalne veštine i lične karakteristike koje omogućavaju dobro izvršenje posla i ostvarivanje dobrih poslovnih performansi (Ellstrom & Kock, 2008; McLelland, 1998). Navedeno je

posebno relevantno u savremenim uslovima poslovanja, gde krajnji rezultat i uspeh moraju biti bazirani na inovacijama, kreativnosti, znanju i ekspertizi koji su dostupni preduzećima. Drugačije rečeno, potrebna je jedinstvena kombinacija poslovne specijalnosti i sinergetskih efekata koji se tiču zaposlenih, a koji se odnose na motivaciju, uloženi napor, ideje, tehnološku i poslovnu ekspertizu (Hamel & Prahalad, 1990). Ukoliko je preduzeće u mogućnosti da kod zaposlenih izgradi jedinstvene kompetentnosti, u stanju je da ostvari uspeh, budući da resursi koji su retki, vredni i teški za imitiranje vode poslovnoj izvrsnosti i održivoj konkurentskoj prednosti (Barney, 1991).

Izgranja kompetencija kod zaposlenih zahteva specifičan set aktivnosti menadžmenta ljudskim resursima, koji započinje procenom postojećih i budućih poslova u organizaciji, a zatim sledi planiranje potrebnog broja zaposlenih sa određenim znanjima. U skladu sa tim, podrazumeva se pažljiv proces regrutovanja i selekcije, budući da se moraju angažovati najbolji zaposleni sa tržišta rada, tj. oni koji imaju specifične kompetencije, a osim toga, neophodno je karijerno planiranje i sukcesija u karijeri, odnosno mobilnost zaposlenih u skladu sa njihovim znanjima i veštinama. Međutim, najveći naglasak jeste na edukaciji, odnosno obučavanju zaposlenih (Tripathi & Agrawal, 2014; Ellstrom & Kock, 2008). Sticanjem dodatnog znanja, veština i sposobnosti zaposleni postojeće poslove obavljaju efikasnije, pripremaju se za buduće poslove, ali se treninzima istovremeno identifikuju potrebna znanja i sposobnosti koja se moraju unaprediti i time se zatvara gep u kompetencijama zaposlenih (Mahmood et al., 2018; Draganidis & Mentzas, 2006). Međutim, razvoj kompetencija u digitalnoj eri nije jednostavan proces. Naime, zaposleni u digitalnoj ekonomiji moraju imati visok stepen obrazovanja i posedovati specifična znanja koja su potrebna preduzeću. Poseban akcenat je na izgradnji onih kompetencija koje se tiču tehničke, tehnološke i digitalne pismenosti, interkulturalnih sposobnosti, emocionalnih i socijalnih veština. Od zaposlenih se očekuje spremnost za timski rad, kolaboracija putem digitalnih platformi, rešavanje kompleksnih problemskih situacija, preuzimanje odgovornosti, inovativno, kreativno i kritičko razmišljanje, programiranje, kreiranje digitalnog sadržaja, razvoj sistema zaštite podataka, spremnost za učenjem novih stvari, a svakako prihvatanje promena koje su neizbežne u digitalnoj eri (Prifti et al., 2017; Bartolome et al., 2018). U digitalnoj ekonomiji, od zaposlenih se zahteva posedovanje naprednih digitalnih veština, postojanje preduzetničkih sposobnosti koje su zasnovane na digitalnim platformama, generičkih tehnoloških znanja koja se odnose na razumevanje i korišćenje informaciono-komunikacionih tehnologija, specijalizovanih softvera i internet alata. Osim navedenih digitalnih i tehnoloških, ističu se i tehničke kompetencije koje zaposleni moraju posedovati, a koje se odnose na poznavanje procedura i standarda, primenu matematičkih i inženjerskih znanja, kao i na sposobnosti opservacije, kvantifikacije i merenja. Naravno, ne smeju se izostaviti ni *soft* i kognitivne veštine, odnosno kreativnost, logičko razmišljanje, komunikativnost, fleksibilnost, dobro pamćenje, brzo učenje, sposobnost brzog percipiranja i tako dalje (United Nations, 2018; Pirzada & Khan, 2013; Nasir et al., 2011). Generalno govoreći, od zaposlenih se u digitalnoj eri zahteva posedovanje digitalnih, tehničkih i kognitivnih kompetencija.

U skladu sa tehnološkim promenama u digitalnoj eri podrazumeva se i promena tradicionalnog načina edukacije zaposlenih na radnom mestu. Naime, razvoj kompetencija u digitalnoj eri sledi princip digitalnog učenja, odnosno upotrebu informaciono-komunikacione tehnologije koja je instalirana u datom preduzeću, a koja zaposlenima u procesu obučavanja pruža mogućnost efikasnijeg usvajanja novog znanja. Kompetencije se unapređuju zahvaljujući većoj upotrebi multimedijalnih podataka, kao i zbog simuliranih problemskih situacija koje se rešavaju u virtuelnom okruženju. Osim navedenog, u digitalnoj ekonomiji omogućeno je i učenje na daljinu, gde se putem interneta, u online okruženju, kreira digitalna, personalizovana i kolaborativna platforma koja omogućava učenje u bilo kojem trenutku i na bilo kojem mestu (European training

foundation, 2018). U oba slučaja radi se o e-učenju, koje uz upotrebu interneta, intraneta, ekstraneta, specijalnih softvera i uz pomoć mentora može da unapredi kompetencije zaposlenog time što je proces usvajanja znanja olakšan, a sam kvalitet učenja unapređen, uz sniženje troškova i uštedu vremena, čime se stvaraju višestruke koristi za preduzeće (Gunasekaran et al., 2002). Pored toga, koristi od e-učenja ogledaju se i u omogućavanju različitih stilova učenja, savladavanju gradiva na različitim nivoima kompleksnosti, pristupu većem obimu informacija, unapređenoj komunikaciji između zaposlenih koji učestvuju u treningu, čime se olakšava i razmena znanja između njih (Kumpikaite & Čiarniene, 2008). U ovom domenu treba istaći i upravljanje ljudskim resursima i razvoj kompetencija zaposlenih pomoću računarstva u oblaku. Razvoj znanja potrebnog u savremenim uslovima poslovanja često zahteva veliki obim podataka, koji ukoliko se čuvaju u sistemima preduzeća zauzimaju dosta memorijskog prostora. Otuda se upotreba računarstva u oblaku ističe kao korisna, pre svega zbog toga što se podaci čuvaju na serverima kompanije koja pruža ove usluge, ali i zbog činjenice da zaposleni mogu ovim podacima pristupiti kada to požele i sa bilo kojeg mesta. Dodatna korist ogleda se u tome što menadžeri ljudskih resursa putem ovakvih sistema mogu uvek imati u vidu ostvarene rezultate u učenju, odnosno obezbeđuje se aktivan *feedback* (Kumar & Kumar, 2014). Za razvoj kompetencija značajna su i rešenja veštačke inteligencije. Alati iz ovog domena omogućavaju menadžerima ljudskim resursima razvoj programa edukacije koji je u potpunosti personalizovan potrebama i karakteristikama zaposlenog, te su zbog toga omogućeni i personalizovani stilovi učenja i različiti programi treninga, čime se ostvaruje pozitivan uticaj na produktivnost zaposlenog i njegovu posvećenost preduzeću (Amla & Melhotra, 2017). Jedan od načina razvoja kompetencija u digitalnoj eri koji se sprovodi uz niske troškove, a koji omogućava rast retencije i zadovoljstva zaposlenih, jeste putem webinara (Malik et al., 2015). Sam webinar nastao je kao rezultat integracije web tehnologija i seminara. U pitanju je internet platforma koja omogućava dvosmernu komunikaciju, a koja podrazumeva postojanje servera na kojem je smešten sadržaj za učenje kojem mogu pristupiti zaposleni sa bilo kojeg računara. Sam proces učenja je fleksibilan, na raspolaganju je veliki obim informacija, a materijal za učenje je standardizovanog sadržaja. Polaznici webinara, odnosno zaposleni, mogu u svakom momentu postaviti pitanje i dobiti odgovor mentora bez ometanja ostalih učesnika, pri čemu se čitav webinar može snimiti i sačuvati na računaru (Verma & Singh, 2010). Od ostalih metoda i tehnika razvoja kompetencija u savremenim uslovima, prethodno navedeni autori izdvajaju: multimedijalna sredstva koja omogućavaju sticanje dodatnog znanja o nekom problemu uz mnoštvo audio i video sadržaja, kompjuterski podržano učenje, e-mentorstvo, video konferencijska predavanja, brainstorming i studije slučaja, kao i simulacije problemskih situacija u preduzeću.

Metodologija istraživanja

Digitalna transformacija uslovljava izmene u oblasti upravljanja ljudskim resursima, strukturi radnih zadataka, kao i novim zahtevima u pogledu radnih mesta. Od zaposlenih se očekuju da budu spremni za odgovore na radne zadatke, kao i da se poštuju principe četvrte industrijske revolucije. Shodno tome, predmet istraživanja je razvoj modela kompetencija zaposlenih u digitalnoj eri. Osnovni cilj istraživanja odnosi se na identifikaciju seta kompetencija relevantnih za opstanak preduzeća na savremenoj poslovnoj sceni.

Kao metod za prikupljanje primarnih podataka korišćen je upitnik, koji je posebno koncipiran za potrebe ovog istraživanja. Iskazi su formulisani u skladu sa Evopskim okvirom kompetencija 3.0, koju je razvila Evropska komisija za standardizaciju. Ukupno je formulisano 14 konstatacija, pri čemu su ispitanici izražavali svoj stepen slaganja na 5-stepenoj Likertovoj skali (1-apsolutno se ne slažem; 5-apsolutno se slažem). Istraživanje je sprovedeno na slučajnom uzorku od ukupno 224 ispitanika, koji su zaposleni u srednjim i velikim preduzećima na teritoriji Srbije.

Analiza podataka je sprovedena u SPSS-u - statističkom paketu za društvene nauke. Prvo, dati su rezultati eksplorativne faktorske analize, kako bi se identifikovao relevantan set kompetencija. Drugo, izvršena je analiza pouzdanosti, pri čemu je predstavljena vrednost koeficijenta Kronbah alfa. Na kraju, sprovedena je deskriptivna statistička analiza, koja podrazumeva izračunavanje aritmetičke sredine i standardne devijacije za svaku konstataciju posebno, kako bi se utvrdilo sa kojim konstatacijama su ispitanici izrazili najveći, odnosno najmanji stepen slaganja.

Tabela 1 Eksploarativna faktorska analiza

Konstatacije		Faktorske težine		
		1	2	3
<i>Faktor 1: Tehničke kompetencije</i>				
K1	Aktivno koristim profesionalne društvene mreže, kao što su LinkedIn, HR.com i sl.	0.878		
K2	Aktivno koristim društvene mreže namenjene za poslovne svrhe, kao što su Yammer, Podio, eXo Platform i sl.	0.848		
K3	Aktivno koristim E-learning aplikacije, kao što su Moodle, ATutor i sl.	0.843		
K4	Aktivno koristim aplikacije za upravljanje projektima, kao što su Google Drive, Dropbox i sl.	0.789		
K5	Aktivno koristim alate za video komunikaciju, kao što su Google Hangouts, Skype, Appear.in i sl.	0.763		
<i>Faktor 2: Kognitivne kompetencije</i>				
K6	Sposoban/a sam da uočim rizike u realizaciji posla i delujem tako da smanjim njihov uticaj.		0.825	
K7	Sposoban/a sam da uočim moguće zastoje u realizaciji posla i da preduzmem mere za ublažavanje negativnih posledica.		0.823	
K8	Sposoban/a sam da rasporedim resurse za obavljanje aktivnosti, balansirajući troškove i rizik.		0.823	
K9	Sposoban/a sam da interaktivno pratim napredak u rešavanju problema.		0.766	
K10	Aktivno komuniciram sa kolegama i partnerima kako bi se resursi upotrebili na najbolji način.		0.724	
<i>Faktor 3: Digitalne kompetencije</i>				
K11	Koristimo digitalne medije da bismo došli do ciljnog tržišta.			0.857
K12	U firmi koristimo socijalne mreže da bismo bolje razumeli potrebe klijenata.			0.826
K13	Koristimo digitalne medije za podršku kupcima/klijentima.			0.798
K14	Koristimo digitalne kanale za prodaju naših proizvoda/usluga.			0.795

Izvor: Autor

Rezultati istraživanja

U Tabeli 1 su prikazani rezultati eksploarativne faktorske analize, pri čemu je upotrebljen metod analize glavnih komponenti (engl. *Principal Components Analysis*). Navedeni statistički postupak se koristi kako bi se utvrdili faktori oko kojih se grupišu konstatacije, odnosno stavovi ispitanika. Za utvrđivanje opravdanosti upotrebe faktorske analize izračunat je Kajzer-Mejer-Olkinov (KMO) pokazatelj (Kaiser, 1970), koji iznosi 0.873, što je prihvatljiv iznos za validnu faktorsku analizu (Tabachnick & Fidell, 2007). Osim toga, sproveden je i Bartlerov test specifičnosti (Bartlett, 1954), koji je značajan na nivou $p=0.000$, te je primena faktorske analize opravdana. Pouzdanost i konzistentnost iskaza merena je pomoću koeficijenta Cronbach's alpha, pri čemu vrednosti ovog koeficijeta iznad 0,7 ukazuju na njihovu visoku pouzdanost i konzistentnost (DeVellis, 2003). Na osnovu prikazanih rezultata eksplorativne faktorske analize

izdvajaju se tri faktora, koji predstavljaju odgovarajuće kategorije savremenih kompetencija: tehničke (faktor 1), kognitivne (faktor 2) i digitalne kompetencije (faktor 3), pru čemu je vrednost koeficijenta Cronbach's alpha identifikovanih faktora 0.881, 0.872, 0.888, respektivno.

U Tabeli 2 dati su rezultati deskriptivne statističke analize, odnosno vrednosti aritmetičke sredine i standardne devijacije. Na osnovu predstavljenih vrednosti najveći stepen slaganja je identifikovan u slučaju kognitivnih kompetencija, što ukazuje na zaključak da su zaposleni, koji su obuhvaćeni istraživanjem, najviše spretni u pogledu identifikacije kriznih situacija, sposobnosti kreiranja efikasnih interpersonalnih odnosa i alokacije raspoloživih resursa. Najmanji stepen slaganja ispitanika je zabeležen u slučaju tehničkih kompetencija, odnosno kada je reč o spremnosti zaposlenih da koriste savremene tehničke alate.

Tabela 2 Deskriptivna statistička analiza

Kompetencije	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
<i>Tehničke kompetencije</i>		
K1 Aktivno koristim profesionalne društvene mreže, kao što su LinkedIn, HR.com i sl.	2.4420	1.30752
K2 Aktivno koristim društvene mreže namenjene za poslovne svrhe, kao što su Yammer, Podio, eXo Platform i sl.	2.3036	1.22265
K3 Aktivno koristim E-learning aplikacije, kao što su Moodle, ATutor i sl.	2.3438	1.24297
K4 Aktivno koristim aplikacije za upravljanje projektima, kao što su Google Drive, Dropbox i sl.	2.8973	1.34371
K5 Aktivno koristim alate za video komunikaciju, kao što su Google Hangouts, Skype, Appear.in i sl.	3.0937	1.26886
Ukupna prosečna vrednost	2.61608	1.277142
<i>Kognitivne kompetencije</i>		
K6 Sposoban/a sam da uočim rizike u realizaciji posla i delujem tako da smanjim njihov uticaj.	3.9464	0.82928
K7 Sposoban/a sam da uočim moguće zastoje u realizaciji posla i da preduzmem mere za ublažavanje negativnih posledica.	3.8973	0.87475
K8 Sposoban/a sam da rasporedim resurse za obavljanje aktivnosti, balansirajući troškove i rizik.	3.9643	0.81388
K9 Sposoban/a sam da interaktivno pratim napredak u rešavanju problema.	4.1875	0.77554
K10 Aktivno komuniciram sa kolegama i partnerima kako bi se resursi upotrebili na najbolji način.	4.2723	0.88431
Ukupna prosečna vrednost	4.05356	0.835552
<i>Digitalne kompetencije</i>		
K11 Koristimo digitalne medije da bismo došli do ciljnog tržišta.	3.5759	1.23606
K12 U firmi koristimo socijalne mreže da bismo bolje razumeli potrebe klijenata.	3.3884	1.32788
K13 Koristimo digitalne medije za podršku kupcima/klijentima.	3.6429	1.15100
K14 Koristimo digitalne kanale za prodaju naših proizvoda/usluga.	3.5580	1.23340
Ukupna prosečna vrednost	3.5413	1.237085

Izvor: Autor

Zaključak

Navedeni rezultati istraživanja jasno pokazuju grupisanje opserviranih kompetencija u tri grupe: 1) kompetencije koje se odnose na korišćenje jednostavnih internet alata, bez kojih je u praktičnom smislu nemoguća upotreba interneta u poslovne svrhe i koje su označene kao *tehničke kompetencije*, 2) kompetencije koje obuhvataju sposobnosti delovanja u rešavanju svakodnevnih praktičnih poslovnih situacija i problema, a koje su označene kao *kognitivne*

kompetencije, i 3) kompetencije koje se odnose na korišćenje i upravljanje digitalnim sadržajima u poslovne svrhe i koje su označene kao *digitalne kompetencije*. Svaka od navedene tri grupe kompetencija ima poseban značaj u eri digitalizacije. Posedovanje tehničkih kompetencija na nivou efikasne upotrebe interneta je postalo nužnost modernog doba u kome sve više dominiraju servisi na koje su upućeni građani, kao što su: e-uprava, e-banking, elektronsko plaćanje i slično. Kognitivne kompetencije su posebno važne u današnjoj svakodnevnici koju odlikuje ogromna brzina promena koja ljude često dovodi u situacije adekvatnog snalaženja i korišćenja skorijih iskustava za primenu u novim okolnostima kako bi obavili uobičajene aktivnosti (na primer, korišćenje elektronske autobuske karte). Dominacija digitalnih sadržaja i usmeravanje promotivnih aktivnosti najvećih svetskih kompanija na njih zahteva od građana razvoj sposobnosti njihovog konzumiranja i poznavanja odgovarajućih alata za njihovu reprodukciju.

Prikazani rezultati pokazuju da zaposleni u Srbiji naslabije ocenjuju nivo posedovanja tehničkih kompetencija. Nakon njih, na većem nivou razvijenosti su digitalne kompetencije, dok su najrazvijenije kognitivne kompetencije. Ovakvi rezultati ukazuju na dosta nisku poziciju u posedovanju nužnih kompetencija za savremeni pristup poslovanja i nespremnost za promene koje donosi četvrta industrijska revolucija. S druge strane, veći nivo razvijenosti digitalnih kompetencija, meren prosečnom vrednošću, ukazuje da zaposleni verovatno kao građani koriste digitalne sadržaje i alate za njihovu reprodukciju, ali da na svojim radnim mestima nisu upućeni u digitalni način poslovanja. Navedeno daje indikaciju da domaće firme nisu u saglasnosti sa zahtevima nove industrijske revolucije, naročito ako se ima u vidu nivo razvijenosti tehničkih kompetencija. Posebno težinu donosi saznanje da u digitalnoj transformaciji prednjače razvijene zemlje, od kojih se mnoge nalaze u Evropskoj Uniji. Ovime se dolazi do praktičnih implikacija da je nivo spremnosti domaćih firmi, meren kvalitetom ljudskog kapitala, za evropske integracije na nižem nivou od potrebnog i da se mora raditi na razvoju kompetencija kako bi se unapredio ljudski kapital, a samim tim i nivo sposobnosti domaćih firmi za konkurentsko nadmetanje u širem evropskom prostoru.

Pored potencijalnih problema u konkurentskom zaostajanju domaćih firmi, tekući nivo razvoja digitalnih i tehničkih kompetencija ukazuje na pojavu „digitalne nepismenosti“ čime se istovremeno smanjuje potencijal celog društva za kreiranje promena ili za njihovo prihvatanje. Sve navedeno upućuje na zaključak da tekuće prilike u društveno – ekonomskom sadržaju Republike Srbije ne stvaraju dovoljno podsticaja za jačanje sposobnosti domaćih firmi za jačanje konkurentске pozicije, što zajedno sa društvenim kontekstom inertnosti na promene u društvu signalizira smanjene kapacitete nacionalne ekonomije za uključivanje u trku globalnog konkurentskog nadmetanja.

Na osnovu datih opservacija moguće identifikovati nekoliko praktičnih implikacija. U prvom redu to se odnosi na vlasnike i ključne menadžerske strukture koji moraju bolje da razumeju kontekst budućeg poslovanja i da odobre budžete za razvoj kompetencija zaposlenih koji će biti u skladu sa potrebama digitalne ere. Na nivou države, kreatori politike moraju snažnije uticati na razvoj ovih kompetencija kroz obrazovnih sistem kroz kreiranje sistema finansiranja koji će podstaći fleksibilnost, otvorenost i sposobnost brzog prilagođavanja edukativnih sadržaja potrebama društveno ekonomskog okruženja.

Reference

1. Amla, M., & Malhotra, M. (2017). Digital transformation in HR. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, 4(3), 536-544.

2. Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of management*, 27(6), 625-641.
3. Bartolome, J., de Soria, I.M., Jakobsone, M., Fernandez, A., Ruseva, G., Koutoudis, P., Merrigan, D., Vaquero, M. (2018). *Developing a digital competence assessment and accreditation platform for digital profiles*. 12th International Technology, Education and Development Conference (INTED), 5-7 march 2018, Valencia, Spain, 4552-4559.
4. Bergenhenegouwen, G.J., ten Horn, H.F.K., & Mooijman, E.A.M. (1996). Competence development-a challenge for HRM professionals: core competences of organizations as guidelines for the development of employees. *Journal of European Industrial Training*, 20(9), 29-35.
5. Draganidis, F., & Mentzas, G. (2006). Competency based management: a review of systems and approaches. *Information Management & Computer Security*, 14(1), 51- 64.
6. Ellstrom, P.E., & Kock, H. (2008). Competence development in the workplace: concepts, strategies and effects. *Asia Pacific Education Review*, 9(1), 5-20.
7. Erol, S., Jäger, A., Hold, P., Ott, K., & Sihm, W. (2016). Tangible Industry 4.0: a scenario-based approach to learning for the future of production. *Procedia CIRP*, 54, 13-18.
8. European training foundation. (2018). *Digital skills and competence, and digital online learning*. Turin: European training foundation.
9. Fenech, R., Baguant, P., & Ivanov, D. (2019). The changing role of human resource management in an era of digital transformation. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 22(2), 166-175.
10. Filipowicz, G. (2016). *Zarządzanie kompetencjami. Perspektywa firmowa i osobista [Competence management. The company and personal perspective]*. Warszawa, Poland: Wolters Kluwer.
11. Gunasekaran, A., McNeil, R.L., & Shaul, D. (2002). E-learning: research and applications. *Industrial and Commercial Training*, 34(2), 44-53.
12. Kumar, S.N., & Kumar, S.S. (2014). Advancement of human resource management with cloud computing. *International Journal of Research in Engineering Technology and Management*, 1-6.
13. Kumpikaite, V., & Čiarniene, R. (2008). New training technologies and their use in training and development activities: survey evidence from Lithuania. *Journal of Business Economics and Management*, 9(2), 155-159.
14. Mahmood, R., Hee, O.C., Yin, O.S., & Hamli, M.S.H. (2018). The mediating effects of employee competency on the relationship between training functions and employee performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 664-676.
15. Malik, M., Umar, I.N., Salbani, A.M., & Yahaya, W.A.J.W. (2015). The acceptance of webinars as a training tool among engineers. 7th World Conference on Educational Sciences, (WCES-2015), 05-07 February 2015, Novotel Athens Convention Center, Athens, Greece, 1759-1766.
16. McLelland, D.C. (1998). Identifying competencies with behavioral event interviews. *Psychological Science*, 9(5), 331-339.
17. Nasir, A.N., Farzeeha, D., Noordin, M.K., Nordin, M.S. (2011). Technical skills and non-technical skills: predefinition concept. *International Engineering and Technology Education Conference (IETEC'11)*, Kuala Lumpur, Malaysia, 1-17.
18. OECD. (2017). *Digital economy outlook 2017*. Paris: OECD Publishing.
19. Pirzada, K., & Khan, F.N. (2013). Measuring relationship between digital skills and employability. *European Journal of Business and Management*, 5(24), 124-133.
20. Porter, M.E. (2004). Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index. In *The Global Competitiveness Report 2003-2004*, edited by Michael E. Porter, Klaus Schwab, and Xavier Sala-i-Martin, Oxford University Press, 29-56.
21. Prahalad, C.K. & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.

22. Prifti, L., Knigge, M., Kienegger, H., & Krcmar, H. (2017). A competency model for "Industry 4.0" employees. *13th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI 2017), 12-15 february 2017, St. Gallen, Switzerland*, 46-60.
23. Simic, M., & Nedelko, Z. (2019). Development of Competence Model for Industry 4.0: A Theoretical Approach. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 1288-1298.
24. Tripathi, K., & Agrawal, M. (2014). Competency based management in Organizational context: a literature review. *Global Journal of Finance and Management*. 6(4), 349-356.
25. UNCTAD. (2017). *The information economy report 2017: digitalization, trade and development*. Geneva: United Nations Publications.
26. UNCTAD. (2019). *Digital economy report 2019. Value creation and capture: implications for developing countries*. New York: United Nations Publications.
27. United Nations. (2018). *Building digital competencies to benefit from existing and emerging technologies, with a special focus on gender and youth dimensions*. Geneva: United Nations.
28. Verma, A., & Singh, A. (2010). Webinar-education through digital colaboration. *Journal of Emerging Technologies in Web Intelligence*, 2(2), 131-136.

INOVACIJE KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI TURISTIČKIH DESTINACIJA

Gordana Radosavljević* i Katarina Borisavljević**

Inovacije predstavljaju ključni elementi koji utiče na jačanje konkurentnosti turističkih destinacija. U radu se analizira uloga inovacija u turističkom sektoru u tržišno orijentisanom okruženju, gde se konkurencija kontinuirano povećava. Polazi se od definisanja i vrsta inovacija koje se navode u literaturi. Zatim se prelazi na analizu uticaja inovacija na opstanak samog turističkog sektora i turističkih destinacija kao i prevazilaženje mogućih negativnih efekata i unapređenje zasićenih tržišta. Postoji veliki broj turističkih destinacija sa raznim uslugama i ponudama na globalnom nivou. Lokalni ili svetski trendovi, održivost, ekonomske i sociokulturne vrednosti i promene su neki od faktora koji se moraju analizirati tokom uvođenja inovacija. Predmet istraživanja u radu je analiza značaja elemenata destinacijske ponude u cilju privlačenja što većeg broja turista. Posebno se ispituju razlozi posete određenoj destinaciji i koji faktori najviše utiču na izbor destinacije. Rezultati istraživanja će pokazati da su, za unapređenje konkurentnosti destinacija i privlačenje ciljne grupe turista, tržišno orijentisane inovacije uslov za stvaranje, ponovno pronalaženje i poboljšanje turističkih destinacija.

Ključne reči: turizam, destinacija, inovacije, turistički proizvod

Uvod

Turizam je značajan sektor privrede jer doprinosi povećanju stope ekonomskog rasta, zaposlenosti, deviznog priliva, izvoza, životnog standarda lokalnog stanovništva, kao i razvoju drugih sektora privrede. Pored ekonomskih efekata, turizam doprinosi ostvarivanju socio-demografskih, kulturnih, političkih, pravnih i drugih ciljeva u zemlji. Međutim, svaka zemlja je specifična u pogledu klime, očuvanja kulturnog i istorijskog nasleđa, geografskog položaja, ograničenja raspoloživih resursa, prirodne i izvedene atraktivnosti. Postoje razlike u stavovima, prvenstveno lokalnog stanovništva, o pozitivnim efektima razvoja turizma za jednu zemlju. Pored brojnih prednosti razvoja zemlje kao turističke destinacije i povećanja broja turista, lokalno stanovništvo se često suočava sa problemom svoje podređenosti isključivo razvoju turizma. U tom smislu, može doći do uništavanja kulturnog i istorijskog nasleđa, eksploatacije prirodnih resursa, zagađenja životne sredine, izgradnje neodgovarajuće infrastrukture i turističkih objekata u prenaseljenim područjima, pogoršanja porodičnih vrednosti i promena u načinu života lokalnog stanovništva. Negativan uticaj egzogenih faktora na razvoj turizma jedne zemlje ogleda se u političkoj nestabilnosti, prirodnim katastrofama koje se ne mogu izbeći, zatim u terorističkim napadima, nasilju i ratovima ili prenatrpanosti urbanih područja i neujednačenom razvoju turističkih područja. Zbog toga je upravljanje turističkim destinacijama, kao jedna od glavnih aktivnosti u turizmu, prioritet u resursima koji privlače i zadržavaju veliki broj međunarodnih turista. Održivi turizam se ne zasniva samo na očuvanju i povećanju broja turista, već i na opstanku lokalnog stanovništva određene zemlje kao destinacije.

Kompanije u okviru turističkih destinacija posluju na konkurentnom tržištu koje karakteriše velika turbulencija i brze promene. U cilju poboljšanja konkurentnosti turističke

* Redovni profesor, e-mail: gocar@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: katarinab@kg.ac.rs

kompanije moraju biti visoko inovativne u smanjenju troškova ili u ponudi novih proizvoda, visokog kvaliteta koji zadovoljavaju zahteve turista. Ni jedna zemlja ili region ne može zasnivati svoju konkurentnost na prirodnim resursima već moraju imati strategije za podršku inovacijama da bi ostali konkurentni na globalnom turističkom tržištu. Sektor turizma karakterišu značajne promene i brz rast tržišta. Trajanje životnog veka proizvoda postaje sve kraće, što od kompanija zahteva da uvode nove i bolje proizvode. Sposobnost kompanija da se menjaju, razvijaju nove proizvode i prilagođavaju promenama na tržištu je od ključnog značaja za unapređenje performansi same kompanije i turističke destinacije. Istraživanja inovacija najčešće se odnose na kompanije u turizmu ređe na same turističke destinacije. Pored toga, teorije o inovacijama se prvenstveno odnose na proizvodnju dobara i tehnologija, a u manjoj meri, na inovacije usluga.

Predmet istraživanja u radu je analiza inovacija u turističkoj industriji, a istražuju se tri ključna pitanja: prvo je fokusirano na način na koji se inovacije u turizmu definišu i na različite oblike inovacija u turističkom sektoru, drugo pitanje odnosi se na različite izvore inovacija u sektoru turizma i ispituje kako se inovacija razvijaju na nivou turističke destinacije i treće pitanje govori o analizi ključnih elemenata ponude na nivou destinacije, kao i mogućnostima za inoviranje ponude u cilju postizanja konkurentnosti destinacija na turističkom tržištu.

Definisanje inovacija u turizmu

Kao i drugi uslužni sektori, na turističku industriju se često gleda kao na manje inovativnu industriju u odnosu na proizvodne sektore. Značajno pitanje odnosi se na karakteristike i specifičnosti merenja različitih inovacija u uslužnoj industriji i turizmu (Camison, Monfort- mir, 2012). Postavlja se pitanje na koji način meriti inovativne aktivnosti koje obuhvataju široku paletu karakteristika svih usluga uključenih u multidisciplinarni turizam (Liburd, 2012). Hjalager (2010), na primer, sugeriše da je „turizam bio fenomen koji karakteriše ogromna inovativnost“ navodeći niz primera karakterističnih pojedinaca i preduzeća koji su se odvojili od konvencionalnog razmišljanja. Primeri uključuju stvaranje putničkih ili drugih iskustava za potpuno novi segment kupaca (Thomas Cook), nudeći filmske i medijski sinergirane tematske parkove (korporacija Disney) privlačne ne samo turistima već i globalnim interesima i razvoj nove organizacije pružanja hrane (McDonalds) do te mere da su koncepti poslužili kao inspiracija za ceo ugostiteljski sektor i šire. Primer inovacija je Ryanair, koji nudi ekstremno niske cene korišćenjem udaljenih aerodroma, omogućavajući putovanje avionom novim kupcima. Međutim, iako inovacije u turističkoj industriji nisu jasno definisane postoji stav u empirijskim studijama, da se pod inovacijama podrazumeva sve što se može okarakterisati kao novo.

Autori (Johannessen et al., 2001, kao i Hjalager, 2010) inovacije definišu kao proces upotrebe bilo koje nove ideje za rešavanje problema, ali i ideje za reorganizaciju, smanjenje troškova, stavljanje novih budžetskih sistema, poboljšanje komunikacije ili kreiranje novih proizvoda su takođe inovacije. Inovacija je stvaranje, prihvatanje i primena novih ideja, procesa, proizvoda ili usluga. Prihvatanje i primena su od ključne važnosti za ovu definiciju koja uključuje sposobnost promene i prilagođavanja. Značajan broj studija u turizmu se i dalje oslanja na istraživačke i kvalitativne slučajeve u kojima se fenomen inovacija istražuje i objašnjava iz više uglova. Međutim, mnoga istraživanja uzimaju teoriju inovacija Šumpetera (1934) kao polazište (Hall, 2009; Weiermair, 2006; Hjalager, 2010). Schumpeter je napomenuo da se stvaranje novog znanja ili nova kombinacija postojećeg znanja transformiše u inovacije u preduzeću. Na osnovu Šumpeterove analize mogu se razlikovati sledećih pet vrsta inovacija, koje se takođe mogu naći i u turističkoj industriji: (1) stvaranje novih proizvoda ili usluga (inovacija proizvoda i usluga), (2)

novi proizvodni procesi (procesna inovacija), (3) nova tržišta (tržišne inovacije), (4) novi dobavljači (ulazne inovacije) i (5) izmenjeni organizacioni ili upravljački sistemi (organizaciona inovacija) (Hjalager, 2010).

Posmatrajući turističku industriju inovacije mogu biti (Cosma et al., 2014):

- Inovacija turističkog proizvoda koja podrazumeva stavljanje na tržište novog ili značajno poboljšanog proizvoda. Turistički proizvod (novi ili poboljšani) mora biti nov za kompaniju, ali ne mora biti nov za turistički sektor.
- Inovacija procesa koja znači uvođenje novog ili značajno poboljšanog procesa, metoda distribucije ili dopunske aktivnosti za turističke proizvode. Inovacija (nova ili poboljšana) mora biti nova za kompaniju, ali ne mora biti nova u turističkom sektoru.
- Organizaciona inovacija podrazumeva primenu novih ili značajnih promena u strukturi preduzeća ili metoda upravljanja, koje bi trebalo da se koriste za poboljšanje efikasnosti kompanije.
- Marketinška inovacija koja se odnosi na primenu novog ili značajno unapređenog dizajna proizvoda ili primenu novih oblika promocije sa ciljem povećanja privlačnosti turističkih proizvoda ili ulazak na nova tržišta.

Glavno područje promena i inovacija u turizmu odnosi se na upotrebu informacionih i komunikacionih tehnologija. Proizvodnja i marketing turističkih proizvoda različiti su u poređenju sa industrijskim proizvodima. Turistički proizvod je kompleks opipljivih i nematerijalnih komponenti: smeštaj, prevoz, hrana i pića, rekreacija i zabava (Cosma et al., 2014). Turistički proizvod je kompletno iskustvo turista počevši od odlaska od kuće do trenutka povratka kući. S obzirom na to da nematerijalnost turističkih proizvoda turista može da se oseća nesigurno u pogledu kvaliteta usluga. Zbog ove nematerijalnosti turistički proizvodi mogu se poboljšati dodavanjem određenih elemenata kao što su: dizajn, miris, svetlo, boja, emocionalna vezanost itd. Kao rezultat takvih promena proizvoda, emocionalna vrednost „turističkog iskustva“ biće poboljšana (Weiermair, 2006).

Da bi opstale u sve konkurentnijem i globalnijem okruženju, kompanije koje su uključene u turistički sektor, posebno male i srednje, moraju se razlikovati od konkurencije koristeći inovacije u ponudi. U budućnosti će biti važno stvoriti korisno turističko iskustvo kroz inovacije i razvoj proizvoda umesto da se nude pojedinačni turistički elementi. Inovacije u turizmu se moraju posmatrati kao trajan, globalan i dinamičan proces.

Inovacije na nivou turističkih destinacija

Rast turizma zavisi od novih ideja, iskustava, novih destinacija, novih turističkih proizvoda i dr. Istraživanja pokazuju da mnoge organizacije prihvataju inovacije ili ih adaptiraju u skladu sa svojim potrebama. Međutim, mnoge organizacije pružaju otpor inovacijama i promenama sve dok to ne postane neophodno (Radosavljević, 2009, str. 196). Stvaranje inovativnih proizvoda i uvođenje na tržište inovativnih usluga jedna je od često proučavanih tema u smislu teorijskog istraživanja, kao i prakse u turizmu. Povećanje domaće i međunarodne konkurencije, kao i zasićenost tržišta, podsticaji su za inovacije.

Turističko tržište zahteva inovativne usluge i proizvode (Pechlaner et al. 2006). Kreativna upotreba proizvodnih faktora i orijentacija na kupca uslov su za stvaranje inovativne ponude u turističkim destinacijama koje kreiraju i nude proizvode za posetioce. Stanje na tržištu zahteva stalno stvaranje i snabdevanje inovativnim proizvodima i uslugama i ta činjenica je važna za sve aktere u turističkim destinacijama.

Primena inovacija u turističkoj destinaciji u poređenju sa primenom inovacija u turističkim preduzećima je mnogo teža jer postoji veliki broj zainteresovanih strana u razvoju turizma u okviru turističkih destinacija. Inovacioni proces podrazumeva zavisnost između podsticanja inovacija u turističkim destinacijama i faktora koji najviše utiču na održivi razvoj destinacije. Razlozi uvođenja inovacija mogu biti različiti. Neočekivani pad posetioca može motivisati menadžment da usvoji mere i razvije nove strategije za prevazilaženje krize. Sa druge strane, postizanje ciljeva može biti pokretačka snaga za uvođenje inovacija. Najčešće inovacije u turističkim destinacijama predstavljaju inovacije proizvoda, kao i inovacije povezane sa reorganizacijom upravljanja. Takođe, oblast marketinga predstavlja ogroman potencijal za razvoj inovacija. Upravljanje u turističkim destinacijama je složen proces. Da bi se osigurala efikasna koordinacija svih zainteresovanih strana neophodna je da se inovira i razvija integrisani pristup, koji treba da obuhvati sve stejkholdere u procesu donošenja odluka. Uloga inovacija je takođe da sprečavaju destruktivni i haotični razvoj i doprinose stvaranju okvira za integrisano upravljanje destinacijom koji uključuje sve stejkholdere.

Sa razvojem inovacija u turizmu, javljaju se i novi pojavni oblici turizma. Razvoj selektivnih oblika turizma je uticao i na kreiranje jedinstvene i diferencirane ponude na nivou turističkih destinacija. Turistička destinacija teži pružanju kvalitetnog i sadržajnog boravka turistima, izgradnji turističkog identiteta i prepoznatljivosti na svetskom tržištu, uz što bolju marketing prezentaciju na tržištu i efikasno korišćenje prirodnih i društvenih resursa. Nosioci turističke ponude u destinacijama su uglavnom mala i srednja preduzeća, koja mogu imati značajnu ulogu u kreiranju ukupne vrednosti destinacije za turiste, a što je rezultat pružanja opipljivih ili neopipljivih elemenata ponude (Đorđević, Zečević, 2015, str 41).

Tradicionalna turistička industrija nije bila čvrsto povezana sa istraživanjem i razvojem. Međutim, danas turistička industrija sve više počinje da zahteva znanje zasnovano na istraživanju i razvoju za razvoj proizvoda, na primer, kulturnog nasleđa ili prirodnih pojava. Budući da turizam posluje na snažno konkurentnim globalnim tržištima, kompanije često moraju saradivati u cilju boljeg pozicioniranja, razvoja brenda i da postanu atraktivne kroz zanimljive ukupne proizvode i iskustvo i funkcionalnu infrastrukturu.

Putovanje je postalo sastavni deo načina života i turisti imaju na raspolaganju veliki broj opcija prilikom odabira destinacije (Thai, Yuksel, 2017). Velika dostupnost informacija putem interneta dovodi do razvoja fenomena preopterećenosti izbora destinacija. Destinacija se može posmatrati kao jedinstven i sveobuhvatan proizvod koji je potrebno stalno inovirati u cilju povećanja prepoznatljivosti na turističkoj mapi i konkurentnosti na turističkom tržištu (KuangHsu, FanTsai, HueyWu, 2009).

Složenost procesa izbora destinacije bila je predmet dosadašnjih studija koje su se bazirale na različitim teorijama donošenja odluke turista prilikom putovanja (Masiero, Qiu, 2018). Na primer, mnoge studije su ukazivale na značaj prethodnog iskustva turista prilikom izbora destinacije ili obrasca putovanja na koji su navikli znači da se pre odlučuju za destinacije sa sličnom i specifičnom ponudom. Pojedina istraživanja su pokazala da su značajni elementi ponude, pri izboru destinacije, cenai kvalitet turističke ponude, zatim tražnja za avio prevozom, izbor hotelske sobe, udaljenost destinacije, klimatski i drugi faktori (Tzu-KuangHsu, Yi-FanTsai, Herg-HueyWu, 2009).

Izbor destinacije zavisi i od profila turista, jer na primer ukoliko putuju radi odmora i zabave, biće fleksibilniji u izboru destinacije i tražiće tipične elemente ponude zabave, odmora, relaksacije i tzv "beg od stvarnosti", ali će pri tome biti spremni i da potroše dosta novca na šoping. Ukoliko putuju na duži vremenski period, turisti su pažljiviji prilikom odabira destinacija ujednoi zbog većih troškova ili izdataka, za razliku od kratkotrajnih putovanja (*city break* putovanja) gde turisti ne tragaju mnogo za dodatnim informacijama o destinacijama (Masiero, Qiu, 2018). Turističke

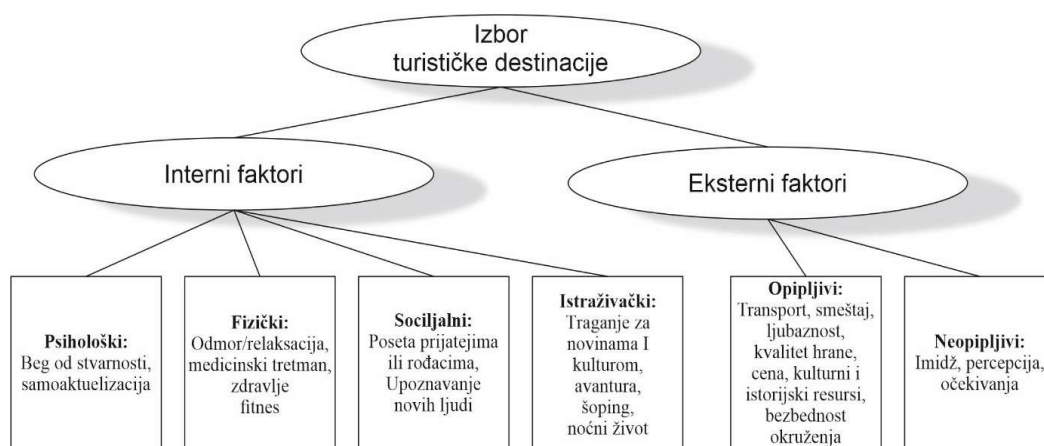
destinacije kreiraju jedinstveno iskustvo za različite tipove turista kao što su (Đorđević, Zečević, 2015, str.100): estetsko, zabava, edukacija i iskustvo bežanja od stvarnosti i dr. Kreiranje iskustva se bazira na procesu povezivanja na nivou destinacije tj. na usklađenosti raznih aktera koji su nosioci ponude – preduzeća i prirodno ikulturno-istorijskih atrakcija u destinaciji. Pružanje jedinstvenog proizvoda podrazumeva ulaganje u osnovne elemente poput: transporta, hrane, smeštaja, zabave, izgrađenih atrakcija, prirodnih atrakcija, šopinga, događaja, aktivnosti (poput wellnes-a, sporta nautike i dr.), upoznavanja lokalne kulture ili programa (degustacije, sakupljanja i sl.)

Sa razvojem IT dolazi do inovativnih rešenja u okviru turističke ponude, kao što je uvođenje online destinacija. Na primer, u Srbiji se u poslednjih par godina beleži značajan rast prihoda od turizma, zahvaljujući primeni informacione tehnologije u ovoj oblasti. Portal *eBooking* jedini legalan portal ovog tipa u zemlji koji omogućava sigurnu rezervaciju smeštaja, pošto ima online podršku koja je građanima dostupna 24 časa i ukoliko dođe do nesporazuma, problem se efikasno rešava u najkraćem roku. Novina je i u tome što se preko ovog portala (*www.ebooking.rs*) može rezervirati i smeštaj koji se izdaje putem vaučera za subvencionisani odmor, koje je dodelila država.

Način percipiranja turističke destinacije i izgradnje imidža je jedan od ključnih faktora konkurentnosti destinacije. Naime, imidž destinacije može u značajno meri da utiče na izbor turista. Uloga marketinga turističke destinacije je da privuče i zadrži što veći broj turista. Pored kvaliteta postojeće ponude destinacije, a na osnovu slike koju su turisti stvorili o destinaciji. Srbija kao destinacija postaje atraktivna i prepoznatljiva u svetu zahvaljujući izgrađenom imidžu i promovisanju njene ponude na svetskom turističkom tržištu.

U Srbiji se poslednjih godina povećao broj dolazaka stranih turista (najviše turista je zabeleženo iz susednih zemalja kao i iz Turiske, Kine, Rusije i dr.). Posebno se povećao i broj domaćih turista (na osnovu statističkih podataka iz 2018. godine skoro jednu polovinu čine domaći turisti). Tome je doprinela i država koja je uvela nov vid stimulisanja porasta domaćeg turizma putem sistema davanja besplatnih vaučera građanima zemlje.

Izbor destinacije zavisi od mnogih faktora, kako internih tako i eksternih faktora koji mogu biti opipljivi i neopipljivi (slika 1). Prema autorima (Tzu-KuangHsu, Yi-FanTsai, Herg-HueyWu, 2009) u opipljive elemente spadaju: dostupnost prevoza do željene destinacije, lokalnih atrakcija, kulturnih i istorijskih znamenitosti, ljubaznost, kvalitet i raznovrsnost hrane, raspoloživost smeštajnih kapaciteta, cene ponude, šoping, bezbednost boravka u destinaciji i dr. Što se tiče neopipljivih elemenata, tu spadaju: očekivanja posetioca, imidž, ambijent, kultura, umetnost i dr.



Slika 1 Analiza faktora koji utiču na izbor određene turističke destinacije

Izvor: Prilagođeno prema Tzu-KuangHsu, Yi-FanTsai, Herg-HueyWu, 2009, str. 291

U interne faktore spadaju: psihološki, fizički, socijalni i dr. Psihološki faktori se odnose na primer, na "beg od stvarnosti", uživanje, samoaktuelizaciju, dok se fizički odnose na relaksaciju, odmor, medicinske tretmane, zdravlje i fitnes. Što se tiče društvenih faktora koji mogu da utiču na izbor određene destinacije, oni se odnose na: posete prijateljima ili rođacima, upoznavanje novih ljudi i sl. Interesantne su i namere turista za istraživanjem nečeg novog, i u tu grupu faktora spadaju: istraživanje kulture, istorije, doživljaj avanture, uživanje u šoping, traganje za novitetima i dr.

Metodologija istraživanja

Predmet rada je analiza elemenata ponude destinacija u Srbiji i načina njenog inoviranja u cilju privlačenja domaćih i stranih turista. Cilj rada je da se ispita značaj pojedinih elemenata ponude turističkih destinacija i faktora koji su presudni pri izboru destinacije. Posebno se ukazuje na predloge za uvođenje inovativnih rešenja u okviru destinacija. Anketno istraživanje je izvršeno na području Šumadije i turisti su odgovarali na pitanja u vezi izbora destinacije prilikom putovanja u svrhe odmora. Uzorak obuhvata 103 ispitanika koji su anketirani metodom slučajnog izbora.

U radu se postavilo pitanje zašto turisti preferiraju određene destinaciju, da li je u pitanju cena, kvalitet ili raznosvrtnost ponude destinacije ili neki drugi elementi. U radu je izvršeno istraživanje elemenata turističkih destinacija u Srbiji za koje se uglavnom odlučuju turisti. Na osnovu očekivanih rezultata mogu se dati predlozi za inoviranje ponude destinacija u Srbiji, kao i smernice u koje kritične elemente destinacije treba najviše da ulažu u budućem periodu.

U tabeli 1 prikazani su rezultati deskriptivne statističke analize i ocene značaja elemenata ponude prilikom odabira turističke destinacije. Prema mišljenju ispitanika, u najvažnije elemente ponude spadaju bezbednost i sigurnost prilikom odabira destinacije, zatim ukupna cena ponude, ali posebno i kvalitet smeštaja.

Turisti, prilikom izbora destinacije u koju će putovati radi odmora, manje pridaju važnost obavljanju šopinga i obilascima kulturnih i istorijskih znamenitosti, u odnosu na ostale elemente ponude kao što su: ljubaznost i gostoprimstvo ljudi, kvalitet i raznovrsnost hrane, obezbeđenje prevozno destinacije i dr.

Tabela 1 Analiza značaja elemenata ponude prilikom odabira turističke destinacije

Deskriptivna statistika			
Elementi ponude destinacije	N	Aritmetička sredina	Stand. devijacija
cena ponude	103	4.1262	.89311
kvalitet smeštaja	103	4.3883	.62986
mogućnost prevoza	103	3.9320	.81964
ljubaznost i gostoprimstvo	103	<u>4.2816</u>	.82149
kvalitet raznovrsnost hrane	103	<u>4.0388</u>	.88475
kulturne i istorijske znamenitosti	103	3.5922	1.15840
šoping	101	3.5446	1.10928
bezbednost u destinaciji	103	4.6117	.74404
očuvana priroda destinacije	103	3.9126	.87567
imidž destinacije	103	3.7087	1.08131
ukupno validnih N	101		

Izvor: Autori

Prilikom analize najčešćih razloga putovanja u određenu destinaciju, ispitanici su odgovorili da najviše putuju radi odmora i relaksacije, mada i radi uživanja u avanturama što može da bude

interesantan rezultat istraživanja. S obzirom da najveći broj ispitanika (77) pripada mlađoj generaciji (od 18 do 40 godina) može se zaključiti da je i ovaj rezultat logičan. Turisti se najmanje odlučuju da putuju kako bi upoznali nove ljude (tabela 2) već teže uglavom da dožive neki vid avanture i zabave prilikom putovanja. Što se tiče analize učestalosti putovanja, najveći broj ispitanika putuje jednom ili dva puta godišnje (64) što je povezano i s time da više od polovine ispitanika pripada grupi turista sa srednjim prihodima domaćinstva (54).

Tabela 2 Analiza razloga posete određenoj turističkoj destinaciji

Deskriptivna statistika			
Razlozi posete destinaciji	N	Aritmetička sredina	Stand. devijacija
odmor i relaksacija	103	4.5340	.88357
poseta prijateljima i rođacima	103	3.3689	.87437
upoznavanje novih ljudi	103	2.9709	.89065
beg od svakodnevnice	103	3.6990	1.35643
zdravlje	103	3.3786	.97132
uživanje u noćnom provodu	103	3.1165	1.25480
doživljaj avanture	103	4.1068	1.09287
upoznavanje sa kuturnim i istorijskim znamenitostima	103	3.5340	1.08298
validan broj N	103		

Izvor: Autori

U okviru sprovođenja regresione analize (tabela 3) i ispitivanja povezanosti elemenata ponude sa nivoom zadovoljstva turista ukupnom ponudom prilikom posete destinaciji, može se zaključiti dasu ključni elementi upravo sigurnost i bezbednost destinacije, kao i kvalitet hrane što je interesatno jer se time pokazuje da cena nije presudan faktor i da kvalitet može značajno da utiče na njihovo ukupno zadovoljstvo destinacijskom ponudom. Takođe, interesatno je i da faktor učestalosti putovanja u toku godine može značajno da utiče na njihovo ukupno zadovoljstvo prilikom posete destinacijama, s obzirom da putuju više puta u toku godine, imaju više iskustva, ali se i vraćaju ponovo u iste destinacije.

Na bazi datih rezultata istraživanja može se ukazati na kritične elemente destinacijske ponude u koje je potrebno dodatno i kontinuirano ulagati, kako bi se povećao broj turista i imidž destinacija. S obzirom na to da je veliki broj učesnika u turističkom lancu ponude, potrebna je saradnja svih ponuđača turističkih usluga (poput hotelskih preduzeća, restorana, avio kompanija i drugih prevoznika, turističkih agencija, i dr.) u cilju inoviranja sveobuhvatne ponude i podizanja stepena konkurentnosti destinacija na zasićenom turističkom tržištu.

Tabela 3 Uticaj elemenata na nivo ukupnog zadovoljstva turističkom ponudom destinacije

posmatrani ishodi	predviđeni ishodi		%tačnosti
	Da li ste zadovoljni izborom destinacije koje ste posetili?		
	da	ne	
Da li ste zadovoljni izborom destinacija kojeda ste posetili do sada?	56	11	83.6
ne	19	15	44.1
ukupan procenat			70.3

Izvor: Autori

Tabela 4

	Analiza varijabli				
	B	S.E.	Wald	Stat. značajnost testa	Exp(B)
učestalost putovanja	-1.364	.592	5.308	.021	.256
kvalitet smeštaja	-.726	.544	1.784	.182	.484
prevoz	.444	.382	1.350	.245	1.558
ljubaznost	.363	.368	.972	.324	1.437
kvalitet hrane	-.798	.338	5.578	.018	.450
kultura / istorija	-.711	.287	6.123	.813	.491
šoping	.091	.303	.091	.763	1.096
sigurnost / bezbednost	-1.006	.513	3.843	.050	.366
očuvanaprroda	.303	.337	.813	.367	1.355
imidž destinacije	.410	.262	2.456	.117	1.507
cena	.352	.373	.891	.345	1.422
konstanta	6.897	3.075	5.031	.025	989.100

Izvor: Autori

Zaključak

Analiza u radu je pokazala da su u turističkoj industriji neophodne inovativne usluge i proizvodi zbog kontinuiranog rasta konkurencije u okviru destinacija i između destinacija. Uvođenje inovacija u okviru ponude turističkih destinacija donosi prednosti svim učesnicima i subjektima koji doprinose razvoju destinacije i pružanju dodatne vrednosti za turiste. Specifičnosti destinacija se ogledaju upravo u inovativnim elementima ponude koji utiču na odluku turista da odaberu određenu destinaciju. Analiza destinacijske ponude i rezultati sprovedenog istraživanja, mogu biti osnova za inoviranje pojedinih elemenata ponude i uvođenje dodatnih aktivnosti kako bi se povećala konkurentnost destinacija. Pokazalo se da su ključni elementi zadovoljstva turista sigurnost i bezbednost destinacije, kao i kvalitet hrane, a da je cena značajna, ali nije bila presudan faktor u izboru destinacije. Takođe se pokazalo da turisti imaju više kraćih odmora tokom godine i da iskustvo koje imaju tokom boravka u određenoj destinaciji utiče na ponovni izbor iste destinacije. To znači da kontinuirano inoviranje turističkog proizvoda, procesa, organizacije i marketinških aktivnosti pozitivno utiče na konkurentnost turističke destinacije.

Reference

1. Camisón, C., M. Monfort-Mir., Vicente, M., (2012). Measuring innovation in tourism from the schumpeterian and the dynamic- capabilities perspectives, *Tourism Management*, 33(4), 776–789.
2. Cosma, S., Paun, D, Bota, M., Fleseriu, C., (2014). Innovation-a useful tool in the rural tourism in Romania, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 507-515
3. Đorđević, A., Zečević, B., (2015). Kreiranje vrednosti u turizmu, Čugura print, Beograd
4. Hall, C. M. (2009). Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: never the twain shall meet?, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 2–18.
5. Hjalager, A.M., (2010). A review of innovation research in Tourism, *Tourism Management*, 31(1), 1–12
6. Johannessen, J. A., B. Olsen, G. T., Lumpkin, (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?, *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20–31
7. Liburd, J. J. (2012). Tourism research 2.0, *Annals of Tourism Research*, 39(2), 883–907

8. Masiero, L., Qiu, R., (2018). Modeling reference experience in destination choice, *Annals of Tourism Research* 72, 58–74
9. Pechlaner, H., Fischer, E. Hamman, E. M. (2006). Leadership and innovation processes development of products and services based on core competencies, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6(3-4), 31-57
10. Radosavljević, G., (2009). Menadžment u turizmu, Ekonomski fakultet, Kragujevac
11. Thai, N., Yuksel, U., (2017). Too many destinations to visit: Tourists' dilemma?, *Annals of Tourism Research*, 62, 38–53
12. Tzu-KuangHsu, Yi-FanTsai, Herg-HueyWu, (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan, *Tourism Management*, 30(2), 288-297
13. Weiermair, K. (2006). Prospects for Innovation in Tourism, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6(3–4), 59–72.

ZAŠTITA OSIGURANIKA REPUBLIKE SRBIJE U PROCESU EVROINTEGRACIJE

Zlata Đurić* i Mirjana Knežević**

Intenzivan i ekstenzivan razvoj nacionalnih finansijskih tržišta i njihova globalizacija na evropskom i svetskom nivou poremetili su ravnotežu između proizvođača i kupaca, tako da je potrošač, nekada kupac na malom lokalnom tržištu, postao meta reklamnih kampanja i pritiska snažno organizovanih grupa za proizvodnju i distribuciju. Iluzornost pretpostavke da će se stvaranjem uslova za ravnopravnu konkurenciju na globalnom tržištu obezbediti i zaštita potrošača, navela je institucije i organe Evropske unije da u pravnim instrumentima pitanje zaštite potrošača tretiraju na direktniji način i pozicioniraju kao jedan od osnovnih ciljeva. Transparentnost ponude i asimetrija informacija su ključni problemi sa kojima se suočavaju kupci. Imajući u vidu spregu osiguranja i ekonomskog razvoja zemlje, neophodne su regulatorne intervencije koje bi sprečile brojne mogućnosti osiguravača da manipulišu prodajom svojih ponuda. Konkurencija, često neloyalna, kako na malim tako i na visoko razvijenim tržištima osiguranja, pojačava potrebu za uvođenjem tržišne discipline za sve učesnike. Donete su brojne direktive i preporuke na nivou Evropske unije, sa ciljem da se harmonizuju nacionalni propisi i pravna akta i garantuje adekvatan nivo zaštite svih korisnika osiguravajućih pokrića, bez obzira u kojoj zemlji članici žive kao ni kojem osiguravajućem društvu su ukazali poverenje. Republiku Srbiju, u procesu evointegracije, očekuju još brojni naponi sa ciljem usaglašavanja nacionalnih propisa o zaštiti potrošača ali i kreiranja zakonske regulative za zaštitu osiguranika sa višedecenijski trasiranom politikom Evropske unije.

Ključne reči: zaštita potrošača, zaštita osiguranika, Direktiva, posrednici u osigurnju

Uvod

Dinamički razvoj nacionalnih finansijskih tržišta i njihova globalizacija na svetskom nivou poremetili su ravnotežu između dobavljača i kupaca, gde potrošači više nisu u stanju da se održe kao faktor uravnoteženja, već se ponder pomera u korist dobavljača. Otkrivanje novih materijala, uvođenje novih metoda izrade, razvoj sredstava komunikacije, širenje tržišta, novi načini maloprodaje - svi ovi faktori imali su uticaj na povećanje proizvodnje, ponude i potražnje. To znači da je potrošač, u prošlosti obično pojedinačni kupac na malom lokalnom tržištu, postao samo jedinica na masovnom tržištu, meta reklamnih kampanja i pritiska snažno organizovanih grupa za proizvodnju i distribuciju.

Razvijene su trgovačke prakse, ugovorni uslovi, potrošački kredit i sam koncept konkurencije. Proizvođači i distributeri često imaju veću priliku za određivanje tržišnih uslova od potrošača. Spajanja, karteli i određena ograničenja konkurencije takođe su stvorila neravnoteže na štetu potrošača. Takve promene su samo pojačale disbalans pa je potrošačima i regulatorima postala jasnija potreba za boljim informisanjem konzumenata o njihovim pravima i zaštiti od zloupotreba koje mogu proizaći iz takve prakse.

Zakonodavnost ove oblasti, zasnovane kako na tržišnom ekonomskom principu tako i na socijalnoj odgovornosti i pravičnosti, nije odmah ni tretirana kao samostalan cilj već kao podrška

* Docent, e-mail: zdjuric@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: mknezevic@kg.ac.rs

nesmetanom funkcionisanju zajedničkog tržišta. Međutim, iluzornost pretpostavke da će stvaranje uslova za ravnopravnom konkurencijom na globalnom tržištu osigurati zaštitu potrošača, navela je institucije i organe Evropske Unije da u kasnijim pravnim instrumentima ovo pitanje tretiraju na direktniji način. Naime, u Rimskom ugovoru iz 1957. godine zaštita potrošača je implementirana kroz jedan od postavljenih ciljeva Evropske Unije - zaštita i poboljšanje životnog standarda stanovništva, dok je 1975. godine Savet Evropske Unije odredio četvorogodišnji period za sastavljanje preliminarnog programa zaštite potrošača i informacione politike. Ovaj program je usvojen 1980. godine (Commission of the European Communities, 1980) i korisnike prepoznaje kao tržišne partnere kako na lokalnom tako i na globalnom nivou. Osim toga, naglašena je neophodnost učešća, dijaloga i priznavanja međuzavisnosti proizvođača i potrošača, jer se njihova konjukcija najizraženije pokazala i predstavila svoje posledice u ekonomskim problemima koji su se pojavili u okviru evropske zajednice. Istaknuto je da se značaj komunikacije ovih, uslovno suprostavljenih, tržišnih aktera, ogleda se ne samo u zaštiti potrošača, već u promociji interesa obe strane, čije prepoznavanje može dovesti do konstruktivnih sporazuma i rešenja postojećih problema. Proces dijaloga svakako ne može usaglasiti sve, već samo zajedničke interese pa je samim tim komplementaran zakonodavnom delovanju, koje je i dalje neophodno i na nacionalnom i na nivou EU.

Zaštita potrošača u Evropskoj Uniji

Zaštita korisnika finansijskih usluga je utemeljena Rimskim ugovorom, gde je kao jedan od osnovnih ciljeva formiranja Evropske ekonomske zajednice navedeno „stalno poboljšanje životnih i radnih uslova“ naroda koji čine ovu zajednicu kao i unapređenje „skladnog razvoja ekonomskih aktivnosti, kontinuirano i uravnoteženo širenje, povećanje stabilnosti, ubrzano podizanje životnog standarda“ (EEC, 1958). Rimski ugovor nije sadržao posebne odredbe o politici zaštite potrošača, već je ona pominjana u odredbama o konkurenciji.

Zadovoljavanje kolektivnih i individualnih potreba potrošača u svim sektorima proizvodnje, distribucije i usluga, iskristalisalo je potrebu za formulisanjem posebne politike njihovog informisanja i zaštite. Inicijativa za razvoj i implementaciju pravila o pravima i merama zaštite potrošača na nivou Evropske ekonomske zajednice krenula je od šefova vlada na samitu u Parizu 1972. godine (ESO, 2014). U saopštenju sa ovog samita, zatraženo je od relevantnih nacionalnih organa da sastave akcioni program do 1. januara 1974. godine, koji će sprovoditi politiku zapošljavanja i stručnog osposobljavanja, poboljšati radne i životne uslove, osigurati saradnju radnika u funkcijama preduzeća, olakšati zaključivanje kolektivnih evropskih ugovora u odgovarajućim oblastima, u svakoj zemlji i koordinirati akcije za zaštitu potrošača. Prvi akcioni program, koji je objavljen 1975. godine, potrošačima garantuje pet osnovnih prava:

- Pravo na zaštitu zdravlja i bezbednosti
- Pravo na zaštitu ekonomskih interesa
- Pravo na odštetu
- Pravo na informacije i obrazovanje
- Pravo na zastupanje.

Trogodišnji akcioni planovi o potrošačkoj politici pokrenuti su 1975. godine, a pratile su ih inicijative koje su obuhvatale periode: 1981-1986, 1990-1992, 1993-1995, 1996-1998, 1999-2001, 2002-2006, 2007-2013 i 2014-2020. Tek je Jedinstvenim evropskim aktom iz 1987. godine prvi put uspostavljen pravni temelj zaštiti potrošača i postao je sastavni deo opšte politike kompletiranja jedinstvenog tržišta. Prema ovom aktu, poverenje potrošača u prekograničnu trgovinu smatralo se ključnim za efikasno tržište.

U okviru Evropske komisije osnovana je Služba za prava potrošača 1989. godine, prvobitno okupljajući tri srodne oblasti - bezbednost hrane, javno zdravlje, zaštita potrošača, kojima je do danas dodate još odredbe o zdravlju farmi domaćih životinja i očuvanju dobrobiti useva i šuma.

Veliki preokret u pozicioniranju regulative o zaštiti potrošača doneo je Mاستrihtski ugovor iz 1992. godine, koji je posvetio posebnu pažnju i specifičnu ekspertizu zaštiti potrošača. Nakon toga je Amsterdamski ugovor iz 1997. godine nastavio evoluciju ove strategije jer je istakao neophodnost promovisanja visokog nivoa zaštite potrošača, dodavanjem prava na informisanje i obrazovanje u obim ove zaštite. Time je zaštita potrošača potvrđena je kao jedan od strateških ciljeva Unije.

Uloga potrošača na unutrašnjem tržištu je potvrđena osnivanjem Odbora za unutrašnje tržište i zaštitu potrošača koji je bio odgovoran za promociju i zaštitu ekonomskih interesa potrošača, uz zaštitu javnog zdravlja i bezbednosti hrane.

Mediji i udruženja potrošača igraju vrlo aktivnu ulogu u promociji finansijske zaštite potrošača u većini industrijskih zemalja. U svim evropskim zemljama postoje udruženja potrošača koja se bave finansijskim uslugama. Osim toga, Evropska Komisija je stvorila nekoliko konsultativnih tela, kao što je Grupa za potrošače finansijskih usluga, podgrupa već postojećih evropskih potrošačkih grupa.

Potrošačka politika se ne može se razvijati izolovano, bez uzimanja u obzir drugih oblasti koje utiču na potrošače. Sistematska integracija briga o potrošačima u sva relevantna područja EU politike predviđena je Ugovorom o EU i od suštinske je važnosti, što nesumnjivo potvrđuje ponašanje i aktivnosti kreatora i regulatora evropskog tržišta.

Zaštita potrošača na tržištu osiguranja

Osiguranje je specifična delatnost, upravo zbog činjenice da osiguravači prodaju obećanje da će ispuniti želje osiguranika u budućnosti, ukoliko oni ispune uslove navedene u polisi osiguranja. Međutim, ugovori o osiguranju su isuviše složeni, što osiguravačima pruža široko polje za manipulaciju sa osiguranicima.

Transparentnost ponude i asimetrija informacija su ključni problemi sa kojima se suočavaju kupci. Prodavci, u želji da postignu dobar finansijski rezultat kroz što veći broj klijenata, često namerno ili slučajno ne pružaju potrošačima detaljne informacije o proizvodu koji prodaju ni o pretpostavkama koje garantuju ispunjenje njihovih želja. Ovo je posebno izraženo na tržištima gde je konkurencija velika a informisanost stanovništva o karakteristikama ugovornog pokriva mala. Kupac, suočen sa strahom od neizvesnosti i nemogućnosti da sam finansijski podnese posledice štetnih događaja koje mu budućnost može doneti, sreman je da plati premiju za svoja očekivanja. Ali nedovoljna edukovanost i neinformisanost o klauzulama ugovora o osiguranju osiguranika stavljaju u nepovoljan položaj ukoliko mu prodavac ne predoči sve uslove koji postavljeni za isplatu nastale štete. Agenti osiguranja ponekad nemaju predstavu o obimu neinformisanosti potrošača, pa i nenamerno mu ne naglašavaju specifičnosti kupljenog pokriva. Recimo, vrlo često, prodajući polisu za zaštitu od polplave, agent ne pretpostavlja da je kupac želeo pokrivaće za izliv vode iz instalacija. Osiguranik, želeći da se zaštiti od poplava koje mu mogu naneti nekvalitetne vodovodne instalacije, kupujući osiguranje od popava, nije upoznat sa činjenicom da njegove strahove pokriva osiguranje za izliv vode iz instalacija, dok osiguranje od poplava obezbeđuje pokrivaće za štete usled uliva vode u objekte i polplava koje mogu nastati usled bujica i visokog vodostaja obližnjih rečnih tokova. Samim tim, kvalitet informacija koje kupac dobija od prodavca osiguravajućeg pokriva je ključna komponenta razvoja poverenja potrošača u dobrobit osiguranja. Agenti prodaje, suočeni sa mesečnim i godišnjim planovima

koje moraju ispuniti, često ne pretpostavljaju da treba naglašavati razlike između pojedinih osiguravajućih pokrića, smatrajući ih očiglednim. Osiguranik, sa druge strane, nije imao prilike, ni kroz stečeno obrazovanje, da prepozna sve finese čak i u nazivima osiguranja.

Problemi na tržištu osiguranja nastaju i usled različite percepcije rizika, jer potrošači često neadekvatno vrednuju verovatnoću nastupanja različitih rizika, precenjujući gubitke kojima sa kojima se češće suočavaju a potcenjujući štete za događaje čija je verovatnoća nastupanja mala. U kontekstu osiguranja, ove tendencije mogu dovesti do lošeg izbora ugovora zbog nerazumevanju i vrednovanja različitih aspekata naknada osiguranja. Sa druge strane osiguravači, prepoznajući ograničenja potrošača, mogu dizajnirati proizvode ili reklame svojih ponuda tako da učine svoje poslovne ciljeve poželjnijim. Svesni ponašanja i neinformisanosti velikog broja potrošača, osiguravači gube podsticaj za nadogradnjom kvaliteta proizvoda koji prodaju i povećavaju težnju da podstaknu prodaju pogrešnim i nedovoljnim predstavljanjem karakteristika i kvaliteta proizvoda (Tenyson, 2010). Tako potrošači mogu donositi odluke koje nisu u njihovom sopstvenom interesu i samim tim izgubiti poverenje u ovu delatnost, čime se smanjuje efikasnost poslovanja osiguravajućih društava. Ako potrošači ne mogu sa sigurnošću da utvrde kvalitet proizvoda i nemaju poverenje u iskrenost firme u pogledu kvaliteta, spremnost potrošača za kupovinom će opadati i loša iskustva potrošača narušiće poslovanje i efikasnost celog tržišta osiguranja.

Imajući u vidu spregu osiguranja i ekonomskog razvoja zemlje, neophodne su regulatorne intervencije koje bi sprečile brojne mogućnosti osiguravača da manipulišu prodajom svojih ponuda. Konkurencija, često nelojalna, kako na malim tako i na visoko razvijenim tržištima osiguranja, pojačavaju potrebu za uvođenjem tržišne discipline za sve učesnike. Stvaranjem velikog i širokog tržišta Evropske Unije, zaštita osiguranika nije odmah stekla zasluženu reputaciju, već je bila sadržana u odredbama o regulaciji ostalih finansijskih usluga

Prve direktive o neživotnom (73/239) i o životnom osiguranju (79/267) uskladile su osnovne principe poslovanja osiguravajućih društava, koja su stekla odgovarajuću licencu u bilo kojoj zemlji članici pod uporedivim pravnim i finansijskim uslovima. Istovremeno, objedinjena su pravila o finansijskom nadzoru, zasnovana na jedinstvenim standardima solventnosti i zahtevajući minimalna garantna sredstva. Svaka aktivnost osiguranja morala je, međutim, biti u skladu sa uslovima koja važe u zemlji domaćina. Drugi skup direktiva (88/357 i 90/619) trebalo je da dopuni prve dve određivanjem nadzornog organa i mera iz nadležnosti nacionalnih vlada. Takođe je, nakon niza odluka koje je dao Evropski sud pravde, uvedena odredba o uspostavljanju i vođenju poslova osiguranja i vršenju nadzora osiguranja u cilju obezbeđivanja efikasne slobode usluga.

Liberalizacija evropskog tržišta osiguranja završena je usvajanjem direktiva treće generacije (92/49 i 92/96), koje su uvele jedinstveni sistem za autorizaciju i finansijski nadzor osiguravajućih društava od strane države članice u kojoj imaju sedište ("matična državna kontrola"), pod uslovom da su oni u skladu sa principima nadzora osiguranja i drugim pravilima te zemlje. Ovaj „evropski pasoš“ omogućava osiguravačima obavljanje poslova širom Evrope, bilo osnivanjem ili slobodom pružanja usluga. Ovaj sistem je doveo do širenja poslovanja osiguravača, posebno u transakcijama koje se odnose na velike industrijske i komercijalne rizike.

Stvaranjem integrisanog unutrašnjeg tržišta osiguranja Evropske unije nastupila je jača konkurencija i složenija struktura ugovora o osiguranju. U zaštiti interesa kupca centralno mesto je pripalo posrednicima u osiguranju, kako kroz distribuciju ponuda različitih osiguravajućih društava unutar zajedničkog tržišta, tako i kroz usmeravanje, savetovanje i informisanje kupaca pri analizi njihovih specifičnih potreba. Centralna uloga posrednika u distribuciji često složenih finansijskih usluga i ponuda osiguranja istakla je vitalnu ulogu sprečavanja nemara i neprofesionalnog ponašanja koja mogu uticati na odluke kupaca.

Postojeća pravna regulative Evropske unije koja se odnosi na posrednike u osiguranju (sadržana u Direktivi 77/92/EE i Preporuci 92/48/EEZ) pomogle su približavanju nacionalnih zakona. Ipak, na posrednike u osiguranju su i dalje uticali različiti nacionalni zakonski zahtevi, koji su vršili izololaciju nacionalnih tržišta i ometali prekogranično poslovanje.

Prema profesionalnom udruženju posrednika u osiguranju, prepreke koje sputavaju posrednike da odgovore na zahteve klijenata koji žive u drugoj državi članici su:

- neizvesnosti oko evropskog zakonodavstva koje se primenjuje na posrednike u osiguranju;
- potreba da se poštuju zakonski zahtevi nekoliko različitih zemalja u slučajevima kada transakcije imaju prekogranični element (posrednici u osiguranju moraju biti registrovani u zemlji domaćina i da bi se to postiglo, mora se zadovoljiti određeni broj nacionalnih zahteva koji se odnose na profesionalne odgovornosti, finansijske sposobnosti itd.);
- nedostatak jasne definicije obaveza posrednika kada posluju u drugoj državi (često posrednici moraju da zadovolje brojne zahteve koji nisu jasno definisani uz dilemu u kojim situacijama posrednik podleže zakonima zemlje domaćina).

Prvi korak ka sinhronizaciji nacionalnih pravila napravljen je Preporukom Evropske Komisije 92/48/EEZ od 18. decembra 1991. godine, koja poziva države članice da usvoje nacionalna pravila koja zahtevaju da posrednici u osiguranju imaju opšta, komercijalna i profesionalna znanja i sposobnosti; da imaju profesionalno osiguranje odštete ili ekvivalentnu garanciju; da imaju dobru reputaciju; da nisu pod stečajem i da u slučaju brokera imaju dovoljnu finansijsku sposobnost. Takođe, Preporuka predviđa registraciju posrednika u svojoj matičnoj državi članici i usvajanje odgovarajućih sankcija i mera protiv bilo koje osobe koja deluje kao posrednik u osiguranju, a da nije registrovana kao takav. Samo registrovanim licima mora se dozvoliti da implementiraju i obavljaju djelatnost posrednika u osiguranju, dok bi se za neispunjenje ovog zahteva primenjivale odgovarajuće sankcije i mere.

Mere koje se preporučuju imaju za cilj poboljšanje zaštite klijenata tamo gde preko posrednika nabavljaju osiguravajuće proizvode i usluge. Predloženi sistem registracije, efektivne sankcije i odgovarajući program stručnog usavršavanja mogu samo ojačati poverenje kupaca u kompetentnost i integritet posrednika.

Predlog directive, koji bi regulisao aktivnosti i ponašanje posrednika i zastupnika u osiguranju, zasnovan je na sledećim principima:

- Sve posrednike osiguranja koji posluju u Evropskoj uniji mora da registruje nadležni organ a sama registracija zahteva ispunjavanju sledećih profesionalnih uslova:
 - posrednici u osiguranju moraju imati odgovarajuća opšta, komercijalna i profesionalna znanja i sposobnosti;
 - moraju imati profesionalno osiguranje odštete ili drugu uporedivu garanciju od odgovornosti usled profesionalne nepažnje;
 - posrednici koji upravljaju novčanim sredstvima kupaca moraju imati dovoljnu finansijsku sposobnost;
 - posrednici moraju imati dobru reputaciju i ne smeju biti proglašeni stečajnim.
- Registrovanim posrednicima će biti dozvoljeno da započnu i obavljaju svoje aktivnosti bilo gde u Evropskoj uniji, koristeći slobodu osnivanja ili slobodu pružanja usluga, pod nadzorom vlasti svoje matične države članice.
- Posrednici osiguranja moraju poštovati zahteve koji su navedeni u predlogu a koji se odnose na informacije koje će dati kupcima.

Direktiva o distribuciji osiguranja stupila je na snagu 22. februara 2016. godine i fokusirana je na prakse prodaje proizvoda osiguranja, sa ciljem da uspostavi jednake uslove između učesnika u prodaji osiguranja radi poboljšanja zaštite klijenata, jačanja konkurencije i fleksibilniju integraciju evropskog tržišta. Ona ima širok opseg primene, a odnosi se na: sve prodavce osiguravajućih proizvoda (uključujući one koji direktno prodaju kupcima i veb lokacije za upoređivanje cena), svakoga ko pomaže u administraciji i implementaciji ugovora o osiguranju kao i na posrednike pomoćnih osiguranja. Kako bi obezbedila da posrednici u osiguranju rade profesionalno, pošteno, korektno i u najboljem interesu svojih klijenata, ova direktiva sadrži sledeće zahteve:

- posrednici moraju završiti najmanje 15 sati profesionalne obuke ili usavršavanja godišnje.
- pre zaključenja ugovora posrednici moraju obelodaniti svojim kupcima prirodu i osnovu njihove naknade,
- posrednici ne smeju da nagrađuju ili procenjuju radnike na način koji je u suprotnosti sa njihovom obavezom da deluju u najboljem interesu svojih klijenata.
- posrednici moraju svojim klijentima da daju određene informacije (npr. dokument sa svim relevantnim podacima o proizvodu, koji sadrži glavne karakteristike predloženog ugovora).

Direktiva o distribuciji osiguranja je direktiva o minimalnom usklađivanju nacionalnih propisa, jer je ostavila mogućnost državama da je nadograđuju dodatnim zahtevima. Od država članica se očekuje da uspostave „jedinstvenu informacionu tačku“ koja će javnosti omogućiti pristup njihovim registrima za osiguranje, reosiguranje i registrovane posrednike.

Šeme zaštite osiguranika

Osnovni cilj postojanja šema zaštite osiguranika je da delimično ili u celosti garantuju isplate izvršene u skladu sa ugovorima o osiguranju u slučaju da opstanak i dalje poslovanje osiguravajućeg društva postane neizvesno ili ako se osiguravaču oduzme licenca. Na taj način, sistem zaštite vlasnika polisa obezbeđuje važnu finansijsku sigurnost osiguranicima, posebno onima koji su ekonomski ranjivi kao i za linije osiguranja ili proizvode koji sadrže element socijalne zaštite. Finansijska kriza u nekim je zemljama naglasila ulogu sistema kompenzacije finansijskog sektora u sferi zaštite potrošača i promovisanja poverenja u finansijski sistem.

U kontekstu osiguranja, ugovori o osiguranju povezani su sa svakodnevnim životima potrošača, pružajući sigurnost od rizičnih događaja. Ako ova kupljena zaštita iznenada postane manje izvesna, kao rezultat insolventnosti osiguravača, to može imati bitne posledice za vlasnike polisa. Na primer, ugovori o osiguranju koji sadrže štedni element mogu uključivati velike uložene iznose; druge vrste ugovora o osiguranju mogu sadržati značajan element socijalne zaštite (npr. zdravstveno osiguranje, naknade radnika); i, na kraju, neki ugovori štite od velikih potencijalnih gubitaka (npr. od požara, od odgovornosti treće strane).

Prvo i najvažnije sredstvo zaštite potrošača u finansijskom sistemu je postojanje zdravog pravnog i regulatornog okvira. Uspostavljanje zakonodavnog okvira koji će se baviti rizicima finansijskih institucija, bilo da je reč o osiguranju, bankarstvu ili hartijama od vrednosti, od suštinskog je značaja za osiguranje zaštite sredstava i potraživanja klijenata, zajedno sa dobro regulisanim finansijskim tržištima. Pored toga, važno je imati zdrave i dobro vođene finansijske institucije, što će umanjiti verovatnoću neuspeha i minimizirati rizik od gubitka za klijente u slučaju nelikvidnosti.

Regulatori i nadzorna tela zadužena za pružanje zaštite osiguranicima, pored zahteva za solventnošću, u pojedinim zemljama članicama Evropske unije su kreirali šeme zaštite koje deluju unutar ili van režima nadzora. Primenjeni alati prižaju različit nivo i obim zaštite (Tabela 1).

U pojedinim zemljama, od osiguravajućih društava se zahteva da izdvoje i posebno održavaju sredstva za isplate šteta, odnosno za obaveze prema preuzetim rizicima. Ovaj pristup zaštite se naziva "vezana imovina" jer su procenjene potencijalne isplate (tehničke rezerve) i odgovarajući iznos sredstava je dodeljen ili "vezan". Iznos vezane imovine se prati kako bi se obezbedilo da njihov iznos u svakom trenutku može da pokrije sve obaveze osiguravača jer u suprotnom supervisor može oduzeti licencu ili proglasiti stečaj osiguravajućeg društva. U slučaju bankrota ova sredstva su i dalje koristi za isplate odšteta osiguranicima dok u slučaju prenosa portfelja vezana imovina se takođe prenosi. Samim tim, uz vezanu imovinu osiguravačima nisu potrebna dodatna sredstva niti posebna, odnosno eksterna administracija ovih sredstava.

Ovaj sistem pruža visok nivo zaštite osiguranicima jer postoje dva nivoa kontrole visine tehničkih rezervi, kako kroz unutrašnju aktuarsku ekspertizu tako i preko supervizora rada osiguravača.

Tabela 1 Mehanizmi zaštite osiguranika unutar i izvan nadzornog okvira

MEHANIZMI ZAŠTITE OSIGURANIKA		
U okviru nadzora		
<i>Vezana sredstva</i> <i>(isplate šteta, institucionalne funkcije za premošćavanje)</i>	<i>Prioritetne isplate</i> <i>(isplate šteta)</i>	<i>Ostalo</i> <i>(odloženi fondovi, kolaterali-funkcionišu u zavisnosti od instrumenta)</i>
Izvan nadzornog okvira		
<i>Šeme zaštite osiguranika</i> <i>(isplate+ institucionalne funkcije za premošćavanje+funkcije finansijske podrške)</i>		
Opšte šeme koje pokrivaju: životno, neživotno i zdravstveno osiguranje	Osiguranje od odgovornosti trećih lica (pojedini oblici obaveznih osiguranja ili osiguranja sa socijalnim elementom)	

Izvor: IAIS (2013). Issues Paper On Policyholder Protection Schemes

U pojedinim zemljama zahtevi osiguranika imaju prioritetni tretman, tako da se u slučaju nesolventnosti osiguravača prvo izdvajaju sredstva koja su adekvatna tehničkim rezervama. U Evropskoj uniji, ovaj prioritetni status odšteta obezbeđen je direktivom Solventnost II, koja propisuje da u slučaju likvidacije, isplate šteta imaju apsolutnu prednost u odnosu na sve ostale zahteve koji se pojave osiguravaču.

Šeme zaštite vlasnika polisa ne postoje u svim zemljama članicama Evropske unije dok u mnogim zemljama, broj pokrivenih linija osiguranja je ograničen (Tabela 2). Dvadeset i šest zemalja ima šemu koja pokriva čitav ili deo sektora osiguranja. Države koje imaju sveobuhvatno pokriće za ceo sektor osiguranja su malobrojne i mogu se podeliti u sektorske šeme (Koreja, Španija, Velika Britanija) i efektivno sektorsko pokriće pomoću više šema (Kanada, Francuska, Japan). U nekim zemljama, šema pokriva samo neživotna (Australija, Danska, Norveška) ili samo životna osiguranja (Austrija, Nemačka, Grčka). Osim toga, brojne zemlje imaju šeme koje pokrivaju samo određenu liniju neživotnog osiguranja.

Evropska komisija je izdala Belu knjigu kojom se predlaže uspostavljanje sistema garancije osiguranja u svakoj državi članici. Glavno obrazloženje za uspostavljanje šeme zaštite osiguranika je obezbeđivanje određenog nivoa zaštite od efekata nesolventnosti osiguravača, koji se može pojaviti i ostaviti osiguranike izložene gubicima. Stvaranje sistema zaštite vlasnika polisa često je uslovljeno neuspehom osiguravača i prepoznavanjem potrebe za adekvatnom zaštitom potrošača u takvim situacijama. Odgovarajući stepen zaštite zavisice od okolnosti osiguranika, socijalne i

ekonomske uloge privatnog osiguranja u određenoj zemlji i potencijalne veličine osiguranih pokrića.

Tabela 2 Pregled nacionalnih šema zaštite

Zemlja	Naziv šeme	Vrsta obuhvaćenih poslovnih linija
Austrija	Deckungsstock	Neživotno osiguranje: Zdravstveno i osiguranje od posledica nezgode Životno osiguranje: Sve vrste životnog osiguranja
Belgija	Federalna agencija za profesionalne rizike	Neživotno osiguranje: Osiguranje medicinskih troškova, osiguranje zaštite prihoda i osiguranje od posledica nezgode Životno osiguranje: anuitete iz ugovora o neživotnom osiguranju, koje se odnose na obaveze zdravstvenog osiguranja i anuitete iz ugovora o neživotnom osiguranju, koji se odnose na obaveze osiguranja koje nisu obaveze zdravstvenog osiguranja
Bugarska	Garantni fond i finansijske usluge Fond za konpenzaciju Garantnog fonda	Životno osiguranje: Osiguranje sa učešćem u dobiti Neživotno osiguranje: osiguranje od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila Životno osiguranje: Osiguranje sa učešćem u dobiti, životna osiguranja vezana za investicione fondove i druga životna osigurnja
Danska	Garantni fond neživotnih osiguranja	Neživotno osiguranje: širok spektar neživotnih osiguranja
Estonija	Sektorski fond Garantnog fonda penzionog osiguranja	Penziono osiguranje
Finska	Zajednički sistem plaćanja garancija - Centar za osiguranje pacijenata Zajednički sistem plaćanja garancija - Centar za osiguranje radnika	Neživotno osiguranje: Osiguranje od opšte odgovornosti (samo zakonom propisano zdravstveno osiguranje) Neživotno osiguranje: Osiguranje nadoknade radnicima (samo obavezno osiguranje nadoknade radnicima)
Francuska	Garantni fond za individualno osiguranje Garantni fond za obavezno osiguranje Garantni fond za štetu nastalu radnjama prevencije, dijagnoze ili nege koju pružaju zdravstveni radnici	Životno osiguranje: Sve vrste životnog i zdravstvenog osiguranja Neživotno osiguranje: obaveze iz motornih osiguranja i osiguranje izgradnje Neživotno osiguranje: Osiguranje troškova lečenja
Nemačka	Garantni fond za životno osiguranje Garantni fond za zdravstveno osiguranje	Životno osiguranje: Osiguranje sa učešćem u dobiti, osiguranje povezano sa investicionim fondovima i druga životna osiguranja Životno osiguranje: zdravstveno osiguranje
Grčka	Garantni fond za privatno životno osiguranje	Životno osiguranje: Osiguranje sa učešćem u dobiti, osiguranje povezano sa investicionim fondovima
Mađarska	Kompenzacioni fond	Neživotno osiguranje: obaveze iz motornih osiguranja u slučaju nesolventnosti osiguravača automobila
Irska	Kompenzacioni fond	Neživotno osiguranje: širok spektar neživotnih osiguranja
Italija	Garantni fond za žrtve saobraćajnih nesreća Garantni fond za žrtve lova	Neživotno osiguranje: obaveze iz osiguranja motornih vozila i plovnih objekata Neživotno osiguranje: osiguranje od opšte odgovornosti za žrtve lova

Letonija	Fond za zaštitu osiguranika	Neživotno osiguranje: nezgode, zdravstveno osiguranje, prevoz u motornim vozilima (osim železničkog saobraćaja), osiguranje imovine za štete od požara i elementarnih nepogoda, osiguranje imovine za ostale štete: osiguranje od odgovornosti treće strane vlasnika motornih vozila, : osiguranje od opšte odgovornosti treće strane i osiguranje za pomoć na putu Životno osiguranje: život, brak i rođenje deteta, tontine, transakcije otkupa kapitala i anuiteta
Malta	Fond za zaštitu i kompenzacije	Neživotno osiguranje: širok spektar neživotnih osiguranja Životno osiguranje: život i anuitet, brak i rođenje deteta, zdravstveno siguranje, upravljanje penzionim fondovima, socijalno osiguranje
Norveška	Garantni fond osiguranja	Neživotno osiguranje: širok spektar neživotnih osiguranja Životno osiguranje: anuiteti koji proizilaze iz ugovora o neživotnom osiguranju i koji se odnose na obaveze zdravstvenog osiguranja i anuiteti koji proizilaze iz ugovora o neživotnom osiguranju i koji se odnose na obaveze osiguranja koje nisu obaveze zdravstvenog osiguranja
Poljska	Garantni fond osiguranja	Neživotno osiguranje: Obavezno osiguranje motornih vozila i osiguranje poljoprivrednika, obavezno osigurnje poljoprivrednih

Izvor: EIOPA (2018). Discussion paper on resolution funding and national insurance guarantee schemes

Iz Tabele 2 je očigledno da osiguranici, koji imaju slične ugovore o osiguranju, nemaju obezbeđen isti stepen, posebno u slučaju zaštite ako osiguravajuće društvo prestane sa radom. Vlasnici polisa se, u državama članicama Evropske unije, tretiraju različito, bez određenog nivoa harmonizacije. Zato je Evropski nadzorni organ za osiguranje i penzije (EIOPA, 2018), u Dokumentu za raspravu o finansiranju i nacionalim šemama zaštite osiguranika i o potrebi za evropskom mrežom nacionalnih šema zaštite, koji su adekvatno finansirani i dovoljno usklađeni, izveo sledeće zaključke:

- Postoje razlike u nacionalnoj proceni potrebe i pristupa prema šemama zaštite,
- Uspostavljanje šema zaštite često je inicirano kolapsom osiguravača ili drugih problema na tržištu osiguranja;
- Primarna uloga postojećih nacionalnih šema zaštite je da nadoknade gubitke osiguranika u slučaju bankrota osiguravajućeg društva, i da pruže dodatni nivo zaštite vlasnicima polisa;
- Razlike u nacionalnim pristupima rezultirale su da osiguranici u EU imaju različiti nivo i obim zaštite u slučaju nesolventnosti, posebno u slučaju prekograničnih posćovanja, iako je ta razlika u zaštiti takođe posledica razlika u hijerarhiji potraživanja u državama članicama;
- Ravnopravnija i efikasnija zaštita osiguranika je osnovni argument u korist usklađenijeg pristupa šemama zaštite;
- Veća usredsređenost na karakteristike proizvoda omogućila bi nijansirani pristup zaštiti polisa osiguranja. Zaštita bi se mogla prilagoditi karakteristikama i rizicima proizvoda osiguranja, uključujući i socijalne elemente;
- Treba razmotriti održive aranžmane finansiranja, uz mogućnost različitih i/ili kombinovanih načina finansiranja, zavisno od proizvoda osiguranja (uglavnom, životnog ili neživotnog) i uzimajući u obzir moguće prociklične uticaje;

- I dalje ostaje neizvesnost u pogledu prekograničnih nesolventnosti, tako da način na koji šeme zaštite vlasnika polisa tretiraju prekogranične ugovore zahteva podrobniju analizu;
- U mnogim zemljama postoji nedostatak informacija o uređenju i operativnim karakteristikama sistema zaštite vlasnika polisa.

Zaštita osiguranika u Republici Srbiji

U toku tranzicionih reformi i u Republici Srbiji je prepoznata potreba za razvojem i jačanjem zaštite potrošača– ne samo zbog obaveza predviđenih Ustavom i Sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju sa Evropskom unijom, već pre svega u interesu sopstvenih građana. Kako je zaštita potrošača ustavna kategorija koja pokazuje opredeljenost države ka vođenju aktivne politike i izgradnju pravnog sistema u ovoj oblasti koji odgovara modernom demokratskom društvu, član 90. Ustava Republike Srbije je utvrđeno da Republika Srbija štiti potrošače, kao i da su posebno zabranjene radnje usmerene protiv zdravlja, bezbednosti i privatnosti potrošača, kao i sve nečasne radnje na tržištu.

Donošenjem Zakona o osiguranju 2004. godine, supervizija nad sektorom osiguranja je poverena Narodnoj banci Srbije. Ujedno, ovim zakonom je prvi put u Republici Srbiji uspostavljena i zaštita osiguranika u pogledu prevazilaženja nesuglasica i sprečavanja sudskih sporova iz osnova osiguranja. Odluka o načinu zaštite prava i korisnika usluga osiguranja propisala je bliži način i postupak pružanja zaštite prava i interesa osiguranika. Narodna banka Srbije je aktivno učestvovala u osnivanju Centra za medijaciju, sa ciljem alterativnog rešavanja spornih pitanja između oštećenih lica i društava za osiguranje.

Regulatorna pravila u oblasti osiguranja se nalaze u Zakonu o osiguranju, kao i u drugim zakonima koji regulišu pitanja zaštite potrošača, zaštite konkurencije i zaštite podataka o ličnosti, kao i u odlukama Narodne banke Srbije o načinu zaštite prava i interesa korisnika usluga osiguranja. Na osnovu toga može se videti da zaštita korisnika usluga osiguranja se sprovodi kroz pravila koja se odnose na uređenje uzajamnog odnosa ugovornih strana kod ugovora o osiguranju; kao i kroz pravila koja se odnose na finansijsku zaštitu korisnika usluga sprovedenu od strane Narodne banke Srbije davanjem dozvola za rad i kontrolom rada društava za osiguranje. Narodna banka Srbije sprovodi zaštitu potrošača posredovanjem u rešavanju odštetnih zahteva, u cilju sprečavanja nastanka sporova, kroz razmatranje prigovora osiguranika, korisnika osiguranja i trećih oštećenih lica.

Zakonska rešenja domaćeg ugovornog i nadzornog prava osiguranja su u procesu usaglašavanja sa dosadašnjom evropskom regulativom. Međutim ostaje još dosta napora da se tržište osiguranja Republike Srbije, na njenom putu ka evrointegraciji harmonizuje sa svim išedecenijskim pravnim tekovinama Evropske unije.

Reference

- 1) Commission of the European Communities. (1980). Consumer Protection and Information Policy. <http://aei.pitt.edu/3103/1/3103.pdf>
- 2) Corradi, Antonella. (2015). International Law and Consumer Protection: The history of consumer protection. Hauser Global Law School Program. www.nyulawglobal.org/globalex/International_Law_Consumer_Protection.html.
- 3) EEC. (1958). Treaty of Rome.

- 4) EIOPA. (2016). Directive (EU) 2016/97 of the European Parliament and of the Council of 20 January 2016 on insurance distribution
- 5) EIOPA (2018). Discussion paper on resolution funding and national insurance guarantee schemes
- 6) European Sources Online. (2014). Consumer Policy. <http://aei.pitt.edu/75406/2/Consumer-Policy.pdf>
- 7) IAIS (2013). Issues Paper On Policyholder Protection Schemes
- 8) Tennyson, S. (2010). Rethinking Consumer Protection Regulation in Insurance Markets. Network Financial Institute

ZNAČAJ KONCEPTA EKOLOŠKOG MARKETINGA U POSTUPKU INTEGRISANJA DOMAĆIH PREDUZEĆA U EKONOMSKE TOKOVE EVROPSKE UNIJE

Milan Kocić* i Katarina Sofronijević**

Egzistencija u savremenom privrednom ambijentu sve više je uslovljena trendovima koji se vezuju za okruženje u kome ljudi svakodnevno žive i rade. Zato je od ključnog značaja uvažiti brojne aspekte životne sredine, faktore koji direktno ili indirektno doprinose stabilnom i zdravom načinu života i rada ljudi. Percepcija o očuvanju životne sredine i minimiziranju negativnih efekata koji se u njoj pojavljuju sve više je povećana poslednjih godina. Upravo na osnovama ovakvih pretpostavki nastaju i brojni inovativni koncepti kao što je ekološki ili zeleni marketing, koji u sve značajnijoj meri okupira pažnju naučnika iz različitih, interdisciplinarnih oblasti. S obzirom da je obavljanje svakodnevnih aktivnosti ljudi neraskidivo povezano sa konstituentima okruženja, tendencija je da se zajedničkim naporima učini da se na stabilan i održiv način utiče na poboljšanje uslova u njemu. Kao jedan od faktora marketinškog pozicioniranja Republike Srbije u postupku integrisanja u tokove Evropske unije, navode se i standardni u oblasti ekološkog marketinga. Pitanje ekološkog marketinga povezano je kako sa privrednim subjektima, koji prepoznaju potencijale ovog koncepta i time stvaraju osnovu za uključivanje u okvire Evropske unije, tako i sa potrošačima, koji vrlo često svoj izbor određenih proizvoda i usluga zasnivaju upravo na tzv. zelenim proizvodima.

Ključne reči: ekološki marketing, zeleni marketing, eko oznaka, Evropska unija, društvena odgovornost preduzeća

Uvod

Preduzeća svakodnevno pronalaze nove načine kojima modifikuju postojeće poslovne strategije. Takve promene reflektuju se i na oblast marketinga, u kojoj je primena inovativnih koncepata više nego očigledna. Nastojeći da zadovolje zahteve potrošača i na pravi način upravljaju izazovima iz okruženja, kreatori marketinških strategija izloženi su specifičnostima različitih interesnih grupa. Uvažavajući interese potrošača i javnih institucija, kao i propise koji predstavljaju deo poslovne prakse, u interesu preduzeća je da ide u korak sa promenama. Jedan od takvih zahteva odnosi se i na očuvanje životne sredine, odnosno proizvodnju koja će sprečiti negativno dejstvo po okolinu. Takva pitanja upravo se tiču ekološkog marketinga, koji je prisutan u radu i pod nazivom zeleni marketing.

Konkretno, *cilj* rada jeste da se identifikuje značaj ekološkog marketinga, kako sa aspekta preduzeća, tako i iz ugla potrošača, kao i da se ukaže na perspektive ovog procesa kada je u pitanju stupanje na scenu Evropske unije. Teorijskim sagledavanjem karakteristika i određenja ekološkog marketinga, uputiće se na značaj ovog izuzetno važnog područja istraživanja. Zatim, analiziranjem uloge ekološkog marketinga u poslovnoj praksi preduzeća prikazano je da je u postupku uključivanja u savremene poslovne procese ovaj marketinški pojam jedan od nosilaca prosperiteta preduzeća.

Takođe, pojam ekološkog marketinga predstavljen je u kombinaciji sa društvenom odgovornošću preduzeća, koja je neraskidivo povezana sa datim konceptom i jedna od ključnih

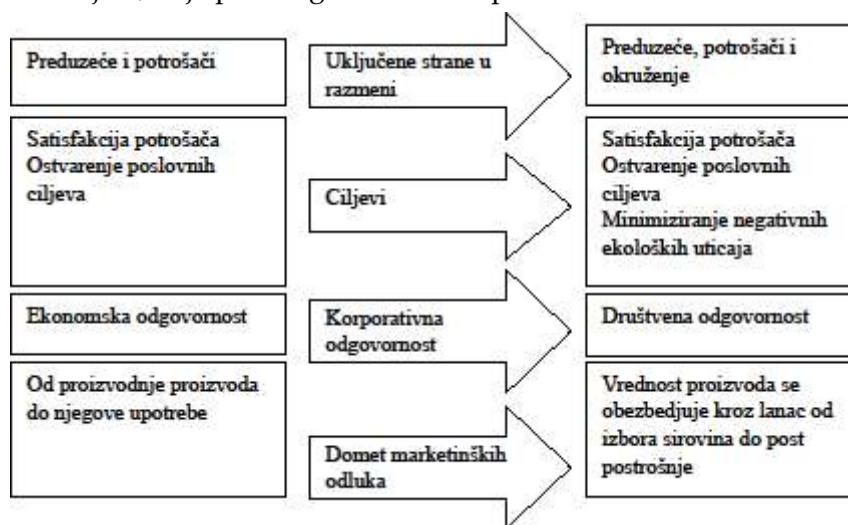
* Redovni profesor, e-mail: mkocic@kg.ac.rs

** Asistent, e-mail: kradakovic@kg.ac.rs

determinanti prepoznatljivosti u evropskim poslovnim tokovima. Iako teorijskog karaktera, dati rad direktno implicira na aktuelnost date teme, sa mogućnošću da se u budućim istraživačkim koracima obuhvati pitanje ekološkog marketinga sa aspekta preduzeća koja nastoje da svoje poslovne funkcije prilagode evropskim standardima.

Pojam i karakteristike ekološkog marketinga

Iako se ekološki marketing razvio iz klasičnog, savremenim istraživačkim vidicima pravi se diferencijacija između ovih kategorija, koja se pre svega ogleda u nekim ključnim aspektima (slika 1). Bazične razlike manifestuju se u tome što se kod tradicionalnog marketinga insistira na komercijalnim odnosima razmene, dok je kod ekološkog marketinga značajnije sagledati relacije preduzeća sa okruženjem, koje pre svega uvažava aspekte životne sredine.



Slika 1 Razlike između tradicionalnog i zelenog marketinga

Izvor: Punitha, S., Rasdi, R.M. (2013). Corporate social responsibility: Adoption of Green Marketing by Hotel Industry. *Asian Social Science*, Vol. 9, No 17, str. 79-93.

Prema jednoj od prvih definicija ekološkog marketinga, u njegovom pojmovnom određenju naglašava se sagledavanje pozitivnih i negativnih uticaja marketing aktivnosti na zagađenje, prekomernu potrošnju energije i resursa neenergenata. U prethodno navedenoj definiciji, fokus ekološkog marketinga je na sledećim elementima:¹

- ekološki marketing predstavlja deo ukupnih marketing aktivnosti,
- u njegovom izučavanju sagledavaju se pozitivni i negativni aspekti marketinga,
- istražuje se uzak obim pitanja koja se odnose na zaštitu životne sredine.

U marketinškoj literaturi, kao sinonim terminu ekološki marketing, često se pojavljuje zeleni marketing, održivi marketing, environmentalni marketing i tome slično.²³ Podrobnija analiza pokazuje da i između ovih termina postoje razlike, koje nisu od suštinskog značaja za potrebe

¹ Stanković, Lj., Đukić, S., Popović, A. (2012). Razvoj društveno odgovornog marketinga. *Marketing*, Vol.43, Iss.3, str. 181-190

² Mayank, B., Amit, J. (2013). Green Marketing: A Study of Consumer Perception and Preferences in India. *Electronic Green Journal*, 1 (36), str. 1-19

³ Kardos, M., Rozalia Gabor, M., Cristache, N. (2019). Green Marketing's Roles in Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging's Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility. *Sustainability*, 11, 873, str. 1-12

ovog istraživačkog rada, te se neće posebno apostrofirati u istom. Detaljnija specifikacija navedenih termina mogla bi da posluži kao osnov razlikovanja u nekim budućim istraživačkim koracima. Tako, na primer, pojedini autori ističu da je cilj zelenog marketinga stvaranje ekološke obazrivosti i u tom kontekstu navodi se tzv. 3R koncept (reduce-reuse-recycle) koji podrazumeva sledeće aspekte:⁴

- smanjenje (reduce) odnosi se na svođenje iskorišćenja prirodnih resursa na najmanju meru, kao i smanjenu upotrebu energije, kako u proizvodnom, tako i ostalim procesima;
- ponovna upotreba (reuse) podrazumeva takav način upravljanja proizvodnjom u kome se ambalaža ili njeni delovi mogu ponovo iskoristiti i na taj način ostvariti značajna efikasnost;
- recikliranje (recycle) se odnosi na iskorišćavanje viškova u procesu proizvodnje i njihovu ponovnu upotrebu.

Jedna od sveobuhvatnijih definicija ekološkog ili zelenog marketinga jeste da je on zasnovan na procesu planiranja, implementacije, i upravljanja razvojem, cenom, promocijom i distribucijom na način koji omogućava zadovoljenje zahteva i potreba potrošača, i doprinosi ostvarivanju poslovnih ciljeva, povezujući ove procese sa ekosistemom.⁵

Iako postoje različite vizure šta se sve podrazumeva pod pojmom environmentalnog marketinga, prema jednom od gledišta, mogu se istaći tri bazična indikatora:⁶

- eko oznaka,
- analiza životnog ciklusa proizvoda i
- environmetalni dizajn.

Prema pregledu literature, koncept ekološkog marketinga u inicijalnim pojavnim fazamaicao se uglavnom reaktivnog ponašanja, kako bi se korigovali eventualni nedostaci u korišćenju proizvoda koji su zagađivali životnu sredinu. U ovom shvatanju, primena proaktivne orijentacije je izostajala, odnosno tokom proizvodnje nisu se primenjivali pravovremeni procesi kojima bi se sprečila stopa negativnog uticaja na okruženje. Danas, cilj subjekata u različitim privrednim oblastima jeste da, svodeći negativna dejstva na prirodnu sredinu omoguće nesmetanu proizvodnju i potrošnju kvalitetnih proizvoda.

Ekološki marketing kao osnova priključivanja preduzeća Evropskoj uniji

Savremeni uslovi na tržištu trasiraju put kojim će se kretati praksa poslovnih subjekata. Uzimajući u obzir aktuelne tendencije, preduzeća nastoje da na što bolji način usvoje brojne poslovne postulate, kojima će se razlikovati od konkurencije. Pored osnovnih kriterijuma diferenciranja, koji uzimaju u obzir aspekte kako makro, tako i mikro ambijenta, pravilna implementacija savremenih tržišnih trendova omogućava razlikovanje u odnosu na pretežno ujednačenu ponudu.

Primena propisa iz oblasti ekološkog marketinga sve češće je osnov prepoznavanja različitih tržišnih ponuda, ali i faktor stvaranja lojalnosti potrošača prema onim preduzećima u čijoj je poslovnoj strategiji ekološki marketing sastavni i nezaobilazni deo. Na ovaj način otvaraju se nove

⁴ Tolušić, Z., Dumančić, E., Bogdan, K. (2014). Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing. *Agroekonomia Croatica*, 4(1), str. 25-31

⁵ Moravcikova, D., Rypáková, M., Majerova, J. (2017). Green Marketing as the source of the competitive advantage of the business. *Sustainability*, 9, 2218, str. 1-13

⁶ Ibid.

poslovne mogućnosti, odgovara na izazove koji vrebaju iz okruženja, kao i na pritiske institucija od javnog značaja. Konstituisanjem tržišno orijentisanih preduzeća, koja idu u korak sa savremenim evropskim trendovima povećava se šansa za uspešno poslovanje i zadovoljavanje zahteva i želja potrošača.

Određene strukturne promene posebno su značajne prilikom pravovremenog razumevanja budućih trendova i uklapanja u savremeni privredni ambijent Evropske unije. Kao jedan od neizostavnih trendova navodi se upravo praksa ekološkog marketinga, koji predstavlja vitalno sredstvo u poslovnoj praksi preduzeća koja sagledavaju aktuelne tržišne zahteve. Ekološka marketing orijentacija se može definisati kao odgovor na povećane pritiske međunarodne zajednice sa težnjom da se na potpuniji način ispune zahtevi vezani za društvenu odgovornost u odnosu na sve aspekte društva, uključujući i globalni ekosistem.⁷

Uvažavanje uslova koji se nameću sa aspekta zaštite životne sredine i zadovoljenja širih društvenih potreba apostrofira se podjednako važnim, kao i ostvarivanje čistih ekonomskih ciljeva. Upravo u tom kontekstu, poslednjih godina prošireni su istraživački okviri, koji podrazumevaju aktuelizaciju kroz praćenje faktora koji smanjuju zagađivanje sredine i pospešuju razvoj zdravog okruženja. Tako se, kao neki od pojmova u ovim oblastima pojavljuju koncepti kao što su zeleni marketing, društvena odgovornost preduzeća, zeleno preduzetništvo i tome slično. Svi ovi pojmovi, čije je razlikovanje vrlo često otežano, imaju za cilj poboljšanje uslova u okruženju i podizanje svesti o minimiziranju negativnih i štetnih dejstava po čoveka i okolinu. U ovom kontekstu govori se o održivom razvoju, kako bi se ostvarenje ekonomskih i društvenih ciljeva ostvarilo na način kojim se ne eksploatišu prirodni resursi.⁸ Preciznije rečeno, pod pojmom održivog razvoja podrazumeva se „proces upotrebe resursa, direktnih investicija, razvoja tehnologije i institucionalnih promena koji je kompatibilan sa potrebama sadašnjosti i budućnosti“.⁹ Nezaobilazne promene na tržištu, tehnološke inovacije, hiperkonkurencija i drugi činioci predstavljaju potencijalne pretnje za učesnike na tržištu, ali i izazove čijim se sagledavanjem može ostvariti konkurentna prednost. Upravo primenom koncepta ekološkog marketinga pospešuje se ostvarenje pozitivnih poslovnih rezultata, unapređuje privredni rast i razvoj i omogućava stvaranje opšte blagodeti za životnu sredinu i njene aktere.

Kako Evropska unija predstavlja izuzetno važno područje za plasman srpskih proizvoda, praćenje standardizacije u brojnim oblastima kojom se omogućava bezbednost potrošača je od neprocenljivog značaja. U cilju primene prakse ekološkog marketinga neophodno je da se u poslovnu strategiju preduzeća inkorporiraju brojni aspekti, počev od prilagođavanja marketing plana, sagledavanja tehnoloških mogućnosti, pravilne implementacije marketinških komunikacija, kao i saradnje sa brojnim stejkholderima.

Primena ekološkog marketinga implicira i promenama instrumenata marketing miksa, koji se, pored procesa proizvodnje, reflektuju i na druge činioce. Osim promena u formiranju cena, koja podrazumeva kalkulacije efikasnih materijala, nastoji se da se saraduje sa onim distributivnim kanalima koji ispunjavaju zahteve sa aspekta međunarodnih standarda. Takođe, proces marketinške komunikacije podrazumeva podrobnije informisanje brojnih internih i eksternih grupa o primeni ekoloških standarda, i uticanje komunikacionim kanalima na podizanje ekološke svesti potrošača. Takođe, izbor učesnika u kanalima distribucije u mnogome određuje

⁷ Miles, M., Munilla, L. (1995). The Eco Marketing Orientation: An Emerging Business Philosophy. *Environmental Marketing: Strategies, Practice, Theory, and Research*, editors: Michael Jay Polonsky, Alma T Mintu-Wimsatt, PhD, The Haworth Press, Binghamton, NY, str. 23-37.

⁸ Lotfi, M., Yousefi, A., Jafari, S. (2018). The Effect of Emerging Green Market on Green Entrepreneurship and Sustainable Development in Knowledge-Based Companies. *Sustainability*, 10, 2308, str. 1-18

⁹ Kushwaha, R. Green marketing: Opportunity for Innovation and Sustainable Development; Jhunjhunwala Business School: Faizabad, India, 2010.

sudbinu budućih ekoloških proizvoda, pa je u tom kontekstu potrebno detaljno se informisati o različitim dobavljačima koji ispunjavaju zahtevne standarde sa ekološkog aspekta. Sva navedena područja tangiraju prvenstveno polje pravilnog upravljanja marketing miksom, ali i druge tangentne oblasti koje upotpunjuju razvoj i profilisanje zelenih proizvoda. Na taj način, utiče se na poboljšanje imidža preduzeća¹⁰, prepoznavanje njegovih društvenih potencijala, što u krajnjoj liniji dovodi do povećanja profitabilnosti i ekonomskog prosperiteta. Poboljšanje imidža preduzeća posredstvom strategija zelenog marketinga ogleda se na polju društvene odgovornosti preduzeća (koja se vrlo često dovodi u tesnu vezu sa zelenim marketingom), imidža proizvoda i korporativne reputacije.¹¹

Razmatranje konteksta primene environmentalnog ili ekološkog marketinga nameće potrebu da on predstavlja integralni deo marketing strategije preduzeća. Ovo je posebno značajno istaći zbog toga što je ustanovljeno da postoji uzročno-posledična povezanost između prakse ekološkog marketinga i konkurentne prednosti preduzeća, kao i da se na ovaj način povećava tržišna vrednost imovine.¹² Uzimajući u obzir potencijale tržišnih segmenata i sposobnosti preduzeća da putem koncepta zelenog marketinga ostvari razlikovanje proizvoda, navode se četiri strategije zelenog marketinga:¹³

- preduzeće nastoji da se odgovorno ponaša prema društvu, s tim da se ne informiše puno o ovakvim inicijativama, već je fokus na smanjenju troškova koje se ostvaruje posredstvom ovakvih odgovornih inicijativa;
- preduzeće koristi strategiju zelenog marketinga kao prevenciju u periodu kriznih dešavanja ili zaštite od aktivnosti koje primenjuje konkurencija, dok njena promocija nije toliko zastupljena;
- preduzeće investira u procese održivog razvoja, koje percipira kao priliku inovativnih proizvoda i tehnologija koje zadovoljavaju potrebe i želje potrošača;
- pitanja environmentalnog marketinga su sastavni deo svakodnevnih poslovnih aktivnosti i u potpunosti su integrisana u koncept životnog ciklusa proizvoda.

U nastavku rada biće reči o međuzavisnosti strategija ekološkog marketinga i implikacijama koje njegova primena generiše sa aspekta ponašanja potrošača, dok se kao neki od najznačajnijih indikatora koji se reflektuju na performanse preduzeća navode sledeći:¹⁴

- povećanje tržišnog učešća,
- satisfakcija potrošača,
- konkurentna prednost,
- profitabilnost i
- unapređenje korporativnog imidža.

Koncept ekološkog marketinga, kao jedan od relativno novih u istraživačkim okvirima, podrazumeva uključivanje brojnih disciplina. Neki autori, iz tog razloga, posebno naglašavaju, da

¹⁰ Souza, C., Taghian, M., Sullivan-Mort, G, Gilmore, A. (2015). An evaluation of the role of green marketing and a firm's internal practices for environmental sustainability. *Journal of Strategic Marketing*, Vol.23, No7, str. 600-615

¹¹ Ko, E., Hwang, Y.K., Kim, E.Y. (2013). Green marketing' functions in building corporate image in the retail setting. *Journal of Business Research*, Vol.66, Iss 10., str. 1709-1715

¹² Yang, D., Zhao, P., Lou, R., Wei, H. (2013). Environmental marketing strategy effects on market-based assets. *Total Quality Management*, Vol. 24, No.6, str. 707-718

¹³ Moravcikova, D., Rypáková, M., Majerova, J. (2017). op.cit, str. 1-13

¹⁴ Kinoti, M.W. (2011). Green Marketing Intervention Strategies and Sustainable Development: A Conceptual Paper. *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, No.23, str. 263-273

je kao jedan od njegovih sastavnih delova, a to je upravo održivi razvoj nužno implementirati interdisciplinarni pristup.¹⁵ Tako se, na primer, ističe, da je neophodno, da se za potpuni rezultat i stvaranje održive proizvodnje i potrošnje sublimiraju znanja iz različitih disciplina i na taj način omoguće precizni istraživački naponi koji prevazilaze granice samo jedne discipline. Tako se ističe da je po pitanju zelenog, odnosno ekološkog marketinga prevashodno primeniti ekonomsku logiku i da, pored, tehnoloških dostignuća, ekonomska dimenzija predstavlja jedan od ključnih faktora koje je potrebno razmotriti u ovom kompleksnom području.¹⁶ U tom kontekstu, spajaju se rezultati tehničkih i društvenih nauka, pospešuje razvoj savremenih tehnologija i doprinosi stvaranju održivih proizvoda koji su prihvatljivi, kako sa aspekta okruženja, tako i iz ugla potrošača.

Značaj ekološkog marketinga za potrošače

U susret nadolazećim promenama koje konstantno diktiraju profesionalnu orijentaciju preduzeća, od izuzetne je važnosti da privredni subjekti pravovremeno reaguju tako što će iskoristiti šanse iz okruženja i pretvoriti ih u poslovni uspeh. Akumulacija faktora koji se navode pred kreatore ekonomske politike reflektuje se na sve modalitete privredne delatnosti. Tako se o konceptu ekološkog marketinga govori sa aspekta preduzeća, ali i iz vizure potrošača. Naime, sve je više pripadnika potrošačkih grupa koji svoje odluke o kupovini zasnivaju na manifestaciji društvene odgovornosti preduzeća čije proizvode ili usluge koriste. U uslovima današnjice, turbulentnih promena i informisanosti, potrošači sve više nastoje da koriste proizvode koji imaju što manje štetnih dejstava, koji se izrađuju od prirodnih materijala i održavaju balans prirode. Zato je koncept ekološkog, odnosno zelenog marketinga u svakodnevnom usponu, jer se njegovom primenom, osim na povećanje profitabilnosti preduzeća, utiče i na povećanje satisfakcije potrošača.

U okviru ekološkog marketinga, a u cilju lakšeg identifikovanja ekoloških proizvoda od strane potrošača, u okviru Evropske unije definisana je eko oznaka koja egzistira od 1992. godine i prepoznata je kako u Evropi, tako i izvan njenih okvira. Polazeći od značaja kompleksnog izučavanja ponašanja potrošača, uočeno je da je njihova informisanost o ekološkom, odnosno zelenom marketingu poslednjih godina povećana. Međutim, ove činjenice se prevashodno odnose na SAD i zemlje Zapadne Evrope¹⁷, dok je kod nas situacija nešto drugačija. Dakle, početne marketinške inicijative trebalo bi da budu usredsređene na širenje informacija i podizanje svesti o značaju ekološkog marketinga, koji se često neosnovano simplifikuje. Na ovaj način, upućuje se na proizvode koji su trajniji, čije je ponovno korišćenje i recikliranje znatno olakšano.¹⁸ Iako površnim sagledavanjem eko oznake odaju samo utisak logoa proizvoda, one zapravo predstavljaju mnogo više od toga jer se kroz njihovu primenu reflektuje i imidž nekog preduzeća. Neke od osnovnih funkcija eko oznaka, kao jednog od ključnih pokazatelja u ekološkom marketingu jesu:¹⁹

¹⁵ Stark, R., Seliger, G., Bonvoisin, J. (2017). *Sustainable Manufacturing, Challenges, Solutions and Implementation Perspectives*, Springer Open, Switzerland, str. 15.

¹⁶ Kilbourne, W. (1998). Green Marketing: A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing Management*, 14, str. 641-655

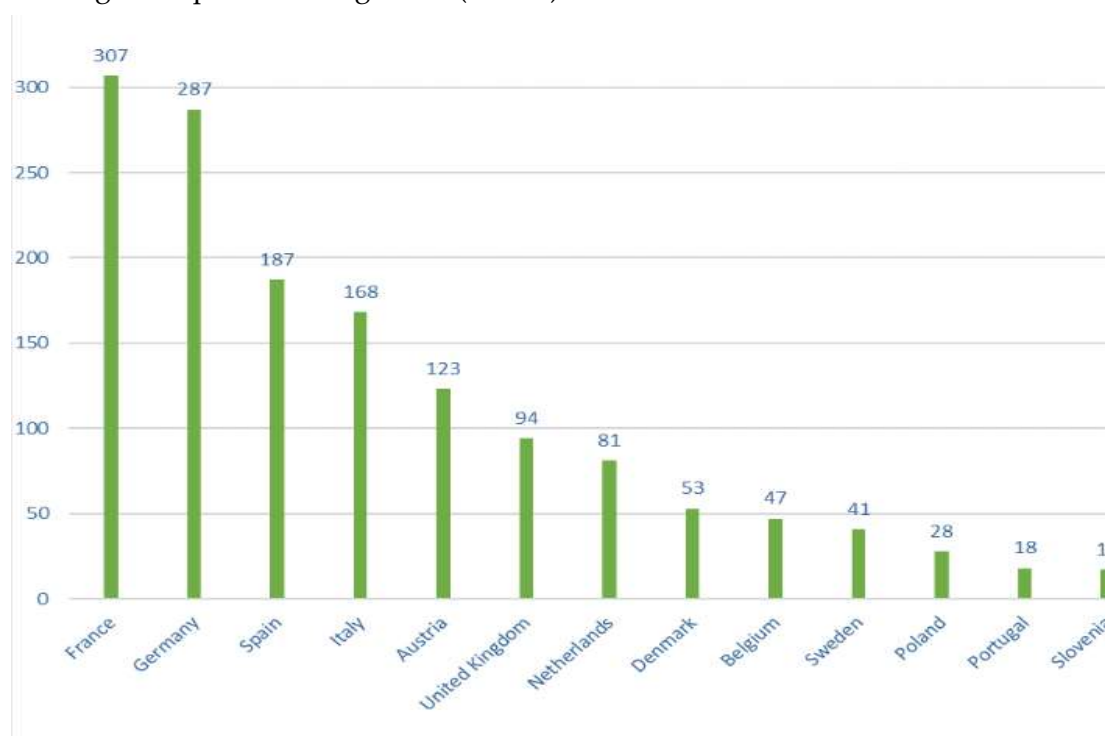
¹⁷ Kardos, M., Rozalia Gabor, M., Cristache, N. (2019). Green Marketing's Roles in Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging's Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility. *Sustainability*, 11, 873, str. 1-12

¹⁸ <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>, datum pristupa 10.10.2019.

¹⁹ Kumar Sharma, N., Singh Kushwaha, G. (2019). Eco-labels: A Tool for Green Marketing or Just a Blind Mirror for Consumers, *Electronic Green Journal*, Vol.1, Issue 42, dostupno na <https://escholarship.org/uc/item/6k83s5mv>

- komunikacija,
- izgradnja poverenja,
- proširivanje znanja o proizvodu,
- povećanje stope kupovine potrošača.

U okviru Evropske unije logo kojim se ističe eko oznaka treba da omogući smanjenje rizika potrošača i obezbeđivanje sigurnosti prilikom korišćenja proizvoda koji su zaista ekološki prihvatljivi. Kao vodeće zemlje u kojima se ističe primena koncepta ekološkog marketinga kroz licencirane proizvode označene eko oznakama navode se: Španija, Italija, Nemačka, Belgija i Francuska.²⁰ Nakon nove regulative i propisa koji su se zahtevali u ovoj oblasti, veliki broj učesnika izgubio je licence, za koje je bilo potrebno ponovo aplicirati. Tako je broj licenci u martu 2019. godine prikazan na grafiku (slika 2).



Slika 2 Ukupan broj licenci za eko oznake od strane Evropske komisije (mart 2019)

Izvor: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>

U okviru datih licenci, predmet posmatranja su različite kategorije proizvoda, kao što su: proizvodi za ličnu negu, za čišćenje, tekstilna industrija, elektronska oprema, nameštaj, papirni proizvodi, i drugi.

U Republici Srbiji ovo pitanje i dalje je u fazi razvoja, ali se svakodnevnim aktivnostima javnih institucija, medijskim kampanjama i marketinškim komunikacijama uopšte, potencira područje primene eko koncepta u marketingu, koje se projektuje kroz brojne privredne oblasti. U okviru posebnog poglavlja koje se odnosi na politiku zaštite potrošača i javnog zdravlja, reguliše se bezbednost proizvoda i ekonomski interesi potrošačkih grupacija. Tako se uključivanjem u sistem RAPEX omogućava razmena upozorenja i deljenje informacija o tome koji proizvodi nisu

²⁰ <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>, datum pristupa 18.09.2019.

bezbedni za upotrebu, sprečava se prodaja proizvoda koji predstavljaju izvor rizika za potrošače.²¹ Marketinške implikacije ovakvih sistema unapređenja su više nego očigledne.

Suština strategije zelenog ili ekološkog marketinga može se posmatrati iz ugla ključnih područja koja se iz perspektive klasičnog, tradicionalnog marketinga, transformišu i na procese u ovom specifičnom području. Neka od tih područja jesu sledeća:²²

- targetiranje „zelenih“ potrošača prema kojima bi trebalo da budu usmereni apeli preduzeća;
- određivanje nivoa tražnje ekoloških proizvoda, koje još uključuje razloge zbog kojih se potrošači opredeljuju za kupovinu zelenih proizvoda, njihove karakteristike, cenovne aspekte;
- promociju ekološki održivih proizvoda, kojom se utiče na kreiranje stavova potrošača i povećanje potrošnje.

Dakle, preduzimanjem inovativnih koraka i realnim sagledavanjem tržišnih potencijala, najpre je potrebno identifikovati ključne parametre koji profilisu potrošačeve izbore. U uslovima kada se marketinška komunikacija odvija posredstvom digitalnih sadržaja, informacije se razmenjuju neverovatnom brzinom. Zato je potrebno širiti svest o ekološkim proizvodima koristeći različite kreativne impulse i na taj način proširivati značaj ovog savremenog oblika proizvodnje i potrošnje. Potrošači su u izmenjenom tržišnom ambijentu postali itekako svesni da su prirodni resursi ograničeni i da je korišćenje proizvoda koji su ekološki prihvatljivi jedan od inicijalnih koraka u sprečavanju negativnih dejstava kako na okolinu, tako i na pojedinca. Svest o očuvanju životne sredine odnosi se na pojedince i društvene grupe koji pokazuju sklonost ka pitanjima²³ a) brige o životnom okruženju, b) osetljivosti prema problemima koji tangiraju životnu sredinu, kao i c) svesnosti i odgovornosti prema ekološkim pitanjima. Ovi iskazi reflektuju se u izmenjenom ponašanju potrošača, koji su spremni da klasične proizvode zamene zelenim proizvodima, kao i da za njih plate premijum cene.²⁴

Neki primeri primene prakse ekološkog marketinga

Primena prakse ekološkog marketinga kojom se omogućava prepoznatljivost preduzeća na domaćem tržištu i stvaraju uslovi za identifikovanje na tržištu Evropske unije nije nimalo jednostavan zadatak. Pre svega, potrebno je istaći da je u ovom području primene marketinške strategije, pored standardnog, 4 P koncepta, neophodno uvažiti i neka druga pitanja socijalnog marketinga, koja su od suštinske važnosti za potenciranje ove problematike.²⁵ Pre svega, tu mislimo na javnost, koja bi trebalo da obuhvata kako interne, tako i eksterne grupe, na koje će se uticati brojnim socijalnim kampanjama i podići svest o značaju ove oblasti. Zatim, u pokretanju ekoloških inicijativa potrebni su ne samo pojedinci, već i čitava partnerstva kojima se omogućava povezanost privrednih subjekata koji bi zajednički radili na favorizovanju prakse ekološkog marketinga. Takođe, javne politike i uključenost medija su još jedan od parametara koji

²¹ Publikacija „35 koraka ka Evropskoj uniji, Drugo, izmenjeno i dopunjeno izdanje“, dostupno na https://euinfo.rs/files/Publikacije-srp/35_koraka_za_web.pdf, datum pristupa 08.10.2019.

²² Souza, C., Taghian, M., Sullivan-Mort, G., Gilmore, A. (2015). An evaluation of the role of green marketing and a firm's internal practices for environmental sustainability. *Journal of Strategic Marketing*, Vol.23, No7., str. 600-615

²³ Su, C.H., Tsai, C.H., Chen, M.H., Lv W.Q. (2019). U.S. Sustainable Food Market Generation Z Consumer Segments. *Sustainability*, 11, 3607, doi:10.3390/su11133607

²⁴ Singh, P., Singh, R., Sharma, S. (2016). Emergence of Green Marketing Strategies and Sustainable Development in India. *Journal of Commerce & Management Thought*, Vol.7-4, str. 693-710

²⁵ Ibid.

potencijalno mogu doprineti povećanju prakse ekološkog marketinga, i na taj način, trasiranju puta preduzećima koja su u procesu modifikacije svojih poslovnih ciljeva i stremljenju ka evropskoj praksi. Mnoga preduzeća kao jednu od svojih bazičnih poslovnih strategija ističu upravo praksu ekološkog marketinga. Neki od privrednih subjekata koji su implementirali ekološke standarde u oblasti proizvodnje i potrošnje jesu sledeći:

Starbucks - ovo preduzeće svakodnevno komunicira sa okruženjem prenoseći sopstvene inicijative i rezultate u oblasti ekološkog marketinga. Tako, na primer, u njihovim planovima jeste otvaranje 10 000 restorana širom sveta koji će biti ekološki nastrojani i čiji će cilj biti poslovanje na način koji ne šteti okruženju. Korišćenjem zelenih materijala za proizvodnju, pakovanje i isporučivanje proizvoda i otvaranjem tzv. zelenih prodavnica, nastoje da za oko 30% smanje potrošnju vode i energije kako bi izbegli negativno dejstvo na okruženje i pojedinca. Usled prepoznavanja pretnji klimatskih promena, ovaj lanac nastoji da primenom inovativnih koncepata ekološke proizvodnje i potrošnje ukloni negativna dejstva.²⁶

Timberland – kao jedan od proizvođača u oblasti odeće, ova kompanija svakodnevno nastoji da implementira strategiju ekološkog marketinga, testirajući materijale koje koristi za proizvodnju. Njihov cilj je da do 2020. godine organski i obnovljivi materijali u potpunosti zauzmu primat nad onima koji su za sada još uvek u upotrebi.²⁷

Ikea- ovaj lanac nameštaja, koji od skoro egzistira i na teritoriji Republike Srbije, u svoju poslovnu strategiju inkorporira značaj pitanja ekološkog marketinga. Tako preko 90% njihovih građevina koristi solarne panele. Integrisanjem ovog koncepta u marketinške komunikacije, pokušava da poveća svesnost potrošača o aktuelnostima koje ovo područje sa sobom donosi. Tako se, objavljivanjem korisnih tekstova u okviru posebne strategije koju primenjuje, a koja se odnosi na ljude i planetu, trudi da konstantno upućuje na važnost ekološkog marketinga.²⁸

Koncept ekološkog marketinga najčešće se neraskidivo povezuje sa društvenom odgovornošću preduzeća, te kao takav predstavlja još jedan vid manifestovanja društveno odgovorne prakse preduzeća. Kao “opredeljenje za unapređenje dobrobiti zajednice kroz diskrecione poslovne prakse i doprinose na račun resursa kompanije”²⁹, koncept društvene odgovornosti takođe doprinosi povećanju svesti potrošača o očuvanju životne sredine, ali i unapređenju poslovnih performansi preduzeća koja ga primenjuju. Prema jednom od često citiranih autora u oblasti društvene odgovornosti, osim ekonomske, zakonske i moralne odgovornosti u okviru ovog koncepta izolovano se može posmatrati i obaveza preduzeća da sagledava i pravovremeno reaguje na ekološke probleme društvene zajednice³⁰, što se svakako dovodi pod okrilje ekološkog marketinga. Implementacija prakse društvene odgovornosti može se razmatrati u kontekstu pridruživanja Srbije Evropskoj uniji, jer, osim propisa koji se tiču drugih oblasti, podrazumeva se primena standarda i u kontekstu društveno odgovornog poslovanja.³¹

²⁶ Global Social Impact Report, Starbucks 2018, dostupno na <https://globalassets.starbucks.com/assets/5064028EB31B40FA86C13DD54497DE1F.pdf>, datum pristupa 27.09.2019.

²⁷ <https://www.timberland.com/newsroom/press-releases/timberland-brings-environmental-heroism-to-life-with-new-nature-needs-heroes-marketing-campaign.html>, datum pristupa 19.09.2019.

²⁸ <https://learn.g2.com/green-marketing>, datum pristupa 25.09.2019.

²⁹ Kotler, F., Li, N. (2007). *Korporativna društvena odgovornost, Učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, Najbolje prakse vodećih kompanija*, Ekonomski fakultet Beograd, str.3

³⁰ Carroll, A. (1996). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing, str. 40

³¹ Ivanović-Đukić, M. (2011). Podsticanje društveno odgovornog poslovanja preduzeća u funkciji pridruživanja Srbije Evropskoj uniji. *Ekonomске teme*, XLIX, broj 1, str. 45-58

Zaključak

U uslovima kada se pred učesnike u poslovnom okruženju postavljaju sve izazovnije zahtevi, od izuzetnog značaja je konstantna adaptacija na novonastale trendove. Jedan od takvih jeste i prilagođavanje poslovne prakse zahtevima iz okruženja, kojom se nastoji da se utiče na smanjivanje negativnih uticaja na pojedinca i društvo. Preduzeća imaju prilično otežan zadatak, da se konstantno prilagođavaju zahtevima na tržištu i u tom smislu pronalaze nova tehnološka i marketinška dostignuća kojima se ostvaruje minimalni negativni uticaj na životnu sredinu. Potrošači, pokazujući sve veću informisanost i obaveštenost o različitim proizvodnim i društvenim aspektima, profilišu ne samo sopstvene izbore, već i ponudu preduzeća. Obavljajući svakodnevne potrošačke aktivnosti, predmet sagledavanja potrošača prilikom njihove odluke o kupovini jesu i neke aktivnosti na koje ranije nije bila usmerena značajna pažnja. Tako se, na primer, kao što je već istaknuto u radu, praksa ekološkog marketinga postepeno ugrađuje kao relevantan faktor prilikom poslovne prakse preduzeća, ali i izbora potrošača. Naime, težnja je da se implementacijom ovakvih aktivnosti omogući smanjenje negativnih uticaja po okruženje, a samim tim i one koji u tom okruženju svakodnevno obavljaju različite aktivnosti. Favorizovanjem društveno odgovornog pristupa, kao jednog od neraskidivih činilaca u vezi sa konceptom društveno odgovornog marketinga, otvaraju se novi horizonti za prepoznatljivost preduzeća i poboljšanje njihovih poslovnih indikatora. Na taj način, adaptiranje prakse ekološkog marketinga, otvara nove mogućnosti za preduzeća koja u postupku izmene poslovnih strategija prate evropske trendove. S obzirom na složene zahteve i specifikacije koje preduzeća u okviru Evropske unije ispunjavaju, u oblasti ekološkog marketinga mogu se identifikovati brojni gepovi koji postoje u poslovanju preduzeća na teritoriji Republike Srbije. Iako u inicijalnim fazama razvoja, ovo istraživačko područje svakako može biti vid potencijalnog unapređenja i trasiranja puta srpskim preduzećima u integracione tokove na evropskoj i svetskoj sceni.

Reference

1. Carroll, A. (1996). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati Ohio: South-Western College Publishing
2. Global Social Impact Report, Starbucks 2018, dostupno na <https://globalassets.starbucks.com/assets/5064028EB31B40FA86C13DD54497DE1F.pdf>
3. <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>
4. <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>
5. <https://learn.g2.com/green-marketing>
6. <https://www.timberland.com/newsroom/press-releases/timberland-brings-environmental-heroism-to-life-with-new-nature-needs-heroes-marketing-campaign.html>
7. Ivanović-Đukić, M. (2011). Podsticanje društveno odgovornog poslovanja preduzeća u funkciji pridruživanja Srbije Evropskoj uniji. *Ekonomске teme*, XLIX, broj 1, str. 45-58
8. Kardos, M., Rozalia Gabor, M., Cristache, N. (2019). Green Marketing's Roles in Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging's Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility. *Sustainability*, 11, 873, str. 1-12
9. Kilbourne, W. (1998). Green Marketing: A Theoretical Perspective. *Journal of Marketing Management*, 14, str. 641-655
10. Kinoti, M.W. (2011). Green Marketing Intervention Strategies and Sustainable Development: A Conceptual Paper. *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, No.23, str. 263-273
11. Ko, E., Hwang, Y.K., Kim, E.Y. (2013). Green marketing' functions in building corporate image in the retail setting. *Journal of Business Research*, Vol.66, Iss 10., str. 1709-1715

12. Kotler, F., Li, N. (2007). *Korporativna društvena odgovornost, Učiniti najviše za svoju kompaniju i za izabrani društveni cilj, Najbolje prakse vodećih kompanija*, Ekonomski fakultet Beograd
13. Kumar Sharma, N., Singh Kushwaha, G. (2019). Eco-labels: A Tool for Green Marketing or Just a Blind Mirror for Consumers, *Electronic Green Journal*, Vol.1, Issue 42, dostupno na <https://escholarship.org/uc/item/6k83s5mv>
14. Kushwaha, R. *Green marketing: Opportunity for Innovation and Sustainable Development*; Jhunjhunwala Business School: Faizabad, India, 2010
15. Lotfi, M., Yousefi, A., Jafari, S. (2018). The Effect of Emerging Green Market on Green Entrepreneurship and Sustainable Development in Knowledge-Based Companies. *Sustainability*, 10, 2308, str. 1-18
16. Mayank, B., Amit, J. (2013). Green Marketing: A Study of Consumer Perception and Preferences in India. *Electronic Green Journal*, 1 (36), str. 1-19
17. Miles, M., Munilla, L. (1995). The Eco Marketing Orientation: An Emerging Business Philosophy. *Environmental Marketing: Strategies, Practice, Theory, and Research*, editors: Michael Jay Polonsky, Alma T Mintu-Wimsatt, PhD, The Haworth Press, Binghamton, NY, str. 23-37
18. Moravcikova, D., Rypáková, M., Majerova, J. (2017). Green Marketing as the source of the competitive advantage of the business. *Sustainability*, 9, 2218, str. 1-13
19. Publikacija „35 koraka ka Evropskoj uniji, Drugo, izmenjeno i dopunjeno izdanje“, dostupno na https://euinfo.rs/files/Publikacije-srp/35_koraka_za_web.pdf
20. Punitha, S., Rasdi, R.M. (2013). Corporate social responsibility: Adoption of Green Marketing by Hotel Industry. *Asian Social Science*, Vol. 9, No 17, str. 79-93
21. Singh, P., Singh, R., Sharma, S. (2016). Emergence of Green Marketing Strategies and Sustainable Development in India. *Journal of Commerce & Management Thought*, Vol.7-4, str. 693-710
22. Souza, C., Taghian, M., Sullivan-Mort, G, Gilmore, A. (2015). An evaluation of the role of green marketing and a firm's internal practices for environmental sustainability. *Journal of Strategic Marketing*, Vol.23, No7, str. 600-615
23. Stanković, Lj., Đukić, S., Popović, A. (2012). Razvoj društveno odgovornog marketinga. *Marketing*, Vol.43, Iss.3, str. 181-190
24. Stark, R., Seliger, G., Bonvoisin, J. (2017). *Sustainable Manufacturing, Challenges, Solutions and Implementation Perspectives*, Springer Open, Switzerland
25. Su, C.H., Tsai, C-H., Chen, M-H., Lv W.Q. (2019). U.S. Sustainable Food Market Generation Z Consumer Segments. *Sustainability*, 11, 3607, doi:10.3390/su11133607
26. Tolušić, Z., Dumančić, E., Bogdan, K. (2014). Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing. *Agroeconomia Croatica*, 4(1), str. 25-31
27. Yang, D., Zhao, P., Lou, R., Wei, H. (2013). Environmental marketing strategy effects on market-based assets. *Total Quality Management*, Vol. 24, No.6, str. 707-718

MODELI ZA PRIHVATANJE MOBILNIH TEHNOLOGIJA: KOMPARACIJA TAM I UTAUT MODELA

Veljko Marinković* i Zoran Kalinić**

Modeli za prihvatanje mobilnih tehnologija prethodnih godina privlače sve veću pažnju autora i eksperata iz oblasti marketinga usluga i digitalnog marketinga. Radi se o "vrućoj" temi i, shodno tome, u literaturi je kreiran veliki broj kauzalnih modela sa ciljem identifikacije ključnih pokretača stavova i namera potrošača u pogledu prihvatanja i korišćenja mobilnih tehnologija. Kao najpoznatije među ovim modelima možemo izdvojiti Model prihvatanja tehnologije (Technology Acceptance Model - TAM) i Jedinstvenu teoriju prihvatanja i upotrebe tehnologije (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT). Cilj rada je komparacija pomenuta dva modela. Originalnost i vrednost rada ogleda se u činjenici da je reč o jednoj od retkih studija sprovedenih u Republici Srbiji u kojoj je komparirana validnost adaptiranih verzija ovih modela, kao i značajnost i jačina relacija između varijabli navedenih modela.

Ključne reči: Mobilne tehnologije, TAM model, UTAUT model, Namera korišćenja

Uvod

Mobilne tehnologije danas prožimaju sve pore savremenog života i poslovanja. Zahvaljujući ubrzanom razvoju tehnologije baš u ovom segmentu, i padu cena komponenti i uređaja, svedoci smo činjenice da danas gotovo da ne postoji oblast poslovanja u kojoj se, direktno ili indirektno, ne koristi neka mobilna tehnologija. Kao najrasprostranjeniji uređaj u ovoj oblasti danas svakako se izdvaja mobilni telefon. Istraživanja koja je obavio International Telecommunication Union (2018a) pokazuju da danas globalno na 100 stanovnika dolazi 107 mobilnih brojeva/pretplata, i da je već nekoliko godina broj mobilnih brojeva veći od broja stanovnika naše planete. Pri tome treba istaći da čak i u nerazvijenim zemljama Afrike ima u proseku oko 70 mobilnih pretplata na 100 stanovnika (International Telecommunication Union, 2018a). Što se Srbije tiče, broj mobilnih pretplata na 100 stanovnika je u 2017. godini iznosio 124,1 i bio je veći od proseka Evrope (120,4) i sveta (103,6) (International Telecommunication Union, 2018b). Statistike pokazuju da u Srbiji čak 92,6% stanovništva koristi mobilni telefon, i da ga ne koriste mahom starije osobe, odnosno da gotovo 98% mlađih od 55 godina koristi mobilni telefon (Republički zavod za statistiku, 2018). Naravno, danas su u posebnoj ekspanziji savremene verzije mobilnih telefona – pametni telefoni, koji poseduju zavidne računarske mogućnosti, i zahvaljujući pristupu brzom Internetu, omogućavaju korisnicima upotrebu brojnih mobilnih servisa. Mnoga istraživanja pokazuju da danas značajno više ljudi pristupa Internetu sa mobilnih telefona nego sa personalnih računara.

Kao jedna od ključnih prednosti mobilnih tehnologija svakako se izdvaja njihova sveprisutnost, odnosno činjenica da ih možemo koristiti sa bilo kog mesta i u bilo koje vreme. Od mobilnih tehnologija koje se danas najčešće koriste treba izdvojiti one koje se koriste za komunikaciju (mobilna telefonija, SMS, mobilne aplikacije za komunikaciju, kao što su Viber, Skype i WhatsApp), kao i sisteme i aplikacije za mobilnu trgovinu, mobilne sisteme plaćanja, mobilno bankarstvo, ali i mobilno učenje i aplikacije i uređaje koji se primenjuju u zdravstvu

* Redovni profesor, e-mail: vmarinkovic@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, e-mail: zkalinic@kg.ac.rs

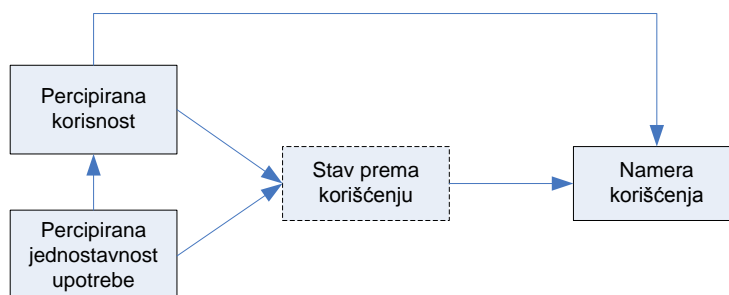
(daljinsko praćenje parametara pacijenata), transportu i logistici (sistemi pre svega zasnovani na RFID i GPS tehnologijama), itd.

Međutim, prethodna iskustva su pokazala da nije dovoljno samo razviti novu tehnologiju i očekivati da će ona ubrzo biti prihvaćena od strane velikog broja ljudi, bez obzira na savršene tehničke karakteristike. Naime, brojne na prvi pogled interesantne tehnologije nisu bile prihvaćene od strane korisnika i ubrzo su propale, često iz razloga što prilikom razvoja i implementacije ovih tehnologija nije uzet u obzir ljudski faktor odnosno stavovi i mišljenja korisnika. Zbog toga su u akademskoj zajednici nastale brojne teorije i modeli kojima se utvrđuje koji to faktori utiču da li će korisnici prihvatiti neku tehnologiju ili ne. Predmet ovog rada je komparacija dva za sada najznačajnija i najuticajnija modela ponašanja korisnika i usvajanja novih tehnologija (TAM i UTAUT modela), koja je izvršena na primeru prihvatanja mobilnih tehnologija od strane građana Republike Srbije.

Rad je organizovan na sledeći način: posle Uvodnih razmatranja dat je Pregled literature, u kome su detaljno prikazana dva modela koja se porede. U trećem delu predstavljena je struktura uzorka i metodologija istraživanja. Nakon toga su prikazani rezultati studije. Na kraju, u okviru zaključka rada, naglašen je naučni doprinos rada, predložene su smernice za kreiranje poslovne strategije mobilnih provajdera, ali su istaknuta i ograničenja sprovedene studije.

Pregled literature

Iako se u literaturi mogu naći brojni modeli ponašanja potrošača sa aspekta prihvatanja novih tehnologija, kao jedan od najznačajnijih i svakako najčešće korišćenih izdvaja se Model prihvatanja tehnologije odnosno **TAM** (eng. *Technology Acceptance Model*). Ovaj model prvi je predložio Davis sa saradnicima (Davis, 1989; Davis i dr., 1989), a nastao je na osnovu Teorije razumnog delovanja (*Theory of Reasoned Action* -TRA), postavljene od strane Fishbein-a i Ajzen-a (1980). Izvorni model, prikazan na slici 1, je pretpostavljao da je stvarno ponašanje korisnika odnosno upotreba određene tehnologije uslovljeno "Namerom korišćenja" (eng. *Intention to use*, *Behavioral Intention*), a da su ključni faktori koji utiču na ovu nameru "Stav prema korišćenju" (eng. *Attitude toward using*), "Percipirana korisnost" (eng. *Perceived usefulness*) i "Percipirana jednostavnost upotrebe" (eng. *Perceived ease of use*). Međutim, u mnogim istraživanjima (Agrebi i Jallais, 2015; Liebana-Cabanillas i dr., 2017; Ooi i Tan, 2016; Pham i Ho, 2015; Sharma, 2019; Zarpou i dr., 2012) stav prema korišćenju je eliminisan iz modela, tj. analizirao se samo uticaj preostale dve ključne varijable (percipirane korisnosti i percipirane jednostavnosti upotrebe) na nameru korišćenja, pa je takav pristup primenjen i u ovom radu.



Slika 1 Izvorni TAM model

Izvor: Autori

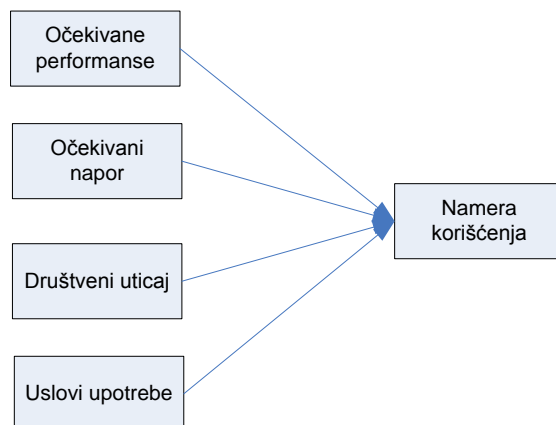
Percipirana korisnost je u izvornom TAM modelu definisana kao stepen u kome korisnik veruje da upotreba određenog proizvoda ili usluge unapređuje njegove poslovne performanse

(Davis, 1989; p 320). Ova varijabla u mnogim istraživanjima ima dominantan uticaj na nameru korišćenja nove tehnologije, obično mnogo jači nego percipirana jednostavnost upotrebe (Davis, 1989), jer je korisnicima pre svega značajno da im nova tehnologija donosi značajne koristi i prednosti, i po cenu nešto teže upotrebe i prilagođavanja. Takođe, korisnici će prihvatiti neku novu tehnologiju, kao što su različiti oblici mobilnih tehnologija i servisa, samo ukoliko zaključa da su im one korisnije nego prethodne alternative, npr. fiksni telefon, platna kartica, aplikacije na personalnom računaru, itd. (Chong, 2013a).

U kontekstu mobilnih tehnologija, percipirana jednostavnost upotrebe se može definisati kao stepen u kome korisnik veruje da je upotreba ovih tehnologija jednostavna odnosno ne zahteva napor (Davis, 1989; p 320). Istraživanja pokazuju da ova varijabla ima veći značaj u prvoj fazi implementacije neke nove tehnologije, kada je to novina za sve korisnike. Međutim, danas većina ljudi svakodnevno koristi mobilne telefone, i već su ovladali upotrebom mnogih mobilnih servisa, tako da pojava neke nove mobilne usluge (npr. sistema plaćanja) obično ne zahteva veliki napor korisnika da je prihvati, jer po analogiji sa prethodnim aplikacijama relativno lako shvate način korišćenja. Zbog toga, u nekim skorijim istraživanjima percipirana jednostavnost upotrebe i nema statistički značajan uticaj na nameru prihvatanja nove mobilne tehnologije ili usluge. Ipak, kako bi se olakšalo prihvatanje novih usluga, prilikom njihovog dizajniranja svakako treba voditi računa da one budu lake za obuku i korišćenje (Kim i dr., 2010).

Inače, Dahlberg i drugi (2015) u svom kritičkom pregledu istraživanja u oblasti mobilnih plaćanja, pokazuju da su ove dve varijable najčešće korišćeni prediktori prihvatanja ovog oblika mobilnih usluga. TAM model, proširen dodatnim varijablama, već je uspešno korišćen u studijama prihvatanja brojnih mobilnih tehnologija: mobilne trgovine (Agrebi i Jallais, 2015; Chong, 2013a; Faqih i Jaradat, 2015; Kalinić i Marinković, 2016; Liebana-Cabanillas i dr., 2017; Wu i Wang, 2005; Yadav i dr., 2016), mobilnog bankarstva (Koksal, 2016; Riquelme i Rios, 2010; Sharma, 2019; Teo i dr., 2012), mobilnih sistema plaćanja (Kim i dr., 2010; Leong i dr., 2013; Liebana-Cabanillas i dr., 2014; Pham i Ho, 2015; Schierz i dr., 2010; Ooi i Tan, 2016; Tan i dr., 2014a), mobilnog učenja (Tan i dr., 2014b), mobilnih usluga (Zarmpou i dr., 2012), servisa za dopisivanje putem mobilnih telefona (Nysveen i dr., 2005), primeni mobilnih uređaja za plaćanje javnog transporta (Mallat i dr., 2008), praćenja zdravstvenih parametara (Asadi i dr., 2019) i slušanje muzike (Sim i dr., 2014), itd. Kao dva posebna unapređenja ovog modela treba još izdvojiti i TAM2 (Venkatesh i Davis, 2000; Venkatesh, 2000) i TAM3 (Venkatesh i Bala, 2008).

Iako se TAM godinama koristio kao osnovni teorijski model ponašanja korisnika prilikom usvajanja novih tehnologija, neka novija istraživanja kritikuju ovaj pristup koji se fokusira na samo dve osnovne varijable, čime se previše pojednostavljuje složeni proces odlučivanja (Wong i dr., 2015). Kako bi otklonili ove nedostatke i unapredili teorijski model ponašanja, Venkatesh i drugi (2003) su razvili novu, kompleksniju teoriju, nazvanu Jedinstvena teorija prihvatanja i upotrebe tehnologije (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT*) i odgovarajući model. Sama teorija objedinjuje osam istaknutih teorija i modela ponašanja korisnika, uključujući TAM, Difuziju inovacija (*Diffusion of Innovation - DOI*) i Teoriju planiranog ponašanja (*Theory of Planned Behavior - TPB*) (Chong, 2013b; Venkatesh i dr., 2003). Osnovni UTAUT model predpostavlja da su osnovne determinante namere korišćenja neke nove tehnologije zapravo "Očekivane performanse" (eng. *Performance expectancy*), "Očekivani napor" (eng. *Effort expectancy*), "Društveni uticaj" (eng. *Social influence*) i "Uslovi upotrebe" (eng. *Facilitating conditions*) (Slika 2).



Slika 2 UTAUT model

Izvor: Autori

Očekivane performanse se definišu kao stepen u kome korisnik veruje da će mu upotreba nove tehnologije ili sistema pomoći da unapredi i poboljša svoj rad i život (Venkatesh i dr., 2003, p 447). Ova varijabla je u suštini veoma slična sa već pomenutom percipiranom korisnošću iz TAM modela i varijablom “Relativna prednost” iz DOI teorije (Zhou i dr., 2010). U izvornom istraživanju u kome je nastao UTAUT model, ova varijabla se pokazala kao najznačajniji prediktor namere korišćenja.

Očekivani napor se definiše kao stepen jednostavnosti upotrebe sistema ili tehnologije (Venkatesh i dr., 2003, p. 450). I ova varijabla je veoma slična sa odgovarajućom u TAM modelu – percipiranom jednostavnošću upotrebe, ali i sa varijablom “Kompleksnost” iz DOI teorije (Zhou i dr., 2010). Obično ima slabiji uticaj na namere korisnika u odnosu na percipirane performanse, a za one tehnologije koje su već dobro poznate korisnicima često se pokaže da i nema statistički značajan uticaj na namere korisnika.

Društveni uticaj se definiše kao stepen u kome korisnik percipira da druge, njemu značajne osobe, kao što su prijatelji, rođaci ili nadređeni, smatraju da bi on trebalo da koristi novi sistem (Venkatesh i dr., 2003, p. 451). Ova varijabla zapravo meri uticaj okruženja na korisnika u toku procesa donošenja odluke i vrlo je slična “Subjektivnim normama” iz Teorije razumnog delovanja (TRA) i Teorije planiranog ponašanja (TPB) (Zhou i dr., 2010)

Konačno, uslovi upotrebe se definišu kao stepen u kome korisnik veruje da postoji organizaciona i tehnička infrastruktura koja podržava upotrebu sistema ili tehnologije (Venkatesh i dr., 2003, p. 453). Dakle, ova varijabla meri percepciju korisnika da li on poseduje odnosno da li su mu lako dostupni svi resursi neophodni za korišćenje nove tehnologije. U zavisnosti od faze implementacije i trenutne rasprostranjenosti, ova varijabla može značajno uticati na namere korisnika, jer ukoliko je njegovo mišljenje da su mu resursi teško dostupni, tada će najverovatnije i namera da se započne sa korišćenjem tehnologije biti manja.

UTAUT model je već uspešno primenjen u brojnim studijama prihvatanja mobilnih tehnologija: mobilne trgovine (Alkhunaizan i Love, 2012; Chong, 2013b), mobilnog bankarstva (Zhou, 2010), mobilnih sistema plaćanja (Slade i dr., 2015; Teo i dr., 2015; Thakur i Srivastava, 2014), mobilnog oglašavanja (Wong i dr., 2015), primeni mobilnih uređaja u turizmu (Tan i Ooi, 2018) i RFID tehnologije u zdravstvu (Chong i dr., 2015), a kao posebno značajnu modifikaciju i unapređenje ovog modela treba izdvojiti UTAUT2 (Venkatesh i dr., 2012).

Metodologija istraživanja

Osnovni cilj studije je poređenje statističke značajnosti i jačine efekata koji su testirani u okviru prilagođenih verzija TAM i UTAUT modela. Osim navedenog, cilj rada je i komparacija rezultata po pitanju merenja validnosti dva predstavljena modela. U okviru prvog modela, koji predstavlja blago adaptiranu varijantu originalnog TAM-a, ispitivani su uticaji dve ključne nezavisne varijable (percipirane korisnosti i percipirane jednostavnosti upotrebe) na nameru korišćenja. U slučaju drugog modela, koji predstavlja prilagođeni UTAUT model, identifikovani su efekti očekivanih performansi, očekivanog napora, društvenog uticaja i uslova upotrebe na nameru korišćenja mobilne trgovine. Važno je pri tome istaći da je UTAUT model po svojoj strukturi kompleksniji od TAM-a budući da on sadrži četiri nezavisne varijable, pri čemu varijabla očekivane performanse korespondira varijabli korisnosti iz TAM modela, dok varijabla očekivani napor korespondira jednostavnosti korišćenja.

Istraživanje je sprovedeno u dva vremenska perioda, na dva različita uzorka ispitanika. Prvi uzorak datira iz 2014. godine i on obuhvata 224 korisnika mobilne trgovine. Ovi ispitanici su ocenjivali konstatacije koje su upotrebljene za merenje varijabli prilagođenog TAM modela. Drugi uzorak datira iz 2018. godine i njega čine ispitanici koji su ocenjivali konstatacije koje pripadaju varijablama UTAUT modela. Ovaj uzorak je nešto veći i on broji 402 ispitanika. Struktura oba uzorka prikazana je u Tabeli 1. Prema kriterijumima polne i starosne strukture, može se konstatovati da je reč o dva veoma slična uzorka. Činjenica da je prikupljanje podataka sprovedeno u dva različita intervala donekle ograničava upotrebnu vrednost istraživanja u pogledu testiranja validnosti oba modela, ali s druge strane, ovim putem se mogu identifikovati i eventualne razlike u stavovima korisnika mobilne trgovine, do kojih je došlo tokom četvorogodišnjeg perioda koji je protekao između dva anketiranja građana. Uostalom, može se reći da UTAUT model predstavlja proširenu verziju TAM modela, tako da ovakav pristup može biti naročito pogodan za potrebe merenja razlika u jačini efekata pojedinih varijabli na nameru korišćenja budući da, kao što je prethodno rečeno, pojedine varijable iz UTAUT modela korespondiraju TAM varijablama. Praćenje ovih razlika je važno zbog činjenice da korišćenje mobilne trgovine doživljava ekspanziju i u manje razvijenim zemljama, zbog čega je korisno da se merenja sprovode u sukcesivnim intervalima vremena.

Tabela 1 Struktura uzorka

	Broj ispitanika	%	Broj ispitanika	%
	TAM model		UTAUT 1 model	
Pol				
Ženski	125	55.8	210	52.2
Muški	99	44.2	192	47.8
Broj godina				
18-34	127	56.7	216	53.7
35 +	97	43.3	186	46.3
Nivo obrazovanja				
Srednja škola	101	45.1	108	26.9
Viša i visoka škola	29	12.9	80	19.9
Visoka škola	94	42.0	214	53.2

Izvor: Autori

U oba anketna procesa, ispitanici su iskazivali stepen slaganja sa konstatacijama putem kojih su merene varijable TAM i UTAUT modela na sedmostepenoj Likertovoj skali. Pri tome, osnovu za formulisanje konstatacija činile su relevantne studije iz oblasti modela za prihvatanje mobilnih tehnologija, a pre svega studije koje su sproveli Davis i drugi (1989) i Venkatesh i drugi

(2003). Statistička analiza podataka sprovedena je u IBM SPSS softveru u cilju analize strukture posmatranih uzoraka i realizacije analize pouzdanosti. S druge strane, konfirmativna faktorska analiza (CFA - confirmatory factor analysis) i model strukturalnih jednačina (SEM – structural equation modeling) implementirani su u softveru Amos.

Rezultati studije

Kompletna analiza podataka sprovedena je u dve etape. U prvoj etapi, procenjena je pouzdanost i validnost adaptiranih verzija TAM i UTAUT modela. U drugoj etapi, primenom modela strukturalnih jednačina izmereni su uticaji nezavisnih varijabli na nameru korišćenja mobilnih usluga u oba modela. Analiza rezultata studije omogućila je poređenje i utvrđivanje razlika u validnosti TAM i UTAUT modela i jačini relacija između posmatranih konstrukcija.

Analiza pouzdanosti implementirana je kroz standardno izračunavanje vrednosti Kronbahovog alfa koeficijenta za svaku pojedinačnu varijablu. Time je utvrđeno da li su varijable pouzdane, odnosno, da li su konstatacije koje su upotrebljene za njihovo merenje interno konzistentne. Pri tome, podsećanja radi, prag minimalne pouzdanosti iznosi 0.7 (Nunnally, 1978). U slučaju sprovedenog istraživanja sve varijable ispunjavaju ovaj uslov, odnosno vrednosti Kronbahovog alfa koeficijenta kreću se u rasponu 0.85-0.94. Najniža vrednost zabeležena je u slučaju varijable "Društveni uticaj" ali i ova vrednost značajno prevazilazi minimalni prag pouzdanosti (Tabela 2).

Tabela 2 Kronbahov alfa

Variables	Kronbahov alfa
<i>TAM model</i>	
Percipirana korisnost	0.94
Percipirana jednostavnost upotrebe	0.95
Namera korišćenja	0.92
<i>UTAUT 1 model</i>	
Očekivane performanse	0.90
Očekivani napor	0.94
Društveni uticaj	0.85
Uslovi upotrebe	0.94
Namera korišćenja	0.92

Izvor: Autori

Tabela 3 Indeksi usklađenosti

Indeksi	Adekvatne vrednosti	TAM model	UTAUT model
χ^2 / df	< 3	2.80	2.56
NFI	> 0.9	0.95	0.95
RFI	> 0.9	0.94	0.94
CFI	> 0.9	0.97	0.97
TLI	> 0.9	0.96	0.96
IFI	> 0.9	0.97	0.97
RMSEA	≤ 0.08	0.09	0.06
SRMR	≤ 0.08	0.05	0.04

Izvor: Autori

Primena konfirmativne faktorske analize omogućila je izračunavanje indeksa usklađenosti oba modela. Konkretno, izmerene su vrednosti sledećih indeksa: χ^2 / df ratio; Normed fit index (NFI); Relative fit index (RFI); Comparative goodness-of-fit (CFI); Tucker-Lewis Index (TLI);

Incremental fit index (IFI); Root mean square error of approximation (RMSEA); Standardized root mean square residual (SRMR). Kao što se u Tabeli 3 može videti, u slučaju oba testirana modela primetna je odgovarajuća validnost i usklađenost. Vrednosti svih indeksa mogu se okarakterisati kao adekvatne. Pri tome, ukoliko se posebno fokusiramo na racio χ^2 / df i RMSEA indeks, možemo konstatovati da je nešto bolja validnost prisutna kod UTAUT modela. Na kraju, važno je i istaći da su sva konfirmativna faktorska opterećenja viša od 0.65 i da su ove vrednosti signifikantne na nivou 0.05.

Tabela 4 Rezultati SEM analize

Testirani efekti	Regresioni koeficijent	p vrednost
TAM model		
Percipirana korisnost → Namera korišćenja	0.396	**
Percipirana jednostavnost upotrebe → Namera korišćenja	0.422	*
UTAUT 1 model		
Očekivane performanse → Namera korišćenja	0.162	*
Očekivani napor → Namera korišćenja	0.011	ns
Društveni uticaj → Namera korišćenja	0.452	**
Uslovi upotrebe → Namera korišćenja	0.229	**

** Rezultat je signifikantan na nivou 0.01; * Rezultat je signifikantan na nivou 0.05;

^{ns} Rezultat nije signifikantan.

Izvor: Autori

SEM analiza je pružila mogućnost testiranja statičke značajnosti i jačine relacija varijabli TAM i UTAUT modela. U okviru TAM modela testirane su dve relacije (efekti percipirane korisnosti i jednostavnosti upotrebe na nameru budućeg korišćenja mobilnih usluga). UTAUT je nešto složeniji model, tako da su u ovom slučaju testirane četiri relacije (efekti očekivanih performansi, napora, društvenog uticaja i uslova upotrebe na nameru budućeg korišćenja). Kada govorimo o TAM modelu, obe relacije su statistički značajne (Tabela 4). Ipak, iznenađuje rezultat da nešto jači uticaj na nameru korišćenja ima varijabla „Percipirana jednostavnost upotrebe“. S druge strane, samo se ova varijabla nije izdvojila kao signifikantan prediktor namera u UTAUT modelu. Očigledno, u periodu od četiri godine, koliko je prošlo od dva sukcesivna prikupljanja primarnih podataka, primetan je rastući trend u korišćenju mobilne trgovine. Zbog toga je građanima jednostavnost upotrebe bila važan faktor 2014. godine kako bi se ohrabрили za realizaciju mobilnih transakcija, ali četiri godine kasnije, mnogi građani su postali familijarni sa korišćenjem savremenih informacionih tehnologija, zbog čega je ova varijabla izgubila na značaju. Interesantno je primetiti, da u UTAUT modelu, društveni uticaj u najjačoj meri pokreće nameru budućeg korišćenja mobilnih usluga. Razlog tome je možda ekspanzija društvenih mreža i njihov sve jači uticaj na ponašanje potrošača.

Na kraju, važno je istaći da je nešto veći procenat varijabiliteta zavisne varijable opisan u UTAUT modelu. Konkretno, u ovom modelu vrednost koeficijenta determinacije iznosi 0.486. S druge strane, u TAM modelu, 47% varijabiliteta namere korišćenja mobilnih usluga je opisano regresionim modelom, odnosno vrednost koeficijenta determinacije iznosi 0.47.

Zaključak

Savremeno poslovno okruženje karakteriše trend digitalizacije i sve učestalije korišćenje informacionih tehnologija. S tim u vezi, primetan je i trend rasta korišćenja mobilne trgovine i mobilnih sistema plaćanja. S obzirom na to da se očekuje da će u budućosti, mobilna trgovina

postati dominantan oblik trgovine, identifikacija ključnih pokretača namere korišćenja mobilnih usluga sve više privlači pažnju autora i eksperata u svetu, kao i u našoj zemlji. U tom smislu, sprovedena studija obogaćuje literaturu kroz analizu dva važna modela za prihvatanje mobilnih tehnologija: TAM i UTAUT modela. Ovo je jedna od retkih studija sprovedenih u Republici Srbiji u kojoj je komparirana validnost adaptiranih verzija ovih modela, kao i značajnost i jačina relacija između varijabli navedenih modela. Posebno je interesantna činjenica da je studija realizovana u dva vremenska intervala (2014. i 2018. godine) što je i pružilo mogućnost za praćenje promena u stavovima potrošača.

Rezultati su potvrdili da je percipirana korisnost (očekivane performanse) značajna antecedenta namere korišćenja mobilnih usluga. Kao preduslov za njihovo korišćenje ističu se i uslovi upotrebe. Ipak, posebno su interesantna dva rezultata studija. Veoma je primetan snažan uticaj društvenog okruženja na namere korišćenja mobilne trgovine, kao i erozija uticaja percipirane jednostavnosti upotrebe (očekivanog napora). U pogledu pouzdanosti i validnosti, nema većih razlika u vrednostima relevantnih koeficijenata u slučaju oba analizirana modela.

Studija pruža nekoliko korisnih menadžerskih implikacija, odnosno smernica za unapređenje poslovne strategije mobilnih provajdera. Prvo, budući da percipirana korisnost (očekivane performanse) se izdvaja kao signifikantan prediktor namere u oba modela, potrebno je da se marketinškim kampanjama ukaže javnosti na sve pogodnosti koje mobilne usluge i mobilni sistemi plaćanja pružaju, naročito kada govorimo o poslovnim ljudima i svakodnevnoj realizaciji poslovnih aktivnosti. Mobilne transakcije se mogu obaviti u bilo koje vreme i sa bilo kog mesta, što se sve više uklapa i u lični koncept i stil života savremenih potrošača. Međutim, zbog sve višeg stepena familijarnosti sa digitalnim tehnologijama, nije neophodno u kampanjama potencirati detaljna uputstva za korišćenje ovih transakcija, iako je ovako nešto bilo potrebno u ranijem periodu.

Uslovi upotrebe očigledno predstavljaju neophodnu tehničku infrastrukturu za korišćenje mobilnih usluga. U tom smislu, potrebno je da se potrošačima obezbede razne vrste podrške i pomoći u slučaju iznenadnog nastanka problema prilikom realizacije mobilnih transakcija. Kao korisna sredstva mogu se izdvojiti info pultovi, viber, sms i e-mail podrška. Naime, neophodno je da operateri u call-centrima budu 24 časa dnevno na raspolaganju potrošačima kako bi im pružili svu neophodnu pomoć u slučaju nastanka bilo kakve vrste problema. Takođe, neophodan uslov za korišćenje mobilnih usluga je i brza i stabilna internet konekcija.

Usled jakog uticaja društvenog okruženja na nameru korišćenja mobilnih usluga, potrebno je da menadžment mobilnih provajdera kreira odgovarajuće marketing kampanje i na društvenim mrežama. Važno je da se identifikuju lideri mišljenja i da se osmisle adekvatni programi lojalnosti u cilju obezbeđenja pozitivnih efekata interpersonalne komunikacije. Budući da su povratne informacije od potrošača od neprocenjivog značaja za kompanije, potrebno je „oslušivati glas potrošača“ i na online forumima.

Na kraju, važno je istaći i nekoliko ograničenja sprovedene studije. Prvo, studija nije obuhvatila dva sukcesivna prikupljanja podataka na istom uzorku, već na dva različita uzorka potrošača. To u određenoj meri utiče na nepreciznost izvedenih zaključaka. Ovo ograničenje je donekle umanjeno činjenicom da su uzorci veoma slični po polnoj i starosnoj strukturi ispitanika. Svakako, bolje rešenje bi predstavljala studija sa ukupno četiri merenja, gde bi se podaci za oba modela prikupili i analizirali u oba posmatrana vremenska perioda. Drugo, korisno bi bilo da je istraživanje obuhvatilo i neke druge modele prihvatanja mobilnih tehnologija, kao što je UTAUT2 model. Takođe, interesantno bi bilo da se u budućim istraživanjima kompariraju rezultati i na nivou segmenata, a ne samo na nivou ukupnog uzorka.

Konačno, interesantno bi bilo porediti i stavove građana različitih zemalja o korišćenju mobilnih usluga.

Reference

1. Agrebi, S., Jallais, J. (2015). Explain the intention to use smartphones for mobile shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 16-23.
2. Alkhunaizan A., Love S. (2012). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised UTAUT model. *International Journal of Management and Marketing Academy*, 2(1), 82-99.
3. Asadi, S., Abdullah, R., Safaei, M., Nazir, S. (2019). An Integrated SEM-Neural Network Approach for Predicting Determinants of Wearable Healthcare Devices. *Mobile Information Systems*, Volume 2019, Article ID 8026042.
4. Chong, A.Y-L. (2013a). A two-staged SEM-neural network approach for understanding and predicting the determinants of m-commerce adoption. *Expert Systems with Applications*, 40(4), 1240-1247.
5. Chong, A. Y-L. (2013b). Predicting m-commerce adoption determinants: A neural network approach. *Expert Systems with Applications*, 40(2), 523-530.
6. Chong, A.Y.-L., Liu, M.J., Luo, J., Ooi, K.-B. (2015). Predicting RFID adoption in healthcare supply chain from the perspective of users. *International Journal of Production Economics*, 159, 66–75.
7. Dahlberg, T., Guo, J., Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14, 265–284.
8. Davis F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease-of-use, and user acceptance of information technologies. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
9. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8): 982–1003
10. Faqih, K.M.S, Jaradat M-I.R.M. (2015). Assessing the moderating effect of gender differences and individualism-collectivism at individual-level on the adoption of mobile commerce technology: TAM3 perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 37-52.
11. Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
12. International Telecommunication Union (2018a). Measuring the information society report, Volume 1. 2018. Geneva: International Telecommunication Union. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-1-E.pdf>
13. International Telecommunication Union (2018b). Measuring the information society report, Volume 2. 2018. Geneva: International Telecommunication Union. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-2-E.pdf>
14. Kalinic, Z., Marinkovic, V. (2016). Determinants of users' intention to adopt m-commerce: an empirical analysis. *Information Systems and e-Business Management*, 14(2), 367–387.
15. Kim, C., Mirusmonov, M., Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322.
16. Koksai, M.H. (2016). The intention of Lebanese consumers to adopt mobile banking, *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 327-346.
17. Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Tan, G. W.-H., Ooi, K. B. (2013). Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: A neural network approach. *Expert Systems with Applications*, 40, 5604–5620.
18. Liebana-Cabanillas, F., Sanchez-Fernandez, J., Muñoz-Leiva, F. (2014). Role of gender on acceptance of mobile payment. *Industrial Management & Data Systems*, 114(2). 220-240.

19. Liebana-Cabanillas, F., Marinković, V., Kalinić, Z. (2017). A SEM-neural network approach for predicting antecedents of m-commerce acceptance. *International Journal of Information Management*, 37, 14-24.
20. Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V. K., Oorni, A. (2008). An empirical investigation of mobile ticketing service adoption in public transportation. *Personal and Ubiquitous Computing*, 12(1), 57–65.
21. Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York, NY.
22. Nysveen, H., Pedersen, P.E., Thorbjørnsen, H. (2005). Explaining intention to use mobile chat services: moderating effects of gender. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 247-256.
23. Ooi, K-B., Tan, G.W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card", *Expert Systems with Applications*, 59, 33-46.
24. Pham, T.T.T., Ho, J.C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments. *Technology in Society*, 43, 159–172.
25. Republički zavod za statistiku (2018). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2018. Republički zavod za statistiku, <http://publikacije.stat.gov.rs/G2018/Pdf/G201816013.pdf>
26. Riquelme, H. E., Rios, R.E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing* 28(5), 328-334.
27. Schierz, P. G., Schilke, O., Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216.
28. Sharma, S.K. (2019). Integrating cognitive antecedents into TAM to explain mobile banking behavioral intention: a SEM-neural network approach. *Information Systems Frontiers*, 21(4), 815–827.
29. Slade, E.L., Dwivedi, Y.K., Piercy, N.C., Williams, M.D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk and Trust. *Psychology & Marketing* 32(8), 860-873.
30. Sim, J. J., Tan, G. W.-H., Wong, J. C. J., Ooi, K.-B., Hew, T.-S. (2014). Understanding and predicting the motivators of mobile music acceptance – A multi stage MRA-Artificial neural network approach. *Telematics and Informatics*, 31, 569–584.
31. Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Chong, S.-C., Hew, T.-S. (2014a). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Telematics and Informatics*, 31, 292–307.
32. Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B., Leong, L.-Y., Lin, B. (2014b). Predicting the drivers of behavioral intention to use mobile learning: A hybrid SEM-Neural Networks approach. *Computers in Human Behavior*, 36, 198–213.
33. Tan, G. W.-H., Ooi, K.-B. (2018). Gender and age: Do they really moderate mobile tourism shopping behavior? *Telematics and Informatics*, 35(6), 1617-1642.
34. Teo, A-C., Tan, G. W-H., Cheah, C-M., Ooi, K-B. i Yew, K-T. (2012). Can the demographic and subjective norms influence the adoption of mobile banking? *International Journal of Mobile Communications*, 10(6), 578-597.
35. Teo, A-C., Tan, G.W-H., Ooi, K-B., Hew, T-S., Yew, K-T. (2015). The effects of convenience and speed in m-payment, *Industrial Management & Data Systems*, 115(2), 311-331.
36. Thakur, R., Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392.
37. Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.
38. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

39. Venkatesh, V. Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Intervention. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
40. Venkatesh, V. Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
41. Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology, *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
42. Wong, C-H., Tan, G.W-H., Tan, B-I., Ooi, K-B. (2015). Mobile advertising: The changing landscape of the advertising industry. *Telematics and Informatics*, 32, 720-734.
43. Wu, J.-H., Wang, S.-C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42(5), 719–729.
44. Yadav, R., Sharma, S.K. Tarhini, A. (2016). A multi-analytical approach to understand and predict the mobile commerce adoption, *Journal of Enterprise Information Management*, 29(2), 222-237.
45. Zampou, T., Saprikis, V., Markos, A., Vlachopoulou, M. (2012). Modeling users' acceptance of mobile services. *Electronic Commerce Research*, 12(2), 225-248.
46. Zhou, T., Lu, Y., Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760-767.

UTICAJ DEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA POTROŠAČA NA PERCIPIRANU VREDNOST EVROPSKIH BRENDOVA

Srđan Šapić* i Jovana Filipović**

Osnovni cilj ovog istraživanja je analiza uticaja percipirane vrednosti na kupovinu evropskih brendova, kao i analiza uticaja demografskih karakteristika potrošača na percipiranu vrednost i kupovinu evropskih brendova. U okviru koncepta percipirane vrednosti brendova, analiziran je uticaj kvaliteta i prestiža brendova na kupovinu evropskih brendova. Radi testiranja postavljenih hipoteza, sprovedeno je empirijsko istraživanje, pri čemu je prikupljeno 329 anketa. Konfirmativna faktorska analiza je korišćena radi ispitivanja validnosti konceptualnog modela istraživanja, dok je model strukturalnih jednačina korišćen u cilju testiranja postavljenih hipoteza. Pored toga, u cilju analize statistički značajnih razlika između različitih grupa potrošača, sprovedena je analiza putem t testa i jednofaktorske analize varijanse. Sprovedeno empirijsko istraživanje je pokazalo da kvalitet i prestiž brendova imaju pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu brendova. Pored toga, istraživanje je pokazalo da se statistički značajne razlike javljaju između određenih grupa ispitanika formiranih prema kriterijumu starosti, obrazovanja i zanimanja, u pogledu njihovih stavova o kvalitetu, prestižu i kupovini evropskih brendova. Sprovedeno istraživanje ima naučni i praktični doprinos u pogledu pružanja saznanja o faktorima koji utiču na odluke potrošača o kupovini evropskih brendova, što može biti od velikog značaja za menadžment domaćih i stranih kompanija, kao i prilikom kreiranja marketinških strategija i izbora segmenata potrošača.

Ključne reči: percipirana vrednost brendova, demografske karakteristike potrošača, evropski brendovi, kupovina brendova

Uvod

Sa napretkom procesa globalizacije, potrošači širom sveta prilikom kupovine mogu birati između velikog broja različitih brendova na tržištu. Ovi brendovi mogu imati različito poreklo, tako da potrošači mogu birati između domaćih brendova, tj. brendova iz svojih zemalja, kao i inostranih brendova. Generalno, domaći brendovi su bili posmatrani kao manje kvalitetni i kao manje privlačna alternativa u odnosu na inostrane (Ger, 1999), dok su inostrani brendovi povezivani sa višim nivoom kvaliteta, prestiža i vrednosti (Steenkamp et al, 2003). Predmet ovog istraživanja jesu percepcije potrošača o percipiranoj vrednosti, tj. kvalitetu i prestižu evropskih brendova koji su prisutni na tržištu Republike Srbije, kao i razlike u stavovima o percipiranoj vrednosti ovih brendova, između različitih demografskih grupa potrošača.

Rad je strukturiran tako da sadrži pet logički povezanih celina. Nakon uvodnih razmatranja, najpre je predstavljena teorijska konceptualizacija percipirane vrednosti brendova. Pored toga, u ovom delu rada su analizirani kvalitet i prestiž brendova, kao komponente percipirane vrednosti brendova, čiji je uticaj na kupovinu evropskih brendova predmet istraživanja u ovom radu, kao i hipoteze koje su definisane na osnovu rezultata prethodnih studija. Treća celina rada se odnosi na metodologiju istraživanja, u okviru koje su predstavljeni način prikupljanja podataka, struktura uzorka, kao i korišćene analize u empirijskom istraživanju. Najvažniji deo rada jesu rezultati istraživanja, u okviru kojih je predstavljeni

* Redovni profesor, e-mail: ssapic@kg.ac.rs

** Asistent, e-mail: jovanagolo@kg.ac.rs

rezultati testiranja hipoteza, na osnovu statističkih analiza prikupljenih podataka, kao i diskusija rezultata. Na samom kraju rada su data zaključna razmatranja, kao i ograničenja, implikacije i budući pravci istraživanja.

Pregled literature

Percipirana vrednost brendova

Stvaranje vrednosti je veoma važan predmet istraživanja u literaturi i često je deo izjava o misiji i ciljeva preduzeća. Zeithaml (1988, str. 14) smatra da se percipirana vrednost može posmatrati kao „sveobuhvatna procena potrošača korisnosti proizvoda (ili usluge) na osnovu percepcije onoga što se dobija i šta je dato.“ Ona smatra da je ova procena zapravo poređenje komponenata proizvoda i usluga, u pogledu onoga što se žrtvuje i što se dobija usled kupovine proizvoda ili usluge. U skladu sa tim, najčešća definicija vrednosti je odnos ili kompromis između kvaliteta i cene, što podrazumeva vrednost koja se dobija za dati novac.

Drugi autori su predložili da je posmatranje vrednosti kao kompromisa i odnosa između samo kvaliteta i cene suviše pojednostavljeno. Porter (1990, str. 37) je, na primer, govorio o pružanju „superiorne vrednosti potrošaču u pogledu kvaliteta proizvoda, posebnih karakteristika ili usluge nakon prodaje.“ Ova perspektiva sugerise da su postojeće konstrukcije vrednosti preuske i da su dimenzije pored cene i kvaliteta neophodne, kako bi se povećala korisnost konstrukcije percipirane vrednosti.

Širi teorijski okvir percipirane vrednosti razvili su Sheth, Nevman i Gross (1991a, 1991b), koji su izbor potrošača smatrali funkcijom višestrukih dimenzija „vrednosti potrošnje“ i da ove dimenzije daju različite doprinose u različitim situacijama izbora. Predložili su pet dimenzija (socijalna, emocionalna, funkcionalna, epistemološka i uslovna vrednost), koje se posebno odnose na percipiranu korisnost izbora, bilo na nivou odluke o kupovini (kupovina ili ne), na nivou proizvoda (vrsta proizvoda A ili proizvod tipa B) ili na nivou brenda (brend A ili brend B). Iako se smatralo da funkcionalna vrednost ima ključni uticaj na izbor potrošača, Sheth i saradnici (1991b) su utvrdili da su i druge dimenzije vrednosti takođe uticale u određenim situacijama. Dakle, različite dimenzije vrednosti mogu biti važne u zavisnosti od nivoa odluke (npr. kupovina ili ne, zatim kupovina brenda A / brenda B), kao i od vrste proizvoda ili usluge koja se razmatra.

Na osnovu konceptualizacije vrednosti prema Sheth-u i saradnicima (1991a, 1991b), Sweeney i Soutar (2001) su razvili koncept percipirane vrednosti i skalu za merenje iste, koju su nazvali PERVAL. Ovaj koncept se može koristiti za procenu percepcije potrošača o vrednosti trajnog potrošačkog dobra na nivou brenda. Prema ovim autorima, koncept percipirane vrednosti obuhvata četiri vrste vrednosti, a to su kvalitet kao funkcionalna vrednost, cena kao funkcionalna vrednost, emocionalna vrednost i društvena vrednost.

Kvalitet i performanse kao funkcionalna vrednost (odnos performansi / kvaliteta) obuhvata korisnost koja proizlazi iz percipiranog kvaliteta i očekivanih performansi proizvoda. Cena kao funkcionalna vrednost (odnos cene / vrednosti koja se dobija za novac) je korisnost koja je izvedena iz proizvoda usled smanjenja njegovih percipiranih kratkoročnih i dugoročnih troškova. Emocionalna vrednost podrazumeva korisnost koja proističe iz osećanja ili afektivnih stanja koje proizvod stvara kod potrošača. Socijalna vrednost (prestiž ili poboljšanje društvenog koncepta potrošača) je korisnost koja proizilazi iz sposobnosti proizvoda da poboljša društveni samo-koncept potrošača (Sweeney & Soutar, 2001).

Kvalitet, kao funkcionalna vrednost brendova, i prestiž, kao socijalna vrednost brendova, su najčešće analizirani aspekti percipirane vrednosti brendova, u relevantnoj naučnoj literaturi iz oblasti međunarodnog i globalnog marketinga. Upravo iz tog razloga, ovi aspekti brendova su izabrani kao predstavnici percipirane vrednosti brendova u ovom istraživanju. Kvalitet i pouzdanost su osnovne karakteristike koje međunarodne i globalne kompanije koriste za uspešnu promociju i prodaju svojih brendiranih proizvoda (Holt et al, 2004). Iz perspektive preduzeća, brendovi koji su percipirani kao visoko kvalitetni i prestižni ostvaruju veću prodaju, tržišno učešće i profit (Erdem et al, 2006). Kako bi se to ostvarilo, kompanije moraju imati na umu da se percipirani kvalitet brendova odnosi na želje i očekivanja potrošača u pogledu funkcionalnih i praktičnih koristi od korišćenja istih (Steenkamp et al, 2003). Pored toga, kvalitet, performanse i pouzdanost su neki od najznačajnijih kriterijuma koje potrošači koriste prilikom izbora i kupovine brenda, iz čega se može uočiti značaj ovih elemenata za uspeh preduzeća (Özsomer, 2012; Strizhakova et al, 2008; Alden et al, 2006; Batra et al, 2000; Heinberg et al, 2016).

S druge strane, veliki deo postojeće literature pokazuje da su inostrani brendovi snažni simboli statusa i položaja potrošača u društvu, a potrošači koriste ove simbole kao reprezentaciju različitih društvenih i kulturnih značenja kao što su prestiž, status i društvena prihvaćenost (Zhou et al, 2008; Akram et al, 2011; Zhou & Wong, 2008). U skladu s tim, potrošači mogu preferirati inostrane, u ovom slučaju evropske brendove, zbog percepcije višeg prestiža u odnosu na domaće (Dimofte et al, 2010; Swoboda et al, 2012; Steenkamp et al, 2003). Na osnovu navedenih teorijskih aspekata, kao i rezultata prethodnih studija, hipoteze koje su testirane u ovom istraživanju su sledeće:

H1: Kvalitet ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova.

H2: Prestiž ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova.

H3: Percipirana vrednost ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova.

Prema Evropskom institutu za brendove (Global Top 100 Brand Corporations Ranking, 2018), neki od najvrednijih brendova na globalnom nivou jesu upravo brendovi evropskih korporacija. Jedan od evropskih najvrednijih evropskih brendova/korporacija jeste Francuska LVMH grupa, koja ima vrednost brenda od 70.776 milijardi evra (globalni rang 6), a sledi belgijski AB Inbev 41.877 milijardi evra (globalni rang 18) i švajcarska kompanija br.1 Nestle, sa vrednošću od 38,206 milijardi evra (globalni rang 20). Nemačka korporacija Volkswagen Group sa vrednošću od 25.375 milijardi evra (globalni rang 37) prestigla je Deutsche Telekom sa vrednosti od 25.217 milijardi evra (globalni rang 38), dok austrijski Red Bull (15.391 milijarda EUR) ima globalni rang 78. Istraživanje agencije Valicon (Valicon, 2016) pokazalo je da su neki od brendova koje potrošači najviše kupuju u Srbiji i zemljama regiona upravo sa područja Evropske Unije (takvi brendovi su npr. Nivea, Nescafe, Argeta, Cedevida, Cockta, Jana i drugi).

Metodologija istraživanja

Radi analize prethodno utvrđenih veza u modelu istraživanja, sprovedeno je istraživanje na teritoriji grada Kragujevca i okoline. Istraživanje je obavljeno u periodu od novembra 2018. godine do januara 2019. godine, a prikupljeno je 329 validnih anketa. Struktura uzorka prema socio-demografskim karakteristikama prikazana je u Tabeli 1. Može se primetiti da veći deo ispitanika u uzorku čine žene (55,5%). Pored toga, najveći procenat ispitanika su pripadnici mlađih i srednjih generacija, sa srednjim obrazovanjem. Podaci su dobijeni distribuiranjem upitnika ličnim putem, pri čemu su ispitanici ocenjivali stepen svog slaganja sa navedenim

tvrdnjama na sedmostepenoj Likertovoj skali (gde je 1 - izrazito se ne slažem, 7- izrazito se slažem).

Tabela 1 Deskriptivna statistika za demografske karakteristike ispitanika

Demografsko obeležje		% ispitanika
Pol	Muški	45.5
	Ženski	55.5
Starost	18-24	25.2
	25-34	20.0
	35-44	18.5
	45-54	25.8
	55 i više	10.6
Obrazovanje	Srednja škola	56.4
	Viša škola	13.6
	Visoka škola	29.1
	Student	28.8
Zanimanje	Menadžer, preduzetnik	6.1
	Profesor, lekar, inženjer	8.8
	Službenik	12.4
	Radnik	27.0
	Trgovac	9.1
	Penzioner	7.7

Izvor: Autori

Korišćene promenljive su merene preko konstatacija koje su preuzete i adaptirane za potrebe ovog istraživanja iz relevantnih naučnih studija. Konstatacije vezane za kvalitet i prestiž, kao komponente percipirane vrednosti brendova su preuzete iz studije Zhou i saradnici (2008). Pored navedenih faktora, sama kupovina brendova je merena putem konstatacija koje se odnose na ocenu toga koliko često ispitanici kupuju evropske brendove, kao i da li evropske brendove kupuju više u odnosu na domaće brendove (Dimofte et al, 2010). S obzirom da su konstatacije iz navedenih naučnih studija prilagođene za evropske brendove, na samom anketnom listiću, u sklopu uputstva za popunjavanje, ispitanicima su dati primeri nekih od najpoznatijih evropskih brendova koji se mogu kupiti u Srbiji.

Statistička obrada i analiza podataka izvršena je korišćenjem softverskih paketa Microsoft Excel, SPSS (Statistical Package for Social Sciences, 21.0) i AMOS. Od statističkih analiza, korišćena je najpre konfirmativna faktorska analiza. Kao mera interne konzistentnosti konstatacija u okviru dobijenih faktora, korišćen je Kronbahov koeficijent alfa. Uticaj analiziranih faktora na kupovinu evropskih brendova izmeren je putem modela strukturalnih jednačina. Na taj način je izvršeno testiranje definisanih hipoteza u istraživanju. Na kraju je izvršeno merenje statistički značajnih razlika između stavova ispitanika različitih grupa, za koje su korišćeni su t test nezavisnih uzoraka, kao i jednofaktorska analiza varijanse - ANOVA.

Rezultati istraživanja

Merenje validnosti modela je sprovedeno pomoću konfirmativne faktorske . U slučaju adekvatnog modela, odnos χ^2/df je manji od praga vrednosti 3 koji su preporučili Bagozzi i Ii (1988), vrednosti GFI, IFI, TLI i CFI trebalo bi da budu preko 0,9 (Byrne, 1998), dok RMSEA vrednost treba biti manja od 0,08 (Hair et al, 2006). Vrednosti indeksa dati su u Tabeli 2, koji ukazuju na adekvatnost posmatranog modela.

Tabela 2 Pokazatelji validnosti modela

Indikatori	Vrednosti pokazatelja	Preporučena vrednost
χ^2/df	2.007	<3
GFI	0.964	>0.9
IFI	0.978	>0.9
TLI	0.968	>0.9
CFI	0.978	>0.9
RMSEA	0.055	<0.08

Izvor: Autori

Prema rezultatima konfirmativne faktorske analize, predstavljenim u Tabeli 3, može se primetiti da su sve vrednosti prosečne izdvojene varijanse (AVE) iznad preporučene vrednosti od 0,50 (Fornell & Larcker, 1981). Ovo upućuje na zaključak da model ispunjava zahteve za konvergentnu validnost. Vrednosti kompozitne pouzdanosti (CR) svih varijabli u modelu imaju više vrednosti od preporučenog nivoa od 0,7 (Fornell & Larcker, 1981). Osim toga, analizom Kronbahovog koeficijenta alfa utvrđeno je da sve varijable imaju odgovarajući nivo interne konzistentnosti, viši od 0,7 (Nunnally, 1978).

Tabela 3 Rezultati konfirmativne faktorske analize

Faktori i konstatacije	Factor loading	AVE	CR	α	M	SD
Kvalitet evropskih brendova		0.566	0.836	0.823	4.821	1.187
Evropski brendovi imaju dobar kvalitet.	0.812					
Evropski brendovi imaju visok nivo pouzdanosti.	0.909					
Evropski brendovi podrazumevaju upotrebu najnovije tehnologije.	0.610					
Evropski brendovi imaju dobar odnos vrednosti i cene.	0.638					
Prestiž evropskih brendova		0.570	0.841	0.852	4.364	1.490
Kupovina evropskih brendova znači da osoba prati trendove.	0.749					
Evropski brendovi predstavljaju najnovije stilove života.	0.826					
Evropski brendovi označavaju imidž koji osoba ima u društvu.	0.777					
Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža.	0.659					
Kupovina evropskih brendova		0.625	0.769	0.764	4.981	1.441
Često kupujem evropske brendove.	0.781					
Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove	0.800					

Izvor: Autori

Pored navedenih rezultata, treba istaći da najveći broj konstatacija ima veoma visoke vrednosti faktorskih opterećenja - veće od 0,7, iako tri konstatacije imaju faktorsko opterećenje veće od 0,6, što se takođe smatra prihvatljivim (Hair et al, 2010).

Istraživački model koji je korišćen u konfirmativnoj faktorskoj analizi je pretvoren u model strukturalnih jednačina, prema pristupu koji su definisali Diamantopoulos i Siguaw (2000). Na taj način je omogućeno ispitivanje veza između posmatranih varijabli u modelu. Rezultati ove analize prikazani su u Tabeli 4.

Rezultati modela strukturalnih jednačina ukazuju da kvalitet ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova ($\beta=0.369$, $p=0.000$). Ovaj rezultat implicira da je

Hipoteza H1 potvrđena. Pored toga, prestiž evropskih brendova ima takođe pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova ($\beta=0.261$, $p=0.022$). Na osnovu toga se može zaključiti da je i Hipoteza H2 potvrđena.

Tabela 4 Testiranje hipoteza

Hipoteza	Veze između varijabli	β (S.E.)	p	Rezultat
H1:	Kvalitet evropskih brendova → Kupovina evropskih brendova	0.369	0.000	Potvrđena
H2:	Prestiž evropskih brendova → Kupovina evropskih brendova	0.261	0.022	Potvrđena

Izvor: Autori

Pored analize uticaja kvaliteta i prestiža evropskih brendova, kao komponenti percipirane vrednosti, na kupovinu evropskih brendova, izvršena je analiza zbirnog uticaja obe varijable na kupovinu ovih brendova. To je izvršeno takođe putem modela strukturalnih jednačina, uvođenjem nove, latentne varijable- percipirane vrednosti, koja obuhvata kvalitet i prestiž. Rezultati analize uticaja nove varijable, percipirane vrednosti evropskih brendova, na kupovinu evropskih brendova, prikazan je u Tabeli 5. Rezultati ukazuju da percipirana vrednost, kao varijabla koja obuhvata uticaj i kvaliteta i prestiža, ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova ($\beta=0.565$, $p=0.000$). Ovakav rezultat implicira da je Hipoteza H3 potvrđena.

Tabela 5 Testiranje hipoteza

Hipoteza	Veze između varijabli	β (S.E.)	p	Rezultat
H3:	Percipirana vrednost evropskih brendova → Kupovina evropskih brendova	0.565	0.000	Potvrđena

Izvor: Autori

Ispitivanje statistički značajnih razlika između odgovora ispitanika u pogledu različitih aspekata evropskih brendova izvršeno je putem t testa nezavisnih uzoraka, kao i putem jednofaktorske analize varijanse (ANOVA). Rezultati analize statistički značajnih razlika između stavova ispitanika muškog i ženskog pola prikazani su u Tabeli 6. Analiza statistički značajnih razlika između stavova ispitanika muškog i ženskog pola izvršena je na nivou varijabli, kao i na nivou pojedinačnih konstatacija koje pripadaju navedenim varijablama. Rezultati ukazuju da se u pogledu kvaliteta i prestiža evropskih brendova, kao i kupovine istih, između različitih polova se ne javljaju statistički značajne razlike, na nivou varijabli i pojedinačnih konstatacija.

Ispitivanje statistički značajnih razlika između odgovora ispitanika različitih grupa u pogledu kvaliteta, prestiža i kupovine evropskih brendova izvršeno je putem jednofaktorske analize varijanse. Statistički značajne razlike analizirane su između grupa ispitanika prema kriterijumu starosti, obrazovanja i radnog statusa. Rezultati ove analize prikazani su u Tabeli 7.

Prvenstveno su ispitane razlike u stavovima različitih grupa ispitanika, prema kriterijumu starosti. Kada je reč o kvalitetu evropskih brendova, može se uočiti da statistički značajne razlike ne postoje na nivou varijable Kvalitet evropskih brendova ($F(4,323)=1,133$, Sig.= 0,342), kao ni na nivou konstatacija u okviru ove varijable. Takođe, kada je reč o prestižu evropskih brendova, može se uočiti da ne postoje statistički značajne razlike između grupa ispitanika prema kriterijumu starosti, na nivou varijable prestiž evropskih brendova ($F(4,323)=1,010$, Sig.= 0,412), kao ni na nivou pojedinačnih konstatacija u okviru ove varijable. Međutim, kada je reč o

stavovima ovih grupa ispitanika u pogledu kupovine evropskih brendova, može se uočiti da se statistički značajne razlike javljaju u pogledu varijable Kupovina evropskih brendova ($F(4,323)=3,841$, $\text{Sig.}=0,002$), kao i na nivou konstatacije „Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove“ ($F(4,323)=4,766$, $\text{Sig.}=0,000$).

Tabela 6 Rezultati t testa za dva nezavisna uzorka

	Žene		Muškarci		t vrednost	Sig.
	AS	SD	AS	SD		
Kvalitet evropskih brendova	4.841	1.186	4.796	1.192	0.343	0.732
Evropski brendovi imaju dobar kvalitet.	4.939	1.558	4.890	1.490	0.292	0.771
Evropski brendovi imaju visok nivo pouzdanosti.	4.803	1.442	4.767	1.428	0.227	0.821
Evropski brendovi podrazumevaju upotrebu najnovije tehnologije.	5.327	1.434	5.267	1.425	0.383	0.702
Evropski brendovi imaju dobar odnos vrednosti i cene.	4.295	1.445	4.260	1.471	0.215	0.830
Prestiž evropskih brendova	4.359	1.512	4.369	1.468	-0.064	0.949
Kupovina evropskih brendova znači da osoba prati trendove.	4.251	1.810	4.328	1.750	-0.391	0.696
Evropski brendovi predstavljaju najnovije stilove života.	4.524	1.673	4.472	1.694	0.278	0.781
Evropski brendovi označavaju imidž koji osoba ima u društvu.	4.191	1.831	4.239	1.666	-0.248	0.804
Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža.	4.469	1.952	4.438	1.897	0.148	0.883
Kupovina evropskih brendova	4.953	1.346	4.917	1.556	-0.397	0.692
Često kupujem evropske brendove.	4.987	1.395	4.943	1.584	-0.343	0.732
Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove.	4.819	1.629	4.890	1.823	-0.371	0.711

Izvor: Autori

Post hoc testovima je utvrđeno kod kojih grupa se javljaju statistički značajne razlike, u okviru varijable Kupovina evropskih brendova. Konkretno, na nivou varijable Kupovina evropskih brendova, statistički značajne razlike se javljaju između grupe ispitanika starosti 18-24 ($AS=4,277$) kao i grupe ispitanika starosti od 45-54 ($AS=3,613$), kao i između grupe ispitanika starosti od 25-34 ($AS=4,310$) i grupe ispitanika starosti od 45-54 ($AS=3,613$). Takođe, statistički značajne razlike na nivou konstatacije „Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove“ se javljaju između istih grupa (grupa 18-24 ($AS=4,265$), grupa 25-34 ($AS=4,227$), grupa 45-54 ($AS=3,250$)). Navedeni rezultati ukazuju da su pripadnici mlađih generacija spremniji da kupuju evropske brendove, kao i da ih kupuju više nego domaće, tj. srpske brendove.

Kada je reč o ispitivanju statistički značajnih razlika u stavovima različitih grupa ispitanika prema kriterijumu *obrazovanja*, može se ukazati na nekoliko zaključaka. Kada se radi o kvalitetu evropskih brendova, može se uočiti da statistički značajne razlike ne postoje na nivou varijable Kvalitet evropskih brendova ($F(2,326)=0,913$, $\text{Sig.}=0,435$), kao ni na nivou pojedinačnih konstatacija u okviru ove varijable. S druge strane, u pogledu varijable Prestiž evropskih brendova se javljaju statistički značajne razlike između različitih grupa ispitanika ($F(2,326)=3,454$, $\text{Sig.}=0,017$), na nivou cele varijable. Pored toga, statistički značajne razlike između različitih grupa ispitanika se javljaju i kod konstatacije „Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža“ ($F(2,326)=2,611$, $\text{Sig.}=0,051$).

Tabela 7 Rezultati jednofaktorske analize varijanse

	Starost		Obrazovanje		Radni status	
	F vrednost	Sig.	F vrednost	Sig.	F vrednost	Sig.
Kvalitet evropskih brendova	1.133	0.342	0.913	0.435	0.945	0.472
Evropski brendovi imaju dobar kvalitet.	0.536	0.749	1.949	0.122	1.400	0.204
Evropski brendovi imaju visok nivo pouzdanosti.	1.674	0.140	1.737	0.159	1.685	0.112
Evropski brendovi podrazumevaju upotrebu najnovije tehnologije.	0.594	0.705	0.558	0.643	0.892	0.513
Evropski brendovi imaju dobar odnos vrednosti i cene.	2.018	0.076	1.148	0.330	0.856	0.542
Prestiž evropskih brendova	1.010	0.412	3.454	0.017	1.799	0.087
Kupovina evropskih brendova znači da osoba prati trendove.	0.430	0.827	2.354	0.072	1.429	0.193
Evropski brendovi predstavljaju najnovije stilove života.	0.952	0.447	2.492	0.060	1.203	0.301
Evropski brendovi označavaju imidž koji osoba ima u društvu.	1.499	0.190	2.350	0.072	1.607	0.133
Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža.	0.964	0.440	2.611	0.051	2.215	0.033
Kupovina evropskih brendova	3.841	0.002	0.704	0.550	2.727	0.009
Često kupujem evropske brendove.	2.165	0.058	0.797	0.496	3.155	0.003
Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove.	4.766	0.000	0.468	0.705	2.130	0.040

Izvor: Autori

Konkretno, na nivou varijable Prestiž evropskih brendova, statistički značajne razlike se javljaju između grupe ispitanika sa srednjim obrazovanjem ($AS=4,027$) i grupe sa visokim obrazovanjem ($AS=4,608$). Takođe, i u slučaju konstatacije „Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža“ se javljaju statistički značajne razlike između grupe ispitanika sa srednjim ($AS=4,047$) i visokim obrazovanjem ($AS=4,600$). Na kraju, kada je reč o varijabli Kupovina evropskih brendova, može se uočiti da statistički značajne razlike ne postoje na nivou cele varijable ($F(2,326)=0,704$, $Sig.=0,550$), kao ni na nivou pojedinačnih konstatacija u okviru ove varijable.

Statistički značajne razlike u pogledu posmatranih varijabli kvaliteta, prestiža i kupovine evropskih brendova su analizirane i između grupa formiranih na osnovu kriterijuma *radnog statusa*, tj. *zanimanja ispitanika*. Iz Tabele 7. se može uočiti da se statistički značajne razlike ne javljaju u slučaju varijable Kvalitet evropskih brendova ($F(6,322)=0,945$, $Sig.=0,472$). Slična situacija je i kod varijable Prestiž evropskih brendova ($F(6,322)=1,799$, $Sig.=0,087$). Međutim, u sklopu ove varijable, statistički značajne razlike se javljaju kod konstatacije „Evropski brendovi predstavljaju simbol prestiža“ ($F(6,322)=2,215$, $Sig.=0,033$). Konkretno, post hoc testovi su pokazali da se ove razlike javljaju između studenata ($AS=4,978$) i grupe ispitanika gde spadaju profesori, lekari i inženjeri ($AS=3,586$).

Na kraju, kada je reč o zanimanju ispitanika, statistički značajne razlike se javljaju i između grupa ispitanika u pogledu varijable Kupovina evropskih brendova ($F(6,322)=2,727$, $Sig.=0,009$). Takođe, razlike se javljaju i kod konstatacija u okviru ove varijable: „Često kupujem evropske brendove“ ($F(6,322)=3,155$, $Sig.=0,003$) i „Evropske brendove kupujem više u odnosu na domaće brendove“ ($F(6,322)=2,130$, $Sig.=0,040$). Na nivou same varijable Kupovina evropskih brendova,

statistički značajne razlike se javljaju između grupe ispitanika gde spadaju menadžeri i preduzetnici (AS=4,850) i grupe spadaju radnici (AS=3,758), kao i između radnika (AS=3,758) i penzionera (AS=3,250). U slučaju konstatacije „Često kupujem evropske brendove“ statistički značajne razlike su utvrđene između grupe gde spadaju menadžeri i preduzetnici (AS=5,200) i grupe gde spadaju službenici (AS=3,926), zatim između menadžera i preduzetnika (AS=5,200) i radnika (AS=4,044), kao i između menadžera i preduzetnika (AS=5,200) i između penzionera (AS=3,300).

Zaključak

Predmet ovog istraživanja je analiza uticaja percipirane vrednosti na kupovinu evropskih brendova, kao i analiza uticaja demografskih karakteristika potrošača na percipiranu vrednost i kupovinu evropskih brendova. U sklopu percipirane vrednosti, analiziran je uticaj kvaliteta i prestiža na kupovinu evropskih brendova, kao najčešće analiziranih elemenata percipirane vrednosti u relevantnoj naučnoj literaturi. U tom cilju, formulisane su hipoteze i sprovedeno je empirijsko istraživanje, radi njihovog testiranja.

Empirijsko istraživanje je pokazalo da kvalitet i prestiž imaju pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova. Takođe, istraživanjem je utvrđeno da percipirana vrednost evropskih brendova, posmatrana kao zbirni uticaj kvaliteta i prestiža, ima pozitivan i statistički značajan uticaj na kupovinu evropskih brendova. Time su potvrđene sve tri formulisane hipoteze istraživanja. Slični rezultati su dobijeni i u prethodnim studijama (Özsomer, 2012; Strizhakova et al, 2008; Alden et al, 2006; Batra et al, 2000; Heinberg et al, 2016; Zhou et al, 2008; Akram et al, 2011; Zhou & Wong, 2008). Dakle, navedeni rezultati pokazuju da potrošači percipiraju evropske brendove kao kvalitetne i prestižne, što pozitivno utiče na njihovu odluku da kupuju iste.

Pored analize uticaja percipirane vrednosti na kupovinu evropskih brendova, analizirane su i statistički značajne razlike između različitih grupa ispitanika (formiranih prema polu, starosti, obrazovanju i zanimanju) u pogledu kvaliteta, prestiža i kupovine evropskih brendova. Naime, rezultati ukazuju da statistički značajne razlike u stavovima potrošača o navedenim varijablama, između grupa ispitanika formiranih prema kriterijumu pola ne postoje. Dalje, kada je reč o grupama ispitanika formiranih prema kriterijumu starosti, statistički značajne razlike se javljaju između grupe mlađih i starijih generacija u pogledu kupovine evropskih brendova, pri čemu pripadnici mlađih generacija više kupuju evropske brendove od starijih. Prema kriterijumu obrazovanja, statistički značajne razlike se javljaju između grupe ispitanika sa srednjim i visokim obrazovanjem u pogledu percepcije prestiža evropskih brendova. Konkretno, ispitanici sa visokim obrazovanjem imaju pozitivnije percepcije o prestižu evropskih brendova od ispitanika sa srednjim obrazovanjem. Na kraju, kada je reč o statistički značajnim razlikama između grupa ispitanika formiranih prema kriterijumu radnog statusa, odnosno zanimanja ispitanika, razlike se javljaju kod prestiža evropskih brendova, kao i kod kupovine istih. Naime, studenti imaju pozitivnije percepcije o prestižu evropskih brendova od grupe ispitanika gde spadaju profesori, lekari i inženjeri, dok u pogledu kupovine, menadžeri i preduzetnici više kupuju evropske brendove od radnika, a sami radnici kupuju ove brendove više od penzionera.

Sprovedeno istraživanje ima naučni i praktični doprinos u pogledu pružanja saznanja o faktorima koji utiču na odluke potrošača o kupovini evropskih brendova, što može biti od velikog značaja za menadžment domaćih i stranih kompanija, kao i prilikom kreiranja različitih marketinških strategija za različite segmente potrošača. Sprovedeno istraživanje ima i određena ograničenja. Osnovno ograničenje odnosi se na broj faktora koji je obuhvaćen konceptualnim modelom istraživanja. Naime, istraživanjem su obuhvaćeni kvalitet i prestiž brendova, kao

komponente percipirane vrednosti brendova. Međutim, iako se ređe istražuju, u relevantnoj naučnoj literaturi se mogu pronaći i druge komponente percipirane vrednosti koje utiču na kupovinu brendova, gde spadaju cena i emocionalna vrednost brendova (Kumar et al, 2009(a); Kumar et al, 2009(b)). Takođe, važno ograničenje istraživanja odnosi se na činjenicu da je ono sprovedeno na teritoriji Centralne Srbije, čime nisu obuhvaćeni drugi regioni Republike Srbije. Bilo bi korisno uključiti ispitanike drugih gradova i regiona u budućim istraživanjima, radi povećanja generalizacije dobijenih rezultata istraživanja.

Reference

1. Akram, A., Merunka, D., & Shakaib Akram, M. (2011). Perceived brand globalness in emerging markets and the moderating role of consumer ethnocentrism. *International Journal of Emerging Markets*, 6(4), 291–303. doi:10.1108/17468801111170329
2. Alden, L.D., Steenkamp, J-B. E.M., & Batra, R. (2006). Consumer attitudes toward marketplace globalization: structure, antecedents and consequences. *International Journal of Research in Marketing*, 23(2), 227-239.
3. Bagozzi, R.P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation model. *Journal of Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74–94.
4. Batra, R., Ramaswamy, V., Alden, D.L., Steenkamp, J-B.E.M., & Ramachander, S. (2000). Effects of brand local/nonlocal origin on consumer attitudes in developing countries. *Journal of Consumer Psychology*, 9(2), 83-95.
5. Byrne, B.M. (1998). *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications, and Programming*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ: Psychology Press.
6. Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. (2000). *Introducing LISREL*, London: SAGE Publications.
7. Dimofte, C. V., Johansson, J. K., & Bagozzi, R. P. (2010). Global Brands in the United States: How Consumer Ethnicity Mediates the Global Brand Effect. *Journal of International Marketing*, 18(3), 81–106. doi:10.1509/jimk.18.3.81
8. Erdem, T., Swait, J., & Valenzuela, A. (2006). Brands as Signals: A Cross-Country Validation Study. *Journal of Marketing*, 70(1), 34–49. doi:10.1509/jmkg.2006.70.1.34
9. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39–50.
10. Ger, G. (1999). Localizing in the Global Village: Local Firms Competing in Global Markets. *California Management Review*, 41 (4), 64–83.
11. Global Top 100 Brand Corporations Ranking (2018), European Brand Institute, dostupno na: <https://www.europeanbrandinstitute.com/brand-rankings/>
12. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B., & Anderson, R (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
13. Hair, J.F., et al. (2006) *Multivariate Data Analysis*. 6th ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
14. Heinberg, M., Ozkaya, H., & Taube, M. (2016). A brand built on sand: Is acquiring a local brand in an emerging market an ill-advised strategy for foreign companies?. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(5), 586–607. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0452-7>
15. Holt, D. B., Quelch, J.A., & Taylor, E.L. (2004). How Global Brands Compete. *Harvard Business Review*, 82 (September), 68–75.
16. Kumar, A., Lee, H-J., & Kim, Y-K. (2009)(a). Indian Consumers' Purchase Intention Toward a United States Versus Local Brand. *Journal of Business Research*, 64(5), 521–527.

17. Kumar, A., Kim, Y-K., & Pelton, L. (2009)(b). Indian Consumers' Purchase Behavior toward US versus Local Brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(6), 510-526. doi:10.1108/09590550910956241.
18. Nunnally, J.C. (1978). *Introduction to Psychological Measurement*. McGraw-Hill, New York, NY.
19. Özsumer, A. (2012). The Interplay Between Global and Local Brands: A Closer Look at Perceived Brand Globalness and Local Iconness. *Journal of International Marketing*, 20 (1), 71–94.
20. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: MacMillan Press.
21. Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. doi:10.1016/0148-2963(91)90050-8
22. Sheth, J.N., Newman, B. I., & Gross, B. I. (1991a). *Consumption Values and Market Choice*. Cincinnati, Ohio: South Western Publishing.
23. Steenkamp, E. M. J.-B., Batra, R., & Alden, D. L. (2003). How perceived brand globalness creates brand value. *Journal of International Business Studies*, 34(1), 53–65. doi:10.1057/palgrave.jibs.8400002
24. Strizhakova, Y., Coulter, R.A., & Price, L. L. (2008). The Meanings of Branded Products: A Cross-National Scale Development and Meaning Assessment. *International Journal of Research in Marketing*, 25 (2), 82–93.
25. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. doi:10.1016/s0022-4359(01)00041-0
26. Swoboda, B., Pennemann, K., & Taube, M. (2012). The Effects of Perceived Brand Globalness and Perceived Brand Localness in China: Empirical Evidence on Western, Asian, and Domestic Retailers. *Journal of International Marketing*, 20(4), 72–95. doi:10.1509/jim.12.0105
27. Valicon, (2016). *Top 25 Regional Brands 2016*, dostupno na: http://www.valicon.net/wp-content/uploads/2017/02/Press_release_2017-02-22.pdf
28. 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.
29. Zhou, L., & Wong, A. (2008). Exploring the influence of product conspicuousness and social compliance on purchasing motives of young Chinese consumers for foreign brands. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(6), 470-483.
30. Zhou, L., Teng, L., & Poon, P. (2008). Susceptibility to global consumer culture: A three-dimensional scale. *Psychology & Marketing*, 25(4), 336-351.

EFEKTI RESTRUKTURIRANJA PREDUZEĆA IZDVAJANJEM POSLOVNIH SEGMENTA NA UNAPREĐENJE EFIKASNOSTI POSLOVANJA

Sladana Savović*

Tragajući za načinima uvećanja vrednosti za akcionare, preduzeća kontinuirano menjaju kompoziciju svoje imovine, obaveza, kapitala i operacija, sprovodeći aktivnosti korporativnog restrukturiranja. Između različitih strategija restrukturiranja značajno mesto pripada transakcijama dezinvestiranja, a posebno transakcijama izdvajanja poslovnih segmenata, koje omogućavaju preduzećima da izvrše optimizaciju poslovnog portfolia. Osnovni cilj rada je da istraži da li restrukturiranje imovine izdvajanjem poslovnih segmenata doprinosi unapređenju performansi poslovanja preduzeća. U radu su najpre objašnjene transakcije dezinvestiranja imovine preduzeća i istaknute razlike između različitih tipova transakcija. U nastavku su detaljno analizirane transakcije izdvajanja poslovnih segmenata i izvršena njihova komparacija. U poslednjem delu rada dat pregled empirijskih istraživanja o efektima različitih transakcija izdvajanja poslovnih segmenata na vrednost za akcionare, uz posebno apostrofiranje izvora kreiranja vrednosti kod ovih transakcija. Rezultati istraživanja ukazuju da tržište pozitivno reaguje na ovaj tip transakcije, odnosno da dolazi do porasta cena akcija u periodu objavljivanja transakcije dezinvestiranja.

Ključne reči: restrukturiranje preduzeća, dezinvestiranje, izdvajanje poslovnih segmenata, performanse, efikasnost poslovanja

Uvod

U savremenim uslovima poslovanja preduzeća, poslujući na dimaničnim i turbulentnim tržištima, pribegavaju korporativnom restrukturiranju, razvijajući strategijske procese koji omogućavaju dinamično strategijsko repositioniranje preduzeća i rekonfiguraciju njihovih korporativnih resursa. Aktivnosti korporativnog restrukturiranja, kao što su *downsizing*, prodaja, odvajanje poslovnog segmenta, konsolidacija ili realokacija, često se javljaju kao deo upravljačkih strategija koje imaju za cilj da poboljšaju efikasnost i pomognu preduzeću u procesu prilagođavanja promenama. U nastojanju da reše strategijske i organizacione probleme, menadžeri treba da razmotre različite alternativne strategije restrukturiranja i odaberu onu za koju veruju da će biti najefektivniji odgovor na osnovni motiv restrukturiranja, a istovremeno proizvesti najveću finansijsku korist. Između različitih strategija restrukturiranja koje preduzećima stoje na raspolaganju, značajnu ulogu imaju transakcije dezinvestiranja (*divestiture*) koje omogućavaju preduzećima da izvrše rekonfiguraciju svojih korporativnih resursa i optimizuju svoj poslovni portfolio.

Najčešće metode dezinvestiranja imovine uključuju prodaju poslovnih segmenata (*sell-off*) drugom preduzeću, izdvajanje poslovnih segmenata (*spin-off*) koji postaju zasebni entiteti, cepanje preduzeća (*split-up*) i druge. Predmet istraživanja rada usmeren je na analizu transakcija izdvajanja poslovnih segmenata, kao jednih od najčešćih metoda dezinvestiranja imovine preduzeća. Cilj rada je analizirati transakcije izdvajanja poslovnih segmenata i sagledati kakve mogućnosti postoje za unapređenje efikasnosti poslovanja preduzeća nakon implementacije ovih transakcija.

* Vanredni profesor, e-mail: ssladjana@kg.ac.rs

U radu je primenjena kvalitativna metodologija čija se primena ogleda u analizi relevantne literature kako bi se produbilo razumevanje problematike koja se istražuje. U sagledavanju efekata transakcija izdvajanja poslovnih segmenata na kreiranje vrednosti za akcionare teorijski pristup problemu kombinovan je sa empirijskim podacima dobijenim na osnovu istraživanja različitih autora koji su u svojim istraživanjima dominantno koristili metodologiju studija događaja (*methodology of event study*).

Shodno definisanom predmetu i cilju istraživanja, u radu je najpre objašnjen pojam i različiti tipovi transakcija dezinvestiranja. U nastavku su detaljno analizirane transakcije izdvajanja poslovnih segmenata. Na kraju, ukazano je na mehanizme kreiranja vrednosti kod transakcija izdvajanja poslovnih segmenta i predstavljeni rezultati različitih empirijskih istraživanja o efektima ovih transakcija na performanse.

Pojam i tipovi transakcija dezinvestiranja

U procesu prilagođavanja promenama u poslovnom okruženju važnu ulogu imaju transakcije dezinvestiranja (*divestment, divestiture*) koje omogućavaju organizacijama da periodično izvrše ponovno usklađivanje svojih portfolia proizvoda/usluga sa tržištem, unovče potcenjenu imovinu i generišu gotovinu koju će upotrebiti na efikasniji način (Gole & Hilger, 2008, 2). Reč je o transakcijama kojima se izazivaju diskontinuelna i značajna smanjenja angažovanih sredstava u preduzeću, a sprovode se najčešće prodajom ili izdvajanjima poslovnih segmenata - poslovnih linija, poslovnih jedinica, divizija ili zavisnih preduzeća (Todorović, 2010, 265). Transakcije dezinvestiranja podrazumevaju transfer kontrole nad imovinom od matičnog preduzeća ka novim vlasnicima, delimično ili u potpunosti.

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. Upravljanje transakcijama dezinvestiranja predstavlja veliki izazov za menadžere koji treba da analiziraju različite metode dezinvestiranja, birajući i fokusirajući se na one koje će biti najefikasnije u ostvarivanju željenih ciljeva.

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. Pregled literature otkriva različite tipove dezinvestiranja imovine preduzeća. Weston i ostali (2004) pravi razliku između primarnih i dodatnih transakcija dezinvestiranja. Primarne transakcije dezinvestiranja uključuju:

- transakcije prodaje poslovnih segmenata (*sell-off*) koja podrazumevaju prodaju poslovnih linija, poslovnih jedinica ili zavisnih preduzeća drugom preduzeću, i
- transakcije izdvajanja poslovnih segmenata (dve varijante: *spin-off* i *equity carve-out*).

Prva varijanta izdvajanja poslovnih segmenta (*spin-off*) podrazumeva da transakciju u kojoj preduzeće svojim akcionarima na srazmernoj osnovi vrši distribuciju akcija poslovnog segmenta koji se izdvaja i postaje poseban entitet. Druga varijanta izdvajanja poslovnih segmenta (*equity carve-out* - ECO - transakcije javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu) podrazumeva prodaju dela vlasništva nad poslovnim segmentom putem inicijalne javne ponude akcija segmenta koji se izdvaja i postaje zaseban entitet. Dodatne transakcije dezinvestiranja uključuju: 1) transakcije podele preduzeća (*split-up*) kod kojih dolazi do razdvajanja preduzeća na više delova koji postaju samostalna i nezavisna preduzeća i 2) prateće akcije -formiranje posebne klase akcija čija je vrednost bazirana na novčanim tokovima poslovnog segmenta. U najvećem

broju slučajeva, prateće akcije se kreiraju kada preduzeće odobrava jednu ili više novih klasa akcija i određuje specifične poslovne segmente čije će performanse ove akcije pratiti.

U radu će se posebno analizirati transakcije izdvajanja poslovnih segmenata (*spin-off* i *equity carve out*). Primarni motiv za realizaciju ovih transakcija je privlačenje investicija, odnosno uverenje menadžera da će nakon odvajanja i matično preduzeće i osamostaljeni deo ostvariti bolji pristup tržištu kapitala (Gaughan, 2002). Naime, kada je preduzeće previše diversifikovano, velika je verovatnoća da će određeni poslovni segmenti poslovati dobro, a drugi lošije. Investitorima je teško da izvrše kategorizaciju pojedinih poslovnih segmenata integrisanih u okviru konglomeratskog preduzeća. Bez detaljnih informacija o poslovanju poslovnih segmenata, tržište racionalno dodeljuje prosečne performanse svakom od njih. Ovo ujednačavanje rezultata dovodi do potcenjivanja poslovnih segmenata sa dobrim performansama i precenjivanja onih sa lošim performansama. U ovakvoj situaciji, transakcije izdvajanja poslovnih segmenata pomažu „otključavanju skrivene vrednosti“ korigujući podcenjenost različitih delova konglomeratskog preduzeća i doprinoseći privlačenju neophodnih investicija.

U Republici Srbiji transakcije izdvajanja poslovnih segmenata regulisane su Zakonom o privrednim društvima („Sl. glasnik RS“, br. 36/2011, 99/2011, 83/2014 –dr.zakon, 5/2015, 44/2018 i 95/2018) kojim su regulisane i sve statusne promene (pripajanje, spajanje, podela i izdvajanje) kojima se društvo reorganizuje tako što na drugo društvo prenosi imovinu i obaveze, dok njegovi članovi u tom društvu stiču akcije. Zakon definiše sledeće tipove izdvajanja poslovnih segmenata: a) izdvajanje uz osnivanje (kada se imovina i obaveze društva prenose na jedno ili više novosnovanih društava; b) izdvajanje uz pripajanje (kada se imovina i obaveze društva prenose na jedno ili više postojećih društava i c) mešovito izdvajanje, kada se imovina i obaveze društva prenose na jedno ili više novosnovanih društava i jedno ili više postojećih društava.

Dezinvestirajući spin-off poduhvati

U literaturi pojam *spin-off* poduhvata koristi se u različitim kontekstima i otuda se može govoriti o različitim tipovima *spin-off* poduhvata. Pravi se razlika između *akademskih spin-off* poduhvata i *korporativnih spin-off* poduhvata. Akademski *spin-off* poduhvati predstavljaju formiranje kompanija koje potiču sa univerziteta, gde grupa istraživača formira preduzetničku jedinicu kako bi iskoristila deo intelektualne svojine akademske institucije (Bigliardi et al., 2013). Parhankangas i Arenius, (2003) daju najširu klasifikaciju korporativnih *spin-off* poduhvata, klasifikujući ih u pogledu tipa transfera vlasničkih prava od matičnog preduzeća ka izdvojenom preduzeću na *dezinvestirajuće spin-off poduhvate* i *preduzetničke spin-off poduhvate*. Kod dezinvestirajućih *spin-off* poduhvata najveći deo glasačke moći prenosi se od postojećeg pravnog entiteta ka novom entitetu, dok kod preduzetničkih *spin-off* poduhvata, obično ne postoji formalni prenos vlasničkih prava, već se ovaj tip poduhvata dešava kada preduzetnik napusti svoj raniji posao i osnuje sopstveno preduzeće. Fokus ovog rada je na korporativne dezinvestirajuće *spin-off* poduhvate.

Izdvajanje poslovnih segmenata (spin-off)

Izdvajanje poslovnih segmenata (*spin-off*) predstavlja transakcije putem kojih preduzeće može izvršiti dezinvestiranje određenog poslovnog segmenta i povećati fokus poslovanja. Putem ove transakcije, preduzeće svojim akcionarima na srazmernoj osnovi (*pro-rata*) vrši distribuciju novih akcija poslovnog segmenta, koji se izdvaja i postaje zaseban entitet. Transakcija odvajanja podrazumeva jedinstveni način dezinvestiranja imovine budući da ne podrazumeva nikakve gotovinske transakcije.

Izdvajanje i osamostaljivanje delova preduzeća omogućava menadžerima da reorganizuju poslovanje, a investitorima da bolje razumeju i ocene potencijal za kreiranje vrednosti restrukturiranog preduzeća (Krishnaswami & Subramaniam 1999). Takođe, primenom *spin-off* kreiraju se nezavisni entiteti, smanjuju nejasnoće vezane za strategijsku kontrolu i omogućava investitorima da ulažu u pojedinačne izdvojene poslovne segmente. Prezas i Simonyan (2015) ističu da transakcijama izdvajanja poslovnih segmenata najčešće pristupaju preduzeća koja imaju nižu tržišnu vrednost u odnosu na njihovu suštinsku vrednost. Matično preduzeće koje je izvršilo restrukturiranje i izdvojeni entiteti mogu nastaviti saradnju, ali na efikasniji način u odnosu na prethodni period. Dakle, *spin-off* ublažava informacionu asimetriju koja se javljala u sistemima strategijske kontrole, transferiše sredstva kojima je teško odrediti vrednost na tržištu kapitala. Izdvajanje pojedinačnih segmenta preduzeća i njihovo osamostaljivanje dovodi do toga da tržište može biti u stanju da više vrednuje te delove nego kada su kombinovani zajedno.

Javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu (equity carve-out)

Kod *ECO (equity carve-out) transakcije* matično preduzeće prodaje deo vlasništva nad poslovnim segmentom putem inicijalne javne ponude (*initial public offering - IPO*), kreirajući poslovnu jedinicu čijim se akcijama javno trguje i koja će dobiti svoj menadžment tim. Kompanija koja vrši dezinvestiranje, putem *IPO* prodaje deo vlasništva nad poslovnom jedinicom, a zauzvrat dobija gotovinu, koja može biti zadržana od strane poslovne jedinice ili se transferisati matičnom preduzeću.

Matično preduzeće često zadržava kontrolni interes, kreirajući većinsko učešće u poslovnom segmentu. Značajan razlog za zadržavanje većinskog učešća odnosi se na činjenicu da zadržavanje najmanje 80% učešća omogućava konsolidaciju u poreske svrhe. Očuvanje mogućnosti poreske konsolidacije je korisno iz razloga što se poslovni gubici nerentabilnih poslovnih segmenata mogu neutralisati dobitima rentabilnog dela grupe, umanjujući time ukupan porez konsolidovanog entiteta. U SAD-u, ukoliko se zadrži najmanje 80% učešća u poslovnom segmentu može se kasnije izvršiti transakcija izdvajanja (*spin-off*), koja bi bila oslobođena od poreza (Eckbo & Thorburn, 2008).

ECO transakcije su karakteristične u granama u kojima postoji visoka neizvesnost, visok rast prodaje, kao i značajno investiranje u I&R i marketing. Čini se da poslovni segmenti čije se akcije prodaju putem *ECO* transakcija imaju visok potencijal, što pokazuje ratio cena akcija/zarada po akciji, ratio tržišna/knjigovodstvena vrednost, kao i odnos troškova I&R u ove poslovne segmente u odnosu na matično preduzeće. Preduzeća koja vrše prodaju dela vlasništva u poslovnom segmentu su obično velika, kod kojih poslovni segment predstavlja samo mali udeo u ukupnim aktivnostima (Perotti & Rossetto, 2007).

Sudarsanam (2003, 256), ističe da *ECO* transakcije mogu biti motivisane potrebama povećanja fokusa preduzeća, povećanja autonomije poslovnog segmenta ili jačanja svesti na tržištu kapitala o ovim aktivnostima. Kako se putem ove transakcije ostvaruje priliv gotovine, ona pruža mogućnost povećanja sredstava za reinvestiranje u poslovnom segmentu, isplatu dugova ili plaćanje dividendi u matičnom preduzeću. Akcije kreirane za svrhe *ECO* transakcije često se koriste u podsticajnim programima menadžmenta poslovnog segmenta ili kao sredstvo plaćanja kod preuzimanja ukoliko matično preduzeće kasnije odluči da zavisno preduzeće raste (DePamphilis, 2010).

ECO je privremena organizaciona forma budući da najveći broj *ECO* prestaje da postoji, kao nezavisni entitet čijim se akcijama trguje, tokom narednih nekoliko godina, kada se akcije prodaju ili bivaju ponovo preuzete od strane matičnog preduzeća. Schipper i Smith (1986) ističu

da je dve trećine od 76 *ECO* poslovnih segmenata kasnije ponovo preuzeto od strane matičnog preduzeća (23), prodato (17), odvojeno (4) ili likvidirano (4). Pored toga, Klein i ostali (1991) otkrili su da brže dolazi do transakcija prodaje, nego do ponovnih preuzimanja, kao i da je verovatnoća ponovnih preuzimanja veća kada matično preduzeće zadrži 80% i više akcija poslovnog segmenta. Perotti i Rossetto (2007) posmatraju *ECO* transakcije kao način da matično preduzeće dobije informacije od tržišta o vrednosti poslovnog segmenta kao nezavisnog entiteta. Iako je transakcija skupa, doprinosi generisanju informacija o optimalnoj alokaciji vlasništva poslovnog segmenta. Otuda, *ECO* utiče na donošenje prave odluke o tome da li izabrati prodaju poslovnog segmenta ili izvršiti njegovo ponovno preuzimanje, što objašnjava privremenu prirodu *ECO*.

Komparacija transakcija izdvajanja poslovnih segmenata (spin-off vs equity-carve out)

Transakcija *ECO* po određenim karakteristikama podseća na transakciju izdvajanja (*spin-off*) budući da kod obe transakcije dolazi do izdvajanja poslovnog segmenta od matičnog preduzeća, koji nastavlja da posluje kao nezavistan entitet. Međutim, ključna razlika između *spin-off*-a i *ECO* transakcije ogleda se u tome da kod *ECO* transakcije matično preduzeće ostvaruje priliv gotovine od prodaje akcija, dok kod *spin-off*-a, dolazi do izdvajanja poslovnog segmenta od matičnog preduzeća, i matično preduzeće u najvećem broju slučajeva ne ostvaruje priliv gotovine – nove akcije se distribuiraju akcionarima matičnog preduzeća koji će biti vlasnici akcija i u matičnom i odvojenom preduzeću (Gaughan, 2005). Druga razlika odnosi se na činjenicu da, kod transakcije izdvajanja (*spin-off*), matično preduzeće gubi kontrolu nad osamostaljenim entitetom, dok kod *ECO* transakcije matično preduzeće najčešće ne gubi kontrolu, već samo dozvoljava kreiranje manjinskog javnog učešća u sopstvenom kapitalu zavisnog preduzeća (Todorović, 2010).

Postoje određene sličnosti između *ECO* i ostalih tipova javnih ponuda akcija. I kod *ECO* i kod javnih ponuda akcija, preduzeće emituje akcije i zauzvrat ostvaruje priliv gotovine. Međutim, kod javne ponude akcija emituju se nove akcije u matičnom preduzeću, čime se razvodnjava vlasništvo postojećih akcionara (Gaughan, 2005). Kod *ECO*, matično preduzeće izdvaja poslovni segment koji, već duže vremena, nije usklađen sa njegovim planovima, pri čemu ne dolazi do razvodnjavanja kapitala matičnog preduzeća, odnosno broj akcija, akcionara i vlasnička struktura matičnog preduzeća ostaju nepromenjeni. S druge strane, baza akcionara u zavisnom preduzeću može biti različita nego kod matičnog preduzeća, kao rezultat javne prodaje kapitala.

Svakodnevno poslovanje *ECO* poslovnog segmenta je pod snažnom vezom matičnog preduzeća, tako da sinergije mogu i dalje da se realizuju, što predstavlja *prednost* ovog tipa transakcije. Međutim, postoji veliki broj *nedostataka* *ECO* transakcije ukoliko je samo manjinski udeo vlasništva prodat. Glavna slabost odnosi se na pojavu mogućeg konflikta između dva preduzeća. Problem nastaje iz razloga što menadžeri poslovnog segmenta imaju novu grupu akcionara koji imaju različite ciljeve, zahteve i interese u odnosu na prvobitne akcionare. Ovaj konflikt može dovesti do neoptimalnog procesa donošenja odluka i ugroziti performanse oba preduzeća (Rüdisüli, 2005). Pored toga, matično preduzeće koje je još uvek većinski vlasnik poslovnog segmenta, ne može u potpunosti da se fokusira na svoje poslovanje, kada ga još uvek interesuju operativne performanse i strategijski potezi poslovnog segmenta. Menadžment poslovnog segmenta mora da ispuni očekivanja svojih najvećih akcionara i otuda nema potpunu slobodu delovanja. Potencijalni kupci, dobavljači i partneri su toga svesni i oklevaju da potpišu dugoročne ugovore sa poslovnim segmentom. Otuda, *ECO* donosi konflikt interesa, ograničava strategijsku fleksibilnost, ograničava pristup dobavljačima i kupcima. Nedostatak razdvajanja

dva entiteta sprečava poslovni segment, kao i matično preduzeće da u potpunosti ostvare svoje potencijal.

Efekti različitih transakcija izdvajanja poslovnih segmenata preduzeća na vrednost za akcionare

Empirijske studije koje su imale za cilj da izmere efekte primene različitih transakcija dezinvestiranja na performanse, primenjivale su metodologiju studije događaja (*methodology of event study*). Primena ove metodologije podrazumeva praćenje efekata koje dezinvestiranje ima na kretanje cena akcija preduzeća koje vrši transakciju dezinvestiranja u periodu objavljivanja transakcije dezinvestiranja. Model praćenja cena akcija baziran je na utvrđivanju tzv. abnormalnog prinosa (abnormal return - AR). Abnormalni prinos se utvrđuje kao razlika između realizovanog prinosa tokom okvira događaja (vremenskog perioda oko objave dezinvestiranja) i očekivanog prinosa, odnosno normalnog prinosa koji bi se ostvario da nije došlo do objave dezinvestiranja, a čija se procena vrši na bazi prinosa u nekom dužem vremenskom periodu (obično više meseci do godinu dana pre objave dezinvestiranja). Kumulativni abnormalni prinos (cumulative abnormal return - CAR) predstavlja sumu svih abnormalnih prinosa tokom okvira događaja.

Izvori kreiranja vrednosti kod transakcija izdvajanja poslovnih segmenata (spin-off)

Postojeća literatura ukazuje na postojanje pozitivne reakcije cena akcija u periodu oko najave transakcije izdvajanja poslovnih segmenata. U Tabeli 1 predstavljeni su rezultati više empirijskih studija koje su pratile efekte transakcije izdvajanja na kumulativne abnormalne prinose. Pregled ovih empirijskih studija otkriva da je vremenski okvir (okvir događaja) za utvrđivanje kumulativnog abnormalnog prinosa najčešće bio [-1,0] odnosno jedan dan pre objave transakcije i dan objave transakcije dezinvestiranja, mada ima i empirijskih studija koje su pratile kretanje cena akcija tokom četiri dana i kod kojih je vremenski okvir bio [-2,1], odnosno dva dana pre objave transakcije i dan nakon objave transakcije izdvajanja poslovnih segmenata.

Potencijalni izvor kreiranja vrednosti kod transakcija izdvajanja, jeste *povećanje fokusa i otklanjanje negativnih sinergija* koje potiču od nesrodnih poslovnih segmenata. Odvajanje poslovnih segmenata (*spin-off*) eliminiše tendenciju korišćenja novčanih tokova efikasnog poslovanja za finansiranje manje efikasnih poslovnih segmenata.

Daley i ostali (1997), na bazi 85 transakcija izdvajanja u periodu od 1975-1991. godine, pokazuju postojanje značajnih pozitivnih prinosa nakon transakcija izdvajanja koje povećavaju strategijski fokus matičnog preduzeća, dok su prinosi manji kod preduzeća kod kojih izdvojeni deo pripada srodnoj delatnosti, te samim tim ne dolazi do promene strategijskog fokusa. Ovi rezultati potvrđuju tezu da transakcije izdvajanja otklanjaju negativne sinergije između nepovezanih poslovnih segmenata omogućavajući menadžerima da se usmere na aktivnosti koje najbolje poznaju. Desai i Jain (1997), posmatrajući trodnevni period [-1,1], dolaze do zaključka da *spin-off*-ovi koji povećavaju fokus su povezani sa značajnim i većim pozitivnim prinosima i poboljšanjima u operativnim performansama, u poređenju sa *spin-off*-ovima koji ne povećavaju strategijski fokus.

Amihud i Lev (1981) ističu da se dodata vrednost za akcionare ne kreira putem *spin-off*-a, već se *transferiše od poverilaca*. Autori ističu da menadžeri učestvuju u diverzifikaciji kako bi smanjili rizik, čak i ukoliko to znači smanjenje vrednosti za akcionare. Pretpostavka je da smanjivanje rizika kompanije smanjuje vrednost za akcionare i povećava vrednost za poverioce.

Izdvajanje poslovnih segmenata dovodi do smanjivanja diverzifikacije i povećanja vrednosti za akcionare. U ovom kontekstu, povećanje vrednosti za akcionare ne indicira povećanje u vrednosti kompanije, već predstavlja efekat transfera vrednosti od držaoca poverilaca ka akcionarima. Maxwell i Rao (2003), na bazi primera 80 *spin-off*-a između 1976. i 1997. godine pokazuju da su poverioci u proseku podnosili negativne prinose od 0,8% u mesecu objave *spin-off*-a, dok su akcionari zabeležili povećanje prinosa oko 3,6% u istom periodu.

Tabela 1 Kumulativni abnormalni prinosi (CAR) za 2052 transakcija odvajanja na bazi 19 studija, 1962-2000

EMPIRIJSKE STUDIJE	CAR		VELIČINA UZORKA	VREMENSKI PERIOD	VREMENSKI OKVIR
	Prosečna vrednost (%)	Medijana (%)			
Miles and Rosenfeld (1983)	3,3		55	1963-1980	[0,1]
Hite and Owers (1983)	3,3		123	1963-1981	[-1,0]
Schipper and Smith (1983)	2,8		93	1963-1981	[-1,0]
Rosenfeld (1984)	5,6		35	1969-1981	[-1,0]
Vijh (1994)	2,9	2,1	113	1964-1990	[-1,0]
Allen et al. (1995)	2,1		94	1962-1991	[-1,0]
Slovin et al. (1995)	1,3	1,6	37	1980-1991	[0,1]
Daley et al. (1997)	3,4	1,4	85	1975-1991	[-1,0]
Best et al. (1998)	3,4		72	1979-1993	[-1,0]
Desai and Jain (1999)	3,8		144	1975-1991	[-1,1]
Krishnaswami and Subramaniam (1999)	3,1	1,9	118	1979-1993	[-1,0]
Mulherin and Boone (2000)	4,5	3,6	106	1990-1999	[-1,1]
Gurtner et al. (2002)	3,9	2,2	160	1982-1996	[-1,0]
Wruck and Wrock (2002)	3,6		172	1985-1995	[-1,0]
Burch and Nanda (2003)	3,7	3,2	106	1979-1996	[-2,1]
Maxwell and Rao (2003)	3,6	2,6	80	1976-1997	[-1,0]
Seoungpil and Denis (2004)	4,0	3,1	150	1981-1988	[-1,1]
Veld and Veld-Merkoulova (2004)	1,7	0,6	156	1987-2000	[-1,0]
McNeil and Moore (2005)	3,5		153	1980-1996	[-1,1]
Prosečni prinos ponderisan veličinom uzorka	3,3		2052	1962-2000	

Izvor: Eckbo & Thorburn, 2008, 738.

Postoji nekoliko potencijalnih izvora transfera vrednosti od poverilaca ka akcionarima. *Prvo*, *spin-off* može rezultirati u gubitku kolaterala zato što se imovina prenosi poslovnom segmentu. *Drugo*, smanjuje se imovina raspoloživa za likvidaciju u slučaju poslovnog neuspeha. *Treće*, gubitak novčanog toka koji potiče od *spin-off*-a može rezultirati u manjem ukupnom novčanom toku matičnog preduzeća za pokrivanje kamate i izmirenje dugova. *Četvrto*, poverioci mogu da trpe gubitak zbog povećanog rizika koji nastaje eliminisanjem saosiguranja koje pruža postojanje novčanih tokova koji su u negativnoj korelaciji (DePamphilis, 2010, Rüdüsüli, 2005).

Izdvajanje poslovnih segmenata u samostalni entitet može uvećati vrednost zato što dovodi do *otklanjanja asimetrične informisanosti*. Krishnaswami i Subramaniam (1999) ističu da preduzeća koja vrše *spin-off* imaju viši nivo informacione asimetrije u poređenju sa konkurentima, kao i da se informacioni problemi značajno smanjuju nakon *spin-off*-a. Konačno, preduzeća sa većim mogućnostima rasta i preduzeća kojima je neophodan eksterni kapital pokazuju veću sklonost ka *spin-off*-u. Aron (1991) se slaže da do kreiranja vrednosti kod *spin-off*-a dolazi usled činjenice da, nakon transakcije, hartije od vrednosti kojima se trguje pružaju jasnije signale o menadžerskoj produktivnosti u poređenju sa situacijom kada su dva segmenta bila deo kombinovanog preduzeća. Problem kombinovanog preduzeća je da cene akcija ne zavise samo

od napora specifičnog menadžera, već i od napora menadžera ostalih poslovnih segmenata, kao i od eksternog okruženja, na koje menadžer ne može da utiče. Ukoliko menadžer ima averziju prema riziku, kao što pretpostavlja najveći broj modela, zahteva se kompenzacija za preuzeti rizik. Aron (1991) se slaže da je mogućnost *spin-off*-a u budućnosti često dovoljna kao podstrek menadžerima poslovnih segmenata, čak i ukoliko do *spin-off*-a realno i ne dođe. Postojanje mogućnosti realizacije *spin-off*-a u budućnosti utiče na menadžere diviziona da deluju kao da su pod monitoringom i procenom tržišta kapitala.

Izvori kreiranja vrednosti kod transakcija javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu

Istraživanja pokazuju da su prosečni prinosi u periodu objave *ECO* (*equity carve-out*) transakcije pozitivni. U Tabeli 2 prikazani su kumulativni abnormalni prinosi u periodu objave *ECO* transakcije za osam izabranih studija u periodu od 1965-2002. godine. Iz tabele se vidi da su prinosi pozitivni i da se kreću u rasponu od 1,2% do 2,7%. Uzimajući u obzir veličinu uzorka prosečni ponderisani prinos iznosi 1,7%. Ovi prinosi imaju tendenciju da se povećaju sa povećanjem veličine *ECO* transakcije.

Tabela 2 Kumulativni abnormalni prinosi (CAR) za 1050 transakcija *ECO* na bazi 8 selektovanih studija, 1965-2000

Studija	CAR				
	Prosečna vrednost (%)	Medijana (%)	Veličina uzorka	Vremenski period	Vremenski okvir
Schipper and Smith (1986)	1,8		76	1965-1983	[-4,0]
Klein et al. (1991)	2,7		52	1966-1983	[-4,0]
Slovin et al. (1995)	1,2	1,5	32	1980-1991	[0,1]
Allen and McConnell (1998)	2,1		186	1978-1993	[-1,1]
Vijh (1999,2002)	1,9		336	1980-1997	[-1,1]
Mulherin and Boone (2000)	2,3	0,8	125	1990-1999	[-1,1]
Hulburt (2003)	1,6	1,1	172	1981-1994	[-1,0]
Wagner (2004)	1,7		71	1984-2002	[-1,1]
Prosečni prinos ponderisan veličinom uzorka	1,9		1050	1965-2002	

Izvor: Eckbo & Thorburn, 2008, 746.

Kod *ECO* transakcije vrednost za akcionare se kreira putem povećanja fokusa matičnog preduzeća, obezbeđenjem izvora za finansiranje i rešavanjem agencijskog problema.

Jedan od izvora kreiranja vrednosti za akcionare jeste povećanja fokusa matičnog preduzeća. Analizirajući 336 *ECO* transakcija u periodu od 1980-1997. godine, Vijh (2002) zaključuje da su se motivi matičnog preduzeća za uključivanje u ove transakcije najčešće odnosili na nedostatak usklađenosti i fokusa, kao i na potrebu da se izvrši restrukturiranje poslovanja. Vijh (2002) ukazuje da su matična i zavisna preduzeća koja se uključuju u *ECO* transakcije često iz različitih grana i da su prinosi često veći kod *ECO* nepovezanih zavisnih preduzeća (filijala). Ovo je konzistentno sa zajedničkim opažanjem da se *ECO* transakcije preduzimaju za poslovanja koja nisu usklađena sa poslovnom strategijom matičnog preduzeća. Hulburt i ostali (2002) pronašli su da i matična preduzeća i poslovni segmenti poboljšavaju svoje poslovne performanse u odnosu na uporediva preduzeća u godini nakon transakcije. S druge strane, Boone i ostali (2003) pokazuju da poslovne performanse poslovnog segmenta opadaju nakon transakcije. Ovi autori otkrivaju da se poslovne performanse matičnog preduzeća

poboljšavaju samo kada se ono u potpunosti odrekne svog vlasništva u poslovnom segmentu nakon četiri godine.

Dodatni izvor kreiranja vrednosti za akcionare jeste obezbeđivanjem dodatnih izvora finansiranja. Postojanje asimetrične informisanosti između preduzeća i spoljašnjih investitora ima tendenciju da poveća troškove kapitala. Pre *ECO* transakcije, spoljašnji investitori imaju pristup finansijskim informacijama matičnog preduzeća, dok je pristupačnost informacijama poslovnog segmenta ograničena. Ovo može dovesti do povećanja troškova finansiranja na nivou poslovnog segmenta. Budući da poslovni segment čijim se akcijama javno trguje povećava kvalitet raspoloživih finansijskih informacija investitorima, *ECO* transakcije pomažu u finansiranju rasta poslovnog segmenta (Eckbo & Thorburn, 2008). Istraživanje koje su sproveli Schipper i Smith (1986) pokazalo je da je najčešći motiv za preduzimanje *ECO* transakcije obezbeđenje finansiranja budućeg rasta poslovnog segmenta. U pokušaju sagledavanja različitih efekata koje transakcije *spin-off* i *ECO* izazivaju, Michaely i Shaw (1995) sproveli su studiju koja je obuhvatila transakcije izvršene u periodu od 1981. do 1989. godine. Ovi autori pripisuju više troškove *ECO* većoj pažnji i strožijem obelodanjivanju standarda u vezi sa kontinuiranom kontrolom od strane matičnog preduzeća. Oni takođe ukazuju, da usled postojanja viših troškova, *ECO* transakcije su atraktivnije za preduzeća koja imaju relativno niži stepen zaduženosti, a visok kvalitet aktive. Autori zaključuju da preduzeća koja su u većoj meri zadužena biraju transakcije *spin-off*, dok veća preduzeća sa manjim stepenom zaduženosti radije učestvuju u *ECO* transakcijama.

Još jedan od izvora kreiranja vrednosti za akcionare jeste rešavanje agencijskog problema. Imajući u vidu činjenicu da neki menadžeri ne preferiraju prodaju imovine zato što njihove kompenzacije zavise od veličine preduzeća kojim upravljaju, Allen i McConnell (1998) ukazuju da *ECO* transakcije mogu biti korišćene umesto prodaje poslovnih segmenata, kako bi se dozvolilo menadžerima da zadrže kontrolu nad imovinom. Na primeru 188 *ECO* transakcija, Allen i McConnell (1998) pronašli su da matično preduzeće ima relativno loše performanse pre iniciranja *ECO*: viši stepen zaduženosti, nižu profitabilnost, manji prinos na imovinu u odnosu na konkurente u grani. Autori su takođe otkrili da reakcija investitora na objavu transakcije zavisi od toga kako se sredstva koriste. Ako će biti upotrebljena za izmirenje dugova ili isplatu dividendi, prinos je 7% u poređenju sa minimalnim prinosima za one situacije kada se sredstva reinvestiraju u preduzeće.

Zaključak

Talasi korporativne diverzifikacije i korporativnog refokusiranja povećavaju broj dezinvestiranja tokom poslednjih decenija. 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 takvim situacijama preduzeće može da proceni da je pregrupisanje imovine putem dezinvestiranja neophodno zbog povećanja menadžerske efikasnosti, smanjivanja kompleksnosti preduzeća, kreiranja veće vrednosti za akcionare. Dezinvestirajući *spin-off* poduhvati mogu formiraju se putem transakcija izdvajanja poslovnih segmenta (*spin-off*) i javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu (*equity carve-out*). Kod *spin-off* transakcije, akcionari matičnog preduzeća dobijaju akcije odvojenog poslovnog segmenta koji postaje potpuno nezavisno akcionarsko društvo čijim se akcijama trguje nezavisno od akcija matičnog preduzeća. Prednosti ovakve transakcije ogledaju se u fokusiranju oba preduzeća na sopstveno poslovanje, ostvarivanju potpune poslovne i strategijske slobode, korišćenju eksternih mogućnosti finansiranja prilagođenih sopstvenim potrebama, dok se kao nedostaci ističu

gubljenje mogućnosti ostvarivanja zajedničkih sinergija, kao i nemogućnost pristupa internom tržištu kapitala svog ranijeg matičnog preduzeća. Kod ECO, matično preduzeće odvaja poslovni segment koji, već duže vremena, nije usklađen sa njegovim planovima, pri čemu zadržava kontrolu nad poslovnim segmentom, dozvoljavajući kreiranje manjinskog javnog učešća. Mogućnost ostvarivanja zajedničkih sinergija predstavlja očiglednu prednost ovog tipa transakcije, dok su nedostaci brojni i ogledaju se, pre svega, u mogućnosti pojave konflikta interesa, budući da se javljaju novi akcionari koji mogu imati različite ciljeve i interese u odnosu na postojeće akcionare. Pored toga, baveći se sopstvenim, kao i poslovanjem zavisnog preduzeća, matično preduzeće ne ostvaruje strateški fokus. Rezultati empirijskih istraživanja pokazuju da tržište pozitivno reaguje na objavu transakcija izdvajanja poslovnih segmenata i javne prodaje vlasništva u poslovnom segmentu, odnosno da dolazi do rasta cena akcija u periodu objave transakcija.

Reference

1. Allen, J. & McConnell, J. (1998). Equity Carve-Outs and Managerial Discretion. *Journal of Finance*, 56, 163-186.
2. Amihud, Y. & Lev, B. (1981). Risk Reduction as a Managerial Motive for Conglomerate Mergers, *The Bell Journal of Economics*, 12 (2), 605-617.
3. Aron, D. (1991). Using the capital market as a monitor: corporate spinoffs in an agency framework. *RAND Journal of Economics*, 22(4), 505-518.
4. Bigliardi, B, Galati, F. & Verbano, C. (2013). Evaluating Performance of University Spin-Off Companies: Lessons from Italy, *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(2), 178-188.
5. Boone, A., Haushalter, D. & Mikkelsen, W. (2003). An Investigation of the gains from Specialized Equity Claims. *Financial Management*, 32, 67-83.
6. Daley, L., Mehrotra, V. & Sivakumar, R. (1997). Corporate focus and value creation: evidence from spinoffs, *Journal of Financial Economics*, 45, 257-281.
7. DePamphilis, D. (2010). *Mergers, Acquisitions, and Other Restructuring Activities- Integrated Approach to process, Tools, Cases, and Solutions*, Fifth Edition, Academic Press Advanced Finance
8. Desai, H. & Jain, P. (1997). Long-run common stock returns following splits and reverse splits. *Journal of Business*, 70, 409-433.
9. 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).
10. Gaughan, A.P.(2002). *Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings*, Third edition, John Wiley & Sons.
11. Gaughan, P. (2005). *Mergers – What Can Go Wrong and How to Prevent It*, Third edition, John Wiley & Sons, Inc.
12. 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.
13. Hulburt, H.M., Miles, J.A. & Woolridge, J.R. (2002). Value Creation from Equity Carve-Outs, *Financial Management*, 31, 83-100.
14. Krishnaswami, S., & Subramaniam, V. (1999). Information asymmetry, valuation, and the corporate spin-off decision. *Journal of Financial Economics*, 73-112.
15. Maxwell, W., Rao, R. (2003). Do Spin-offs Expropriate Wealth from Bondholders? *Journal of Finance*, 58, 2087-2108.

16. Michaely, R. & W.Shaw. (1995). The Choice of Going Public: Spin-offs vs. Carve Outs, *Financial Management*, 24 (3), 5-21.
17. Moschieri, C. (2011). The implementation and structuring of divestitures: the unit's perspective. *Strategic Management Journal*, 32, 368-401.
18. Nguyen, P. Rahman, N. & Zhao, R. (2013). Ownership structure and divestiture decisions: Evidence from Australian firms. *International Review of Financial Analysis*, 30, 170-181.
19. Parhankangas, A., & Arenius, P. (2003). From a corporate venture to an independent company: a base for a taxonomy for corporate spin-off firms, *Research Policy*, 32, 463-481
20. Parhankangas, A., Arenius, P., (2003) From a corporate venture to an independent company: a base for a taxonomy for corporate spin-off firms, *Research Policy*, Vol. 32, pp. 463-481
21. Perotti, E. & Rossetto, S. (2007). Unlocking value: Equity carve outs as strategic real options. *Journal of Corporate Finance*, 13, 771-791.
22. Prezas, A. & Simonyan, K. (2015). Corporate divestitures: Spin-offs vs. sell-offs, *Journal of Corporate Finance*, 34, 83-107.
23. Rüdüsüli, R. (2005). *Value Creation of Spin-offs and Carve-outs*. PhD Dissertation, The Faculty of Economics University of Basel.
24. Schipper K. & Smith A.(1986). Comparison of Equity Caveats and Seasoned Equity Offerings: Share Price Effects and Corporate Restructuring. *Journal of Financial Economics*, 153-186.
25. Sudarsanam, S. (2003). *Creating Value form Mergers and Acquisitions – The Challenges, An Integrated and International Perspective*, Prentice Hall.
26. Todorović, M. (2010). *Poslovno i finansijsko restrukturiranje preduzeća*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
27. Vijh, A.M. (2002). The Positive Announcement-Period Returns of Equity Carveouts: Asymmetric Information or Divestiture gains? *Journal of Business*, 75, 153-190.
28. Weston, F.J., Mitchell, M.L., & Mulherin, J.H. (2004). *Takeovers, Restructuring and Corporate Governance*, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc
29. „Sl. glasnik RS“, br. 36/2011, 99/2011, 83/2014 -dr.zakon, 5/2015, 44/2018 i 95/2018)

ALTERNATIVNI PRISTUPI IMPLEMENTACIJI KORPORATIVNIH PREUZETNIČKIH PODUHVATA

Jelena Erić Nielsen* i Jelena Nikolić**

Korporativni poduhvati i strategijsko preduzetništvo predstavljaju osnovne organizacione manifestacije korporativnog preduzetništva. Kreiranje korporativnih poduhvata se odnosi na korake koji se preduzimaju u kreiranju novog posla i njegovog integrisanja u postojeći poslovni portfolio. To se može postići kroz interne, zajedničke ili eksterne korporativne poduhvate. Kreiranje poduhvata omogućava menadžmentu procenu novih proizvoda, tehnologija i tržišta u relativno ranim fazama njihovog razvoja. Preduzetnički naponi mogu, ali ne moraju voditi nastanku nove organizacione jedinice, shodno čemu se može napraviti distinkcija između dva tipa korporativnih poduhvata: eksterni i interni. U radu se istražuju karakteristike, sličnosti i razlike zajedničkih ulaganja, *spin-off* poduhvata i investicija smelog kapitala kao ključnih eksternih poduhvata i različitih oblika internih poduhvata. Bez obzira na oblik korporativnih poduhvata, razumevanje razloga kreiranja korporativnih poduhvata je kritično za efektivno upravljanje i evaluaciju njihove uspešnosti. Shodno navedenom, posebno se analiziraju motivi za njihovo preduzimanje koji mogu biti različiti, a kao osnovni se izdvajaju izgradnja inovativnih kapaciteta kao osnove za kreiranje preduzetničke organizacije i kulture inovativnosti, kreiranje veće vrednosti na bazi postojećih organizacionih kompetencija i generisanje brzih finansijskih efekata.

Ključne reči: preduzetnički poduhvati, eksterni korporativni poduhvati, interni korporativni poduhvati, strategijsko preduzetništvo, konkurentska prednost

Uvod

Moderne organizacije se suočavaju sa imperativom da postanu preduzetničke kako bi opstale i rasle u uslovima ekstremno konkurentskog okruženja. Ovaj cilj nameće dilemu u kom stepenu su strukture i procesi razvijeni u tradicionalnim korporacijama primenljivi u novom kontekstu. Dva preduzeća koje odlikuje sličan stepen preduzetničke intenzivnosti u praksi mogu na različite načine implementirati korporativno preduzetništvo. Osnovne organizacione manifestacije korporativnog preduzetništva su korporativni poduhvati, odnosno kreiranje novih poslova ili poduhvata, i strategijsko preduzetništvo, koje se odnosi na različite oblike organizacione obnove postojeće organizacije.

Kreiranje novih poduhvata menadžmentu omogućava procenu novih proizvoda, tehnologija i tržišta u relativno ranim fazama njihovog razvoja. Preduzetnički naponi mogu, ali ne moraju voditi nastanku nove organizacione jedinice. Za razliku od kreiranja novih poduhvata, strategijsko preduzetništvo obuhvata aktivnosti obnove koje podižu kapacitet organizacije da konkuriše i preuzima rizik, i ona može, ali ne mora podrazumevati pridodavanje novog posla u organizaciji. Suštinska razlika između ova dva pristupa je da kreiranje korporativnih poduhvata podrazumeva kreiranje novog posla, dok se strategijsko preduzetništvo odnosi na rekonfiguraciju postojećeg.

Polazeći od značaja koji kreiranje novog posla ima za ostvarivanje konkurentske prednosti, u radu se istražuju eksterni i interni korporativni poduhvati kao alternativni pristupi implementaciji preduzetničkih napora. Kreiranje korporativnih poduhvata se odnosi na interne

* Vanredni profesor, e-mail: jelena_eric@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, e-mail: jnikolic@kg.ac.rs

preduzetničke aktivnosti koje za rezultat imaju kreiranje novog posla u okviru postojeće organizacije i obuhvata različite načine formiranja ili investiranja u nove poslove. Korporativni poduhvati se razvrstavaju prema tome u kom stepenu se nalaze u domenu postojeće organizacije i mogu biti eksterni i interni. Zajednička ulaganja, *spin-off* poduhvati i investicije smelog kapitala predstavljaju ključne eksterne poduhvate koji su smešteni izvan granica organizacije, dok interni poduhvati nastaju isključivo u okviru postojeće organizacione strukture i variraju u zavisnosti od strukture autonomije, stepena povezanosti, stepena inovativnosti i prirode podrške kao najvažnijih dimenzija. Cilj istraživanja je da se identifikuju ključne karakteristike, sličnosti i razlike navedenih oblika korporativnih poduhvata, kao i motivi njihovog preduzimanja. Razumevanje motiva preduzimanja korporativnih poduhvata je od posebne važnosti, jer sistemi kontrole i ocene performansi poduhvata zavise od kriterijuma koji proizilaze iz motiva njihovog osnivanja.

Shodno definisanom predmetu i cilju istraživanja, u radu je ukazano na značaj koji kreiranje korporativnih poduhvata ima za ostvarivanje konkurentne prednosti. Posebno su objašnjeni eksterni i interni korporativni poduhvati kao osnovni oblici manifestacije preduzetničkih napora. Analizirane su karakteristike i motivi nastanka zajedničkih ulaganja, *spin-off* poduhvata i investicija smelog kapitala kao različitih oblika eksternih korporativnih poduhvata. Ukazano je na specifičnosti internih korporativnih poduhvata u zavisnosti od strukture autonomije, stepena povezanosti, stepena inovativnosti i prirode podrške kao najvažnijih dimenzija. Istražene su sličnosti i razlike navedenih oblika korporativnih poduhvata i identifikovane potencijalne forme korporativnih poduhvata u različitim organizacionim kontekstima.

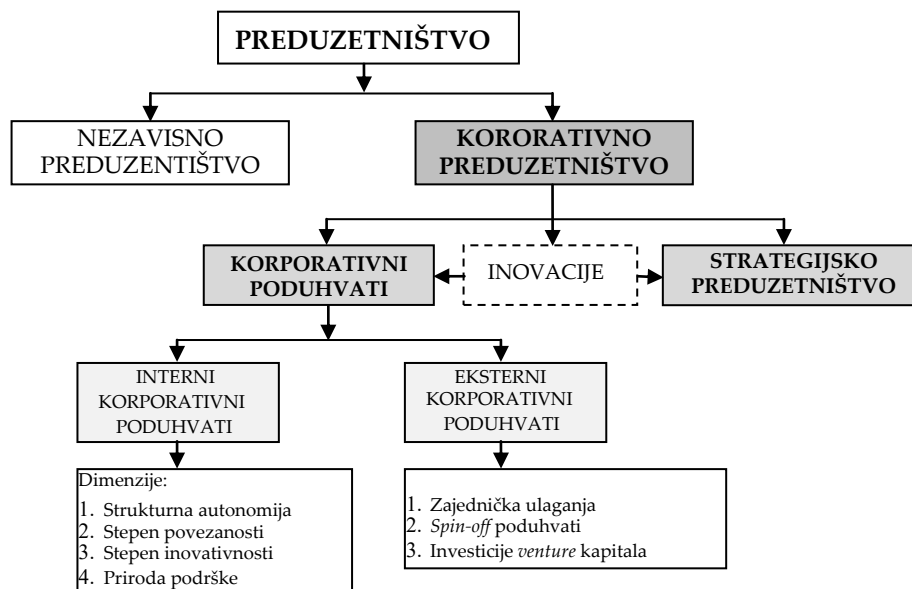
Značaj i organizacione forme korporativnog preduzetništva

U okviru postojećih organizacija, korporativno preduzetništvo obuhvata sledeće aktivnosti (Zahra, 1996; Guth & Ginsberg, 1990): kreiranje novog posla u okviru postojeće organizacije; transformaciju organizacije kroz obnovu ili preoblikovanje ključnih vrednosti i inoviranje. Prvi oblik aktivnosti se odnosi na *kreiranje korporativnih poduhvata* (tj. interne korporativne poduhvate, intrapreduzetništvo, odnosno interno inoviranje), a druga na *strategijsko preduzetništvo* (tj. strategijsku obnovu (Guth & Ginsberg, 1990), strategijsku promenu, revitalizaciju i transformaciju (Schendel, 1990), strategijsko preusmeravanje (Vesper, 1984), reorganizaciju, redefiniciju (Zahra, 1993a, 1993b), organizacionu obnovu (Stopford & Baden-Fuller, 1994) itd.) (Kuratko & Audretsch, 2009) (Slika 1).

Prema Slici 1, postoji značajna i izražena heterogenost organizacionih manifestacija i formi implementacije korporativnog preduzetništva, u zavisnosti od toga da li se ono tretira kao proces u kome jedan, odnosno više zaposlenih u okviru ili van preduzeća kreira nov poduhvat, ili se pak inicira obnova i inoviranje same organizacije (Westhead et al., 2011, s. 135). Implementacija korporativnih preduzetničkih napora obuhvata (Guth & Ginsberg, 1990; Zahra, 1993): kreiranje korporativnih poduhvata i strategijsko preduzetništvo.

Kreiranje korporativnih poduhvata se odnosi na interne preduzetničke aktivnosti koje za rezultat imaju kreiranje novog posla u okviru postojeće organizacije. On može nastati iz inoviranja proizvoda, pristupa tržištu ili kombinacije navedenog. Ove aktivnosti mogu, ali ne moraju voditi kreiranju novog organizacionog dela, u strukturnom smislu (npr. novog divizionu). Kreiranje novih korporativnih poduhvata se odnosi na različite načine formiranja ili investiranja u nove poslove (Morris et al., 2008, s. 81). Ono obuhvata formiranje poslovnih poduhvata u novim područjima kompetencija, dodavanje novih srodnih poslovnih aktivnosti u domenu već postojećih, kao i investiranje u nove eksterne poslove. Novi poslovi mogu podrazumevati promene na tržištima, proizvodima, ali i u samoj organizacionoj strukturi.

Kompanija može istovremeno biti angažovana u nekoliko različitih korporativnih poduhvata, u zavisnosti od njene strategijske orijentacije i potencijala. Idealni korporativni poduhvat ima sledeće karakteristike: usklađen je sa važećim strategijama, zahteva niska inicijalna ulaganja, korporativni preduzetnik ili osnivački tim je iskusan i razume proizvod/uslugu, pretnja od konkurenata je niska, tehnologija je jedinstvena, potencijal rasta je visok, kao i stopa povraćaja na investiciju. Poduhvat se odnosi na aktivnosti koje su nove za organizaciju, iniciran je interno, karakteriše ga visoka neizvesnost i rizik, a preduzet je sa ciljem povećanja prodaje, profita, produktivnosti ili kvaliteta (Westhead et al, s. 135-140).



Slika 1 Vrste korporativnog preduzetništva

Izvor: Autori, prema Sharma & Chrisman, (1999)

Mogu se identifikovati različiti motivi za kreiranje novih poduhvata. Razumevanje razloga kreiranja korporativnih poduhvata je kritično za efektivno upravljanje i evaluaciju njihove uspešnosti. Za sprovođenje evaluacije važno je znati koji su inicijalni ciljevi. Sistemi kontrole i ocene performansi poduhvata zavise od kriterijuma koji proizilaze iz motiva njihovog osnivanja. Prema Tid & Taurins (1999) postoje dve grupe motiva koji su uticali na pokretanje novih poduhvata: prvo, eksploatacija postojećih kompetencija na novim tržištima ili proizvodima; drugo, učenje, odnosno sticanje novih znanja i veština koje mogu biti od koristi na postojećim tržištima ili proizvodima. Ostali specifični motivi se odnose na: *iskorišćenje neiskorišćenih resursa* – izgradnja novog posla na bazi internih kapaciteta koji su duže vreme bili zanemareni; *izvlačenje dodatne vrednosti iz postojećih kapaciteta* – kreiranje novog posla na bazi znanja, sposobnosti ili drugih resursa koji se mogu dodatno iskoristiti u postojećoj konstelaciji proizvod/tržište; *primena konkurentskog pritiska na interne dobavljače* – izgraditi novi posao koji postaje alternativni izvor snabdevanja već postojećim internim izvorima; *diversifikovanje rizika i troškova razvoja proizvoda* – ciljno tržište novog posla ima veći potencijal od potencijalnog tržišta za koje je razvijen novi proizvod na bazi jezgra kompetentnosti; *investiranje u aktivnosti koje nisu u jezgru kompetencija* – kreira se novi posao da bi se iskoristile raspoložive povoljne poslovne prilike za koje preduzeće ranije nije bilo strateški zainteresovano.

Prema studiji koju su sprovedi Miles & Covin (2002) identifikovana su tri osnovna motiva za pokretanje korporativnih poduhvata: Izgradnja inovativnih kapaciteta kao osnove za *kreiranje preduzetničke organizacije i kulture inovativnosti*; *kreiranje veće vrednosti* na bazi postojećih organizacionih kompetencija, kao i proširenje znanja i operacija u područja od potencijalnog

strategijskog značaja i generisanje *brzih finansijskih efekata*, jer se novi poslovi često nalaze u povezanim, i istovremeno veoma unosnim delatnostima. Postoje preduzeća koja se u kreiranje korporativnih poduhvata upuštaju isključivo vođena potencijalnim prinosom na investiciju, bez očekivanja da se novi poduhvat strategijski uklopi u postojeće poslovne aktivnosti.

Pored korporativnih poduhvata, u hijerarhiji korporativnog preduzetništva pojavljuje se strategijsko preduzetništvo. *Strategijsko preduzetništvo* podrazumeva korporativne preduzetničke napore koji rezultiraju značajnim promenama korporativne ili poslovne strategije, ili strukture. Ovim promenama se menjaju relacije, u samoj organizaciji ili između organizacije i spoljnog okruženja, a u najvećem broju slučajeva podrazumevaju postojanje neke vrste inovacije. Aktivnosti obnove se odvijaju interno, na nivou organizacije, i ne tretiraju se kao kreiranje novog posla. Strategijsko preduzetništvo podrazumeva inoviranje strategije, proizvoda, organizacije (strukture, procesa i kapaciteta), ali i promenu tržišta ili poslovnog modela. Istraživači Moris et al. (2008) kao i Kurakto & Audretsch (2009) su prvi upotrebili termin strategijsko preduzetništvo, u težnji da pojmovno preciziraju aktivnosti identifikacije i eksploatacije šansi usmerene na kreiranje i održanje konkurentske prednosti (Ireland et al., 2003). Sharma i Chrisman (1999) ističu da se strategijsko preduzetništvo odnosi na korporativne preduzetničke napore koji razultuju značajnim promenama na nivou koprorativne strategije ili strukture. Ove promene utiču na promenu pređašnjih veza u samoj organizaciji ili u njenom odnosu sa eksternim okruženjem, i u najvećem broju slučajeva podrazumevaju postojanje inovacije.

Tipologija korporativnih poduhvata

Korporativni poduhvat podrazumeva kreiranje novog posla, ali *šta je nov posao* je pitanje oko koga nema potpune saglasnosti. Jedan mogući pristup definisanja odgovora na ovo pitanje je kombinovanje različitih dimenzija - *nov/postojeći, proizvod/tržište* koje opredeljuju primenu strategije penetracije, razvoja proizvoda, razvoja tržišta ili strategiju diversifikacije. Strogo posmatrano, najrestriktivnija definicija novog posla odgovarala bi samo diversifikaciji. To znači da, kada se organizacija nađe u situaciji da se susretne sa novim segmentima ili kategorijama kupaca, i prodaje im proizvod ili uslugu koju nije ranije nudila, onda ona ulazi u novi posao. Ipak, postoji i manje restriktivan način da se definiše novi posao, koji je konzistentniji sa konvencionalnom upotrebom termina (Morris et al., 2008, ss. 82-85).

Originalna matrica *nov/postojeći proizvod/tržište* se može modifikovati tako da obuhvati varijacije u pogledu toga šta je nov proizvod ili novo tržište. Matrica prikazana na Slici 2 odslikava varijetete koji se odnose na to da tržište može biti novo za preduzeće ili za ceo svet, a da proizvod može biti nov u okviru postojeće ili doprineti kreiranju potpuno nove industrije.

Prema Slici 2, preduzeće ne mora pomeriti sa postojećih pozicija u pogledu tržišta ili proizvoda, ali da ipak uđe u novi posao, kao i da se neke varijacije u razvoju proizvoda i tržišta mogu tretirati kao novi korporativni poduhvati. Bez obzira na način određivanja novog posla, kreiranje koprorativnih poduhvata se odnosi na korake koji se preduzimaju u kreiranju novog posla i njegovog integrisanja u postojeći poslovni portfolio (Narayan et al., 2009).

Bez obzira na motive nastanka poduhvata, oni se razvrstavaju prema tome u kom stepenu se nalaze u domenu postojeće organizacije. Može se napraviti distinkcija između dva tipa korporativnih poduhvata (Westhead et al., 2011, ss. 135-140): eksterni i interni korporativni poduhvati. *Eksterni korporativni poduhvati* podrazumevaju nastanak poluautonomnih ili autonomnih organizacionih entiteta koji su locirani van granica organizacije, i mogu imati formu zajedničkih ulaganja, *spin-off* poduhvata, investicija fondova smelog kapitala (engl. *venture capital*) itd. *Interni korporativni poduhvati* se odnose na aktivnosti koje rezultiraju

kreiranjem organizacionih delova u okviru organizacije, a razlikuju se u zavisnosti od dimenzija koje ih determinišu, a to su strukturna autonomija, povezanost sa postojećim poslovnim aktivnostima, stepen inovativnosti i priroda podrške.

Tržišni fokus preduzetničke inicijative	Kreiranje tržišta				NOVI POSAO
	Novo (za preduzeće) tržište				
	Širenje tržišta				
	Postojeće tržište	SADAŠNJI POSAO			
		Postojeći proizvod u postojećoj delatnosti	Širenje proizvodne linije u postojećoj delatnosti	Nov (za preduzeće) proizvod u postojećoj delatnosti	Ulazak i/ili kreiranje nove delatnosti
		Proizvodni fokus preduzetničke inicijative			

Slika 2 Određivanje domena novog posla

Izvor: Morris, Kuratko & Covin, (2008), 83

Klasifikacija korporativnih poduhvata se može izvršiti ne samo prema tome da li su oni nastali u okviru organizacije ili van nje, već i da li je u njihovom kreiranju postojao neki vid investicionog posredovanja (Miles & Covin, 2002). Na primer, o kreiranju korporativnih poduhvata se može govoriti kada veliko preduzeće investira u malo ili kada ulaže u investicioni fond koji predstavlja posrednika između organizacije i poduhvata u koji se ulaže. Postojanje investicionih posrednika zavisi od: stepena posvećenosti organizacije preduzetničkoj inicijativi; preferiranog nivoa kontrole nad preduzetničkim poduhvatom; sposobnosti da se prihvati i upravlja rizikom; poželjnog nivoa tržišne diversifikacije. Shodno navedenom, eksterni i interni korporativni poduhvati mogu da budu direktni ili indirektni u zavisnosti od načina investiranja (Slika 3).

		Prisustvo institucionalnih posrednika	
		Direktne investicije u poduhvate kroz interne operacije ili strategijsko budžetiranje	Indirektne investicije u poduhvate uz pomoć finansijskih posrednika
Fokus preduzetništva	Interni	Direktni interni poduhvati	Indirektni interni poduhvati
	Eksterni	Direktni eksterni poduhvati	Indirektni eksterni poduhvati

Slika 3 Tipologija korporativnih poduhvata

Izvor: Miles & Covin, (2002), 24

Direktno kreiranje poduhvata podrazumeva inoviranje kroz direktno investiranje preduzeća u nove poduhvate, koji mogu imati oblik filijale, podružnice, *spin-off* organizacionog dela ili potpuno nezavisnog entiteta. *Indirektno kreiranje poduhvata* se odnosi na investicije preduzeća u interni ili eksterni fond smelog kapitala, čiji menadžment zatim donosi odluke o daljim investicijama. Oba ova modaliteta mogu biti u praksi primenjena paralelno jer su komplementarni i imaju kompatibilne ciljeve. Na Slici 3 prikazana je tipologija korporativnih

poduhvata u zavisnosti od toga da li su preduzetnički napori fokusirani interno ili eksterno, kao i da li u njihovoj implementaciji postoje investicioni posrednici ili ne.

Direktni interni korporativni poduhvati su najjednostavniji i u literaturi najviše proučavani oblici korporativnih poduhvata. Zaposleni sa novim idejama se ohrabruju da svoje ideje razvijaju i komercijalno uobliče u okviru postojeće organizacione strukture, koristeći resurse koji im stoje na raspolaganju (Miles & Covin, 2002). Osnovne prednosti ovog tipa korporativnih poduhvata ogledaju se u razvoju organizacionih kapaciteta i resursa kao što je opipljivo znanje, ali i u prihvatanju autonomnog preduzetničkog ponašanja kao poželjnog i usaglašenog sa željenom kulturom promena i razvoja ljudskih resursa. Ipak, postoje i neki nedostaci ovog tipa poduhvata. Prvo, ovo je najskuplji način osnivanja poduhvata. Drugo, korporativni preduzetnici koji oseće da nisu dovoljno vrednovani i podržani mogu napustiti organizaciju i osnovati konkurentsko preduzeće. Treće, interni poduhvati mogu lako prouzrokovati interne konflikte kako između, tako i unutar organizacionih jedinica, posebno oko pitanja alokacije resursa. Četvrto, neprekidno je prisutan strah od neuspeha, što za posledicu može imati nespремnost da se preuzme rizik kreiranja poduhvata.

Indirektni interni korporativni poduhvati nastaju kada organizacija investira u investicioni fond smelog kapitala koji je dizajniran sa ciljem da zaposlene ohrabri da razvijaju interne poduhvate. Fond je uglavnom kreiran i funkcioniše pod rukovodstvom samih zaposlenih. Osnovna razlika u odnosu na direktne interne poduhvate je u načinu finansiranja i obezbeđenja podrške. Za razliku od direktnih internih poduhvata kod indirektnih postoji nezavisni mehanizam posredovanja koji evaluira kvalitet korporativnih preduzetničkih ideja. Ovaj model kreiranja poduhvata ima prednosti koje se ogledaju u ohrabrivanju preduzetničkih inicijativa na nižim organizacionim nivoima i povećava brzinu osnivanja novih korporativnih poduhvata. Potencijalni rizici su slični kao i kod direktnih internih poduhvata: mogući su značajni finansijski gubici, može doći do konflikata između novih i postojećih poslova, a u slučaju postojanja eksternog partnera investitora profit se deli, što takođe može prouzrokovati nezadovoljstvo. Ovaj tip korporativnih poduhvata ima veliku prednost koja proizilazi iz činjenice da doprinosi racionalnoj alokaciji resursa, zahvaljujući prilično nezavisnoj i nepristrasnoj oceni potencijala novih preduzetničkih ideja.

Direktni eksterni korporativni poduhvati nastaju kada organizacija sprovodi akviziciju ili kupovinu akcija eksternog preduzetničkog poduhvata osnovanog od strane trećeg lica. Moguće je investirati kapital, sprovesti transfer inovativne tehnologije, resursa, znanja, pa čak i preduzetničkog menadžmenta između entiteta. Ovaj tip korporativnih poduhvata obuhvata i zajednička ulaganja, odnosno strategijska partnerstva velikog preduzeća sa malim, preduzetnički orijentisanim poduhvatima, koji tako dobijaju pristup tržištima i izvorima finansiranja. Potencijalne prednosti za veće preduzeće koje ulazi u ovakvo partnerstvo su višestruke. Prvo, dobija pristup novim tržištima, inovativnim tehnologijama i drugim oblicima znanja. Drugo, jača reputaciju, posebno ako posluje u tradicionalnim industrijskim granama, čime demonstrira posvećenost novim dostignućima. Treće, značajne su strategijske koristi i povećava se fleksibilnost preduzeća. Četvrto, raste potencijal ostvarenja pozitivnih finansijskih efekata. Peto, bolji uvid i pristup potencijalnim kandidatima za akviziciju. Šesto, u nekim pravnim sistemima postoji mogućnost ostvarivanja poreskih olakšica.

Indirektni eksterni korporativni poduhvati nastaju kada organizacija investira u fond smelog kapitala koji ulaže u eksterne poduhvate u specifičnim industrijama ili tehnološkim sektorima. Postoje dva načina kreiranja ovog tipa poduhvata. Prvi podrazumeva da je investicioni fond eksterni, dakle nezavisno pravno lice van organizacije, kojim upravljaju spoljni eksperti. U ovoj situaciji organizacija je samo jedan od investitora koje fond okuplja, i obično ima strategijske ili finansijske motive za ulaganje. Drugi način podrazumeva da se investicioni fond može nalaziti u

samoj organizaciji, pod upravom zaposlenih. Organizacijama koje ne žele da se samopostalno upuštaju u rizičnu aktivnost osnivanja poduhvata na raspolaganju stoje i druge mogućnosti zajedničkog investiranja, angažovanje eksternog fonda da upravlja internim investicionim fondom, ili kreiranje konzorcijuma investitora. Ono što je svim pomenutim modalitetima zajedničko je da se investira u eksterni poduhvat koji ima značajan finansijski ili strategijski potencijal. Cilj može biti proširenje postojećih i kreiranje novih tržišta za nove proizvode ili tehnologije. Prednost ovog načina kreiranja novih poduhvata leže u tome što reducira interne troškove *due diligence* procedure, jer se oni dele između investitora. Organizacija stiče nova znanja o tržištima, nastajućim tehnologijama ili potencijalnim kandidatima za akviziciju, iako investiranje u indirektno eksterne poduhvate po pravilu ne podrazumeva direktan transfer tehnologije, znanja, reputacije, brenda ili intelektualne svojine, tako da oni nisu izloženi riziku. Finansijski efekti uspešnog investiranja u eksterne poduhvate mogu biti ekstremno visoki, ali je rizik njihovog ostvarivanja osnovni nedostatak. Osim toga, ne dolazi do promene organizacione kulture, a preti i tzv. postakvizicioni pad performansi.

Shodno navedenoj klasifikaciji korporativnih poduhvata, jedno od najvažnijih pitanja sa kojima se suočava menadžment je kako odrediti koje su forme korporativnih poduhvata najadekvatnije za ostvarivanje specifičnih ciljeva. Menadžment organizacija se opredeljuje da započne korporativne preduzetničke poduhvate radi ostvarenja organizacionog razvoja i promene kulture, strategijskih koristi i finansijskih efekata. Organizacije imaju različite ciljeve, kojima odgovaraju različite forme korporativnih poduhvata (Tabela 2). Generalno, menadžment koji preferira veću kontrolu, daće prednost direktnim poduhvatima.

Korporativni poduhvati za preduzeća predstavljaju način za izgradnju inovativnih i preduzetničkih sposobnosti. Menadžment shvata da je neprekidno inoviranje neophodnost, u suprotnom će dugoročna konkurentska prednost biti ugrožena. Kreiranje poduhvata je jedan od mehanizama pomoću kojih preduzeća postaje otvorenije i kompetentnije za izvođenje promena. Zato su za preduzeća koja teže organizacionom razvoju i promeni kulture najadekvatniji interni poduhvati. Jak pokretač predstavlja težnja da se kreira dodatna vrednost na bazi postojećih organizacionih kompetencija ili da se sprovede strategijsko repozicioniranje. Preduzeća koja kreiraju nove poduhvate iz strategijskih razloga često kombinuju interni i eksterni pristup. Dugoročno, strategijski interesi će biti najbolje zadovoljeni ukoliko se ne oslanjaju isključivo na interni razvoj novih poslova. Interni i eksterni poduhvati mogu biti potpuno komplementarni, naročito u područjima od potencijalnog strategijskog značaja za korporaciju u budućnosti, koje ona trenutno ne može uspešno i brzo da eksploatiše.

Tabela 1 Potencijalne forme korporativnih poduhvata u različitim organizacionim kontekstima

Karakteristike menadžmenta	Ciljevi korporativnih poduhvata		
	Organizacioni razvoj i kultura promena	Strategijske koristi/ razvoj realnih opcija	Brzi finansijski efekti
Potreba za kontrolom nad poduhvatom			
Visoka	D/I	D/I, D/E	D/E
Niska	I/I	I/I, I/E	I/E
Spremnost alociranja resursa za novi poduhvat			
Visoka	D/I, I/I	D/I, D/E, I/I, I/E	D/E, I/E
Niska	I/I	I/I, I/E	I/E
Sklonost riziku			
Visoka	D/I, I/I	D/I, D/E, I/I, I/E	D/E, I/E
Niska	Nijedan	I/I, I/E	I/E

Napomena: Direktni/interni poduhvati (D/I); Indirektni/interni poduhvati (I/I); Direktni/eksterni poduhvati (D/E); Indirektni/eksterni poduhvati (I/E);

Izvor: Miles & Covin, (2002), 34.

Eksterni korporativni poduhvati

Polazeći od tipologije korporativnih poduhvata, eksterni korporativni poduhvati nastaju kao poluautonomni ili autonomni organizacioni entiteti smešteni van postojećeg domena poslovanja, odnosno ne nalaze se u opsegu jezgra kompetentnosti. Poduhvati se međusobno razlikuju u stepenu autonomije u odnosu na preduzeće osnivača, a za njih je karakteristično da su locirani izvan organizacionih granica. Nastaju kao zajednička ulaganja, *spin-off* poduhvati ili kao investicije korporativnog smelog kapitala. Tu spadaju i poslovni poduhvati koje su kreirala treća lica, a potom je u njih investiran kapital ili je nad njima sprovedena akvizicija.

U poslednje vreme na popularnosti dobijaju eksterni korporativni poduhvati zasnovani na primeni visokih tehnologija, koje osnivaju preduzeća, ali i univerziteta, pod nazivom *spin-off* kompanije (Phan et al., 2010). *Korporativni spin-off poduhvati* teže da se diferenciraju od matičnih kompanija, koje pretežno podržavaju aplikativna istraživanja, tako da su njihovi *spin-off* poduhvati takođe zasnovani na tehnološkim otkrićima, ali su mnogo više okrenuti ka komercijalizaciji. Nekada je kompanija nespemna ili nije u mogućnosti da podrži sve preduzetničke inicijative nastale na bazi raspoložive tehnologije i znanja. U takvim okolnostima zaposleni često odlučuju da napuste organizaciju i samostalno kreiraju nezavisni novi poduhvat. *Zajednički korporativni poduhvati* (poznatiji kao zajednička ulaganja – *joint ventures*) podrazumevaju zajedničke aktivnosti u kojima je novi posao kreiran zajednički sa drugim partnerskim preduzećem i u zajedničkom je vlasništvu. Oni obično egzistiraju kao eksterni entiteti koji samostalno posluju van organizacionih granica preduzeća osnivača.

Organizacije se usmeravaju na eksterne korporativne poduhvate kada im je osnovni motiv ostvarivanje finansijskih efekata. Korporativno investiranje je uobičajena praksa za mnoga preduzeća koja eksterne nove poduhvate tretiraju kao način da se brzo zaradi ili su im strateški interesantna. Ona investiraju u nove nezavisne brzorastuće poduhvate u težnji da ostvare visok povraćaj na investiciju, koji nikako ne bi mogli ostvariti u okviru postojećeg opsega poslovnih aktivnosti. Zato se ova preduzeća često opredeljuju za investiranje u fondove tzv. smelog kapitala (*venture*).

Investicije korporativnog kapitala se mogu razvrstati prema: a) njihovim ciljevima, strateškim ili finansijskim, i b) stepenu u kome su operativni potencijali (resursi i procesi) novog posla povezani sa postojećim organizacionim kapacitetima (Chesbrough, 2002). Preduzeća sa strateškim ciljevima investiraju u eksterne poduhvate koji mogu doprineti unapređenju prodaje i konkurentne pozicije postojećeg posla. Suprotno, preduzeća koja imaju finansijske motive traže poduhvate koji nude visok povraćaj na investiciju. Jaka povezanost operativnih kapaciteta omogućava bolje iskorišćenje postojećih organizacionih potencijala u ostvarivanju uspešnog poduhvata, dok slaba povezanost znači minimalno resursno ili procesno preklapanje koje rezultira delimično ili potpuno autonomnim poduhvatom. Na bazi ovih razmatranja, mogu se izdvojiti četiri tipa korporativnih investicija u eksterne poduhvate:

- *Investicije pokretači* (strateški motiv i jaka povezanost operativnih kapaciteta organizacije i novog poduhvata) - ove investicije se tretiraju kao strateške i jačaju poziciju preduzeća u domenu postojećeg proizvodnog programa, tržišta ili tehnologije;
- *Komplementarne investicije* (strateški motiv i slaba povezanost operativnih kapaciteta organizacije i novog poduhvata) - ove investicije jačaju glavnu strategiju stimulisanjem tražnje za postojećim proizvodima kroz razvoj šireg domena u okviru kojeg preduzeće posluje;

- *Nastajuće investicije* (finansijski motiv i jaka povezanost operativnih kapaciteta organizacije i novog poduhvata) - usmerene su na visokoprofitabilne nove poduhvate čija uspešnost može biti od strateškog značaja za preduzeće;
- *Pasivne investicije* (finansijski motiv i slaba povezanost operativnih kapaciteta organizacije i novog poduhvata) - odnose se na aktivnosti diversifikacije u kojima organizacija deluje kao investicioni posrednik u interesu svojih akcionara.

Chesbrough (2002) smatra da su najređe pasivne investicije, jer su akcionari sposobni da samostalno kreiraju svoj portfolio investicija i za to im nije potrebna ograničena organizacija. Ostali tipovi međutim, podstiču rast u trenutnom domenu aktivnosti ili vode u nova poželjna poslovna područja. Kratkoročni izostanak finansijskih efekata ne bi trebalo da obeshrabri menadžment od investiranja u eksterne korporativne poduhvate koji imaju potencijalni strateški značaj. Ipak, mnoge organizacije nisu uspešne u kreiranju novog posla, što se delimično moglo i očekivati, jer menadžment poznaje postojeće poslovne aktivnosti, a za nove će biti potrebno vreme da ih savlada i potpuno shvati. Menadžment oseća neizvesnost u pogledu toga kako novi poduhvat operativno povezati sa svim stratejskim procesima i ciljevima. Zadovoljstvo menadžmenta kompanija uspešnošću korporativnih poduhvata varira u zavisnosti od motiva njihovog pokretanja.

Interni korporativni poduhvati

Interni korporativni poduhvati nastaju u okviru postojeće organizacione strukture, u njenom su vlasništvu, iako fizički mogu biti locirani izvan preduzeća, kao poluautonomni *spin-off* entiteti. Interni korporativni poduhvati se formiraju u organizaciji, bilo kao deo postojeće organizacione strukture ili u okviru novoformiranih organizacionih delova, potencijalno čak i kao eksterno lociran poluautonomni entitet. Iako su interni korporativni poduhvati locirani u okviru organizacionih granica, oni nastaju na različite načine, imaju raznovrsne relacije sa preduzećem, odlikuje ih nejednaka inovativnost i značajne razlike u pogledu njihovog stratejskog značaja. Interni poduhvati mogu varirati u pogledu četiri dimenzije, od kojih značajno zavisi njihov dalji razvoj i performanse (Westhead et al., 2011, s. 140-141):

- *Strukturna autonomija* – ključno pitanje glasi gde locirati novi poduhvat u okviru organizacije? Block i McMilan (1993) su istakli da idealno mesto za novi poduhvat zavisi od potrebe za menadžerskom pažnjom, resursa, krive učenja i neophodnosti zaštite od potencijalnih organizacionih antagonizama. Poduhvat može biti potpuno uklopljen u postojeće poslovne aktivnosti i strukturu, ili posebno kreiran, pod direktnim nadzorom i kontrolom top menadžmenta.
- *Povezanost sa postojećim poslovnim aktivnostima* – u fokusu razmatranja je proizvodni program, tržište, jezgro kompetencija i neophodni resursi. Povezanost može varirati od izrazito visoke, do potpune nepovezanosti sa postojećim aktivnostima. Nepovezanost vodi brojnim izazovima za akcionare koji tragaju za najefikasnijim načinima upravljanja i kontrole poduhvata u okviru postojećeg sistema korporativnog upravljanja.
- *Stepen inovativnosti* – odnosi se na stepen originalnosti ponude koju poduhvat može da ponudi na tržištu. On može biti u dijapazonu od imitacije do radikalno inovativne aktivnosti. Imitacija zahteva od organizacije da se posveti procesu učenja, jer se značajne pouke mogu izvući na bazi iskustva preduzeća pionira. Ipak, oni poduhvati koji su potpuno novi na tržištu nailaze na mnogo značajnije izazove vezane za učenje u poređenju sa onima koji poslovanje baziraju na procesu imitiranja.

- *Priroda podrške* – poduhvati se razlikuju u zavisnosti od stepena formalne podrške koju uživaju. Formalni, tzv. *indukovani* poduhvati su podržani od strane menadžmenta, od vrha ka dnu organizacije, pri čemu je posebno naglašena leaderska uloga top menadžmenta u oblikovanju internih preduzetničkih napora. Neformalni, tj. *autonomni* poduhvati nastaju zahvaljujući individualnoj inicijativi, bez prethodne formalne organizacione potpore. Kod ovakvih poduhvata izuzetno je značajno da preduzetnik pronađe oslonac i pomoć u menadžmentu organizacije. Generalno, oba tipa poduhvata su važni, bez obzira na način na koji su inicirani. Menadžere na višim nivoima odlikuju šire kompetencije i socijalne mreže koje mogu olakšati korporativne preduzetničke napore. Niži nivoi menadžmenta imaju zadatke u čijem izvršavanju postoji povezanost i međuzavisnost. Zato je potrebno da, kada dođe do neizbežnih konflikata između težnje za internom kontrolom i neformalnih procesa, rešenje bude nađeno tako da ne trpi proces inoviranja.

Sharma & Chrisman (1999, s. 19) su istakli da su korporativni poduhvati rezultat "preduzetničkih napora koji vode kreiranju novog posla u okviru postojeće organizacije." Nasuprot njima, neki smatraju (Withers solicitors, 1995) da je korporativno preduzetništvo način da se u organizacionu dinamiku "ubrizgaju" preduzetničke aktivnosti nastale nezavisno i eksterno. Rind (1981) je razvio spektar strategija od internih poduhvata pod direktnom kontrolom organizacije do investicija u kupovinu akcija novih eksternih nezavisnih poduhvata. Interni razvoj inovacija ima brojne prednosti, ali je spor, skup i rizičan. Neke od najznačajnijih prednosti i nedostataka su prikazani u Tabeli 2.

Tabela 2 Prednosti i nedostaci internog rasta

PREDNOSTI	NEDOSTACI
<p>Inkrementalni, ujednačeni rast Kompanija koja ujednačenim tempom rasta kontinualno prilagođava svoj strategijski pristup promenljivom okruženju. Nasuprot njoj, kompanija koja naglo udvostuči svoju veličinu kroz merdžer ili akviziciju nema tu prednost. Omogućava maksimalnu kontrolu Kontrola kvaliteta proizvoda i usluga ostaje potpuna. Alijanse i zajednički poduhvati podrazumevaju podelu kontrole. Očuvanje organizacione kulture Preduzeće se ne suočava sa zahtevom da ukršta organizacionu kulturu sa partnerskim preduzećima i samim tim raste pod okriljem jedinstvene nepodeljene kulture. Jačanje internih preduzetničkih potencijala Za novim poslovnim idejama se traga radije iznutra, što jača kulturu inovacija i korporativno preduzetništvo. Promovisanjem inovacija jača se motivacija zaposlenih Podsticanje duha kreativnosti predstavlja snažan motivacioni mehanizam i omogućava razvoj inventivnosti.</p>	<p>Rast je najčešće spor U nekim delatnostima ujednačen rast ne omogućava dovoljno brzo ostvarivanje ekonomije obima i generisanje resursa. U ovim delatnostima se zato često sprovode merdžeri ili akvizicije. Potreba za razvojem novih resursa Neke strategije internog rasta, kao što je razvoj novog proizvoda, zahtevaju takođe kreiranje inoviranih resursa. Investiciju u neuspešni interni poduhvat je teško povratiti Ulaganje u novi proizvod predstavlja rizik i ulaganje u istraživačko razvojne aktivnosti koje možda neće biti moguće nadoknaditi. Obaranje profitabilnosti delatnosti Neke strategije rasta povećavaju ponudu u okviru određene industrije, što može dovesti do prezasićenja tržišta i obaranja profitne margine.</p>

Izvor: Barringer & Ireland, (2006), 332.

Zaključak

Evolucija znanja i tehnologije u poslednje dve decenije dovode do značajnih promena u načinu ostvarivanja konkurentске prednosti i unapređenju korporativnih performansi. Korporacije koje su sposobne da uoče poslovne šanse, ali ne i da ih iskoriste, ne realizuju svoj puni potencijal kreiranja vrednosti i tako svojim nečinjenjem nanose štetu stejkholderima. Takođe, korporacije koje trenutno imaju konkurentsku prednost, ali ne uočavaju nove prilike na tržištu, ne samo da ne stvaraju novu vrednost, već izlažu stejkholdere riziku od gubitka postojeće. Dakle, nova vrednost se kreira samo kada se istovremeno kombinuje efektivno traganje za novim šansama i za izvorima konkurentске prednosti. Istovremeno, mogućnosti za unapređenje korporativnih performansi zavise od sposobnosti organizacije da inovira, zbog čega se fokus menadžerskih napora usmerava na podsticanje preduzetničkog duha u okviru tradicionalne organizacione strukture, kroz fenomen korporativnog preduzetništva.

Koncept korporativnog preduzetništva je nastao kao odgovor na potrebu osnaživanja organizacija kroz stvaranje pretpostavki za podsticanje preduzetničkih inicijativa od strane zaposlenih. U datom kontekstu, korporativno preduzetništvo pretežno obuhvata kreiranje novih poduhvata ili transformaciju osnovnih vrednosti na kojima organizacija počiva.

Korporativni poduhvati za preduzeća predstavljaju način za izgradnju inovativnih i preduzetničkih sposobnosti. Menadžment shvata da je neprekidno inoviranje neophodnost, u suprotnom će dugoročna konkurentska prednost biti ugrožena. U praksi, korporativni poduhvati se mogu razvijati na jedan ili kombinacijom više navedenih modaliteta. Ukupna preduzetnička aktivnost preduzeća predstavlja zbir svih aktivnosti izvedenih kroz interne i eksterne korporativne poduhvate.

Reference

1. Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2006). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures*, New York, Pearson Education Inc., Uprer Saddle River.
2. Block, Z. & MacMillan, I. C. (1993). *Corporate venturing: Creating new businesses within the firm*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
3. Chesbrough, H. W. (2002). Making sense of corporate venture capital. *Harvard Business Review*, 80 (3), 90-99.
4. Guth, W. D. & Ginsberg, A. (1990). Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, Special issue 11, 297 – 308.
5. Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963–989.
6. Kuratko, D. & Audretsch, D. (2009). Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 1–17.
7. Miles, M. P. & Covin, J. G. (2002). Exploring the practice of corporate venturing: Some common forms and their organizational implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (3), 21–40.
8. Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate entrepreneurship and innovation*, 2nd ed., Mason, Thomson South-Western.
9. Narayanan V., Yang Y., & Zahra S. A. (2009). Corporate venturing and values creation: A review and proposed framework. *Research Policy*, 38, 58-76.
10. Phan, P., Wright, M., Ucbasaran, D., & Tan, W. (2010). Corporate entrepreneurship: Current research and future directions. *Journal of Business Venturing*, 24 (3), 197–205.

11. Rind, K. W. (1981). The role of venture capital in corporate development. *Strategic Management Journal*, 2 (2), 169-180.
12. Schendel, D. E. (1990). Introduction to the special issue on corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 1-3.
13. Sharma, P. & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3), 11-27.
14. Stopford, J. M. & Baden-Fuller, C. W. F. (1994). Creating corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 15 (7), 521-536.
15. Tidd, J. & Taurins, S. (1999). Learn or leverage? Strategic diversification and organizational learning through corporate ventures. *Creativity & Innovation Management*, 8 (2), 122- 130.
16. Vesper, K. H. (1984). Three faces of corporate entrepreneurship: A pilot study, *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA: Babson College.
17. Westhead, P., Wright, M., & McElwee, G. (2011). *Entrepreneurship: Perspectives and cases*, Essex, UK: Pearson Education Limited.
18. Zahra, S. A. (1993a). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: A critique and extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17 (4), 5-21.
19. Zahra, S. A. (1993b). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of Business Venturing*, 8, 319-340.
20. Zahra, S. & Covin, J. G. (1993). Business strategy, technology policy and firm performance. *Strategic Management Journal*, 14 (6), 451-478.
21. Zahra, S. A. (1996). Governance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities. *Academy of Management Journal*, 39 (6), 1713-1735.

KOGNITIVNOLINGVISTIČKI I MARKETINŠKI ASPEKTI KONCEPTUALNE METAFORE ZA AUTOMOBILE – NEMAČKI I SRPSKI JEZIK U KONTRASTU

Marija Milinković*

Predmet rada je konceptualna metafora u automobilskim časopisima na nemačkom i srpskom jeziku. Analizirane su tri vrste konceptualne metafore: strukturne, orijentacione i ontološke. Istraživanjem su obuhvaćeni isti ciljni i izvorni domeni u oba jezika, dok su leksičke i sintaksičke specifičnosti njihove realizacije kontrastivno posmatrane na konkretnom jezičkom materijalu, sa osvrtom na marketinški značaj analiziranih metafora.

Ključne reči: konceptualna metafora, personifikacija, kognitivna lingvistika, brend

Uvod

Cilj ovoga rada je analiza konceptualnih ili pojmovnih metafora koje se javljaju u specijalizovanim časopisima za automobile. Upravo zbog terminologije koja je bliska sferi tehničkih nauka, ne nužno i čitaocima, automobilski časopisi se za pažnju publike bore literarnom slobodom i slikovitim, metaforičkim izrazom. Popularno pisani članci nastoje da, s jedne strane, kako poznavacima automobila, tako i laicima, približe svet automobilizma, a s druge strane, obiluju usko stručnim, tehničkim terminima. Stoga su ovi tekstovi veoma zanimljivi za semantičku i pragmatičku analizu, naročito kada je reč o konceptualnim metaforama. U cilju sprovođenja kontrastivne analize, istražuju se jezička sredstva kojima se iste pojmovne metafore iskazuju u časopisima na srpskom i nemačkom jeziku. Sa namerom da izađemo iz okvira lingvističke analize i ukažemo na značaj konceptualne metafore i u marketinškom smislu, empirijskoj analizi prethodi teorijski deo rada, koji predstavlja pregled relevantne literature iz oblasti kognitivne lingvistike, stilistike i marketinga.

Pojmovna metafora u svetlu kognitivne lingvistike

Mnoštvo različitih pristupa doprinelo je tome da se metafora, primarno shvaćena kao *stilska figura*, počne tretirati kao globalna jezička, ali i nadjezička pojava (v. Kovačević, 2000: 20). Svojevrsan preokret na polju izučavanja metafore dostignut je 1980. godine, kada su Lejkofer i Džonson objavili prvo izdanje svoje knjige „Metaphors We Live By“. Autori uvode termin *pojmovna metafora*, kako bi istakli neodvojivost metafore od mišljenja, budući da ona može postojati u jeziku kao stilska figura samo zato što najpre postoji u mišljenju kao mehanizam uz pomoć kojeg razumemo i organizujemo stvarnost (up. Lakoff & Johnson, 2003). U okviru kognitivne lingvistike značenje se izjednačava sa konceptualizacijom, tj. obrazovanjem pojmova „na osnovu čovekovog fizičkog, čulnog, emocionalnog i intelektualnog iskustva koje ga okružuje“ (Dragičević, 2007: 90).

Kako Lejkofer i Džonson (Lakoff & Johnson, 2003: 6) smatraju da je pojava metafora u jeziku omogućena, pre svega, time što metafore postoje u pojmovnom sistemu pojedinaca, tako i Keveč

* Nastavnik stranog jezika, e-mail: marija.jankovic@kg.ac.rs

(Kövecses, 2010: 4–7) insistira na razlikovanju pojmovne metafore od metaforičkih jezičkih iskaza. Naime, metaforički jezički iskazi zasnivaju se na jeziku ili terminologiji konkretnijeg jezičkog domena i obično o postojanju jedne konceptualne metafore svedoči više različitih metaforičkih iskaza.

Pojmovni domeni i jezički iskazi

Posmatrano iz ugla kognitivne lingvistike, metafora je mehanizam za razumevanje pojma ili pojmovnog domena koji nam je iskustveno dalji i često apstraktan, i to uz pomoć pojma ili pojmovnog domena koji je našem iskustvu blizak i konkretniji u odnosu na prvi. Tako se, primera radi, teorije konceptualizuju kao građevine, te se o njima na taj način i govori; o ljubavi se govori kao o putovanju, a rasprava se konceptualizuje kao rat. Prema tome, svaka pojmovna metafora sastoji se od dva pojmovna domena, pri čemu se jedan pojmovni domen shvata uz pomoć drugog, a jezička forma koja se najčešće koristi za ilustrovanje ovog odnosa je sledeća kopulativna konstrukcija: POJMOVNI DOMEN A JE POJMOVNI DOMEN B (up. Kövecses, 2010: 4). Kovačević (2000) primećuje da ovakva jezička forma istovremeno potvrđuje i klasičnu, tzv. poredbenu teoriju metafore, koja metaforu posmatra kao „predočavanje pretpostavljene sličnosti ili analogije između dvaju u vezu dovedenih pojmova“ (Kovačević, 2000: 22). Međutim, kognitivisti insistiraju na tome da se sličnosti ne javljaju kao uzrok metafore, budući da često realno i ne postoje, već kao njen rezultat, budući da mi metaforički mislimo, pa se, usled metaforičke projekcije, impliciraju sličnosti između struktura dvaju pojmovnih domena.

Prema tome, pojmovni domen A je onaj koji nije dovoljno poznat i koji je potrebno bolje razumeti i naziva se *ciljni*, a pojmovni domen B je onaj čija se struktura preslikava na ciljni domen i označen je kao *izvorni*.

Međutim, bitno svojstvo pojmovnih metafora je njihova jednostranost, jer „one osvetljavaju samo jednu stranu apstraktnog pojma, dok druge njegove strane prikrivaju“ (Klikovac, 2004: 15), i to one strane koje nisu u saglasnosti sa datom metaforom. Kevečes (Kövecses, 2010: 108) ističe da se, iz tog razloga, jednom ciljnom domenu može, u različitim kontekstima pripisati više izvornih domena, što će i pokazati rezultati rada na korpusu.

Kada je reč o jezičkom iskazu pomoću kojeg se neka metafora ostvaruje, on se može definisati kao „leksički, sintagmatski ili rečenički jezički izraz u kome nužno postoji sukob između jednakosti i razlike, koji se razrešava prevladavanjem razlike na račun jednakosti“ (Kovačević, 2000: 38–39). Ovakvo stanovište u skladu je sa teorijom kognitivne lingvistike koja govori i o nekonzistentnosti nekih aspekata ciljnog domena sa metaforički upotrebljenim izvornim domenom (v. Lakoff & Johnson, 2003: 10–13). Stoga se metafore jezički shvataju kao dvosmisleni izrazi, kod kojih je u prvom planu preneseno značenje, dok su oni elementi doslovnog značenja, koji odstupaju od poruke koja se želela poslati, potisnuti u drugi plan.

Vrste konceptualne metafore

Lejkof i Džonson razlikuju tri vrste konceptualne metafore: strukturne, orijentacione i ontološke metafore (up. Lakoff & Johnson, 2003).

Strukturne metafore su one kod kojih se jedan pojam strukturira uz pomoć drugog, tačnije, struktura pojma B se „pozajmljuje“ pojmu A. Kognitivna funkcija ovih metafora sastoji se u tome da se govornicima jednog jezika omogućí razumevanje ciljnog domena uz pomoć strukture izvornog domena (up. Kövecses, 2010: 37). U pređašnjem delu rada bilo je reči upravo o

strukturnim metaforama. Primer za strukturnu metaforu je već pomenuta metafora RASPRAVA JE RAT, koju su prvi prepoznali Lejkof i Džonson.

Orijentacione metafore su zasnovane na našoj orijentaciji u prostoru. One, za razliku od prvih, ne strukturiraju jedan pojam uz pomoć drugog, već organizuju čitav sistem pojmova koji stoje u odnosu jedan naspram drugog (v. Lakoff&Johnson, 2003: 14–21). Izvorni domeni orijentacionih metafora su prostorne relacije: napred – nazad, gore – dole, ispred – iza, unutar – izvan i sl. Kao ciljni domeni u ovim metaforama obično funkciraju pojmovi koji su vezani za nešto što visoko vrednujemo ili pak nipodaštavamo. U literaturi najčešće navođen primer za orijentacionu metaforu, preuzet od Lejkofa i Džonsona jeste metafora: SREĆA JE GORE/TUGA JE DOLE (up. Lakoff & Johnson, 2003: 15). Pri tom, orijentacione metafore nisu proizvoljne, već su utemeljene u našem iskustvu koje stičemo na osnovu svog fizičkog postojanja i orijentacije u prostoru, ali i na osnovu svoje pripadnosti određenoj kulturi¹.

Ontološke metafore dodeljuju emocijama, idejama, događajima i sl. ontološki status, tj. omogućuju da ih vidimo kao entitete ili supstance. Primer za ovu vrstu metafore jeste INFLACIJA JE ENTITET, i to takav protiv kojeg se možemo boriti, koji može da nam snizi životni standard, zbog kojeg se čak možemo osećati loše i sl. (v. Lakoff & Johnson, 2003: 26).

Zahvaljujući ontološkim metaforama, ciljne pojmove možemo kvantifikovati, identifikovati neke njihove aspekte i uzroke ili pak kreirati svoje ponašanje u odnosu na njih, što se dalje može konkretizovati i često bolje razumeti pomoću strukturne metafore. Kao posebnu vrstu ontološke metafore, autori navode *personifikaciju* (Lakoff & Johnson, 2003: 33–34), uz pomoć koje se fizički objekti konceptualizuju kao živa bića.²

Konceptualna metafora u marketingu

Jedno od sredstava kojima se marketing stručnjaci služe da bi stvorili kontakte potencijalnih kupaca sa brendom i izgradili njegovu vrednost jesu i članci u časopisima, naročito u onim specijalizovanim za određenu kategoriju proizvoda. Oni su, dakle, izvori poruke upućene potrošačima, za koje smatramo da uživaju kredibilitet kod čitalaca, zahvaljujući svojoj ekspertizi u datoj oblasti, objektivnosti i, svakako, jezičkoj atraktivnosti svojih članaka. Kako automobilske časopise čitaju, uglavom, ljubitelji i poznavaoци automobila, tekstovi u njima nesumnjivo služe za targetiranje potrošača, a metafore koje ćemo analizirati u nastavku rada utiču na pozicioniranje različitih brendova automobila u svesti potencijalnih kupaca. Kotler i Keler ističu da dobro pozicioniranje brenda pomaže usmeravanje marketing strategije, jer se tako „na jedinstven način pojašnjava suština brenda, ciljevi koje će potrošač pomoću njega ostvariti i način na koji će ih ostvariti“ (Kotler & Keller, 2006:310). S obzirom na prirodu konceptualne metafore kod koje se ističe željena strana nekog pojma, a druge, neželjene, skrivaju, ovakve metafore smatramo značajnim i u marketinškom smislu. Begen (2004) smatra da je korišćenje kognitivnih resursa dragocen saveznik u marketingu, a posebno u oglašavanju, naročito ako ciljana grupa potrošača razmatra argumente koje ističe verodostojan izvor, kao što je slučaj sa odabranim automobilskim časopisima.

Neuromarketinška istraživanja su pokazala da se slikom, bojama, igrom rečima, metaforom ili retoričkim pitanjima privlači pažnja i pokreću emocije potrošača, a način na koji se to postiže

¹ Lejkof i Džonson (2003: 14) navode da se u većini kultura budućnost konceptualizuje kao nešto što stoji ispred nas, dok se u nekim kulturama poima kao nešto što je iza nas.

² Definicija *personifikacije* data iz ugla kognitivne lingvistike ni po čemu se ne razlikuje od tradicionalne definicije personifikacije kao tropične figure, podvrste metafore, u kojoj se osobine predmeta, pojma ili životinje zamenjuju osobinama i radnjama čoveka ili životinje (up. Mladenov, 1980: 257).

se, u tako konkurentnoj grani industrije kakva je automobilska, često razlikuje od zemlje do zemlje u kojoj se data marka reklamira (v. Katzwinkel, 2018).

Naglašavajući povezanost kognitivnih i afektivnih aspekata metaforičnosti marke, Jukić (2011) smatra da će, usled ograničenosti kognitivnog kapaciteta potrošača, samo neka uverenja koja potrošač pripisuje određenoj marki uticati na formiranje stavova.³ Solomon et al. (2016) ističu tri komponente stava: uverenje, osećanje i delovanje, tj. kognitivnu, afektivnu i konativnu komponentu, a izraženost svake od njih zavisicei od stepena motivisanosti potrošača da obavi kupovinu. Iako upotreba metafore u marketingu nema direktan uticaj na formiranje stavova potrošača, njen značaj se ne može zanemariti. Desmond (2003), istražujući ulogu metafore, metonimije i, uopšte, jezika u oglašavanju, zapaža da kompanije i brendovi u stvarnosti nemaju značenje, te da, strukturalistički posmatrano, teže da to značenje „pozajme“ od nečega ili nekoga, i to često s namerom da ne ostanu dugo u statusu „označenog“, već da dobiju vlastiti status „oznake“.

Analiza korpusa

Korpus korišćen za potrebe rada je Internet izdanje „Auto magazina“, najstarijeg srpskog automobilskog časopisa, koji uređuje i sajt www.magazinauto.com, kao i Internet izdanje nemačkog časopisa „Autobild“ koji uređuje sajt www.autobild.de. Pomenuti časopisi odabrani su na osnovu velikog tiraža, kao i jezičke reprezentativnosti.

Tabela 1 Vožnja automobila je borba

Srpski	nemački
(1Sa.)„Naš cilj je automobil koji se može samostalno izboriti sa svim uslovima u saobraćaju, uključujući i napuštanje saobraćajnog toka u slučaju da vozač nije sposoban za vožnju“, napominje Erik Coelingh, tehnički specijalist pri Volvo Car Group. (http://www.magazinauto.com/volvo-automobili-sami-voze/)	(1Na.)Hier kämpft sich der neue Opel Astra OPC durch den Winter. (https://www.autobild.de/bilder/opel-astra-opc-erlkoenig-1128200.html#bild1)
(1Sb.)Kada smo već kod terenske vožnje, uz dobre terenske pneumatike moći ćete da seupustite u koštac i sa (razumno) teškim terenima, pošto auto ima reduktor, kao i sistem za kontrolisano automatsko kočenje na nizbrdicama. (http://www.magazinauto.com/mercedes-gl500/)	(1Nb.)Hamilton verrät: „Ich habe zum ersten Mal von der ersten bis zur letzten Runde attackiert und bin den Motor so hart gefahren, wie es geht. Am Ende sind mir leider die Reifen ausgegangen.“ (https://www.autobild.de/artikel/formel-1-weltmeister-stuermt-durchs-feld-12940255.html)
(1Sc.)Dvolitarski četvorocilindrični benzinski motor sa turbo punjačem razvija snagu od 205 KS i raspolaže obrtnim momentom od 300 Nm, a zahvaljujući lakom upravljanju vozač može da prihvati izazov i strateški se upusti u dvoboj sa ovom mašinom. (http://www.magazinauto.com/renault-laguna-coupe-20t/)	(1Nc.)Der GTI der 60er: Der heiße NSU TT mit 65 PS leistendem Vierzylinder und Lufterkühlung war eine Waffe im Straßenverkehr der 60er-Jahre. (https://www.autobild.de/klassik/bilder/bilder-nsu-tt-1738056.html#bild1)

Izvor: Autor

³ Uverenja, kao opisna mišljenja pojedinaca o pogodnostima i atributima nekog brenda ili proizvoda, utiču na odluke o kupovini dok su stavovi „stalna povoljna ili nepovoljna procena, emotivno osećanje i tendencija delovanja pojedinca prema nekom objektu ili ideji“ (Kotler&Keller, 2006: 194)

Stil kojim su pisani tekstovi korišćeni za potrebe ovoga rada može se, uslovno, okarakterisati kao naučno-popularni stil koji je – kako Mladenov objašnjava – „raznovrstan i neujednačen (varira između jezika nauke, određene struke, jezika poezije i proze – i jezika novinarstva), te ga je stoga teško bliže odrediti“ (Mladenov, 1980: 13). Međutim, preciznije je ovakvim tekstovima pripisati funkcionalno-stilsku polivalentnost (up. Jovanović, 2010: 340 – 348). Analizirajući tekst iz slične časopisne literature o automobilima, Jovanović (2010) zapaža mnoštvo stručnih termina, u kombinaciji sa jezičkim sredstvima koji su na ivici supstandarda.

Ovakav stil ili, bolje reći, podstil rezultat je zadovoljavanja potrebe savremenog, potrošačkog, društva za informacijama iz najrazličitijih oblasti, u konkretnom slučaju, iz oblasti tehnike. U svojoj studiji o semantici i istoriji jezika tehnike, Karlhajnc (1991) bavi se, između ostalog, i metaforom, posmatrajući je ne samo kao jezičko sredstvo, već i kao specifično semantičko sredstvo jednog jezičkog varijeteta. Autor vidi jezik tehnike kao antropološku konstantu komunikacije koja je neophodna za preživljavanje i, u tom smislu, kao sastavni deo svakodnevnog jezika (up. Karlheinz, 1991: 6–14).

Za potrebe rada ekscerpirali smo ukupno 33 metafore iz korpusa na srpskom jeziku i 36 metafora iz korpusa na nemačkom jeziku, i to iz tekstova koji su objavljivani periodično od 2002. do 2018. godine. Ekscerpirane primere svrstali smo u pet pojmovnih metafora: jedna metafora iz kategorije strukturnih, jedna orijentaciona metafora i tri personifikacije. Svaka metafora analizirana je zasebno, sa osvrtom na leksičko-sintaksičke specifičnosti u oba jezika.

U prvom primeru za pojmovnu metaforu reč je o strukturnoj metafori. Na ciljni domen VOŽNJA preslikana je struktura izvornog domena BORBA. Jezički iskazi uz pomoć kojih se, u korpusu na srpskom jeziku, ilustruje data metafora pokazuju da se onaj ko upravlja automobilom često mora *izboriti* sa nečim (uslovima u saobraćaju, teškim terenima, ali i samim automobilom), da u vožnji biva *izazvan* od strane snažnih automobila, sa kojima se mora upustiti u *dvoboj*, *uhvatiti u koštac* i *strateški* se boriti. Ova metafora se često izriče perifrastičnim konstrukcijama, kao u primerima (1Sb.) i (1Sc.).

Kada je reč o korpusu na nemačkom jeziku, primere za pomenutu strukturnu metaforu nalazimo nešto ređe nego u časopisu na srpskom jeziku. Pored toga, izvorni domen borba izražen je nešto jednostavnijim jezičkim sredstvima nego u srpskom: glagolima *sich kämpfen* (srp. boriti se) i *attackieren* (srp. napadati). Pored toga, nalazimo i imeničku frazeu *eine Waffe im Straßenverkehr*, kojom se dati automobil poistovećuje sa oružjem potrebnim za borbu u saobraćaju (1Nc).

Budući da su ljudske misli, kao i svakodnevni život ljudi sistematizovani u pojmovne domene, metaforički način mišljenja je neizbežan i najčešće nenameran, dok je metaforički jezik sekundaran (v. Lakoff & Johnson, 2003: 272). Međutim, ukoliko dalje analiziramo navedene primere, primetićemo da su neki aspekti izvornog domena prikriveni, i to oni koji se odnose na opasnost koju borba nosi sa sobom i na mogućnost da vozač na kraju ne uspe da se izbori. Autori tekstova možda ne koriste svesno izvorni domen BORBA, ali sigurno sa namerom u prvi plan ističu pozitivne aspekte vezane za ovaj pojam, kako bi čitaocima približili izvorni domen VOŽNJA na način koji će ih ohrabriti. Ovo, dakle, svedoči o nekonzistentnosti nekih aspekata izvornog domena sa ciljnim, što je, kao što smo već objasnili u teorijskom delu rada, pravilo kada je reč o konceptualnoj metafori. Ipak, metafore su veoma pogodno jezičko sredstvo za isticanje vrednosti brenda na način koji će kod potrošača izazvati pozitivnu reakciju i jaku, jedinstvenu vezu sa njima.

U primerima (1Sb.) i (1Na.) govori se o automobilima brenda Volvo koji inače nastoji da kod potencijalnih kupaca stvori asocijaciju na bezbednost (up. Kotler&Keller, 2006: 277).

Analizirajući navedene primere, zaključili smo da je reč o orijentacionoj metafori, čiji se izvorni domen sastoji u prostornom odnosu GORE – DOLE, a ciljni domen jeste kontrast BOLJE – LOŠIJE. Kada razmišljamo o automobilima i njihovim performansama, svakako ih klasifikujemo u dobre i loše automobile, ali ih isto tako doživljavamo kao one koji su gore ili visoko u odnosu na postojeću ponudu automobila ilipak u odnosu na naše platežne mogućnosti, dok oni automobili koji su lošijeg kvaliteta u našem kognitivnom sistemu zauzimaju mesto niže u odnosu na prve.⁴

Tabela 2 Bolje je gore/lošije je dole

srpski	nemački
(2Sa.) Ovako sofisticirano ogibljenje je vrlo retko u nižoj srednjoj klasi. (http://www.magazinauto.com/audi-a3-20-tdi-ambition/)	(2Na.) Zudem best reitetermiteinem Skoda Fabia S2000 die SWRC, eine untergeordnete Klasse im Rahmen der Meisterschaft für Fahrzeuge mit Zweiliter-Saugmotor. (http://www.autobild.de/artikel/wrc-2012-teams-und-autos-2801287.html)
(2Sb.) Automobil koji smo testirali ima oznaku "samit" i pripada samom vrhu ponude. (http://www.magazinauto.com/jeep-grand-choke-30-multijet-summit/)	(2Nb.) Neben den drei Werken – Volkswagen startet nur in der Unterklasse SWRC – gibt es zahlreiche Privatteams. (http://www.autobild.de/artikel/wrc-2012-teams-und-autos-2801287.html)
(2Sc.) Zahvaljujući vrlo bogatoj opremi i atraktivnoj kombinaciji koža/drvo u kabini, "avensis" može da stane uz bok svim modelima u višoj srednjoj klasi. (http://www.magazinauto.com/toyota-avensis-20-d4-d-sol/)	(2Nc.) Alles ist prima verarbeitet, fühlt sich hervorragend an und lässt sich bestens bedienen, trotzdem wünschen wir uns in der Oberklasse mehr Luft zum Atmen. (http://www.autobild.de/artikel/vergleich-oberklasse-diesel-35595.html)
(2Sd.) Folksvagen se potrudio da digne ergonomiju na viši nivo pa je centralnu konzolu zakrenuo ka vozaču. (http://www.magazinauto.com/volkswagen-golf-7-12-tsi-trendline/)	(2Nd.) Denn ein besseres Verhältnis von Gewicht und Leistung ist ein Schlüssel, um die Reichweite der Elektroautos zu erhöhen und die Preise zu senken. (http://www.autobild.de/artikel/batterie-technik-deutsche-hinken-hinterher-5428398.html)
(2Se.) I prtljažnik je primetno povećan, na 380 litara, što ga stavlja na gornji deo proseka u klasi. (http://www.magazinauto.com/volkswagen-golf-7-12-tsi-trendline/)	(2Ne.) Auch wenn der Dienstwagenanteil fast 90 Prozent erreicht – die Wolfsburger Mittelklasse hat seit Jahren eine treue Fangemeinde. (http://www.autobild.de/artikel/passat-alternativen-3450627.html)

Izvor: Autor

Orijentacija ka gore obično se vezuje za pozitivno vrednovanje, a orijentacija ka dole ide uz ono što ocenjujemo negativno (up. Kövecses, 2010: 40). Tako primeri (2Sa.) i (2Na–b) ilustruju orijentacionu metaforu LOŠIJE JE DOLE, a ostali primeri (2b–2e.) potvrđuju metaforu BOLJE JE GORE. U srpskom jeziku izvorni domen je uglavnom iskazan imenicom čiji je atribut prostorni pridev. S druge strane, nemački jezik, pored takvih konstrukcija, dozvoljava i javljanje složenica Oberklasse (srp. gornja klasa) i Unterklasse (srp. donja klasa), kod kojih prva neposredna konstituenta ober/unter nosi semu gore/dole. Ovakve imenice i imeničke fraze međusobno stoje u odnosu antonimije.

Međutim, kao što vidimo u primerima (2Sa.), (2Sc.) i (2Ne.), između prostornog odnosa GORE – DOLE postoji i središnji položaj (*srednja klasa/Mittelklasse*). Zanimljivo je, međutim, da je i taj položaj organizovan tako da čitav sistem pojmova stoji jedan naspram drugog, te se i srednja klasa deli na *višu* i *nižu*. Zahvaljujući orijentacionim metaforama koje su utemeljene u našem iskustvu, automobilski časopisi se veoma često služe iskazima koji ne označavaju automobile kao loše, već

⁴ Isto tako, proizvođači automobila se opredeljuju za kvalitet performansi koji će zadovoljiti ciljno tržište, pri čemu u obzir uzimaju i ponudu konkurencije i pri čemu u svom miksu proizvoda obično imaju automobile sa različitim nivoom performansi.

kao one koji se nalaze na poziciji dole u odnosu na one koji su dobri, pa tako potrošač može da locira brend u svojoj svesti. Prema tome, u datoj metafori izvorni domen je vertikalne, a ne horizontalne prirode.

Najveći broj pojmovnih metafora, koje smo uočili na osnovu analize primera ekscerpiranih iz korpusa, spada u klasu ontoloških metafora:

Tabela 3 Automobil je ljudsko biće

srpski	nemački
(4Sa.) U obilazak ogromne fabrike krećemo hronološkim redom, onako kao se rađaju automobili. (http://www.magazinauto.com/kako-nastaju-dacije/)	(4Na.) Audi ist keineswegs als Sieger auf die Welt gekommen. (http://www.autobild.de/artikel/auto-1-von-deutschland-519224.html)
(4Sb.) Restilizacija modela se događa na polovini životnog puta jednog auta i u zavisnosti od uspeha i prihvatanja kupaca, dizajneri manje, ili više menjaju izgled automobila. (http://www.magazinauto.com/toyota-avensis-20-d4-d-sol/)	(4Nb.) Sie debütierte 1985 und war ebenso wie alle späteren Geschwister mit einem Geburtsfehler behaftet: Frontantrieb lautete die Diagnose, echte Sportfreunde wandten sich betrübt ab. (http://www.autobild.de/artikel/deutschlands-top-200-folge-4-toyota-celica-gt-51518.html)
(4Sc.) Međutim, ako njegov naslednik, Audi, u čijem sastav je i muzej starovremenskih vozila u kojem su izloženi svi proizvedeni modeli Vanderera, nema prave podatke o njemu, još dugo vremena će "lična karta" ovog auta biti nepoznanica. Ali, i pored ovakonejasneistorije, on nastavlja potragu za svojim identitetom. (http://www.magazinauto.com/wanderer-puppchen-iz-1914-trazi-novog-vlasnika/)	(4Nc.) In Deutschland bevölkern sie die Campus-Parkplätze und machen all jene glücklich, die keinen abgenudelten Sparkäfer fahren wollen. (http://www.autobild.de/klassik/artikel/die-autos-der-80er-jahre-italiener-und-franzosen-1874377.html)
(4Sd.) Mercedes-Benz 190 SSlavi 60. rođendan. (http://www.magazinauto.com/mercedes-benz-190-sl-slavi-60-rodendan/)	(4Nd.) Sechs Liter braucht die Limousine im Durchschnitt - und nur selten einen Tropfen mehr. Etwas trinkfreudiger gibt sich der 140 PS starke Alfa 166 2.4 JTD: 7,1 Liter. (http://www.autobild.de/artikel/vergleich-oberklasse-diesel-35595.html)
(4Se.) "Smrt" automobila sa konvencionalnim motorima, onakvih kakve danas poznajemo, prema Šelu će se dogoditi tek 2070. godine. (http://www.magazinauto.com/kraj-klasicnih-automobila-do-2070-godine/)	(4Ne.) Auch die Italiener zeigen, dass sie ihre frühere Paradedisziplin noch bestens beherrschen: kleine, charakterstarke Autos. (http://www.autobild.de/klassik/artikel/die-autos-der-80er-jahre-italiener-und-franzosen-1874377.html)
(4Sf.) Što čovek više vozi jedan model, sve više se navikava na njegove mane i na kraju je spreman da od njih napravi vrlineza koje je spreman da se svađa sa drugima. (http://www.magazinauto.com/toyota-avensis-20-d4-d-sol/)	(4Nf.) So rettet der Camaro II am Ende zwar nicht die Welt, aber zumindest seine Ehre. (http://www.autobild.de/klassik/artikel/chevrolet-camaro-1t-350-v8-5115589.html)
(4Sg.) Njegov karakter je gotovo "divlji". Ispod 2000 obrtaja je prilično letargičan, a onda odjednom istrese svu snagu u jednoj velikoj erupciji. (http://www.magazinauto.com/uporedni-test-renault-laguna-gt-20-dci-vs-citroen-c5-22-hdi/)	(4Ng.) Nicht nur wegen des Heckantriebs, sondern vor allem, weil sie angenehm im Umgang war: Sie sagte einem immer, was los war, blieb auch im Grenzbereich immer gutmütig. (http://www.autobild.de/artikel/deutschlands-top-200-folge-4-toyota-celica-gt-51518.html)
(4Sh.) Odavno nismo vozili limuzinu koja je toliko zabavna za vožnju i koja toliko ulivapoverenje vozaču. (http://www.magazinauto.com/uporedni-test-renault-laguna-gt-20-dci-vs-citroen-c5-22-hdi/)	(4Nh.) Ein Auto, das dir direkt sagt: "Mit mir machst du nichts falsch." (http://www.autobild.de/artikel/vergleich-oberklasse-diesel-35595.html)

Izvor: Autor

Ontološka metafora AUTOMOBIL JE LJUDSKO BIĆE je metafora za koju smo u korpusu pronašli najviše primera. S obzirom na to da je automobil predmet koji mi, čitajući specijalizovane časopise, želimo bolje da upoznamo, najbolji način za to jeste da o njima čitamo kao o ljudima. Činjenica je da automobile, i bez automobilskih časopisa, vrlo često shvatamo kao ljudska bića. Stoga se korisnici automobila o njima staraju, emotivno se vezuju za njih, veruju im. U citiranim iskazima nalazimo veoma slikovite primere personifikacije, kao posebnog oblika ontološke metafore. Automobili se personifikuju, tačnije, dodeljuju im se osobine svojstvene ljudima. Tako se oni rađaju (primeri (4Sa.) i (4Na.)), imaju vlastiti životni put (primer (4Sb.)), razboljevaju se (4Nb.), najzad, umiru (4Se.).

Međutim, oni u međuvremenu slave rođendane (4Sd.). Ovo, takođe, odgovara konceptu životnog ciklusa proizvoda koji se često primenjuje u marketingu. Naime, marketing stručnjaci proizvode takođe posmatraju kao živa bića koja prolaze kroz četiri faze svog „životnog veka“: uvođenje, rast, zrelost i, najzad, opadanje (up. Doole &Lowe, 2005).

Iz iskustva znamo da su automobili fizički predmeti, ali naše iskustvo je takođe zaslužno za to što iste te automobile konceptualizujemo kao ljude, pa oni u našem mišljenju i jeziku od fizičkih objekata postaju fizička lica, te tako mogu imati i svoju ličnu kartu (4Sc.), vlastiti identitet koji ih čini jedinstvenim i neponovljivim, i pored toga što su rezultat serijske proizvodnje.

Najzad, automobili imaju svoje vrline i mane, te karakter koji se razlikuje od modela do modela (primeri (4Sf–h.) i (4Ne–g.)). Čak se automobili koji se odlikuju većom potrošnjom goriva poistovećuju sa ljudima koji su skloni piću (4Nd.).

Naročito zanimljiv primer je (4Nc.), u kojem se glagol *bevölkern*(nem. *nastaniti*) pripisuje automobilima, a koji je zapravo derivat imenice *das Volk* (nem. *narod*), izveden uz pomoć diskontinuiranog tvorbenog morfema *be-...-(e)n* (up. Petronijević, 2015). Najzad, različite signalizacije za koje su automobili programirani doživljavaju se čak kao verbalna komunikacija sa vozačem, te tako u ovim popularno pisanim časopisima nalazimo i primere sa neupravnim i upravnim govorom koji potiče od samog automobila (4Ng–h.).

Prema Tošoviću (2002: 311), u novinama se često prepliću parafraziranja tuđih reči i iznošenje sopstvenih zapažanja. Međutim, u pomenutim primerima stručnjaci koji pišu date članke ovo očigledno čine na osnovu imaginarnog intervjua koji su obavili sa automobilom, što opet proističe iz sklonosti potrošačkog društva da personifikuje određene predmete.

Kada je reč o nejezičkim manifestacijama pojmovnih metafora, Klikovac (2004: 37) primećuje da nije slučajno to što u reklamama automobila ljudi, recimo, grle svoja vozila. Ovakvom personifikacijom ciljnom domenu AUTOMOBILDodeljen je ontološki status. Marketinški posmatrano, to takođe nije slučajnost jer su odluke o kupovini često emotivno utemeljene.

Konceptualna metafora (4) je takođe primer za personifikaciju, ali njen izvorni domen ČLAN ODREĐENE PORODICE govori o jednoj specifičnoj konceptualizaciji izvornog domena AUTOMOBIL. Naime, automobili ovde imaju svojstva ljudskog bića, ali ne stoje u odnosu prema ljudima, već u odnosu jedan prema drugom, i to u rodbinskom odnosu. Kao što smo već videli, automobili imaju svoje identitete, stoga im se i dodeljuju imena. Sada vidimo da automobili imaju i svoje poreklo, pedigree, svoje pretke (primeri (7Sa–b.) i (7Na.)). Oni imaju i svoje naslednike (7Sc.) i rođake (7Nb.). Automobile, dakle, ne konceptualizujemo samo na osnovu njihovih performansi, već i na osnovu njihove relacije sa drugim automobilima iz iste porodice. Tako, recimo, u porodici automobila marke Mercedes, tj. u asortimanu kompanije Mercedes, postoje stariji i mlađi članovi, postoje naslednici i braća.

Budući da je, u srpskom jeziku, imenica Mercedes muškog roda, o srodnim automobilima ove marke govori se kao o braći (7Sd.), dok je u slučaju brenda Opel, tj. marke Astra ili Korsa, reč o imenicama ženskog roda, pa te automobile konceptualizujemo kao sestre (7Se.). U nemačkom jeziku su imenice koje označavaju brendove automobila uvek muškog roda, pa se iz tog razloga uglavnom konceptualizuju kao braća (7Nc–e.), osim u primeru (7Ng.) u kojem je reč o sestrijskim modelima – verovatno pod uticajem engleskog jezika, u kojem se koristi izraz *sister models* za srodne proizvode istog proizvođača. Tek u slučaju brenda koji je nastao kao ćerka-firma može se javiti imenica ženskog roda, pa se u jednom primeru na nemačkom jeziku dati automobil naziva ćerkom drugog proizvođača (7Nf.).

Sledeće metafore su, takođe, primeri za personifikaciju ciljnog domena AUTOMOBIL, s tim što su izvorni domeni još konkretniji:

Tabela 4 Automobil je član određene porodice

srpski	nemački
7Sa.) Od „nevaljalog” malog „golfa” prve generacije koji je prednjačio u performansama u klasi i harao trkačkim stazama stigli smo do sedme generacije koja je dobila malo na kilogramima, nije više najjača u klasi, ali zato ima izuzetan pedigree, šarm i tehniku. (http://www.magazinauto.com/volkswagen-golf-gti-performance/)	(7Na.) Schon beim Einsteigen wirkt vor allem der Coupé-ähnliche Dreitürer erwachsener als sein Vorfahr. (http://www.autobild.de/artikel/fahrbericht-ford-focus-47061.html)
(7Sb.) „Folksvagen K70” je preteča svih modernih VW automobila kakve danas poznajemo. (http://www.magazinauto.com/predstavljamovolkswagen-k70/)	(7Nb.) Als sich der Rauch verzieht, gibt es außer Camaro und dem verwandten Pontiac Firebird keine sportlichen Coupés mehr. (http://www.autobild.de/klassik/artikel/chevrolet-camaro-1t-350-v8-5115589.html)
(7Sc.) U suštini, „K70” nije imao zvaničnog naslednika. (http://www.magazinauto.com/predstavljamovolkswagen-k70/)	(7Nc.) Für die Reise in die Toskana ist der Alfa zweifellos der ideale Begleiter. Schön wie die Landschaft, aber nicht so extrem geformt wie sein kleiner Bruder 156. (http://www.autobild.de/artikel/vergleich-oberklasse-diesel-35595.html)
(7Sd.) „Mercedes” koji vam prikazujemo se izgledom, pre svega detalja na prednjoj maski i braniku, dosta razlikuje od „normalne” braće. (http://www.magazinauto.com/mercedes-a200-cdi-amg-sport/)	(7Nd.) Im ersten Quartal dieses Jahres belegte der Passat hinter seinen Geschwistern Golf und Polo Rang drei der Zulassungsstatistik. (http://www.autobild.de/artikel/passat-alternativen-3450627.html)
(7Se.) Sa svojim kompaktnim dimenzijama i prednošću zbog manje mase, najbrža „astra” je gotovo dinamična kao veća sestra. (http://www.magazinauto.com/15-godina-opelovih-opc-modela/)	(7Ne.) Wie man sparen und sporteln kann, das wollen die Italiener beim großen Bruder Giulietta beweisen. (http://www.autobild.de/artikel/alfa-romeo-giulietta-und-mito-fahrbericht-4426605.html)
(7Sf.) NSU K70” je inače zamišljen kao manji brat već pomenutog ro80”. (http://www.magazinauto.com/predstavljamovolkswagen-k70/)	(7Nf.) Audi hat einfach einen Lauf: Wie bereits im Vorjahr gewinnt die VW-Tochter die nationale Leserwahl von AUTO BILD. (http://www.autobild.de/artikel/auto-1-von-deutschland-519224.html)
	(7Ng.) Auch eine Überlegung wert ist das in puncto Karosserie und Technik nahezu identische Schwesstermodell Pontiac Firebird. (http://www.autobild.de/klassik/artikel/chevrolet-camaro-1t-350-v8-5115589.html)

Već smo objasnili da se ontološke metafore mogu dalje konkretizovati uz pomoć strukturnih metafora. S tim u vezi, može se reći da brend nekog automobila konceptualizujemo kao prezime koje automobili iz te porodice nose, a pojedinačnemarka se konceptualizuju kao lična imena. Na osnovu toga smo u stanju da razlikujemo automobile i da ih klasifikujemo. Na sličan način se automobili konceptualizuju i kao pripadnici određene nacionalnosti, o čemu svedoči sledeća metafora:

Tabela 5 Automobil je pripadnik određene nacionalnosti

Srpski	Nemački
(8Sa.) Trebalo bi da sadrži i nešto više površina tapaciranih mekanom plastikom, što inače nije karakteristika ostalih malih "japanaca". (http://www.magazinauto.com/toyota-yaris/http://www.magazinauto.com/toyota-yaris/)	(8Na.) Der kleine Franzose kommt künftig mit Heckantrieb. (http://www.autobild.de/artikel/renault-twingo-2014-preise-5195524.html)
(8Sb.) Najpovoljniji delovi za "francuze" u Panteru. (http://www.magazinauto.com/najpovoljniji-delovi-za-francuze-u-panteru/)	(8Nb.) Statt dessen trat die Celica in sein Leben: 1971 debütierte die erste sportliche Japanerin in Deutschland. (http://www.autobild.de/artikel/deutschlands-top-200-folge-4-toyota-celica-gt-51518.html) (8Nc.) Lediglich ein kleiner Italiener kann in diesem Jahr gegen die Übermacht der Teutonen etwas ausrichten. Der knuddelige Retro-Mini Fiat 500 verbucht ebenfalls neun Ländertitel und ist bei uns unter den Top Ten der einzige Ausländer, der in die Phalanx der Deutschen einbrechen kann. (http://www.autobild.de/artikel/auto-1-von-deutschland-519224.html)
(8Sc.) Kabina je izrazito futuristička i sportski agresivna. Iako osnovni izgled deluje pomalo konzervativno, a koji "nemač" nije, stvar je u detaljima. (http://www.magazinauto.com/mercedes-a200-cdi-amg-sport/)	(8Nd.) Im Gegensatz zu seinem Italo-Kollegen 166 kann der A6 sehr wohl Sport und Komfort unter eine Karosserie bringen. (http://www.autobild.de/artikel/vergleich-oberklasse-diesel-35595.html)
(8Sd.) "Amerikanac" privlači veliku pažnju gde god da se pojavi a uz izuzetne performance može da se pohvali i povoljnijom cenom u odnosu na evropske modele sa sličnim karakteristikama. (http://www.magazinauto.com/dodge-challenger-srt-hellcat-stize-u-evropu/)	(8Ne.) ... da montiert Porsche einen höchst multikulturellen Schwaben zusammen. (http://www.autobild.de/artikel/porsche-boxster-spyder-test-5929147.html)
(8Se.) Već smo navikli da u velikim Tojotinim limuzinama ne sedimo potpuno na patosu, kao u nekim evropljanima, ali položaj za volanom nije umarajući, naprotiv. (http://www.magazinauto.com/toyota-avensis-20-d4-d-sol/)	(8Nf.) Der Ford Focus will ab dem 13. November 2004 Kunden zu Probefahrten locken. Wir hatten Gelegenheit, den Neu-Kölner zu erleben und waren angenehm beeindruckt. (http://www.autobild.de/artikel/fahrbericht-ford-focus-47061.html) (8Ng.) Der VW Passat gehört in Deutschland zu den Traumwagen. Dem braven Wolfsburger lässt sich objektiv nicht viel vorwerfen. (http://www.autobild.de/artikel/passat-alternativen-3450627.html)

Izvor: Autor

Na osnovu analize primera za pojmovnu metaforu (5) zaključujemo da je konceptualizacija ciljnog domena AUTOMOBIL često u direktnoj vezi sa zemljom u kojoj je automobil proizveden, te tako kao moguće izvorne domene srećemo upravo različite nacionalnosti. Automobili, i sami personifikovani kao ljudska bića koja se rađaju i imaju sopstvene identitete, mogu se dičiti i svojom nacionalnošću (primeri (8Sa–d.) i (8Na–d.)). Tako, primera radi, *Nemač* postaje hiperonim za sve automobile brendova *Audi*, *BMW*, *Mercedes*, *Opel*, *Porsche* i *Volkswagen* koji se proizvode u Nemačkoj, a u takvom sistemu svi automobili pomenutih proizvođača stoje u međusobnom odnosu kohiponimije. Iz ovakve perspektive, oni više nisu rivali, niti rođaci, već sunarodnici. S

druge strane, *Evropljani* stoje kao hiperonim za sve automobile proizvedene u evropskim zemljama (8Se.). Svesni da se ipak ne radi o ljudima, već o mašinama, autori tekstova na srpskom jeziku opredeljuju se, uglavnom, za pisanje ovih imenica malim početnim slovom i često pod navodnicima, potencirajući tako metaforički karakter upotrebljenih leksema.

Kako se na tlu Nemačke nalazi više svetski poznatih proizvođača automobila, autori časopisa na nemačkom jeziku se ne ustručavaju da date automobile nazovu *die Deutschen* ili *die Teutonen* (8Nc.). Obe imenice stoje u odnosu sinonimije, s tim što druga od pomenutih potiče od latinske reči *teutoniko*jom su se označavala sva germanska plemena, a danas nosi semu *tipičan* (*Nemac*). Informacija o poreklu proizvoda može imati pozitivan ili negativan efekat na potrošače u smislu procene proizvoda i njihovo stvarno ponašanje pri kupovini (v. Šapić & Golo, 2017). S obzirom na to da Nemačka ima veoma razvijenu automobilsku industriju, neretko se potencira upravo geografsko poreklo kako bi se brend povezo sa drugim informacijama u pamćenju koje potrošačima prenose određeno značenje (v. Kotler & Keller, 2006: 284–287). Nemačko poreklo automobila na taj način podupire asocijaciju na kvalitet. Dalja analiza korpusa na nemačkom jeziku pokazuje da se za automobile nemačkih proizvođača često naglašava i njihova regionalna pripadnost, pa se oni mogu konceptualizovati i kao ljudi koji potiču iz određene nemačke pokrajine (8Ne.) ili pak iz određenog nemačkog grada (8Nf-g.), pri čemu imenicu *Nemac* i dalje smatramo njihovim hiperonimom. Automobili proizvedeni u drugim zemljama mogu se označiti i kao *stranci* (nem. *die Ausländer*), kao u primeru (8Nc.).

Zaključak

Analiza primera ekscerpiranih iz Internet izdanja automobilskih časopisa „Auto Magazin“ i „Autobild“ pokazala je da tekstovi ovakvog stila obiluju konceptualnim metaforama. Najzastupljenije su ontološke metafore kojima se automobili personifikuju kao živa bića. Budući da izvorni domeni nisu uvek u potpunom skladu sa ciljnim domenom, već sa nekim svojim aspektima od njega odstupaju, za isti ciljni domen AUTOMOBIL nalazimo više različitih izvornih domena, u zavisnosti od konteksta i od aspekata ciljnog domena koji se potenciraju. Pored toga, pojmovima iz oblasti automobilizma dodeljuju se i prostorno motivisani izvorni domeni, o čemu svedoče u radu analizirane orijentacione metafore, dok nešto ređe nalazimo primere strukturalnih metafora, što je posledica toga da automobil nije primarno apstraktan pojam koji se odlikuje strukturom, ali se zato na njemu blizak ciljni domen VOŽNJA preslikava struktura izvornog domena BORBA. Konceptualne metafore u analiziranom korpusu ujedno predstavljaju produktivno stilsko sredstvo i unose živost u tekstove koji se služe stručnom terminologijom, a doprinose i diferenciranju proizvoda.

Strukturalna metafora se u oba jezika izražava glagolima, u srpskom i perifrastičnim glagolskim oblicima. Orijetaciona metafora se ilustruje pretežno imenicama koje međusobno stoje u odnosu antonimije. Kada je reč o ontološkoj metafori, tačnije, o personifikaciji, u oba jezika zapažene su pretežno imeničke fraze. Imenice u okviru jednog izvornog domena ontološke metafore često stoje u odnosu kohiponimije, ali i sinonimije. Razlike se odnose, pre svega, na gramatički rod imenica koje označavaju marke automobila u srpskom i nemačkom jeziku, te iz toga proizilaze razlike u leksičkoj realizaciji izvornih domena. Pored toga, nemački jezik pokazuje više mogućnosti za personifikaciju automobila kao pripadnika određene nacionalnosti, što se može dovesti u vezu sa privrednim i kulturološkim okolnostima, s obzirom na to da je nemačko govorno područje ujedno i područje sa kojeg potiče čak nekoliko svetski poznatih brendova iz oblasti automobilske industrije, što otvara prostor za dalja interdisciplinarna istraživanja bazirana na kongnitivnoj lingvistici i potrošačkom etnocentrizmu.

Reference

<http://www.magazinauto.com/>

<http://www.autobild.de/>

Sekundarna literatura:

1. Begen, F. (2004). Psihologija u marketingu: pristupi i razmatranja. Beograd: Clio.
2. Desmond, J. (2003): *Consuming Behaviour*, Basingstoke: Palgrave.
3. Doole, I. i Lowe, R. (2005). *Strategic Marketing Decisions in Global Markets*. Torquay: Thomson Learning.
4. Dragičević, R. (2007). *Leksikologija srpskog jezika*. Beograd: Zavod za udžbenike.
5. Jovanović, J. (2010). *Lingvistika i stilistika novinskog umeća*. Beograd: Jasen.
6. Jukić, D. (2011). Objekti i metafore marke meta marketinga. *Praktični menadžment*, Vol. II, br. 2. Virovitica: VŠMTI, str. 33–40.
7. Karlheinz, J. (1991). *Maschine, mentales Modell, Metapher*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag GmbH & Co.
8. Katzwinkel, J. (2018): Emotionalisierung von Marken in der Automobilbranche im interkulturellen Vergleich. In *Werbekommunikation in der Wirtschaft. Mediengerecht, praxisorientiert und interdisziplinär* (139–181). Wiesbaden: Springer.
9. Klikovac, D. (2004). *Metafore u mišljenju i jeziku*. Beograd: Biblioteka XX vek.
10. Kotler, Ph. i Keller, K. (2006). *Marketing menadžment*. Beograd: Data status.
11. Kovačević, M. (2000). *Stilistika i gramatika stilskih figura*. Kragujevac: „Kantakuzin“.
12. Kövecses, Z. (2010). *Metaphor – A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
13. Lakoff, G. i Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
14. Mladenov, M. (1980). *Novinarska stilistika*. Beograd: Naučna knjiga.
15. Petronijević, B. (2015). *Beiträge zur kontrastiven Wortbildung: deutsch-serbisch und serbisch-deutsch*. Beograd: Jasen.
16. Solomon, M., Bamossy, G., Ackegaard, S., Hogg, M. (2016). *Consumer Behaviour – A European Perspective*. Harlow: Pearson Education Limited.
17. Šapić, S. i Golo, J. (2017). Uticaj dimenzija kulture na stavove i namere potrošača prema stranim i domaćim proizvodima. U *Izazovi i problemi savremenog marketinga* (str. 261–271). Beograd: Srpsko udruženje za marketing – SeMA.
18. Tošović, B. (2002). *Funkcionalni stilovi*. Beograd: Beogradska knjiga.

**FINANSIJSKI ASPEKTI EVROPSKIH
INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

KARAKTERISTIKE KORPORATIVNIH POREZA U EU

Srdan M. Đinđić*

U ovom radu analiziramo karakteristike i efekte korporativnih poreza koji praktično postoje u EU-28, uključujući futuristički orijentisan predlog EC o nadnacionalnom, koordiniranom uvodjenju jedinstvenog poreza (poreske osnove) za sve države članice EU. Klasičan sistem je pogodan za okolnosti u kojima dominira mišljenje da reinvestiranje predstavlja fundament rasta i razvoja privrednih subjekata. Dvojni porez na dohodak (DIT) je dobro ustanovljen koncept usmeren ka stimulanju domaćih investicija i privlačenju stranih investicija, posredstvom preferencirane (niske) stope za dohodak od kapitala. Države članice EU uglavnom koriste rudimentaran oblik sveobuhvatnog poreza na dohodak korporacije, CBIT, zato što najbolje "prijanja" na disharmonično poresko podneblje EU. U odnosu na faktičko stanje u EU, naknada za kapital korporacije (ACE) može biti dvostrano poželjan "korak" ka neutralnosti. ACE ne remeti proces donošenja finansijskih odluka. ACE ne utiče na proces donošenja investicionih odluka, zato što ACE ne tangira marginalne investicije čiji prinos odražava cenu kapitala. Za Estoniju (od 2000. godine) i Latviju (od 2018. godine), poreski sistem je važan instrument poreske konkurencije i ekonomskog rasta. Ovaj unikatan poreski obrazac treba imati u vidu, jer je u pitanju porez na dohodak korporacije (CIT) koji favorizuje jednostavnost i neutralnost, investicije i konkurentnost. U EU je u toku "živa" komunikacija o prvoj fazi reforme, o dizajniranju i efektima zajedničke korporativne poreske osnove (CCTB), nakon koje bi usledila druga faza, procedura konsolidacije oporezivih dohodaka na nivou EU (CCCTB) i njeno raspodela prema formuli (FA). Druga faza bi demonstrirala punu opravdanost predložene reforme, međutim, faktička implementacija zavisi i od konkretnih izazova.

Ključne reči: korporacija, standardni porezi, DIT, CBIT, ACE, C(C)CTB, EU.

Uvod

OECD je "potrošila" protekle dve decenije novog veka na pitanja erozije poreske osnove i realokacije dohotka (profita), na povećanje transparentnosti intrakompanijskih transakcija i suzbijanja poreske evazije,¹ istrajavajući na tradicionalnoj valorizaciji međunarodnih transakcija i alokaciji svetske poreske osnove, međunarodnog dohotka. Međutim, princip van dohvata ruke i neizbežne transferne cene povremeno nemaju jasne odgovore na učestale globalne izazove. Pod dodatnim uticajem svetske ekonomske krize i krize duga, vodeći unilateralnu politiku, države članice EU su tokom novog veka instrumentalizovale svoje korporativne poreske sisteme u pravcu realizacije prekograničnih fiskalnih prelivanja u EU, koja se manifestuju jačanjem poreskih distorzija u područjima finansijske strukture, lokacije investicija i realokacije (premeštanja) dohodaka. Na zapadnoj hemisferi su kulminirale ne samo poreske debate. SAD su promovisale drugu najveću reformu u svojoj poreskoj istoriji (TCJA, Tax Cuts

* Vanredni profesor, e-mail: srdjanmdjindjic@gmail.com

¹ Međunarodna poreska konkurencija decenijama opstaje kao prvorazredno globalno pitanje. U 2013. godini, OECD je publikovala prvi nacrt svog akcionog plana u borbi protiv erozije osnove i realokacije/premeštanja dohotka ("BEPS"), nakon čega je (2015) objavljen konačan izveštaj. Na osnovu rezultata OECD, EC je reaktivirala predlog zajedničke konsolidovane korporativne poreske osnove, CCCTB, u oktobru 2016. godine.

OECD. (2013). Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2015). OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, 2015 Final Report. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2019). OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Country-by-Country Reporting-Compilation of Peer Review Reports (Phase 2), Inclusive Framework on BEPS: Action 13. Paris: OECD Publishing.

and Jobs Act),² posle TRA 86 (Tax Reform Act of 1986), u ambijentu naglašenog nezadovoljstva makroekonomskim tendencijama/pokazateljima i performansama vlastitog poreskog sistema. SAD su krenule ka (hibridnom) teritorijalnom poreskom sistemu, nešto slično UK, Japanu i Novom Zelandu (2009), u cilju repatrijacije dohotka iz inostranstva, privlačenja stranih investicija i podsticanja rasta nacionalne ekonomije, dajući svoj doprinos osnaživanju globalne poreske konkurencije. Reformski paket SAD, koji obuhvata značajne promene korporativnog i personalnog oporezivanja, pruža procenjeno neto smanjenje poreza od 1.4 milijarde USD tokom deset godina, prema podacima The Joint Committee on Taxation (ne uzimajući u obzir dinamičke efekte).³ Parlament (Savet) EU je rezigniran stanjem u EU i podržava stav da je socijalni ugovor u EU erodiran, da ne postoji konzistentan poreski sistem na nivou EU, da države članice koriste svoje poreske sisteme da bi se takmičile u privlačenju mobilnih poreskih osnovica (trka za "izdašnim poreskim osnovicama", "nadmetanje za bogate" pojedince i korporacije), prisiljavajući druge države članice da snižavaju njihove poreske stope, da uvide atraktivne preferencijalne poreske šeme u destruktivnoj trci do dna.⁴ Evropski centar za međunarodnu političku ekonomiju konstatuje da kreatori politike u EU de facto podržavaju ponašanje velikih evropskih kompanija u pogledu "poreske štednje", drugim rečima, države članice su primenile zakone koje aktivno ohrabruju kompanije sa sedištem u EU da, na legalan način, smanje svoje globalne poreske obaveze/račune. U području digitalnih usluga, specijalan porez (DST, Digital Services Tax)⁵ bi inicirao veću kompleksnost poreskog sistema i poresku evaziju, i učinio da korporativno oporezivanje bude van kontrole kreatora politike.⁶ Konfrontirajući se sa tradicionalnim pristupom OECD, EC (European Commission) reaktivira "staru" ideju (2001), ali ovog puta uz podršku kreatora politike, i planira sprovođenje poreske revolucije, raskid sa stoletnom evropskom (svetskom) poreskom tradicijom separatnog oporezivanja grupe povezanih entiteta, MNCs (multinacionalnih kompanija/korporacija), odnosno, afirmisanje unitarnog oporezivanja.

Predmet ovog rada je analiza procedure oporezivanja korporativnog sektora u državama članicama EU, uključujući države koje gravitiraju evropskom ekonomskom prostoru, pre svega

² The Senate and House of Representatives of the United States of America. (2017). An Act to provide for reconciliation pursuant to titles II and V of the concurrent resolution on the budget for fiscal year 2018, December 22, 2017. (The Cuts and Jobs Act).

³ Chalk, N., Keen, M. and Perry, V. (2018). The Tax Cuts and Jobs Act: An Appraisal. Washington, D.C.: IMF.

⁴ Socijalni ugovor u EU je uništen. Personalni porez na dohodak (PIT, personal income tax) je najveći izvor prihoda u EU, povećanje učešća na 22% ukupnih poreskih prihoda, u poredjenju sa odgovarajućim udelom od 7% poreza na dohodak korporacije (CIT, corporate income tax). Baš kao kod korporativnog poreza (CT, corporate tax), države članice se takmiče unutar i van EU da, posredstvom "specijalnih šema", privuku visoko kvalifikovane, bogate i mobilne pojedince da promene prebivalište u poreske svrhe. EC (European Commission) je prva otvorila (2001) pitanje efekata specijalnih poreskih pravila, porezi na nasledje, bogatstvo i dohodak od kapitala su niži (ili su potpuno "nestali") od poreza na dohodak od rada u većini država članica. Petnaest država članica, uključujući nekoliko država u okviru evropskog ekonomskog prostora, poput Švajcarske, nude specijalne poreske šeme za 160 000 korisnika. UK i Holandija, svaka sa po 50 000 korisnika, posebno se ističu u ovoj oblasti. Pored izuzeća stranog dohotka od kapitala, Holandija pruža specijalne naknade za godišnji dohodak holandskog porekla iznad 775 miliona EUR, UK preferencira britanske menadžere MNCs (multinacionalnih kompanija/korporacija, multinational companies/corporations) i IT stručnjake iz Indije. Malta i Kipar su se pridružili ovim tendencijama. Italija je uvela nove i proširila postojeće mere za smanjenje oporezivanja dohotka od 100 000 EUR (ili čak i manjih dohodnih iznosa), bez obzira na način sticanja dohotka, i bez dokaza o rezidentsvu. Francuska je nedavno kreirala velikodušnije šeme, kako bi konkurisala, pre svega, Nemačkoj i UK. Nakon dokaza o preseljenju bogatih penzionera u Portugal, da bi ostvarili izdašna poreska oslobodjenja, Finska je unilateralno raskinula poreski ugovor početkom 2019. godine, što je bez presedana u odnosima država članica EU.

Trautvetter, C & Winkler, E. (2019). Competing for the rich. Brussels, Belgium: The Greens/EFA group in the European parliament.

⁵ European Commission. (2018). Time to establish a modern, fair and efficient taxation standard for the digital economy. COM(2018) 146 final. Brussels.

⁶ Bauer, M. (2019). Corporate Tax Out Of Control, EU Tax Protectionism and the Digital Services Tax. Brussels, Belgium: European Centre For International Political Economy.

Norvešku, koja je interesantna zbog pripadnosti grupi nordijskih zemalja sa dvojnim porezom na dohodak, DIT-om (dual income tax). Države članice OECD i G20 ćemo povremeno uključivati u elaboraciju, u meri koja je primerena povećanju kvaliteta obrazloženja postavljenog cilja istraživanja. "Korporativni sektor" analiziramo u kontekstu reprezentativnih konstitutivnih elemenata: (i) "korporacija", nezavisan entitet kao obveznik korporativnog poreza (CT), odnosno, poreza na dohodak korporacije (CIT), (ii) "multinacionalna korporacija", MNC, koja je specifična zbog poreskog tretmana prekograničnih intrakompanijskih transakcija između grupe povezanih entiteta raspoređenih u različitim državama članicama EU, (iii) "transparentni entitet", kao obveznik personalnog poreza na dohodak, PIT (preduzetnik, partnersvo, kompanija/korporacija sa ograničenim brojem akcionar) i (iv) "institucionalni investitori" koji su specifični zbog preferenciranog i/ili "tax free" statusa (javne korporacije, odnosno, penzijski fondovi, osnovni investicioni fondovi, neprofitne organizacije, uključujući dobrotvorne ili crkvene organizacije, koji su izuzeti od CIT pod određenim uslovima).

Mada su publikovani nijansirani stavovi o interakciji oporezivanja i rasta,⁷ smatramo da je poreski sistem značajna odrednica performansi korporativnog sektora (nacionalne ekonomije), odnosno, efikasnog funkcionisanja jedinstvenog tržišta EU i dinamike rasta/razvoja ekonomija pojedinih država članica. Cilj ovog rada je ocena karakteristika i efekata CTs (korporativnih poreza) koji praktično postoje u EU-28, uključujući futuristički orijentisan predlog EC o nadnacionalnom, koordiniranom uvodjenju jedinstvenog poreza (poreske osnovice) za sve države članice EU. Interakcija CIT – PIT (porez na dohodak korporacije – personalni porez na dohodak) nije u fokusu analize, i biće uključena u elaboraciju samo u meri koja je neophodna da se objasne porezi uvedeni na nivou korporacije (CTs).

Osnovne pretpostavke rada su: (i) harmonizacija nacionalnih poreskih pravila je poželjna tendencija, posmatrano sa stanovišta pojedinačnih država članica, odnosno, EU kao celine. (ii) (Ne)poželjnost svake harmonizacije nacionalnih poreskih pravila treba valorizovati sa stanovišta tri osnovna principa, principa neutralnosti (efikasnosti), principa supsidijarnosti i principa adekvatnog unutrašnjeg tržišta EU. (iii) Unilateralan pristup politici i poresko planiranje (tj. fiskalno prelivanje, štetna poreska konkurencija i poreska evazija) su komplementarne aktivnosti. (iv) Koordiniran pristup politici i konzistentan sistem korporativnog oporezivanja u EU su komplementarne aktivnosti.

Na osnovu komparativne analize postojećih CTs u EU, konstatuje se da države članice uglavnom koriste rudimentaran oblik sveobuhvatnog poreza na dohodak korporacije, CBIT (Comprehensive business income tax), zato što najbolje "prijanja" na disharmonično poresko podneblje EU.

Rad je strukturiran u šest delova. Drugi deo rada je posvećen sistematizaciji poreske politike u EU. Trećim delom rada markiramo osnovne principe oporezivanja korporativnog sektora u EU. U četvrtom delu rada analiziramo funkcionalne karakteristike i efekte korporativnih poreza koji praktično postoje u EU, standardni CTs (klasičan sistem), dvojni porez na dohodak, DIT

⁷ Hindriks and Myles (2013) zastupaju ambivalentne stavove po pitanju interakcije poreskog sistema i ekonomskog rasta: (i) Kada kreator politike priprema poresku reformu, ne treba posebno da brine o efektima na rast, jer uticaj oporezivanja na rast je nizak. (ii) Postoji dovoljno dokaza da oporezivanje na raznovrsne načine određuje BDP, uključujući efekte na tražnju i/ili ponudu za radnom snagom, i na visinu budžetskih prihoda. U svakom slučaju, u uvodnom delu našeg izlaganja apostrofiramo unificiran stav da balansiranje visine poreskog tereta između različitih poreskih osnovica, posebno realokacija poreza sa faktora rada na druge osnovice koje se smatraju najmanje štetnim za rast, ostaje prepoznatljiva preporuka EC i drugih međunarodnih institucija.

Hindriks, J. and G.D. Myles (2013), *Intermediate Public Economics*, 2nd edition. Cambridge, MA: MIT Press.

Prema: Mathé, M., Nicodème, G. & Savino Ruà (2015). *Tax Shifts. Taxation papers WP 59-2015*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities

(dual income tax), sveobuhvatan porez na dohodak korporacije, CBIT (Comprehensive business income tax), naknada za kapital korporacije, ACE (Allowance for corporate equity), uključujući dve inovativne države Baltika bez CTs. U petom delu rada elaboriramo nacrt predlog EC o dvofaznom uvodjenju zajedničke korporativne poreske osnovice, CCTB (common corporate tax base), odnosno, zajedničke konsolidovane korporativne poreske osnovice, CCCTB, (Common Consolidated Corporate Tax Base), dok šesti deo sadrži zaključna razmatranja.

Poreska politika eu: unilateralnost (disharmonija) kao lajtmotiv

Oporezivanje korporativnog sektora u EU zasniva se na četiri "stuba". Prvi, okvir za poresku politiku EU predstavljaju dokumenta OECD/G20 i GATT/WTO, svetske organizacije koje se bave pravilima trgovine medju državama i dizajnom svetskog poreskog sadržaj, u cilju širenja svetske trgovine na multilateralnoj osnovi.⁸ Drugi "stub" predstavljaju ugovori EU, kao obavezujući sporazumi država članica EU, koji postavljaju ciljeve EU i pravila za institucije EU, kako bi se EU učinila efikasnijom i transparentnijom.⁹ Treći "stub" čine direktive, preporuke i odluke EU koje formiraju poresku politiku usmerenu ka obezbedjenju slobodnog kretanja ljudi i kapitala, respektujući razvoj unutrašnjeg tržišta EU. Četvrti "stub" reguliše odnos EC – države članice. Uloga EC je indirektna, tj. EC utvrđuje standarde za oporezivanje u svetlu minimiziranja/harmonizacije prekograničnih administrativnih prepreka unutar EU, uključujući i treće zemlje. "Indirektna" uloga praktično znači ograničena ovlašćenja u sferi oporezivanja korporativnog sektora, odnosno, u području direktnog oporezivanja. Pošto je oporezivanje srž državnog suvereniteta, države članice imaju direktno pravo na oporezivanje korporacija i fizičkih lica.

Za potrebe ovog rada, aktivnosti EU (EC) možemo orijentaciono grupisati u dva potperioda, "inicijalni potperiod" (aktivnosti izvedene tokom dvadesetog veka), nakon kojeg su usledile savremene aktivnosti tokom dve decenije novog milenijuma. Pošto je inicijalni cilj bio dugoročno uskladjivanje nacionalnih poreskih jurisdikcija koje presudno utiču na unutrašnje tržište i slobodno kretanje usluga, kapitala i ljudi, višedecenijske napore EU tokom dvadesetog veka za harmonizaciju korporativnog oporezivanja sistematizujemo kroz četiri ključna predloga: (i) Direktiva o spajanjima,¹⁰ (ii) Direktiva o matičnom i zavisnim entitetima,¹¹ (iii) Direktiva o kamatama i autorskim honorarima,¹² (iv) Konvencija o proceduri arbitraže (1990.) za rešavanje

⁸ OECD. (2019). Model Tax Convention on Income and on Capital 2017. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2013). Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting. Paris: OECD Publishing.

⁹ OECD/G20. (2019). Inclusive Framework on BEPS: Progress Report July 2018-May 2019. Paris: OECD Publishing.

Treaty on European Union (Consolidated version 2016), OJ, C 202, 7. 6. 2016.

Treaty on the Functioning of the European Union (Consolidated version 2016), OJ, C 202, 7. 6. 2016

Treaty establishing the European Atomic Energy Community (Consolidated version 2016), OJ, C 203, 7.6.2016.

Charter of Fundamental Rights of the European Union (Consolidated version 2016), OJ, C 202, 7.6.2016.

¹⁰ Direktivom je formiran zajednički sistem oporezivanja spajanja, podela, prenošenja imovine i razmene akcija između kompanija u različitim državama članicama EU. Cilj direktive je bio eliminisanje fiskalnih prepreka za prekogranične reorganizacije preduzeća koja posluju u dve ili više država članica EU, drugim rečima, omogućavanje kompanijama da restrukturiraju svoje grupe povezanih entiteta bez negativnih poreskih posledica.

Council Directive on the common system of taxation applicable to mergers, divisions, transfers of assets and exchanges of shares concerning companies of different Member States, ("Merger Directive"), 90/434/EEC, 2005/19/EC, 2009/133/EC.

¹¹ U skladu sa Direktivom o matičnom i zavisnim društvima EU, dividende koje zavisno društvo u jednoj državi članici distribuira matičnom preduzeću u drugoj državi članici biće izuzeto od poreza po odbitku, pod uslovom da matično preduzeće poseduje najmanje 10% zavisnog preduzeća.

Council Directive on the common system of taxation applicable in the case of parent companies and subsidiaries of different Member States, 90/435/EEC, 2003/123/EC, 2011/96/EU.

¹² "I+R" direktiva pretenduje formiranje zajedničkog sistema oporezivanja prekograničnih plaćanja kamata i autorskih honorara između matičnog i zavisnih preduzeća, ukidanjem poreza po odbitku za isplaćene kamate (autorske honorare) u grupi entiteta.

sporova povodom pojave dvostrukog oporezivanja dohotka/profita povezanih entiteta u različitim državama članicama,¹³ koja je neposredno inspirisana prvom Konvencijom u EU, 1976 (uključujući Belu knjigu, 1985), ali i Evropskom konvencijom o međunarodnoj komercijalnoj arbitraži (1961).¹⁴

U godinama na razmeđu dva milenijuma, EU je započela drugu fazu harmonizacije procedure korporativnog oporezivanja, koja kontinuirano traje do danas. Široku lepezu aktivnosti Parlamenta, Saveta i pre svega EC interpretiraćemo kroz šest ciljeva poreske politike, koji se slivaju u jedno "izvorište": konzistentnost sistema & suzbijanje evazije. (i) Kodeks ponašanja: radi podsticanja tržišne konkurencije i sprečavanja poreske konkurencije, naročito nakon proširenja EU (2004, 2007), usvojena je rezolucija o Kodeksu ponašanja u pogledu oporezivanja preduzeća, sa ciljem suzbijanja "štetne poreske konkurencije" među državama članicama EU.¹⁵

(ii) Zajednička konsolidovana korporativna poreska osnovica (CCCTB, Common Consolidated Corporate Tax Base): EC je publikovala (2015.) akcioni plan,¹⁶ odnosno, plan reforme korporativnog poreskog okvira u EU, kako bi rešila poreske zloupotrebe, osigurala održive prihode i podržala bolje poslovno okruženje na jedinstvenom tržištu. Identifikovano je 5 ključnih područja delovanja, pri čemu je CCCTB na prvom mestu.¹⁷ (iii) Paket mera za poresku

Council Directive on common system of taxation applicable to interest and royalty payments made between a associated companies of different Member States, COM(1998) 67 final, 2003/49/EC, 2004/66/EC, 2004/76/EC, 2011/0314/CNS

¹³ European Community, Convention on the elimination of double taxation in connection with the adjustment of profits of associated, 90/436/EEC, Council Decision 2008/492/EC, Council Decision 2014/899/EU. European Commission, EU Joint Transfer Pricing Forum, Report on the re-entry into force of the arbitration convention, DOC.JTPF./019/REV5/2004/EN.

Popa, C., Panina, M., Andreiescu, L. & Holveat, K. (2016). Study on the application of economic valuation techniques for determining transfer prices of cross border transactions between members of multinational enterprise groups in the EU. Deloitte, Directorate-General for Taxation and Customs Union (European Commission).

European Commission, A Coordinated Approach to Transfer Pricing Controls Within the EU, EU Joint Transfer Pricing Forum, DOC: JTPF/013/2018.

European Commission, The Application of the Profit Split Method Within the EU, DOC: JTPF/002/2019.

¹⁴ European Convention on International Commercial Arbitration, United Nations, Treaty Series, vol. 484, Geneva, 21 April 1961.

¹⁵ Kodeks ponašanja je sugerisao da se preispitaju, izmene ili ukinu postojeće poreske mere koje predstavljaju štetnu poresku konkurenciju. Osnovana je "Code of Conduct Group (Business Taxation)", radi procene poreskih odredbi koje mogu biti u delokrugu Kodeksa ponašanja. Prema Kodeksu ponašanja, poreske mere koje obezbeđuju znatno niži efektivni nivo oporezivanja, uključujući nultu poresku stopu, u odnosu na nivoe koji su generalno primenjuju u državama članicama, treba smatrati potencijalno štetnim i treba obuhvatiti Kodeksom, uključujući pet kriterijuma za procenu da li su (ili nisu) takve odredbe štetne. Od osnivanja Grupe, 1998. godine, osnovano je nekoliko Podgrupa, a posebno Podgrupa za borbu protiv zloupotrebe (2013.), Podgrupa za objašnjenje kriterijuma za procenu (2016.) i Podgrupa o trećima zemljama (2016.)

Council of the European Union. (1997). Conclusions of the ECOFIN Council Meeting on 1 December 1997 concerning taxation policy - Resolution of the Council and the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council of 1 December 1997 on a code of conduct for business taxation - Taxation of saving, Official Journal C 002 , 06/01/1998 P. 0001 – 0006.). Brussels: EC.

Council of the European Union. (1998). Council Conclusion of 9 March 1998 concerning the establishment of the Code of Conduct Group (business taxation) (98/C 99/01). Brussels: EC

Council of the European Union. (2016). Council conclusions on the code of conduct on business taxation, 8 March 2016. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2017). Code of Conduct (Business Taxation) – Report to the Council. Brussels: EC

¹⁶ European Commission, A Fair and Efficient Corporate Tax System in the European Union: 5 Key Areas for Action, COM(2015) 302 final. Brussels: EC.

¹⁷ European Commission, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the Economic and Social Committee – Towards an Internal Market without tax obstacles – A strategy for providing companies with a consolidated corporate tax base for their EU-wide activities, COM(2001) 582. Brussels: EC.

European Commission, Proposal for a Council Directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB), COM(2011) 121/4. Brussels: EC.

European Commission, Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base, COM(2016) 685 final.

European Commission, Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base, COM(2016) 685 final, 683 final. Strasbourg: EC.

transparentost: EC je, u martu 2015. godine, predstavila paket mera za jačanje transparentnosti i saradnje koji suštinski doprinosi prioritetu poreske politike, uspostavljanju veze između oporezivanja i stvarne/realne ekonomske aktivnosti. Program borbe protiv izbegavanja korporativnog poreza (CT), koji uključuje 6 elemenata, EC pre svega vidi u jačanju administrativne saradnje i automatskoj razmeni podataka između država članica¹⁸ (uključujući formiranje međunarodnih standarda za koordiniranu internacionalnu borbu protiv globalnog fenomena pranja novca - zajednički naponi UN i Saveta Evrope).¹⁹ (iv) Paket mera protiv izbegavanja plaćanja poreza (ATAP, 2016): kao odraz širokog političkog, ekonomskog i međunarodnog konteksta, EC je ATAP usmerila ka tri krupna cilja:²⁰ osiguranje efikasnosti oporezivanja u EU, povećanje poreske transparentnosti i obezbedjenje jednakih uslova za poslovanja svih aktera. (v) Zajednička evropska lista jurisdikcija trećih zemalja u poreske svrha: saglasno nastojanju ka većoj globalnoj administrativnoj saradnji i transparentnosti oporezivanja, i želi da međunarodni partneri EU poštuju iste standarde kao i države članice EU, EC je formirala listu nekooperativnih jurisdikcija, predviđajući i mogućnost zabrane poslovanja. Lista se formira na osnovu detaljne procene prema "kriterijumima za dobro upravljanje", koji su usaglašeni između država članica i ECOFIN, u novembru 2016. godine.²¹ (vi) Pravično

¹⁸ Jedinstveno tržište, odnosno, sloboda kretanja, poslovanja i investiranja, i neusklađeno direktno oporezivanje praktično znače šansu za poresko izbegavanje (utaju). EC eksplicitno forsira stanovište da administrativna saradnja između odgovarajućih institucija, prvenstveno u pogledu automatske razmene relevantnih informacija, predstavlja pravi način da svaki obveznik plaća svoj, pravičan deo poreza, nezavisno gde obavlja biznis. Prema EC, Direktiva Saveta 2011/16/EU, koja je zamenila inicijalnu Direktivu 77/799/EEC, predstavlja kvalitetnu platformu za saradnju.

Council of the European Union. (2011). Council Directive 2011/16/EU of 15 February 2011 on administrative cooperation in the field of taxation and repealing Directive 77/799/EEC. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2014). Council Directive 2014/107/EU of 9 December 2014 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2015). Council Directive (EU) 2015/2376 of 8 December 2015 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2016). Council Directive (EU) 2016/881 of 25 May 2016 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2016). Council Directive (EU) 2016/2258 of 6 December 2016 amending Directive 2011/16/EU as regards access to anti-money-laundering information by tax authorities. Brussels: EC.

Council of the European Union. (2018). Council Directive (EU) 2018/822 of 25 May 2018 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation in relation to reportable cross-border arrangements. Brussels: EC.

European Commission. (2019). Commission Implementing Regulation (EU) 2019/532 of 28 March 2019 amending Implementing Regulation (EU) 2015/2378 as regards the standard forms, including linguistic arrangements, for the mandatory automatic exchange of information on reportable cross-border arrangements. Brussels: EC.

¹⁹ European Parliament. (2015). Directive (EU) 2015/849 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, amending Regulation (EU) No 648/2012 of the European Parliament and of the Council, and repealing Directive 2005/60/EC of the European Parliament and of the Council and Commission Directive 2006/70/EC (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.

European Parliament. (2015). Regulation (EU) 2015/847 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on information accompanying transfers of funds and repealing Regulation (EC) No 1781/2006 (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.

The European Parliament. (2018). Directive (EU) 2018/843 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 amending Directive (EU) 2015/849 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, and amending Directives 2009/138/EC and 2013/36/EU (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.

²⁰ ATAP čine: (i) Predlog Direktive o izbegavanju poreza. (ii) Revizija Direktive o administrativnoj saradnji. (iii) Preporuka o poreskim ugovorima. (iv) Komunikacija o spoljnoj strategiji za efikasno oporezivanje. (v) Studija o agresivnom poreskom planiranju.

Anti Tax Avoidance Package, European Commission website

European Commission. (2017). Aggressive tax planning indicators, Final Report, Working Paper No 71/2017. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

²¹ "Kriterijumi za dobro upravljanje" pokrivaju tri oblasti: (i) Transparentnost (Da li je jurisdikcija uskladjena sa međunarodnim standardima u vezi razmene informacija?). (ii) Pravična poreska konkurencija (Da li zemlja ima štetnu poresku praksu ili režime? Da li zemlja primenjuje anti-BEPS odredbe OECD?). (iii) Realne ekonomske aktivnosti (Da li poreske stope u određenoj zemlji ohrabruju veštačke poreske strukture?). Prva lista nekooperativnih jurisdikcija objavljena je 5. decembra

oporezivanje digitalne ekonomije: podstaknuta globalnim diskusijama i problemima (rešenjima) u okviru OECD/ G20, EC je, 21.03.2018. godine, predložila novi okvir za pravično oporezivanje digitalne ekonomije, koja postavlja nepoznata pitanja za postojeća poreska pravila, "digitalno prisustvo", "virtuelna poslovna jedinica, "minimalni ekonomski sadržaj". Zato što je stvarnost pretekla jurisdikciju (na evidentno odsustvo oporezivanja brojnih digitalnih aktivnosti, države članice su ad hoc reagovala da bi "zakrpile" nacionalne poreske jurisdikcije), ali i zato što je teško ponuditi "optimalno" rešenje u tekućim evropskim (globalnim) disharmoničnim oklonostima, EC je promovisala dva pristupa. Prvi, sistematičan dugoročni pristup, zajednička reforma evropskih korporativnih poreskih pravila za digitalne aktivnosti, koja je koncipirana kao suštinska reforma koja bi se konačno završila integrisanjem sa CCCTB. Drugi, neodložan pristup, privremeni porez na "odredjeni prihod" od digitalnih usluga, kao iznudjeno rešenje u obliku urgentnog oporezivanja aktivnosti koje su sada izuzete, kako bi hitno i konačno počele da generišu poreske prihode za države članice.²²

Iz perspektive 2019. godine, okosnicu oporezivanja korporacija u EU čine: (i) procedura odlučivanja o poreskoj politici (konsenzus država članica), (ii) tradicionalni model oporezivanja (separatno oporezivanje i transferne cene) i (iii) mreža bilateralnih poreskih sporazuma država članica za oporezivanje prekograničnih dohodnih tokova/transakcija u EU, uključujući i

2017. godine. Prema poslednjem izveštaju, od 10. oktobra 2019. godine, Savet je konstatovao da EU listu poreskih rajeva karakteriše sledeća evolucija: trenutno, 9 jurisdikcija se nalazi na crnoj listi (Maršalska ostrva su prebačena sa crne na sivu listu), 32 jurisdikcije se nalaze na sivoj listi, dok je 6 zemalja (Ujedinjeni Arapski Emirati, Albanija, Kostarika, Srbija, Švajcarska i Mauricijus) uskladilo svoje obaveze, i potpuno su uklonjene sa liste EU. Devet zemalja je odbilo da se angažuje sa EU na unapredjenju nedostataka u poreskom upravljanju (stanje 10. oktobar 2019.): American Samoa, Belize, Guam, Samoa, Trinidad and Tobago, US Virgin Islands, Fiji, Oman, Vanuatu.

Council of the European Union. (2016). Criteria and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, Annex Council Conclusions on the criteria for and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, 14166/16. Brussels: Council of the European Union.

Council of the European Union. (2017). The EU list of non-cooperative jurisdictions for tax purposes, Annex Council Conclusions on the criteria for and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, 15429/17. Brussels: Council of the European Union.

Common EU list of third country jurisdictions for tax purposes, European Commission website.

²² U Evropi (svetu), pred profesionalnim autoritetima/institucijama predugo stoji enigmatičan problem odsustva sistemskog rešenja za oporezivanje digitalne ekonomije, a tako će biti i u doglednoj budućnosti. Problem je posebno respektabilan, zato što su, prema EC, relevantni sledeći podaci: (i) digitalna preduzeća dinamičnije rastu (prosečni godišnji rast prihoda digitalnih preduzeća iznosi 14%, dok se odgovarajući iznos za "tradicionalne" MNC kreće u intervalu od 0.2% - 3%), (ii) digitalna preduzeća se daleko manje oslanjaju na standardan način organizovanja, koji je svojstven tradicionalnim MNC - u formi filijala, tj. u formi fizičkog prisustva stalnih poslovnih jedinica razmeštenih širom sveta (samo 50% filijala digitalnih MNC je osnovano u inostranstvu, u poredjenju sa 80% za tradicionalne MNC), (iii) digitalna preduzeća, u odnosu na tradicionalna preduzeća, u proseku plaćaju 50% manji porez). Odgovor EC (2018) je formulisan kroz dva predloga. Zajedničko (EU) rešenje za digitalne aktivnosti se sastoji od tri segmenta, CCCTB, nova pravila za oporezivanje digitalnih aktivnosti i prilagodjene ugovora o dvostrukom oporezivanju. Prema ovom (prvom) celovitom rešenju, preduzeća bi plaćala porez u svakoj državi gde imaju značajno digitalno prisustvo, ukoliko predju odredjeni prag (ukoliko su prihodi od pružanja digitalnih usluga veći od 7 miliona evra; ukoliko je broj korisnika preko 100 000; ukoliko je broj online poslovnih ugovora preko 3000). Poresku osnovicu predstavlja tržišna vrednost pripisanih profita: (i) profit ostvaren po osnovu oglašavanja (advertising), (ii) profit ostvaren po osnovu povezivanja različitih tržišnih aktera (online marketplace), (iii) profit ostvaren po osnovu ostalih digitalnih usluga (pretplata na "streaming services"). Drugi predlog, privremeni porez za hitnu korekciju nedostataka, zamišljen kao porez od 3% na prihode koji su ostvareni od tri glavne vrste digitalnih usluga [(i) online reklamiranje, (ii) prodaja podataka različitih tržišnih/privrednih aktera, (iii) digitalne platforme za povezivanje različitih privrednih aktera], i plaćaju ih preduzeća: (i) čiji je godišnji svetski prihod iznad 750 miliona evra, (ii) čiji je godišnji prihod od digitalnih aktivnosti u EU iznad 50 miliona evra (ideja u vezi preciziranja ovih graničnih veličina je poresko preferenciranje SMEs).

European Commission. (2018). Digital Taxation: Commission proposes new measures to ensure that all companies pay fair tax in the EU. Brussels: EC.

European Commission. (2017). Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, A Fair and Efficient Tax System in the European Union for the Digital Single Market, COM(2017) 547 final. Brussels: EC.

European Commission. (2018). Fact Sheet, Questions and Answers on a Fair and Efficient Tax System in the EU for the Digital Single Market. Brussels: EC.

European Commission. (2018). Facts Sheet, Fair Taxation for the Digital Economy. Brussels: EC.

transakcije prema trećim zemljama. Konsenzus ima ambivalentan karakter, obezbeđuje egalitarnu poziciju država članica, i istovremeno predstavlja limitirajući faktor za dostizanje nivoa međudržavne uskladenosti korporativnog poreskog sadržaja kakav je neophodan EU. Enigmu bi mogao da reši zajednički "evropski CT", koji bi osigurao da sve, ili bar velika većina, država članica ne budu "gubitnici", u poredjenju sa efektima tekuće konstelacije nacionalnih poreskih pravila. Tradicionalni model oporezivanja je institucionalno promovisan (EC) u "Ahilovu petu" poreske politike EU. Evropskim oporezivanjem ne rukovode multilateralni ugovori, već superiorno dominiraju bilateralni ugovori, koji per se ukazuju na lokalizaciju međudržavne saradnje: ne postoje jasna pravila za oporezivanje korporativnog sektora u EU. Egzistiraju nacionalna pravila/interesi, koja se potom primenjuju na prekogranične aktivnosti. Pošto postojeći poreski sistemi ne mogu osigurati da privredni akteri plaćaju pravičan deo poreza, potrebna je harmonizacija nacionalnih poreskih sistema za otklanjanje poreskih distorzija prekograničnih ekonomskih aktivnosti, za sprečavanje štetne poreske konkurencije i borbu protiv agresivnog poreskog planiranja, inspirisanog realokacijom dohotka i utajom poreza.

Principi oporezivanja

Proces oporezivanja korporacija u EU tradicionalno se realizuje primenom proporcionalne stope na poresku osnovicu, oporezivi dohodak/profit. Od poreskog obveznika se zahteva da za svaku kalendarsku godinu (ili pri likvidaciji) popuni poreski bilans i izračuna oporezivi dohodak, koji se utvrđuje zakonom definisanim postupkom uskladjivanja poslovnog dohotka iskazanog u bilansu uspeha, izračuna i iskaže porez na dohodak korporacije (CIT), primenom propisane stope (ili propisanih stopa, u zavisnosti od konkretnog rešenja pojedinih država), i da nadležnom poreskom organu podnese poresku prijavu, dok se srazmerne mesečne akontacije kontinuirano kalkulišu i preciziranom dinamikom servisiraju. U slučaju da obveznik ostvari gubitak, ne postoji istovremena nadoknada gubitka u formi refundiranja poreza, već postoje pravila o "prenošenju gubitka" (poreski gubitak može umanjiti dohotke iskazane u nekim drugim godinama, primenom pravila o prenošenju poreskih gubitaka). Za proponente, CIT je „zaštita“ od erozije personalnih poreza na rad i kapital, i ključni čuvar ukupne progresivnosti poreskog sistema.²³ Za oponente, CIT je ključna prepreka za ekspanziju produktivnosti korporativnog sektora i najnepoželjniji, najlošije rangirani porez, prema kriterijumu „podsticanje ekonomskog rasta“. CIT je najštetniji za rast, slede lični porezi, a zatim porezi na potrošnju.²⁴

Poreski obveznik: obveznik CIT je korporacija (MNC), tj. zakonom precizirani oblik poslovne organizacije, obično s ograničenom odgovornošću akcionara i s nezavisnim pravnim statusom.²⁵ Transparenti entiteti nisu predmet CIT,²⁶ uključujući institucionalne investitore, koji su često nalaze na preferenciranom poreskom režimu. Različiti poreski status korporativnih i

²³ Weichenrieder, A. J., (2005). (Why) Do we need corporate taxation? CESifo Working Paper.

²⁴ Johansson, A., Heady, C., Arnold, J., Brys, B. and Vartia, L.. (2008). Tax and Economic Growth, ECO/WKP(2008)28, OECD Economic Department WP No. 620. Paris: OECD Publishing.

McBride, W. (2012). What Is the Evidence on Taxes and Growth? Washington DC: Tax Foundation.

European Commission. (2012). Tax Reforms in EU Member States 2012, Tax policy challenges for economic growth and fiscal sustainability. Brussels: European Commission.

²⁵ Korporativni sektor je obveznik CT, zbog posebnih pravnih i organizaciono finansijskih karakteristika: (i) ograničena odgovornost akcionara; (ii) prenosivost vlasničkih prava, (iii) odvojenost upravljačke od vlasničke funkcije, (iv) grupa povezanih entiteta.

Bruce, N. (2001). Public Finance and the American Economy, New York: Addison-Wesley Longman, Inc.

²⁶ Biznis dohodak je deo personalnog dohotka vlasnika (biznis dohodak se deli između partnera na osnovu partnerskog ugovora, na primer), i potom se tretira porezom na dohodak građana, PIT-om.

transparentnih entiteta podrazumeva različite poreske implikacije: (i) transparentni entitet je predmet "jednostrukog" oporezivanja, PITom,²⁷ (ii) transparentni entitet može da značajno smanji sadašnju vrednost plaćenih poreza (tj. da značajno povećanje poreške uštede), po osnovu raspoložive opcije „sukcesivno oduzimanje gubitaka“.²⁸

Poreska stopa: povodom procedure utvrđivanja stope CIT, markiramo četiri principa. (i) Efikasno unutrašnje tržište EU zahteva da efektivno oporezivanje korporacije, tj. ukupan porez na nivou korporacije i na nivou akcionara (CIT + PIT), na različite oblike dohotka od kapitala/equity (zadržani dohodak, distribuirani dohodak/dividenda, kamata, autorski honorar), treba da bude približno isto u svim državama članicama. (ii) Oporezivanje korporacije se tipično sprovodi jednom, proporcionalnom stopom, koju uvodi centralni nivo vlasti.²⁹ (iii) Izraziti opadajući trend zakonske stope CIT, kao odraz profesionalne činjenice da je CIT najnepoželjniji porez u pogledu uticaja na rast nacionalne ekonomije, ali i kao odraz praktičnog razvoja (štetne) poreske konkurencije među državama članicama EU. (iv) Izraziti opadajući trend zakonske stope CIT je uglavnom kompenziran širenjem osnovice CIT, ali i povećanjem PIT na dividende, tako da je prihodna izdašnost CIT ostalo skoro nepromenjena.³⁰ Povećanje PIT na dividende ne samo da je "kompenzator" potencijalnog gubitka poreskih prihoda (kao posledica nižih stopa CIT), već je i poželjno u pogledu razvoja poreske konkurencije. Prema Bräutigam, Spengel, Stutzenberger (2017, 22.p), kada se posmatraju MNCs, pretpostavlja se da oporezivanje akcionara (PIT na dividende) nema uticaja na odluke menadžmenta o lokaciji korporativnog ulaganja, jer su poreske posledice (distorzivni efekti) na nivou akcionara uglavnom nepoznate.

²⁷ Transparentni entiteti nisu predmet posebnog (autentičnog) poreza na nivou entiteta, već se rezultat registrovane poslovne delatnosti (biznisa) pripisuje njegovim vlasnicima (u srazmeri sa ugovorenim učešćem svakog vlasnika u raspodeli biznis dohotka) i oporezuje PIT-om, koji svaki od vlasnika inače plaća, bez obzira da li je dohodak od biznisa zaista distribuiran, ili je zadržan u fondovima transparentnog entiteta. Prema tome, ukoliko transparentni entitet distribuira dohodak vlasnicima, tada je ova distribucija novca neoporeziva stavka na nivou entiteta, zato što ovi gotovinski tokovi predstavljaju prinos koji vlasnici ostvaruju od investicije u biznis u tekućem poreskom periodu. Ukoliko transparentni entitet iskaže gubitak, vlasnici prijavljuju gubitak kao odbitnu stavku u tekućem poreskom periodu.

²⁸ Poreski tretman negativnog finansijskog rezultata („biznis gubitak“) je različit, u zavisnosti da li se iskazuje u okviru transparentne ili korporativne organizacione forme. Ako je biznis organizovan kao transparentni entitet, startni gubici vlasnicima obezbeđuju poresku uštedu u tekućoj poslovnoj godini (gubici trenutno „odlaze“ ka vlasnicima, i oni ih svake godine prijavljuju kao odbitnu stavku). Ako je biznis organizovan kao korporacija, poreska ušteta po osnovu oduzimanja gubitaka se odlaze, zbog pravila o „prenošenju gubitaka unapred“: poreska ušteta po osnovu dedukcije gubitaka je „inhibirana“ u okviru korporacije, jer se odlaze do prve naredne (buduće) godine u kojoj će korporacija iskazati dohodak/profit (tek tada korporacija faktički stiče mogućnost da gubitke iz prethodnih godina oduzme od tekuće dobiti). Dakle, zbog različitih poreskih implikacija između tekuće dedukcije gubitka (transparentni entitet) i vremenskog pomaka u dedukciji gubitka (korporacija), transparentni entitet ima poresku beneficiju u vidu povećanja uštedjenog poreskog iznosa, komentarisano u terminima sadašnje vrednosti.

Djindjić, S. (2013). Taxation and Forms of Organising Business Activities, *Economic Annals* 196/2013.

²⁹ Od ovog principa odstupaju dve grupe zemalja. Prva grupa (šest država članica EU), inspirisana idejom fiskalnog federalizma u USA (Kanadi i Japanu), predviđa stope CIT na centralnom i subcentralnom nivou. Subcentralne stope su prisutne u sledećih 6 zemalja (2019.): 1. Nemačka (14% - 17% - "municipality trade tax"), 2. Madjarska (0 - 2%), 3. Italija (3.9%), 4. Luksemburg (6% - 12%; preciznije, bazična lokalna poreska stopa - municipal business tax - je 3%, koja se potom množi korektivnim faktorom, koji se kreće od 2 do 4), 5. Portugal (0 - 15%), 6. Španija (različite stope po pojedinim subcentralnim regijama). Druga grupa (7 država članica EU), inspirisana profesionalnom idejom o potrebi poreskog preferenciranja pionirskih entiteta, primenjuje dve stope. Paralelno sa standardnom zakonskom stopom CIT, postoji i redukovana stopa za SMEs. Snižene stope su prisutne u sledećih 7 zemalja: 1. Belgija (20%), 2. Hrvatska (12%), 3. Francuska (28%), 4. Litvanija (5% za mikro preduzeća), 5. Holandija (19%, za oporezive profite do 200 000 EUR, tj. standardna zakonska stopa 25% za profite koje prelaze ovaj prag), 6. Poljska (9% za mala preduzeća i kompanije koje započinju biznis aktivnosti), 7. Rumunija (1% i 3%, specijalne šeme za mikro preduzeća i male kompanije). Deloitte, *Corporate tax Rates 2019*.

³⁰ Prema poslednjim podacima EC, prosečan udeo CIT u BDP (EU-28, 2005-2017) , smanjen je za -0.2pp, tj. sa 2.9% (2005) na 2.7% (2017.). Prosečan udeo CIT u ukupnim poreskim prihodima (EU-28, 2005-2017), smanjen je za 0.6pp, tj. sa 7.6% (2005) na 7% (2017.).

European Commission. (2019). *Taxation Trends in the European Union, Data for the EU Member States, Iceland and Norway, 2019 Edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Medjutim, kada se posmatraju SMEs, oporezivanje akcionara ima uticaja na odluke o lokaciji investicije, tako da ovaj aspekt oporezivanja treba imati u vidu.³¹

Kakve su praktične tendencije u EU (svetu) u pogledu stope CIT? Izuzimajući Estoniju (od 2000.) i Latviju (od 2018. godine),³² sve zemlje EU-28 razrezuju porez na korporativni dohodak. Prosečna najviša zakonska stopa CIT na nivou EU iznosila je 21.7%, početkom 2019. godine (u odnosu na 27.8%, 2003. godine).³³ Opadajući trend najviše zakonske stope bio je posebno intenzivan u godinama koje su prethodile ekonomskoj krizi (pad sa 27.8%, 2003. godine, na 23.7%, 2009. godine). Medjutim, najviša stopa CIT značajno se razlikuje medju državama članicama, varira od 10% (u Bugarskoj), 10.8% (u Madjarskoj) i 12.5% (u Irskoj i Kipru)³⁴ do najviše zakonske stope od 35% (na Malti).³⁵ Kada analitičku vizuru proširimo na globalni nivo, najveće smanjenje korporativne poreske stope sprovedeno je u SAD, smanjenje sa 35% na 21% (dok su pojedine biznis dedukcije i krediti redukovani i/ili eliminisani),³⁶ generirajući fiskalne i makroekonomske uticaje na "ostatak" sveta, uključujući EU.

³¹ Analizirajući razvoj korporativnih poreskih struktura u EU-25 (EU-15, tj. 15 "starih" država članica, i EU-10, tj. 10 "novih" država članica (2004.), dok su Bugarsku i Rumuniju (2007.), i Hrvatsku (2013.), izostavili iz analize) u periodu 1998-2015, Bräutigam, Spengel, Stutzenberger (2017) su konstatovali: (i) dominira trend smanjenja poreske stope i širenja poreske osnovice, u periodu 1998-2015, posebno u EU-15 (posebno od 2007. godine); (ii) manji broj zemalja je povećao stopu CIT, da bi ublažile efekte finansijske krize i krize dugova; (iii) paralelno sa širenjem osnovice, povećanje stope PIT na dohodak od dividendi predstavlja dodatni faktor za kompenzaciju prihodnih efekata smanjenja stopa CIT. Prema Bräutigam, Spengel, Stutzenberger (2017), prezentirane stavove o efektima PIT na dividende podržavaju i: European Commission. (1992). Report of the Committee of Independent Experts on Company Taxation, Brussels. Devereux, M.P. & Griffith, R. (2003). Evaluating Tax Policy for Location Decisions, *International Tax and Public Finance* 10 (2).

Bräutigam, R, Spengel, C, Stutzenberger K. (2017) The Development of corporate tax structures in the European Union from 1998 to 2015 – Qualitative and quantitative analysis, ZEW Discussion Papers, No. 17-034

³² Estonija i Latvija ne primenjuju porez na korporativnom nivou.

European Commission. (2019). Taxation Trends in the European Union, Data for the EU Member States, Iceland and Norway, 2019 Edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

³³ Najviša zakonska stopa CIT uključuje centralne i/ili subcentralne poreze, ali i "doplate" koje različiti nivoi vlasti razrezuju privrednim subjektima.

European Commission. (2019). Taxation Trends in the European Union, Data for the EU Member States, Iceland and Norway, 2019 Edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

³⁴ Grupu zemalja sa najnižim opterećenjem korporativnog sektora (2019.) čine: Litvanija (15%), Rumunija (16%), Hrvatska (18%), Češka, Poljska, Slovenija, UK (19%). EC, 2019.

³⁵ Grupu zemalja sa najvišim opterećenjem korporativnog sektora (2019.) tradicionalno čine: Italija (27.8%), Grčka (28%; u 2019. godini, Grčka je snizila stopu sa 29% na 28%), Belgija (29.6%), Nemačka (29.9%), Portugal (31.5%), Francuska (32%). EC, 2019.

³⁶ Nakon donošenja "Law the Tax Cuts and Jobs Act on 22 December 2017", 1. januara 2018. godine je stupila na snagu poreska reforma u SAD, koja je precizirala redefiniciju poreskog sistema u sledećim osnovnim pravcima: (1) smanjenje najviše korporativne poreske stope sa 35% na 21%, zbog čega je kombinovano (federalno i državno) poresko opterećenje korporativnog sektora SAD smanjeno na nivo koji je blizak nivou zemalja članicama EU; (2) umanjeno korporativne poreske osnovice za pun iznos novih investicija, u periodu od 5 godina (2018.-2022); (3) ukidanje korporativnog alternativnog minimalnog poreza; (4) niže stope za dohodak transparentnih entiteta (dohodak vlasnika malog biznisa je bio oporezovan po "ordinary income rates", sa maksimalnom stopom od 39.6%; aktuelna maksimalna stopa je 29.6%, uz obezbeđenje 20% dedukcija za lične usluge, na osnovu isplaćene kompenzacije ili investicione imovine); (5) ukidanje oporezivanja stranih dohodaka američkih multinacionalnih kompanija, što praktično znači ukidanje "worldwide system", tj. ukidanje odlaganja plaćanja poreza i stranog poreskog kredita, i prelazak na "modified territorial system", sa odredbama o eroziji osnovice [porez, kao prevencija zloupotrebe ("anti-abuse" tax), na određena plaćanja stranim korporacijama] i jednokratnim porezom na nerepatrirane strane zarade po stopi od 8%, tj. po stopi od 15.5% za likvidnu imovinu; (6) generalno pravilo o "oduzimanju punog iznosa poslovne kamate" zamenjeno je zabranom dedukcije neto kamate veće od 30% dohotka korporacije; (7) oporezivanje kapitalne dobiti je ostalo nepromenjeno (najviša stopa je 23.8%, tj. 20% plus 3.8% porez na neto investicioni dohodak).

Iz perspektive EU, očekivane posledice su: (1) jačanje globalne poreske konkurencije, u smislu osnaživanja poreskih podsticaja za investiranje u SAD, (2) realokacija dohotka iz država članica EU sa visokim stopama u SAD.

Tax Policy Center, Last update May 3, 2019.

Baumann, U. & Dizioli, A.G. (2018). The macroeconomic impact of the US tax reform, ECB Economic Bulletin, Issue 1 / 2018.

The Senate and House of Representatives of the United States of America. (2017). An Act to provide for reconciliation pursuant to titles II and V of the concurrent resolution on the budget for fiscal year 2018, December 22, 2017. (The Cuts and Jobs Act).

Poreska osnovica: pravila za utvrđivanje osnovice CIT u EU sumiramo posredstvom pet osnovnih principa. (i) Poreska osnovica se utvrđuje na osnovu IFRS, što je pravilo od 2005. godine.³⁷ (ii) CT u EU je zasnovan na konceptu dohotka ("standardni CIT") u državi izvora - "porez na dohodak korporacije zasnovan na načelu izvora".³⁸ (iii) Priroda na izvoru baziranog CIT per se inicira poresku konkurenciju.³⁹ (iv) U EU je sprovedeno rerangiranje fundamentalnih principa oporezivanja. Kombinacija princip horizontalne pravičnosti ("ability to pay principle") i sintetičkog modela oporezivanja ("comprehensive income system") ustupila je prioritetan status kombinaciji principa efikasnosti ("inverse elasticity rule") i analitičkog/cedularnog modela oporezivanja ("cedular income system"), koja otvara krupno pitanje realokacije poreskog tereta na domaće imobilne faktore (rad, imovina i potrošnja)⁴⁰ (v) Potencijalne osnovice CIT su: računovodstveni dohodak/profit, ekonomski dohodak (nad-normalni profit) i normalni dohodak.⁴¹

Gale, G.W., Gelfond, H., Krupkin, A., Mazur, M. and Toder, E. (2018). Effects of the Tax Cuts and Jobs Act: A Preliminary Analysis. Tax Policy Center, Washington, DC: Urban Institute and Brookings Institution.

³⁷ EU je (2002. godine) usaglasila stav da će se od 1. januara 2005. godine, za konsolidovane izveštaje kotiranih kompanija u EU, koristiti Medjunarodni standardi finansijskog izveštavanja.

³⁸ Kako podeliti poresku osnovicu medju konkurentnim nacionalnim poreskim jurisdikcijama, ko ima pravo na oporezivanje dohotka MNC u okruženju otvorene ekonomije, kako treba oporezovati strane dohotke rezidenata i domaće dohotke nerezidenata? U EU važi pravilo "države izvora dohotka", bez obzira gde primalac dohotka ima prebivalište. "Source principle of taxation" je princip oporezivanja prekograničnih (medjunarodnih) tokova dohotka prema kojem "država izvora" ima pravo prvenstva u oporezivanju "aktivnog dohotka" (profita), dok pravo "države prebivališta" je ograničeno na konstituente distribuiranog dohotka ("pasivni dohodak"). Princip izvora dohotka se favorizuje u cilju poreske harmonije. Kada dve države članice koriste različite principe za oporezivanje prekograničnih kapitalnih transakcija (uključujući treće zemlje), princip izvora i princip prebivališta, dolazi do sukoba nacionalnih poreskih sistema i principa efikasnosti (pravičnosti), odnosno, do poreske disharmonije). Cilj poreskih (fiskalnih) politika država članica EU, države izvora i države prebivališta, je usaglašavanje osnovnih principa oporezivanja, kombinovanjem fiskalnog (poreskog) suvereniteta i koordinacije.

³⁹ Poreska konkurencija se sprovodi u tri osnovna oblika: (i) konkurisanje poreskim stopama, (ii) konkurisanje poreskim osnovicama (ova dva oblika su prevashodno usmerena ka privlačenju globalno mobilnih investicija, tj. mobilnih poreskih osnovica) i (iii) konkurisanje poreskim strukturama (pored pomenute interakcije CIT i PIT, treba imati u vidu i konkurisanje poreskim strukturama u formi fiskalne devalvacije, tj. u formi prihodno neutralne realokacije poreskog tereta sa PIT na VAT, u cilju podsticanja izvoza).

⁴⁰ Predugo su ključni poreski kanoni bili: (i) principi horizontalne i vertikalne pravičnosti, i (ii) Haigh-Simonsov koncept sveobuhvatnog (zbirnog) dohotka, kao indeks platežne sposobnosti (svi dohodni izvori jednako doprinose platežnoj/poreskoj sposobnosti, a sintetički dohodak, kao zbir svih dohodnih izvora, predstavlja osnovicu koja se jedinstveno tretira progresivnom strukturom stopa; ključna ideja "sveobuhvatnog poreza na dohodak", koji je uvek smatran boljim od "cedular income system", je da svi dohodni izvori jednako doprinose platežnoj/poreskoj sposobnosti obveznika, zbog čega sve dohodne izvore treba jednako tretirati). Ulazak u novi milenijum je obeležen rearanžiranjem redosleda važnosti poreskih principa. Prioritetan status je zauzela kombinacija: (i) principa efikasnosti [pošto je cilj optimalnog oporezivanja finansiranje javnih rashoda uz minimalan višak tereta, zbog minimiziranja ukupnog viška tereta, efikasnost zahteva da poreske stope budu obrnuto proporcionalne elastičnostima; drugim rečima, efikasnost zahteva različite stope, posebne (niske) stope za dohodak od kapitala (zbog visoke elastičnosti ponude kapitala) i posebne (visoke) stope na dohodak od rada (zbog niske elastičnosti ponude rada); ključna ideja izvire iz činjenice da visoka globalna mobilnost kapitala i visoka elastičnost ponude kapitala predstavljaju sinonime] i komplementarnog (ii) modela cedularnog oporezivanja [suprotno konceptu sveobuhvatnog dohotka, cedularno oporezivanje znači različito/nejednako oporezivanje različitih dohodnih izvora, u pogledu strukture stope, dizajna olakšica i dr.; izgleda da ključna novomilenijumska ideja počiva na stavu koji je u medjuvremenu preovladao - dohodak od kapitala ne treba da bude "žrtva" visokog i progresivnog oporezivanja dohotka od rada].

⁴¹ Ekonomska nauka počiva na dva koncepta, "konceptu oskudice" (raspoloživi resursi su ograničeni u odnosu na želje ljudi) i na "konceptu izbora" (raspoloživi resursi su ograničeni i imaju alternativnu upotrebu; svaka odluka o izboru se posmatra u relaciji sa "next best alternative", tj. sa korespondentnim oportunitetnim troškom - ekonomski oportunitetnim gubitkom/dobitkom). Pošto ova dva koncepta profilišu predstavu ekonomiste o dohotku/profitu, potencijalni "kandidati" za osnovicu CIT su: (i) računovodstveni dohodak, (ii) ekonomski dohodak (nad-normalni profit), (iii) normalni dohodak.

(i) Ekonomski dohodak/profit je razlika izmedju ukupnog prihoda i ukupnih ekonomskih troškova (ekonomski troškovi uključuju sve relevantne troškove povezane sa proizvodnjom konkretnih proizvoda: zbir eksplicitnih, gotovinskih izdataka, i implicitnih, oportunitetnih troškova). (ii) Računovodstveni dohodak/profit je razlika izmedju ukupnog prihoda i ukupnih eksplicitnih troškova. (iii) Normalni dohodak je neophodni dohodak za obavljanje aktivnosti u određenoj delatnosti. Pošto je normalni dohodak, prema "konceptu izbora", implicitni trošak poslovanja (tj. normalna dobit je stopa prinosa sledeće najbolje investicione alternative), ekonomski dohodak definiše zbir ukupnog operativnog dohotka i normalnog dohotka. (iv) Ukupni operativni dohodak je zbir ekonomskog profita i normalnog profita. (v) Pozitivan nivo ekonomskog dohotka ukazuje na postojanje nad-normalnog dohotka, "pozitivan" u smislu da ukupan operativan dohodak prevazilazi normalni dohodak.

Kakve su praktične tendencije u pogledu definisanja osnovice za oporezivanje? Osnovica standardnog CIT, "oporezivi dohodak", se određuje polazeći od računovodstvenog dohotka. Ova polazna veličina je saldirani godišnji iznos prihoda i rashoda poslovanja prikazanog u bilansu uspeha, saglasno računovodstvenoj jurisdikciji. Osnovica CIT, oporezivi dohodak, je saldirani iznos korigovanih prihoda i rashoda iz bilansa uspeha, prikazan u poreskom bilansu, saglasno poreskoj jurisdikciji. Diferencija između dva karakteristična dohotka/profita prvenstveno se javlja zbog: (i) konflikta ciljeva ključnih aktera na fiskalnoj sceni,⁴² (ii) načela priznavanja prihoda i rashoda,⁴³ (iii) pravila za limitirano oduzimanje kamate ("thin capitalization rules"),⁴⁴ (iv) pravila za amortizaciju,⁴⁵ (v) pravila za limitiranu nadoknadu gubitka,⁴⁶ (vi) pravila za podsticanje investicija (u principu, ubrzana amortizacija, investicioni

Webster, T.J. (2003). *Managerial Economics, Theory and Practice*, London, San Diego: Academic Press, Elsevier.

Diamond, P. A. and Mirrlees, J.A.. *Optimal Taxation and Public Production: I. Production Efficiency*. *American Economic Review* 61 (March 1971): 8-27.

⁴² Menadžment korporacije je prečesto inspirisan agresivnim poreskim planiranjem, smanjenjem oporezivog dohotka (potcenjivanjem dobitka i precenjivanjem dozvoljenih dedukcija) i rezultirajuće poreske obaveze. Dominantan cilj kreatora politike je stvaranje i zaštita javnih prihoda (očuvanje poreske osnovice), zbog čega u praksi dolazi do korekcije podataka iskazanih od strane menadžmenta korporacije.

⁴³ Izračunavanje dohotka i oporezivog dohotka podrazumeva da korporacija poseduje metodologiju za određivanje trenutka u kojem će prepoznati prihode od prodaje proizvoda ili izvršenih usluga, i uzeti ih u obzir u računovodstvene i poreske svrhe. *Accrual basis* – obračunska osnova – je računovodstvo zasnovano na načelu uzročnosti prihoda i rashoda (računovodstvena osnova prema kojoj su transakcije i događaji priznati kada nastanu, a ne samo kada je primljena i/ili isplaćena gotovina ili njen ekvivalent). Transakcije i događaji se beleže u knjigovodstvenoj arhivi i navedeni su u finansijskim izveštajima za periode na koje se odnose. Elementi koji se priznaju za obračunsku osnovu su sredstva, obaveze, neto sredstva/kapital, prihod i rashodi. *Cash basis* – gotovinska osnova – je računovodstvena osnova koja priznaje transakcije i druge događaje samo kada se prima ili isplaćuje gotovina. Iako se IPSASB standardi odnose samo na gotovinsku osnovu i obračunsku osnovu, favorizujući međunarodne standarde zasnovane na obračunu, države često koriste modifikovanu gotovinsku osnovu i modifikovanu obračunsku osnovu.

⁴⁴ Pravila za sprečavanje prekomernog oduzimanja kamate su inspirisana ostvarenjem tri cilja: (i) širenjem osnovice CIT; (ii) uticanjem na finansijsku strukturu ("debt equity ratio") i politiku dividendi ("pay-out ratio") kompanije [limitirano oduzimanje kamate, pre svega, se sprovodi u cilju ublažavanja poreski preferenciranog statusa "duga" i favorizovanja "akcija" (tj. favorizovanja finansiranja iz sopstvenog kapitala); indikatori finansijske politike kompanije, kao refleksija asimetričnog poreskog statusa akcije i duga, su "debt equity ratio" i "payout ratio"/"dividend payout ratio" (procenat dohotka koji korporacija isplaćuje akcionarima u formi dividende, tj. odnos između zadržanog i distribuiranog dohotka); (iii) sankcionisanjem poreskog planiranja MNC (sprečavanje prekograničnog premeštanja oporezivog dohotka).

U principu, u EU su prisutna dva pristupa za ograničavanje oduzimanja kamatnih troškova: (i) plafoniranje dozvoljenog iznosa oduzimanja kamate u odnosu na akcijski kapital (debt-equity ratio); (ii) plafoniranje dozvoljenog iznosa oduzimanja kamate u odnosu na iskazani dohodak (najčešće je reč o profitu pre nego što se oduzmu tri karakteristična troška, kamata, porez (CIT) i amortizacija materijalnih i nematerijalnih sredstava, tzv. "pravilo EBITDA").

⁴⁵ Pitanja amortizacije (tj. pitanja dužine amortizacionog perioda i visine stope po kojoj kapitalne investicije gube vrednost tokom vremena, koje predstavlja ekonomski trošak za korporaciju) je veoma kompleksno konceptijsko - praktično pitanje: (i) Zato što je nepoznata "prava ekonomska amortizacija" osnovnih sredstava (pravo smanjenje vrednosti kapitala u svakom poreskom periodu/kalendarskoj godini), poreske administracije koriste palijativno rešenje, "vek trajanja osnovnih sredstava", na osnovu kojeg propisuju različite metodologije obračuna amortizacije. U nekim državama se koristi pravolinijski metod, u nekim drugim različiti modaliteti ubrzane amortizacije (obračunavanje amortizacije u većem iznosu od uporednog optimalnog iznosa koji bi bio dobijen na osnovu prave ekonomske amortizacije), uključujući ekstremni primer "full capital expensing" (oduzimanje ukupnog investicionog troška od poreske osnovice, u godini u kojoj je osnovno sredstvo kupljeno). (ii) Zato što je veća sadašnja vrednost poreske uštede ukoliko se što pre obavi umanjenje osnovice CIT (tokom kraćeg vremenskog perioda, odnosno, prema višim stopama otpisa, u odnosu na standarde optimalnosti), efekti izvesnog/izabranog metoda ubrzanog amortizovanja osnovnih sredstava (proklamovanog od strane poreske administracije) su ambivalentni, metod istovremeno može predstavljati podsticajni faktor za korporativnu investicionu politiku (potencijalni rast investicija, po osnovu smanjenja sadašnje vrednosti poreskog troška), ali može biti i faktor erozije javnih prihoda (potencijalno smanjenje poreskih prihoda, po osnovu rasta poreskih rashoda). (iii) Zato što izabrani metod ubrzane amortizacije, specijalno ako je selektivno odobren, može emitovati respektabilne heterogene implikacije, pre svega, ugrožavanje neutralnosti (neželjeni uticaj na alokaciju resursa), nepoznavanje efekata (nepoznat iznos izgubljenog poreskog prihoda) i "kvalitetan" instrument poreskog planiranja/evazije, pred kreatorima politike "stoji" ozbiljan zadatak modeliranja amortizacione šeme za raznorodne klase osnovnih sredstava/aktive (što praktična zbivanja potvrđuju, uključujući i nedavan primer SAD).

⁴⁶ Kada kompanija iskaže gubitak, sve države članice primenjuju pravila o "prenošenju gubitka unapred", što je češća opcija (iskazani gubitak se nadoknadjuje od profita iskazanih u nekim budućim godinama) ili "prenošenju gubitka unazad". Pravila za nadoknadu gubitaka su standardno primenjuju, dok se raznolikost pravila među državama članicama, pre svega, ispoljava

odbitak, tj. odbitak od poreske osnovice, i investicioni poreski kredit, tj. odbitak od iskazane poreske obaveze), (vi) pravila za mala i srednja preduzeća (SMEs), (vii) pravila za R&D⁴⁷ i (vi) "patent box regimes".⁴⁸

Prve dve pretpostavke ovog rada glase: (i) harmonizacija nacionalnih poreskih pravila je poželjna tendencija, posmatrano sa stanovišta pojedinačnih država članica, odnosno, EU kao celine. (ii) (Ne)poželjnost svake harmonizacije nacionalnih poreskih pravila treba valorizovati sa stanovišta tri osnovna principa, principa neutralnosti (efikasnosti), principa supsidijarnosti i principa adekvatnog unutrašnjeg tržišta EU.

Princip neutralnosti (efikasnosti):⁴⁹ tradicionalno stanovište vs savremeno (EU) stanovište?⁵⁰ Princip neutralnosti, kao sinonim za efikasnost, u suštini znači "nepromenjeno ponašanje

po pitanju "limitiranja": (i) u pogledu vremenskog limita za prenošenje gubitaka, i (ii) u pogledu kvantitativnog limita za prenošenje gubitaka.

⁴⁷ Poreska konkurencija je postala prvorazredni segment poreskih politika država članica EU (OECD). Naglašena želja za privlačenjem globalno mobilnih poreskih osnovica se najbolje vidi u području "nukleusa" rasta i razvoja nacionalne ekonomije (R&D). Zbog svoje posebne uloge u privrednom miljeu, države članice EU su ponudile (2018. i 2019. godine) dugačak heterogen niz podsticaja za aktivnosti istraživanja i razvoja: (i) ubrzana amortizacija sredstava (aktive) za R&D; (ii) novčane donacije; (iii) odobravanje poreskih preferencija po "ubrzanoj proceduri" od strane vlade, (iv) finansijska podrška; (v) podsticaji po odbitku poreza na dohodak; (vi) preferencijalne cene za infrastrukturu/zemljište; (vii) krediti; (viii) podsticaji koji se odnose na patente (koji su u polovini (14) država članica zasebno koncipirani u formi "patent box regimes"); (ix) smanjeni doprinosi za socijalno osiguranje; (x) snižene poreske stope; (xi) poreske olakšice; (xii) poreski krediti; (xiii) poreski odbici, uključujući "super dedukciju"; (xiv) poreska oslobodjenja; (xv) poresko mirovanje (tax holiday), uglavnom u limitiranom vremenskom perioda; (xvi) povraćaj PDV (VAT); (xvii) ostali podsticaji (R&D poreski krediti za objekte koji se koriste za R&D u Irskoj; "odbitak hipotetičke kamate" u Belgiji; poredjenjem ponudjenih podsticaja u 2018. godini i 2019. godini, samo je Austrija izmenila ponudjene podsticaje za R&D u 2019 godini, uvodjenjem smanjenja poreza na dohodak za visoko kvalifikovane naučnike koji su se u Austriju doselili iz inostranstva).

Ernst & Young. (2018). Worldwide R&D Incentives Reference Guide 2018. London: EYGM Limited.

Ernst & Young. (2019). Worldwide R&D Incentives Reference Guide 2019. London: EYGM Limited

⁴⁸ "Patent box regimes" ili "IP box" (tj. "okvir za oporezivanje dohotka od intelektualnog vlasništva" i/ili "okvir za oporezivanje dohotka od rezultata istraživačko – razvojnih aktivnosti") je poseban, izuzetno nizak nivo stope (u poredjenju sa neuporedivo višom zakonskom stopom CIT za preostale aktivnosti) za oporezivanje, pre svega: (i) dohotka od patenta i (ii) dohotka od software (uključujući "povezane" prihode, tj. autorske honorare, naknade za licencu, dobiti od prodaje IP, dobiti od prodaje dobara i usluga koje uključuju IP). "Patent box" se analizira u kontekstu dva oponentna cilja. Na jednoj strani, cilj četrnaest država članica EU je globalno podsticanje i privlačenje istraživača i preduzeća za unapredjenje R&D, u okviru date nacionalne ekonomije. Na drugoj strani, OECD u prvi plan stavlja pitanje poreske evazije, insistiranjem na: (i) ograničavanju liste dohotka, odnosno, aktivnosti koje mogu biti uključene u "patent box"; (ii) preciznoj kvantifikaciji dohodnih i troškovnih tokova u vezi aktivnosti uključenih u "patent box". "Nexus Approach" je zasnovan na zajedničkom predlogu Nemačke i UK, koji su pokrenuli osnovna pitanja, između ostalih: Kako izračunati kvalifikovane R&D izdatke? Koja je metodologija za praćenje R&D izdataka? Istovremeno, želja je bila da se formiraju mere zaštite od "realokacije/premeštanja profita" i da se osigura jednak tretman svih preduzeća, nezavisno od sektorske pripadnosti i/ili veličine preduzeća.

Danas, pored (1) Irske (koja je prva, 1973. godine, dozvolila potpuno oslobodjenje od CIT za autorske i druge dohotke od patenata prijavljenih u Irskoj; poreska stopa prema "patent box regime": 6.25%; zakonska stopa CIT: 12.5%) i (2) Poljske (koja se poslednja pridružila "patent box regimes", 1.1.2019; poreska stopa prema "patent box regime": 5%; zakonska stopa CIT: 19%), još dvanaest država članica EU praktikuje poresko preferenciranje (u obliku atipično niske stope CIT) za dohotke od, pre svega, patenta i softwera: (3) Belgija (poreska stopa prema "patent box regime": 4.44%; zakonska stopa CIT: 29.58%), (4) Kipar (poreska stopa prema "patent box regime": 2.5%; zakonska stopa CIT: 12.5%), (5) Francuska (poreska stopa prema "patent box regime": 10%; zakonska stopa CIT: 34.43%), (6) Madjarska (poreska stopa prema "patent box regime": 0% ili 4.5%; zakonska stopa CIT: 9%), (7) Italija (poreska stopa prema "patent box regime": 13.95%; zakonska stopa CIT: 27.9%), (8) Litvanija (poreska stopa prema "patent box regime": 5%; zakonska stopa CIT: 15%), (9) Luksemburg (poreska stopa prema "patent box regime": 5.2%; zakonska stopa CIT: 26.01%), (10) Holandija (poreska stopa prema "patent box regime": 7%; zakonska stopa CIT: 20% do 25%), (11) UK (poreska stopa prema "patent box regime": 10%; zakonska stopa CIT: 19%), (12) Španija-Baskija (poreska stopa prema "patent box regime": 7.8%; zakonska stopa CIT: 25%), (13) Portugal (poreska stopa prema "patent box regime": 10.5%; zakonska stopa CIT: 21%), (14) Slovačka (poreska stopa prema "patent box regime": 10.5%; zakonska stopa CIT: 21%).

Asen, E. (2019). Patent Box Regimes in Europe. Washington, DC: Tax Foundation.

European Commission. (2018). Tax Policies in the EU 2018 Survey. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

OECD/G20. (2015). Base Erosion and Profit Shifting Project, Action 5: Agreement on Modified Nexus Approach for IP Regimes, Paris: OECD Publishing.

⁴⁹ Poreska (ekonomska) efikasnost se alternativno definiše u smislu: (i) principa neutralnosti (onovno značenje pojma "efikasnost" je minimiziranje viška tereta); (ii) troškovne efektivnosti (racio rasta investicija i poreskih rashoda), (iii)

korporativnog menadžmenta”, pod uticajem poreza (poslovne odluke treba donositi na osnovu ekonomskih rezultata, a ne iz poreskih razloga). Tradicionalno stanovište, koje trenutno dominira u ekonomskoj literaturi, definiše različite vrste neutralnosti za različite, konkretne ciljeve poreske (ekonomske) politike. Rezultanta “uskog” tradicionalnog analitičkog okvira objektivno može biti medjusoban konflikt različitih zahteva neutralnosti.⁵¹ Savremeno (EU) stanovište, saglasno novom cilju korporativnog oporezivanja (pravilno oporezivane prekograničnog dohotka MNC država članica EU, kroz afirmaciju nadnacionalnih rešenja u oblasti oporezivanja korporacija, CCCTB prema formuli), predlaže “širi” analitički okvir. Neutralnost je ekvivalent za “verno prikazivanje ekonomskih aktivnosti obveznika na unutrašnjem tržištu EU”. U proširenom značenju, neutralnost konstituišu “nepromenjeno ponašanje korporativnog menadžmenta” i “autentično odražavanje ekonomske stvarnosti” na unutrašnjem tržištu EU. Prema Shu-Chien (2018), korporativni porez (CCCTB) treba oceniti kroz interakciju tri principa: (i) novi princip koristi, (ii) princip supsidijarnosti, (iii) princip adekvatnog unutrašnjeg tržišta EU.⁵²

troškovne efikasnosti (racio poreskih prihoda i ukupnih troškova, kao zbir administrativnih troškova države i troškova usaglašavanja poreskih obveznika sa poreskom jurisdikcijom, tzv. “troškovi saglasnosti”).

⁵⁰ Osnovna poreska načela su: (i) princip koristi (pravičan je onaj poreski sistem u kojem svaki obveznik plaća porez srazmerno koristima koje dobija od javnih usluga; nezavisno od brojnih metodoloških osporavanja, nezavisno i od poteškoća valorizacije koristi i odgovarajućeg, proporcionalnog razrezivanja poreza, smatramo da uopšte nije sporno da akcionari imaju koristi od ograničene odgovornosti, i da korporacije imaju privilegije, “beneficije”, od javnog servisa); (ii) princip neutralnosti/efikasnosti (simbioza minimiziranja poreskih poremećaja, odnosno, minimiziranja viška tereta, i tržišne, odnosno, profitabilno određene, alokacije resursa); (iii) “princip supsidijarnosti”, kao “egzistencijalni” princip EU (“centralna vlada”, nivo EU, ne preduzima mere, osim u slučaju kada bi takav postupak bio delotvorniji u odnosu na mere koje se preduzimaju na nivou “subcentralnih vlada”, vlade država članica EU; princip se operacionalizuje kroz preciziranje oblasti u kojima zemlje članice imaju pravo na nezavisno delovanje, odnosno, oblasti koje su u nadležnosti jurisdikcije EU).

⁵¹ Osnovne razlike između tradicionalnih i savremenih (EU) analiza su: (i) jednokriterijumski vs višekriterijumski pristup; (ii) različiti ekonomski ambijenti (tradicionalne analize su komentarisale pitanje neutralnosti u okruženju dva ključna aktera, dve suverene države, dok se savremene analize “bore” sa tri repektabilna aktera, EU, države članice (fiskalna autonomija, uz obavezu održavanja unutrašnjeg tržišta) i MNC.

Tradicionalne analize interakcije procesa oporezivanja i međunarodnih transakcija su promovisale set, trenutno globalno prihvaćenih, principa u kontekstu ispunjenja različitih (konkretnih) kriterijuma neutralnosti: (i) CEN, CIN (Richman (Musgrave), P., 1963), (ii) NN (Feldstein & Hartman, 1979), (iii) CON (Desai & Hines, 2003), (iv) MN (Devereux, 2008).

U ambijentu međunarodne (EU) poreske politike, neutralnost izvoza kapitala (CEN), neutralnost uvoza kapitala (CIN), neutralnost vlasništva nad kapitalom (CON), nacionalna neutralnost (NN) i neutralnost tržišta (MN) nisu adekvatni alati za oblikovanje poreske politike, zato što notirane vrste neutralnosti ne mogu biti zadovoljene istovremeno. Umesto tradicionalnih alata, međunarodna poreska politika treba da se direktno usmeri na razloge oporezivanja kapitalnog dohotka, na razloge koji su izvedeni iz optimalnog poreza ili sličnih modela.

Weisbach, D.A. (2014). The Use of Neutralities in International Tax Policy. Working Paper No. 697. Coase-Sandor Institute for Law and Economics.

Musgrave, R. and Musgrave, P. (1989). Public Finance in Theory and Practice. New York: McGrawHill.

Richman (Musgrave), P. B. (1963), Taxation of Foreign Investment Income: An Economic Analysis, Baltimore: Johns Hopkins Press.

Djindjić, M.S. (2013). The Interaction of the Process of Taxation and the International Transaction, In: (Ed Babić, V.), Contemporary Issues In Economics, Business and Management, Conference Proceeding, Kragujevac: Faculty of Economics University of Kragujevac.

⁵² Sa pozicije principa koristi, tradicionalan stav o idealnoj ekonomiji, tj. “ekonomija bez poreza”, transformiše se u savremeni (EU) stav o idealnoj ekonomiji, tj. “unutrašnje tržište dobro funkcioniše, uključujući poreze plaćene za obezbedjenje dovoljnih javnih usluga” (iz perspektive efikasnosti, plaćanje poreza u cilju obezbedjenja dovoljnih javnih usluga je ne samo poželjno, već se približava stanju “idealne neutralnosti”). Markiranu dilemu između tradicionalnih i savremenih autora inicira pitanje: Da li hipotetička “idealna ekonomija”, kao etalon za ocenu (ne)neutralnosti, treba da uključi poreze plaćene za obezbedjenje dovoljnih javnih usluga? Na osnovu principa jednakosti i principa koristi između država članica EU, u svetlu racionalizacije procesa harmonizacije (CCCTB), “ekonomija bez oporezivanja” nije reper “perfektnog ekonomskog ambijenta.” (“ekonomija bez poreza” nije fundament neutralnosti, već “ekonomija koja ima dovoljno javnih dobara”, pod uslovom adekvatnog funkcionisanja unutrašnjeg tržišta). Shu-Chien implicitno konstatuje da treba imati u vidu i “novi princip koristi”, tj. koristi ne treba shvatiti kao posebne pogodnosti/benefite koje se daju ili primaju, već ih treba shvatiti kao “sva relevantna javna dobra koja održavaju tržište” (širi koncept koristi).

Suština principa supsidijarnosti često je nerazumljiva, treba je shvatiti kao: (i) sinonim za efikasnost (preciznije rečeno, za rast efikasnosti) i (ii) sinonim za harmonizaciju, odnosno, antonim za unitarizam (unifikacija poreskih/ekonomskih mera je

Kakve su praktične tendencije u području ne-neutralnosti (neefikasnosti)? Praktična manifestacija poreske ne-neutralnosti zavisi od oblasti posmatranja. Kada tradicionalni CT (CIT) analiziramo u pogledu (i) sistema oporezivanja (interakcija CIT i PIT akcionara), (ii) imanentnih dohodnih kategorija (zadržani dohodak, distribuirani dohodak/dividenda, kamata, autorski honorar, kapitalna dobit), (iii) različitih formi organizovanja biznisa u (iv) različitim državama članicama EU (trećim zemljama), markiramo četiri osnovne vrste potencijalnih praktičnih manifestacija poreske ne-neutralnosti: (i) između zadržanog dohotka i emisije novih akcija, (ii) između akcijskog (osnovnog, spostvenog) i dugovnog (pozajmljenog) kapitala (tj. "akcija" i "dug")⁵³, (iii) između korporacija i transparentnih entiteta⁵⁴, (iv) između različitih prekograničnih (međunarodnih) tokova kapitala.

Principi oporezivanja korporacija u EU inciraju krupne dileme u svetlu izbora optimalnog sistema oporezivanja, odnosno, metoda osnivanja (organizovanja, finansiranja, investiranja) korporacija (MNCs). Cilj ovog rada je ocena karakteristika i efekata CTs koji praktično funkcionišu u EU-28, nagon čega ćemo u analizu uključiti i futuristički orijentisan predlog EC o nadnacionalnom, koordiniranom uvodjenju jedinstvenog poreza za sve države članice EU (CCCTB).

Korporativni porezi u EU

Korporativne poreze (CTs) možemo klasifikovati u dve kardinalne grupe, CTs koji su zasnovani na oporezivanju dohotka iz korporativnog izvora (income based CTs), i CTs koji su zasnovani na oporezivanju toka gotovine korporacije (cash-flow based CTs). U području sistema zasnovanih na oporezivanju dohotka, koncepcijske dileme izviru iz autentičnog centralnog pitanja: Da li je poželjno različito oporezivanje investicija koje se finansiraju iz različitih izvora, drugim rečima, da li je poželjan asimetričan poreski tretman duga i akcije? U području sistema zasnovanih na oporezivanju toka gotovine, koncepcijske dileme, takodje, izviru iz autentičnog centralnog pitanja: Da li je poželjno različito oporezivanje investicija koje obezbeđuju samo normalan prinos, i investicija koje obezbeđuju i nad normalan prinos, drugim rečima, da li treba oporezovati normalan prinos, ili "pravi sistem" oporezuje samo nad normalni prinos kapitala/equity?

CTs zasnovani na dohotku obuhvataju: (i) standardne korporativne poreze (klasičan sistem oporezivanja, pre svega), (ii) dvojni porez na dohodak, DIT (dual income tax) i (iii) sveobuhvatni porez na dohodak korporacije, CBIT (comprehensive business income tax). U literaturi, CTs zasnovani na toku gotovine prvenstveno obuhvataju: (i) naknadu za kapital korporacije, ACE (allowance for corporate equity), (ii) same poreze na tok gotovine ("corporate flow-of-funds tax",

suprotna principu supsidijarnosti i, prema tome, suprotna jurisdikciji EU). Kako se dele ("harmonizuju") odgovarajuće nadležnosti između država članica i EU? Države članice su nadležne za sva poreska (ekonomska) pitanja koja mogu efikasno da realizuju. EU je nadležna ("interveniše") samo ukoliko su simultano ispunjena dva uslova: (i) ako postoji neto korist (kada EU obezbeđuje veće neto koristi od korespondentne koristi koju mogu da obezbede nezavisne aktivnosti država članica) i, (ii) ako su aktivnosti EU "neophodne" i "proporcionalne" (da bi se aktivirale/opravdale aktivnosti na nivou EU, one treba da budu "neophodne", što verifikuje "the EU- value-added test", i "proporcionalne", "the proportionality test").

Shu-Chien, J. Chen. (2018). Neutrality as Tax Justice: The Case of Common Consolidated Corporate Tax Base under the EU law, *European Studies - The Review of European Law, Economics and Politics*, Volume 5 (2018).

⁵³ Akcijski kapital, ("kapital akcionara" ili "vlasnički kapital" iz bilansa stanja) je onaj deo kapitala korporacije koji se prikuplja: (i) u zamenu za udeo u vlasništvu kompanije, odnosno, za nagradu po osnovu ulaganja (za razliku od pozajmljenog kapitala, uloženi novac se ne vraća investitorima u normalnom toku poslovanja), i (ii) u zamenu za snošenje proporcionalnog rizika po osnovu vlasništva (tj. rizični kapital koji vlasnici ulažu kupovinom običnih akcija preduzeća). Vrednost sopstvenog kapitala izračunava se procenom trenutne tržišne vrednosti raspoložive imovine preduzeća ("aktiva"), umanjene za ukupnu vrednost obaveza.

⁵⁴ Videti detaljnije: Djindjić, M.S. (2013). Taxation and Forms of Organising Business Activities, *Economic Annals* 196/2013.

The Meade Committee, IFS, 1978),⁵⁵ i (iii) naknadu stope prinosa, RRA (Rate of Return Allowance, The Mirrlees Review, 2011),⁵⁶ uključujući (iv) unikatni model oporezivanja distribuiranog dohotka (Estonija, Latvija), i (v) nacrt predloga EC za uvođenje novog zajedničkog korporativnog poreza (CCCTB).

U EU praktično postoji/funkcioniše 5 tipova CTs, (i) standardni korporativni porezi, (ii) DIT, (iii) CBIT, (iv) ACE, i (v) uzoran unikatni model oporezivanja distribuiranog dohotka (u dve države Baltika). Drugim rečima, prema ulozi i načinu praktičnog dizajniranja CT, EU-28, uključujući inventivan primer Norveške, razvrstaćemo u pet grupa država članica EU.

Standardni korporativni porezi

Korporacija može da zaradi dohodak po dva osnova. Prvi, prinos od kapitala/equity, "oporezivi dohodak" (zadržani dohodak korporacije i distribuirani dohodak akcionarima), koji se sastoji iz normalne stope prinosa na marginalne investicije i nad normalne stope prinosa (inframarginalni prinos). Drugi, prinos od pozajmljenog kapitala/duga (kamata). Ukoliko korporativnim porezom oporezujemo "oporezivi dohodak" na nivou korporacije (CIT-om), kako treba oporezovati distribuirani dohodak, tj. dividendu primljenu u rangu akcionara (PIT-om)? Standardni sistemi oporezivanja se razlikuju u pogledu neintegrisanja ili integrisanja (potpunog ili delimičnog) korporativnog poreza (CIT) i personalnog poreza akcionara (PIT).

Klasičan sistem (prof. Dr A.J. van den Tempel, 1970.) je "zlatna podloga"/ogledan primer za analizu medjudejstva dva poreska oblika, CIT i PIT, odnosno, reprezentativni uzorak za objašnjenje raznovrsnih modaliteta standardnih sistema oporezivanja korporacije. Klasičan sistem je proces zasebnog oporezivanja na dva karakteristična nivoa (korporacija, akcionar), posredstvom dva različita poreza (CIT, PIT). Korporacija izračunava poresku osnovicu na ustaljeni način (što je apsolvirano u prethodnom tekstu), pri čemu iz osnovice ("oporezivog dohotka") izuzima plaćene kamate poveriocima, i potom plaća "svoj" porez (CIT). U momentu distribucije dohotka, akcionari plaćaju "svoj" porez (PIT).⁵⁷ Prezentirani scenario inicira konkretne probleme, pre svega: (i) "ekonomsko dvostruko oporezivanje"⁵⁸ [koje otvara dva

⁵⁵ Meadeov komitet je predložio dva poreza na tok novčanih sredstava, (i) "R-osnovica" (tokovi gotovine u vezi realnih transakcija) i (ii) "R+F-osnovica" (tokovi gotovine u vezi realnih i finansijskih transakcija) - što je ekvivalentno - (iii) "S" osnovici ($S = R + F$ -osnovica), u cilju uklanjanja nedostataka standardnih CTs (koji utiču na odluke o veličini investicija i, različito tretiraju investicije koje se finansiraju iz različitih izvora). Inventivne (nedistorzivne) ideje su išle u pravcu (i) korišćenja poreza zasnovanih na izvoru, koji (ii) efektivno oporezuju samo nad-normalni prinos, dok je "tax free" status predviđen za normalan prinos zaradjan od marginalne investicije.

"Meadeovi porezi" neće biti predmet ovog rada, zato što nisu praktično prisutni u EU-28.

The Institute for Fiscal Studies. (1978). The Structure and Reform of Direct Taxation, Report of a Committee chaired by Professor J.E. Meade London: Allen & Unwin Ltd.

Auerbach, A. & Devereux, M. (2015). Cash-Flow Taxes in an International Setting. Oxford: Saïd Business School RP 2015-03.

⁵⁶ "Mirrleesov porez", takodje, neće biti predmet ovog rada, zato što nije praktično prisutan u EU-28.

Mirrlees, J., et al. (2010). Dimensions of tax design: The Mirrlees review. Oxford: Oxford University Press.

Mirrlees, J., Stuart, A., Besley, T., Blundell, R. Bond, S., Chote, R., Gammie, M., Johnson, P., Myles, G. and Poterba, J. (2011). Tax By Design: The Mirrlees Review. Oxford: Oxford University Press.

⁵⁷ Klasičan sistem se objašnjava u "standardnom" ekonomsko-pravnom okruženju. Zato što su "korporacija" i njen "vlasnik" (akcionar) posebni entiteti u pravnom i ekonomskom smislu, oni to treba da budu i u pogledu plaćanja posebnih poreza (CIT i PIT). Korporacija utvrđuje poresku osnovicu (oporeziv dohodak, profit) i plaća "svoj" porez (CIT). Kada korporacija distribuirala dohodak vlasnicima, tada ovaj raspodeljeni dohodak, koji je već oporezovan CIT-om, postaje komponenta personalnog dohotka pojedinih akcionara (dividenda), koji plaćaju "svoj" porez (PIT). Prezentirana procedura je u literaturi standardno predstavljena sintagmom "ekonomsko dvostruko oporezivanje".

⁵⁸ Autori veoma različito definišu, obrazlažu i u sasvim različitim ekonomsko - poreskim okolnostima koriste pojam "dvostruko oporezivanje". Za potrebe ovog rada, "ekonomsko dvostruko oporezivanje" koristimo da bi opisali činjenicu da distribuirani dohodak može biti predmet oba poreza, CIT i PIT. Ovakav scenario odredjeni autori doživljavaju kao problem koji treba rešiti

pitanja, prvo pitanje se odnosi na integraciju CIT i PIT,⁵⁹ dok je drugo pitanje povezano sa finansijskom strukturom korporacije (debt equity ratio), odnosno, politikom dividendi (pay-out ratio)],⁶⁰ (ii) preferenciranje duga (koje otvara pitanje poželjnosti diskriminacije investicija koje se finansiraju iz različitih izvora),⁶¹ (iii) Nejednakost korporativne poreske stope (uključujući oba

“integracijom”, tj. različitim formama za (i) elimisanje ili (ii) ublažavanje prekomernog (“dvostrukog”) nivoa oporezivanja, u poredjenju sa (“jednostrukim”) nivoom oporezivanja predviđenim za transparentne entitete (plaćaju samo PIT).

⁵⁹ Termin “integracija”, takodje, se koristi u različitim značenjima. U ovom radu, “integracija” obuhvata “sve” u vezi konverzije PIT i CIT u jedan porez, odnosno, bilo koje mere koje (i) eliminišu dvostruko oporezivanje (“puna integracija”) ili (ii) smanjuju/ublažavaju “višak” kombinovanog iznosa CIT i PIT (“delimična integracija”), u poredjenju sa iznosom plativih poreza za transparentne entitet. Puna integracija ili delimična integracija mogu biti operacionalizovane na nivou korporacije, ili na nivou akcionara.

Puna integracija aplicirana na nivou korporacije: sistem punog oduzimanja dividendi (CIT se primenjuje samo na zadržani dohodak; PIT se primenjuje na distribuirani deo dohotka, u momentu distribucije dividendi akcionarima). Puna integracija aplicirana na nivou akcionara: (i) sistem pune imputacije [akcionarima se prvo “pripisuje” pun iznos CIT koji je korporacija prethodno platila, a zatim im se odobrava ili odgovarajući poreski kredit (akcionar nema dodatni porez po osnovu primljene dividende, ukoliko je njegova granična stopa PIT jednaka sa stopom CIT), ili im se naplaćuje odgovarajuća poreska doplata (akcionar ima dodatni porez po osnovu primljene dividende, ukoliko je njegova granična stopa PIT veća od stope CIT), drugim rečima, sistem pripisivanja, nezavisno da li je pun ili delimičan sistem pripisivanja, princip je isti, direktno zavisi od iznosa prethodno plaćenog CIT]; (ii) sistem punog izuzimanja dividende (kako sam naziv sugreše, korporacija prvo plaća CIT na celokupno zaradjeni dohodak, a potom se distribuirani deo dohotka, u formi dividende, potpuno izuzima iz osnovice PIT u rangu akcionara).

Delimična integracija aplicirana na nivou korporacije: (i) sistem dvojnih stopa (korporacija deli ukupno zaradjeni dohodak na deo koji će “zadržati”, i koji će tretira višom stopom CIT, i deo koji će “distribuirati”, i koji će preferencirano tretirati nižom stopom CIT, uvažavajući činjenicu da će distribuirani dohodak biti još jednom oporezovan, PIT-om, u rangu akcionara). (ii) sistem delimičnog oduzimanja dividendi [osnovica CIT se smanjuje za, zakonom propisan, iznos (deo) ukupno distribuiranog dohotka; drugim rečima, distribuirani dohodak, tj. isplaćena dividenda, se deli na deo koji se može oduzeti (kao personifikacija normalnog prinosa), i deo koji se ne može oduzeti (kao personifikacija nad-normalnog prinosa)]; poenta je da nad-normalni prinos ostane u osnovici korporativnog poreza i da se dvostruko oporezuje (CIT+PIT), odnosno, da se normalni prinos izuzme iz korporativne osnovice i da se “jednostruko” oporezuje (PIT-om)].

Delimična integracija aplicirana na nivou akcionara: (i) sistem delimične imputacije (sistemi delimične i pune imputacije su konceptijski ekvivalenti; naime, analogno prethodno objašnjenom sistemu pune imputacije, sada upotrebljavamo pojam delimičnog poreskog kredita za CIT koji je korporacija prethodno platila, odnosno, delimične doplate za CIT od strane različitih akcionara, kategorisanih prema odnosu visine stope CIT i odgovarajućih visina marginalnih stopa PIT); (ii) sistem delimične olakšice za akcionare, koji potencijalno može uključiti brojne varijetete [centralna konceptijska ideja je da se ukupno zaradjeni dohodak korporacije prvo tretira stopom CIT, a da se potom, u rangu akcionara, obezbede raznovrsni oblici smanjenje PIT za primljene dividene, u formi, na primer: snižene stope PIT za dividende (u komparaciji sa višim stopama za preostale personalne dohodne izvore), poreskog kredita (refundiranje novca akcionarima, kroz određeno smanjenje PIT) ili smanjenja osnovice PIT (pri izračunavanju osnovice PIT, oduzima se određeni iznos (%) dividendi primljenih od strane akcionara); za razliku od sistema imputacije, sistem delimične olakšice u rangu akcionara nije koncipiran na principu direktne medjuzavisnosti odobrene “olakšice” i odgovarajućeg iznosa prethodno plaćenog CIT]].

Van den Tempel, A.J. (1970). Corporation tax and individual income tax in the European Communities. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.

Meade, J. et al. (1978). The Structure and Reform of Direct Taxation, London: Allen and Unwin.

Crossen, S. (1993). What kind of Corporation Tax? In C. Sanford (Ed.), Key Issues in Tax Reform. Bath: Fiscal Publications.

Crossen, S. (1996). Company Tax in the European Union: Criteria and Options for Reform. Fiscal Studies, 17 (4).

Crossen, S. (2015). What kind of Corporation Tax Regime? Osgoode Hall Law Journal, Volume 52. 2 (2015).

OECD. (2007). Fundamental Reform of Corporate Income Tax, No 16. Paris: OECD Publishing.

⁶⁰ Klasičan sistem može uticati na poslovne odluke menadžmenta u vezi: (i) “pay-out ratio”, tj. odnosa između zadržanog i distribuiranog dohotka korporacije (korporacija može biti poreski motivisana da poveća iznos zadržanog dohotka, i da sprovodi politiku smanjenja dvostruko oporezovanog distribuiranog dohotka, tj. dividende); (ii) povećanja (smanjenja) nacionalnog nivoa korporativnog investiranja (za investitora, akcionara, koji prima dohodak u obliku dividende, efektivna poreska stopa na investicije će rasti sa rastom stope PIT na dividende, zbog čega akcionar mora zahtevati višu stopu prinosa od investicija pre oporezivanja, što nagoveštava zaključak da smanjenje poreza na dividende može biti važan instrument za podizanje nacionalnog nivoa korporativnog investiranja).

⁶¹ Brojni autori ukazuju na dvostranu ne-neutralnost klasičnog sistema, na inicijalnu ne-neutralnost u pogledu izbora izvora finansiranja korporacije, i posledičnu ne-neutralnost u pogledu veličine privrednog entiteta. Klasičan sistem favorizuje investicije koje se finansiraju “dugom” (i može dovesti do “overleveraged”), odnosno, diskriminiše akcijski kapital kao izvor finansiranja, (i) zato što se plaćene kamate mogu oduzeti od poreske osnovice, (ii) zato što je relativno niska efektivna poreska stopa na naplaćene kamate i (iii) zato što posledično favorizuju “velike korporacije” (“big business”) u odnosu na mala i srednja preduzeća/SMEs. “Small business, odnosno, podkapitalizovani entitet, prvenstveno karakteriše natprosečna dinamika rasta, natprosečno ekspaniranje u visoko rizičnim područjima poslovnih aktivnosti i natprosečna potreba finansiranja dugom, ka kojem, po definiciji, imaju ekstremno otežan pristup (podkapitalizacija se javlja kada privredni entitet

segmenta, zadržani dohodak korporacije i distribuirani dohodak akcionarima) i granične stope PIT za akcionare (koja otvara pitanje ekonomskog dvostrukog oporezivanja i pitanje pravičnosti oporezivanja).⁶²

Iz perspektive 2019. godine, kako izgleda evolutivna putanja standardnih korporativnih poreza od polovine prošlog veka do tekućih dana, koje države ih danas praktično primenjuju? Hronološki posmatrano, evoluciju prezentira putanja od (i) "klasičnog sistema", koji je bio dominantan od 60-ih do 80-ih godina prošlog veka (u periodu u kojem je dominiralo mišljenje da reinvestiranje predstavlja fundament rasta i razvoja privrednih subjekata, što će reći, blagonaklono se gledalo na dvostruko oporezivanje, visoku prihodnu izdašnost klasičnog sistema i rezultirajuće sistemsko favorizovanje zadržavanja dohotka), ka različitim sistemima delimične integracije, ili na nivou korporacije, ili u rangu akcionara, uz preovladujuću orijentaciju ka (ii) "sistemu pripisivanja" (u decenijama na razmeđu dva milenijuma, sazrelo je stanovište da treba promovisati ekonomsku efikasnost, odnosno, poresku neutralnost u pogledu izbora korporacije/akcionara u područjima finansijske strukture i politike dividendi, koje je rezultiralo različitim sistemima delimične integracije, prvenstveno u obliku sistema pripisivanja). Tokom prve decenije novog veka, ispoljen je trend od sistema pripisivanja ka (iii) "raznolikim formama" poreskog preferenciranja dividendi u rangu akcionara (u cilju privlačenja globalno mobilnih poreskih osnovica i razvoja domaćeg tržišta kapitala, rastući trend globalizacije su pratile raznolike poreske olakšice za dividende primljene iz domaćih/stranih izvora, pre svega u formi poreskog kredita ili snižene stope koja je jednaka najnižoj marginalnoj stopi PIT).⁶³ Drugu deceniju novog veka je obeležila izrazita orijentacija država članica ka (iv)

nema dovoljno kapitala za obavljanje normalnih poslovnih operacija i plaćanje poveriocima, što se može dogoditi kada kompanija ne ostvaruje dovoljno novčanog toka ili nije u mogućnosti da pristupi oblicima finansiranja, kao što su dug i/ili akcija).

Konačno, dileme u vezi sa finansijskom strukturom korporacije i izborom izvora finansiranja korporacije, uključujući i pitanje profilisanja politike dividendi, su krupna teorijsko-empirijska pitanja, koja ćemo odmereno otvarati, saglasno potrebama ovog rada. Jedno je sigurno, klasičan sistem može stimulisati korporaciju da favorizuje „dug“ (pozajmljeni kapital) u odnosu na „akciju“ (vlastiti kapital). Poreska ušteda se izračunava množenjem iznosa odbitne stavke, kamate, i stope CIT.

⁶² Ključni efekti klasičnog sistema su: (i) Povećanje "efektivne poreske stope" (tj. povećanje procentualnog učešća ukupnog poreza, CIT+PIT, u poreskoj osnovici), kako raste zakonom definisana granična stopa PIT za akcionare (drugim rečima, povećanje efektivne stope sa rastom dohotka), kao neposredna posledica ekonomskog dvostrukog oporezivanja. (ii) Smanjenje "procentualnog povećanja" efektivne poreske stope za klasičan sistema, kako raste zakonom definisana granična stopa PIT za akcionare (drugim rečima, smanjenje procentualnog povećanja efektivne stope sa rastom dohotka), tj., najveće procentualno povećanje efektivne stope je za najnižu graničnu stopu PIT (akcionari sa najmanjim personalnim dohotkom, preciznije, akcionari koji su primili najmanji iznos dividende), a najmanje procentualno povećanje efektivne stope je za najvišu graničnu stopu PIT, za najbogatije pojedince u društvu. [Utvrđivanje iznosa dvostrukog oporezivanja dividendi (odnosno, utvrđivanje iznosa smanjenja dvostrukog oporezivanja dividendi) sprovodi se poredjenjem veličine dvostrukog poreza u okviru klasičnog sistema, kao punog ("maksimalnog") iznosa koji se može platiti po jedinici distribuiranog dohotka. Pošto se klasičan sistem analizira u ambijentu sintetičkog personalnog poreza na dohodak, PIT, iznos dvostrukog poreza (odnosno, iznos smanjenja dvostrukog poreza) se određuje u odnosu na visinu odgovarajuće granične stope PIT za konkretnog akcionara].

⁶³ U intervalu od 1999 – 2008., sedam država je ukinulo sistem pripisivanja. Izuzimajući Norvešku, preostalih šest država su snizile stopu CIT u momentu ukidanja imputacije. U pogledu tendencije ukidanja sistema pripisivanja, važna su dva osnovna pitanja. Prvo, kako su oporezovane dividende nakon ukidanja sistema imputacije (kakva je novoustanovljena relacija CIT-PIT)? (i) UK je, nakon dvofaznog ukidanja imputacije (1997 i 1999), prešla na novoosnovani (smanjeni) poreski kredit (10%), bez mogućnosti refundiranja novca po osnovu neiskorišćenih kredita (što nije imalo negativne efekte za britanske akcionare, jer je istovremeno smanjena stopa na dohodak od dividendi). Pošto je novoosnovani poreski kredit (10%) odobren, nezavisno da li je prethodno plaćen CIT (nije u direktnoj korelaciji sa CIT), konstatujemo da to nije sistem imputacije. (ii) Irska je ukinula sistem delimične imputacije i prešla na klasičan poreski sistem (dvostruko oporezivanje dividendi i na korporativnom nivou, i u rangu akcionara). (iii) Nemačka je sa sistema pune imputacije (do 2001.) prešla na sistem "fifty & fifty" (korporacija ne plaća porez na dividende, dok se 50% dividendi oporezuje po odgovarajućoj graničnoj stopi PIT za konkretnog akcionara). (iv) Finska, poput Nemačke, je ukinula sistem pune imputacije (do 2005.), i prešla na sistem olakšice u rangu akcionara (korporacija ne plaća porez na dividende, dok se 57% dividendi oporezuje po odgovarajućoj graničnoj stopi PIT za konkretnog akcionara). (v) Francuska je (2005) krenula putem identične poreske reforme u Nemačkoj i Finskoj (nakon ukidanja sistema pune imputacije, korporacija ne plaća porez na dividende, dok se 50% dividendi oporezuje po odgovarajućoj graničnoj stopi PIT za konkretnog akcionara). (vi) Italija je ukinula, 2004, sistem pune imputacije i ustanovila

“konačnom porezu po odbitku” za dividende na korporativnom nivou.⁶⁴ (v) Danas, klasičan sistem oporezivanja je prisutan u Francuskoj i Irskoj,⁶⁵ uključujući hibridni sistem u Danskoj (kombinacija klasičnog sistema i CBIT).

DIT

DIT je prvi analizirao danski ekonomista Nielsen, N.C., (1980),⁶⁶ gde je usledila njegova prva praktična primena (Danska, 1987.), da bi se DIT potom razvijao i u varijetetnim formama proširio na preostale nordijske zemlje (Švedska, 1991, Norveška, 1992, Finska, 1993).⁶⁷ Pošto DIT

nov sistem, kompanije se oporezuju samo na 5% dividende, dok se u rangu akcionara primenjuje porez po odbitku na dividende (12.5%), za akcionara sa najvišom poreskom stopom. (vii) U Norveškoj (od 2006), dividende i kapitalni dobitci su oporezivi u rangu akcionara, samo ukoliko odražavaju nad normalnu stopu prinosa (normalna stopa prinosa kapitala, u formi dividende i kapitalnog dobitka, je neoporeziva; normalnu stopu prinosa, tzv. “naknadu stope prinosa”, određuje kreator politike).

Drugo pitanje glasi: Zašto je ukinut sistem imputacije, koji je bio cilj reforme? (i) Evropski sud je odigrao ključnu ulogu pri ukidanju sistema imputacije. Ukidanje je bilo više motivisano zabrinutošću ECJ (European Court of Justice) zbog diskriminacije stranih korporacija i pojedinaca (sistem imputacije favorizuje domaće akcionare, odnosno, diskriminiše strane investitore, koji nisu u mogućnosti da iskoriste poreske kredite, “imputations credits”), nego ekonomskom efikasnošću. (ii) Ciljeve reforme su odražavali uglavno jedinstveni stavovi: podsticanje korporativnog investiranja, tj. rast zadržanog dohotka, a ne distribucije korporativnog dohotka, i harmonizacija sa jurisdikcijom EU (UK, Irska); povećanje međunarodne konkurentnosti (rast stranih investicija), povećanje zadržanog dohotka, i harmonizacija sa jurisdikcijom EU (Nemačka, Finska, Francuska); redukcija poreskog opterećenja korporacija, simplifikacija poreskog sistema i harmonizacija sa jurisdikcijom EU (Italija); poreska reforma u pravcu oporezivanja normalne stope na nivou korporacije (samo 28% CIT), uz dodatno oporezivanje samo nad normalnog prinosa na personalnom nivou, po stopi 48% (oporezivanje nad normalnog prinosa, personalni nivo: 28% CT + 28% PIT, na preostalih 72%), uključujući harmonizaciju sa jurisdikcijom EU (Norveška).

Ainsworth, A. (2016). Dividend Imputation: The international experience, JASSA The Finsia Journal of Applied Finance, Issue 1 2016.

⁶⁴ Saglasno poreskoj terminologiji EU/OECD, uključujući terminologiju u Srbiji, “porez po odbitku” je porez na dohodak nametnut na izvoru, tj. treća strana je zadužena da oduzme porez od određenih vrsta plaćanja, i da taj iznos uplati vladi. Porez po odbitku se praktično nalazi u svim poreskim sistemima, i široko se koristi u pogledu dividendi, kamata, autorskih prava (naknada) i sličnih poreza. Stope poreza po odbitku često se smanjuju poreskim ugovorima. “Porez po odbitku” može da se kreditira od konačne poreske obaveze, iskazane po osnovu CIT ili PIT. Medjutim, kako naziv sugeriše, “konačni porez po odbitku” ne može da se kreditira, u pitanju je definitivno plaćanje poreza.

⁶⁵ (i) Francuska primenjuje teritorijalni princip oporezivanja. [1. Standardna stopa CIT je 31% (od 1.1.2020. godine, za sve entitete primenjivaće se stopa 28%; od 1.1.2021. godine, za sve entitete primenjivaće se stopa 26.5%; od 1.1.2022. godine, za sve entitete primenjivaće se stopa 25%) 2. Snižena stopa, 28%, primenjivaće se samo u 2019. godini (28% se primenjuje na prvih 500 000 EUR oporezivog dohotka; standardna stopa, 31%, primenjuje se na iznos preko 500 000 EUR). 2. Dividende su generalno uključene u oporezivi dohodak, porez po odbitku 30% (poreski ugovori mogu smanjiti ili eliminisati ovaj porez); porez po odbitku 75% (za distribuirane profite isplaćene nekooperativnim jurisdikcijama); prema “European Union (EU) Parent-Subsidiary Directive”, dividende koje francuska filijala distribuira matičnoj kompaniji su izuzete od poreza, pod određenim uslovima). 3. Kamata 0% (stopa 75% za kamate isplaćene nekooperativnim jurisdikcijama)]. (ii) Prema principu svetskog dohotka, CT u Irskoj je razrezan na profit kompanije, koji konstituišu poslovni dohodak/dohodak od trgovine, pasivni dohodak i kapitalni dobitci [1. Stopa CIT 12.5% (koja se primenjuje na dohodak od trgovine i izvesne dividende primljene od nerezidentnih kompanija); stopa od 25% (koja se primenjuje na rentalni i investicioni dohodak, strani dohodak, dohodak od “working minerals” (široko definisani), dohodak od nafte/derivata i aktivnosti obradivanja ili razvoja zemljišta, izuzimajući građevinske operacije). 2. Dividende 20% (ovo je porez po odbitku razrezan distribuiranim dividendama, uz određene izuzetke); porez se primenjuje na rezidente i nerezidente. 3. Kamata 20% - porez se primenjuje na rezidente i nerezidente (kamate koje su isplaćene preduzeću sa prebivalištem u drugoj članici EU, ili preduzeću u zemlji sa kojom je Irska sklopila ugovor o dvostrukom oporezivanju, izuzet je od ovog poreza po odbitku, pod određenim uslovima).

E&Y. (2019). Worldwide Corporate Tax Guide 2019.

Deloitte. (2019) International tax.

European Commission. (2019). Taxation Trends in EU, 2019 Edition.

⁶⁶ Nielsen, N.C. Opsparing, velfærd og samfundsøkonomi, Saving; Welfare, and the National Economy, Arnold Busck. Prema: Sørensen, P. B. (1994). From the global income tax to the dual income tax: Recent tax reforms in the Nordic countries. International Tax and Public Finance, 1(1), 57–79.

⁶⁷ Danska, rodonačelnik DIT, je tokom prethodnog perioda (1987-2019) “zaokružila” svoju reformsku putanju. Prva je implementirala DIT, da bi se potom prva najviše udaljila od njega, konačno primenivši kombinaciju klasičnog sistema i CBIT. Danas, kreatori politike (stručna javnost) u Danskoj i respektabilne institucije (OECD) su motivisani novom poreskom reformom, uvodjenjem ACE (iako je predlog bio u skupštinskoj proceduri, prema našim saznanjima, još uvek nije zvanično

nije uniforman poreski koncept u okviru 4 nordijske države, obratićemo pažnju na karakteristike "čistog" DIT: (i) Za razliku od standardnih korporativnih poreza, DIT je razvijen u okruženju cedularnog modela oporezivanja, na bazi principijelnog stava da sintetički model treba zameniti dvojnim sistemom, koji uključuje proporcionalnu poresku stopu na dohodak od kapitala, u kombinaciji sa progresivnim sintetičkim oporezivanjem ukupnog dohotka poreskog obveznika iz svih ostalih izvora. (ii) Sve vrste dohotka od kapitala se oporezuju samo pomoću proporcionalne, niske stope CT (proporcionalna stopa treba da bude niska, zbog visoke elastičnosti ponude kapitala, tj. zbog visoke globalne mobilnosti kapitalnih osnovica za oporezivanje). (iii) Stope poreza na dohodak od rada (PIT) su ne samo progresivno strukturirane (u području personalnog dohotka treba zadržati prestižnu sintetičku filozofiju oporezivanja, odnosno, treba preraspodeliti personalni dohodak u korist pojedinaca iz nižih dohodnih klasa, pomoću rastućih graničnih poreskih stopa PIT), već su stope PIT više od uporedne stope predviđene za dohodak od kapitala (praktična implikacija ovog stava je da, zbog niže elastičnosti ponude, efikasnost zahteva realokaciju poreskog tereta na imobilne faktore, pre svega na rad i imovinu/zemlju). (iv) Oporezivanje dohotka transparentnog entiteta je konceptijski izazov za kreatora DIT. Dohodak transparentnog entiteta je mešavina dohotka od kapitala i dohotka od rada, i zato ga treba podeliti na segment koji predstavlja naknadu (prinos) kapitala (koja se oporezuje prema pravilima predviđenim za "dohodak od kapitala"), i na segment koji predstavlja naknadu za rad (koja se oporezuje prema pravilima predviđenim za "dohodak od rada"). U fokusu je "hipotetička stopa prinosa kapitala", kao metodologija za određivanje onog dela dohotka transparentnog entiteta koji se oporezuje kao "dohodak od kapitala" (preostali iznos se oporezuje kao "dohodak od rada"), ali i kao "embrionalna" ideja za razvoj nekih novih poreskih oblika (ACE, CCCTB).⁶⁸

usvojen). Ukazujući na potrebu nove poreske reforme u Danskoj, usled eskalacije osnovnih parametara [(i) u pogledu udela poreskog prihoda u BDP, Francuska i Danska dele prvo mesto u razvijenom delu sveta, OECD-36 (46.2%; 46.0%, respektivno); (ii) zbog najviših graničnih poreskih stopa na dohodak od rada i dohodak od kapitala, 55%, Danska treba da nastavi sa poreskim reformama za saniranje usporenog rasta produktivnosti], OECD je predložila promene u pravci implementiranja ACE.

OECD. (2019), OECD Economic Surveys: Denmark 2019, Paris: OECD Publishing.

⁶⁸ "Čist" DIT opisuje deset osnovnih karakteristika. (i) Dohodak korporacije (transparentnog entiteta) deli se na dva dela, dohodak ostvaren po osnovu kapitala i dohodak ostvaren po osnovu rada. (ii) Dohodak od kapitala obuhvata kamatu, dividendu, kapitalnu dobit, rentu, dohodak od autorskih prava (od stečene imovine) i dohodak po osnovu posla [oporezivi dohodak (profit) korporacije; deo dohotka transparentnog entiteta (tj. komponenta koja predstavlja naknadu (prinos) kapitala transparentnog entiteta)]. (iii) Dohodak od rada obuhvata platu (nadnicu), deo dohotka transparentnog entiteta (tj. komponenta koja predstavlja naknadu za rad samostalno zaposlenih pojedinaca, fizičkih lica), penzije, beneficije od socijalnog osiguranja, redovne beneficije koje se isplaćuju zajedno sa platom ("fringe benefits") i autorska prava koja nisu uključena u dohodak od kapitala. (iii) Dohodak od kapitala, personalni i korporativni, oporezuje se proporcionalnom stopom korporativnog poreza, koja je istovremeno jedanaka najnižoj graničnoj stopi za dohodak od rada (tj. graničnoj stopi PIT za prvu dohodnu klasu). (iv) Dohodak od rada se oporezuje po progresivnim stopama PIT. (v) Korporacija može oduzeti kvalifikovane troškove samo od dohotka ostvarenog po osnovu kapitala. (vi) Dohodak od kapitala i dohodak od rada mogu se oporezivati odvojeno ili zajedno, po stopi CT (u slučaju zajedničkog oporezivanja, bruto dohodak od rada se potom oporezuje progresivnim stopama PIT). Odvojeno oporezivanje dohodaka od kapitala i rada, bez odobravanja osnovnog izuzeća ili naknade, omogućava razrezivanje "konačnog" poreza po odbitku (oporezivanje pojedinih vrsta dohotka od kapitala praktično se sprovodi porezom po odbitku na izvoru, posredstvom stope koja je, kod "čistog" DIT, jednaka stopi CT). (vii) Kada se dohodak od kapitala i dohodak od rada oporezuju zajedno (po stopi CT), postoji mogućnost da gubitak ("negative capital income") iskazan na segmentu dohotka od kapitala bude kompenziran od dohotka po osnovu rada. Kada se dohodak od kapitala i dohodak od rada oporezuju odvojeno, kompenzacija (sa identičnim rezultatom) se postiže pomoću poreskog kredita (izračunatog po stopi CT) koji se ostvaruje na teret PIT [prezentirana inicijalna rešenja za kompenzaciju negativnog kapitalnog dohotka su evoluirala u pravcu mogućnosti oduzimanja od "pozitivnog kapitalnog dohotka" (Finska), mogućnosti oduzimanja od "personalnog dohotka u prvoj dohodnoj klasi" (Norveška) i mogućnosti ostvarenja poreskog kredita (Švedska)]. (viii) U cilju simplifikacije procesa oporezivanja, dohodak transparentnog entiteta ne treba deliti na dva karakteristična segmenta, pod uslovom da dohodak ne prelazi maksimalan iznos dohotka koji je predviđen za najnižu graničnu stopu PIT (prva dohodna klasa). (ix) Ako dohodak transparentnog entiteta nadvisi upravu pomenuti "prag", tada se dohodak deli na dva segmenta, dohodak od kapitala i dohodak od rada. Dohodak od kapitala se izračunava posredstvom jednog parametra i dva metoda. Bruto metod znači primenu "hipotetičke stope prinosa kapitala" na iznos bruto imovine

DIT je dobro ustanovljen CT. (i) DIT je formiran da odgovori domaćim i internacionalnim potrebama i izazovima. (ii) Iz perspektive otvorene nacionalne ekonomije, poput pomenutih nordijskih zemalja, DIT ocenjujemo na osnovu efikasnosti/neutralnosti i troškovne efikasnosti. Nordijski porez bi mogao biti poželjan po oba kriterijuma. (iii) DIT je efikasan (neutralan) vid oporezivanja, zato što stopa za dohodak od kapitala treba da bude niža od stope za dohodak od rada, komentarisano u svetlu različitih elastičnosti ponude kapitala i ponude rada. (iv) DIT je, takodje, efikasan u smislu troškovne efikasnosti, kako sa stanovišta troškova poreske administracije, tako i sa stanovišta troškova saglasnosti obveznika, zato što je reč o simplifikovanom vidu oporezivanja, komentarisano u svetlu korišćenja jedne stope za celokupan asortiman dohotka od kapitala. (v) Poreske stope treba pažljivo odrediti, imajući u vidu internacionalni poreski kontekst (mogućnost odliva kapitala u inostranstvo; potencijal internacionalnih dohodnih prelivanja je u funkciji razlike između nacionalnih zakonskih poreskih stopa), i potrebu balansiranja poreskog tereta u okviru datog nacionalnog poreskog sistema (koncept DIT karakteriše prisustvo značajnog oslanjanja na progresivno personalno oporezivanje, uz istovremeno odsustvo eksplicitnih teorijsko-empirijskih repera o odnosu poreskih tereta namenjenih ključnim faktorima, radu i kapitalu).

Imajući u vidu treću pretpostavku ovog rada [unilateralan pristup politici i poresko planiranje (tj. fiskalno prelivanje, štetna poreska konkurencija i poreska evazija) su komplementarne aktivnosti], kontatujemo da pred DIT-om stoji nekoliko izazova. (i) Zbog disharmonije u EU (uključujući treće zemlje), DIT može negativno uticati na privlačenje stranog kapitala, zato što porez po odbitku na kamate koje plaćaju korporacije može biti različit za domaće i strane poverioce.⁶⁹ (ii) Tipično rešenje u EU, koje DIT nije celovito rešio, je poreski slobodan status institucionalnih investitora, zbog čega oni mogu predstavljati "centre" za izbegavanje poreza.⁷⁰ (iii) Potencijalna slabost DIT je postojanje praktične mogućnosti realokacije/prebacivanja dohotka" (problem transformacije visoko oporezovanog dohotka od rada u nisko oporezovani dohodak od kapitala.^{71,72} (iv) Sa stanovišta teorijskih kriterija

(vrednost imovine pre bilo kakvog odbitka, odnosno, celokupan prihod pre bilo kakvog odbitka, tj. pre refundiranja i povraćaja), dok neto metod znači primenu pomenute hipotetičke stope na iznos akcijskog kapitala (vrednost imovine umanjene za obaveze). (x) Eliminisanje dvostrukog oporezivanja distribuiranog dohotka može se realizovati ili na nivou korporacije, ili u rangu akcionara. Na nivou korporacije je bio predviđen sistem pune imputacije, dok je u rangu akcionara bilo predviđeno izuzimanje dividende. U startnim godinama funkcionisanja DIT, za pojedine nordijske zemlje (Finsku i Norvešku) bila je karakteristična praktična primena sistema pune imputacije, dok je za Dansku (ali i za Švedsku) karakteristično odsustvo integracije CT i PIT, tj. prisustvo dvostrukog oporezivanja.

Sørensen, P. B. (1994). From the global income tax to the dual income tax: Recent tax reforms in the Nordic countries. *International Tax and Public Finance*, 1(1).

Sorensen, P.B. (2010). Dual Income Tax: A Nordic Tax System, in: Claus, I., Gemmell, N., Harding, M. & White, D. (eds.) *Tax Reform in Open Economies*, Edward Elgar.

Crossen, S. (2015). What kind of Corporation Tax Regime? *Osgoode Hall Law Journal*, Volume 52. 2 (2015).

⁶⁹ Takodje, stopa poreza po odbitku može biti niža od stope poreza za dohodak od kapitala (CT). Verovatno, međunarodna koordinacija je neophodna pretpostavka za primenu konačnog poreza po odbitku. Crossen, S. (2016). *Tackling Spillovers by Taxing Corporate Income in the European Union at Source*, Hague: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.

Devereux, P.M. & Sorensen, P.B. (2006). *The Corporate Income Tax: International Trends and Options for Fundamental Reform*, Brussels: European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs.

⁷⁰ Poreski slobodan status institucionalnih investitora u pogledu prinosa na kapital, dodatno je podržan preferencijalnim tretmanom prinosa na dug (kamata koju obračunava penzijski fond nije oporeziva, uključujući i dividende, ukoliko je CT primenjen na izvoru, što je komplementarno pravilu DIT da, u cilju ekvivalencije, dividenda isplaćena iz "potpuno" oporezovanog dohotka/profita treba da bude izuzeta na nivou akcionara, dok dividenda isplaćena iz "oslobodjenog" dohotka treba da bude oporezovana stopom korporativnog poreza).

Crossen, S. (2016). *Tackling Spillovers by Taxing Corporate Income in the European Union at Source*, Hague: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.

⁷¹ U praksi je identifikovana transformacija dohotka između dve karakteristične osnovice (u Švedskoj i Finskoj, na primer, u kategoriji transparentnih entiteta), što je argument za stav da ne treba praviti veliku razliku između najviše granične stope poreza na dohodak od rada i previsoke proporcionalne stope na dohodak od kapitala. Takodje, koncept "jedne stope" za sve vrste dohotka od kapitala je teško sprovesti u praksi. Usled lobiranja, u Švedskoj je efektivna stopa mogla da se razlikuje u

optimalnosti, DIT ne obezbeđuje “a first best result”.⁷³ (v) Tokom evolucije, države sa DIT-om su divergirale u različitim pravcima. Za razliku od Švedske i Finske, koje dohodak posmatraju u kontekstu različitog poreskog statusa dohotka od kapitala i dohotka od rada, Norveška je prepoznatljiva po oslanjanju na različiti poreski tretman “normalnog prinosa na kapital” (ekvivalent za poreski status dohotka od kapitala) i preostalog dohotka, čime otvara novo “poglavlje” poreskih pravila.⁷⁴

CBIT

DIT je spona između dve poreske matrice. DIT koriguje standardna poreska pravila, koja permanentno ostaju reper za ocenu promena CT, ali istovremeno generiše nova poreska rešenja (ACE). Standardni korporativni porez u EU (klasičan sistem) primenjuje poresku stopu na osnovicu, oporezivi dohodak, koji je prethodno umanjen za plaćene kamate. Istovremeno, distribuirani dohodak akcionarima (dividenda) ne samo da se ne oduzima od osnovice CT, već podleže dvostrukom oporezivanju (PIT-om) u rangu akcionara. Izuzimanjem kamate iz osnovice CT, odnosno, asimetričnim tretmanom duga i akcije, klasičan CT favorizuje dug, remeti finansijsku strukturu korporacije i posledično dovodi do niza međusobno povezanih ne neutralnih efekata (favorizovanje zrelih kompanija i diskriminaciju SMEs, distorzija finansijske i

zavisnosti od vrste dohotka od kapitala, dok je uvođenje ovih diferenciranih stopa opravdavano potrebom podsticanja SMEs (oporezivanje dividendi po različitim stopama, između preduzeća koja se (ne) kotiraju na berzi, na primer).

Bastani, S. and Waldenström, D. (2019), How Should Capital Be Taxed? CESifo.

⁷² Analizirajući DIT u Norveškoj, Alstadsaeter, A. (2007), konstatuje da DIT može pružiti transparentnom entitetu snažne podsticaje da, pomoću realokacije/prebacivanja dohotka, minimizira porez (samostalno zaposleni pojedinci sa visokim dohotkom mogu koristiti korporativnu oragnizacionu formu kao poresko sklonište). Podsticaj je veći ukoliko je veća razlika između graničnih poreskih stopa na dohodak od rada i kapitala, zato što se povećava prinos od realokacije dohotka.

Alstadsaeter, A. (2007). The Achilles heel of the Dual Income Tax: The Norwegian Case. Finnish Economic Papers – Volume 20 – Number 1 – Spring 2007.

⁷³ Na osnovu principa pravičnosti i efikasnosti, optimalni porezi na dohodak od rada i dohodak od kapitala biće potpuno različiti, odnosno, pojedinci s niskim i visokim dohotkom od rada treba da se suoče sa različitim porezima na dohodak od kapitala, dok bi optimalni porezi na dohodak od kapitala verovatno bili progresivni. Međutim, ovaj poreski kanon nije moguće primeniti u realnom životu, iz istih (valorizaciono-operativnih) razloga zbog kojih su direktni porezi na potrošnju još uvek u sferi “teorijskog ideala”, još od Adama Smita, 1776. godine, na primer.

Bastani, S. and Waldenström, D. (2019), How Should Capital Be Taxed? CESifo.

⁷⁴ Kako danas funkcioniše DIT? U cilju praktične ilustracije funkcionisanja najkonzistentnije subvarijante DIT, primer inventivnih kreatora politike u Norveškoj (2019), poresku proceduru ćemo opisati u području dva karakteristična segmenta, oporezivanje na nivou korporacije i oporezivanje u rangu akcionara.

Na nivou korporacije, (i) Stopa CIT 22% [25% za kompanije u finansijskom sektoru; pored pomenutog opšteg poreza na dohodak (22%) i poreza za finansijske institucije (25%), razrežuje se “special petroleum tax” (poseban porez od 56%, primenjen na dohodak od proizvodnje nafte i gasa) i “special power production tax” (poseban porez na proizvodnju električne energije od 37%, primenjen na opšti porez na dohodak (22%)). (ii) Stopa poreza na kapitalne dobitke 22% (25% za kompanije u finansijskom sektoru). (iii) Porez na doznake poslovnih jedinica (Branch Remittance Tax) 0%. (iv) Porez po odbitku: (1) dividende 25% (0%) (ovaj porez, 25%, se odnosi na nerezidentne akcionare (“treće zemlje”); konkretno, dividende isplaćene rezidentnim akcionarima, uključujući države članice EU, Island i Lihteštajn, oslobođene su poreza po odbitku); (2) kamate 0%; (3) autorska prava od patenata, know-how itd. 0%. (v) Neto poslovni gubici (prenošenje gubitka je izraženo brojem godina): (1) prenošenje unazad - 0 (tj. nije dozvoljeno); (2) prenošenje unapred - neograničeno (poslovni gubici se mogu preneti na buduće godine bez limita).

U rangu akcionara, dividenda rezidentnog akcionara, uz mogućnost korišćenja neoporezive “osnovne naknade”, oporezuje se kao “uobičajen” dohodak od kapitala (22%). Neoporeziva osnovna naknada je jednaka kamatnoj stopi bez rizika, koja se primenjuje na poresku osnovicu (cena akcije). Kamatna stope bez rizika (za 2018. godinu) iznosila je 0.8% (u rangu akcionara, neoporeziva osnovna naknada se odvojeno utvrđuje za sve akcije kompanije). U slučaju delimičnog iskorišćenja, neoporeziva naknada se može preneti unapred, i iskoristiti u kontekstu budućih distribucija ili prodaja akcija. Neoporeziva naknada je namenjena dividendi, drugim rečima, naknada se ne može koristiti za kreditiranje nekih drugih dohodnih izvora.

E&Y. (2019). Worldwide Corporate Tax Guide 2019.

KPMG. (2019). Norway – Income Tax.

Deloitte. (2019) International tax.

European Commission. (2019). Taxation Trends in EU, 2019 Edition.

investicione politike, instrument poreskog planiranja MNCs). U cilju eliminisanja systemske ne-neutralnosti, odnosno, asimetrije u pogledu tretmana prinosa na akciju i prinosa na dug, predloženi su alternativni poreski oblici. DIT je zasnovan na ideji da sve vrste korporativnog i personalnog dohotka od kapitala, ne samo korporativni dohodak, treba oporezovati jednom stopom, stopom za kapitalni dohodak, u formi poreza po odbitku. Pošto se odvojeno oporezuju dohoci od kapitala i rada, na korporativnom nivou, proporcionalna stopa CT se primenjuje na osnovicu (oporezivi dohodak), umanjenu za kamate, uz primenu poreza po odbitku na kamate, jasno, po stopi za dohodak od kapitala (= stopi CT). U rangu akcionara, dividenda je izuzeta od PIT, dok je kamata oporezovana PIT-om, uz odobravanje kredita za porez po odbitku (kapitalni dobitci se oporezuju na osnovici realizacije, što je standardno rešenje u svim zemljama, tako da nisu u fokusu). Konačno, DIT u Norveškoj, "ograničena verzija ACE", praktično je formirao "klicu" novog poreskog oblika.

Skoro istovremeno sa uvodjenjem/promovisanjem DIT u nordijskim zemlja, u Vašingtonu i Londonu su promovisana dva nova poreza. U SAD je predložen "sveobuhvatan porez na dohodak korporacije", CBIT (Comprehensive business income tax, US Treasury, 1992). U UK, kompletirajući inicijalnu ideju (tada) dva kanadska profesora, Boadway & Bruce (1984), IFS je predložio "naknadu za korporativni kapital", ACE (Allowance for corporate equity, IFS, London, 1991). Za razliku od DIT, koji neutralnost između duga i akcije postiže na privremenoj osnovi (indirektno, korišćenjem poreza po odbitku), CBIT to čini direktno, međutim, praktične manifestacije ova dva poreska oblika su različite.

U odnosu na klasičan sistem i DIT, u cilju povećanja neutralnosti CIT, američki predlog uvodi promenu poreskog statusa kamate, reklasifikaciju poreskih stopa i nivoa oporezivanja. CBIT je korporativni porez koji ni plaćene kamate, ali ni prinos na kapital ne izuzima iz oporezivog dohotka korporacije, već ih potpuno i direktno oporezuje uobičajenom stopom CIT: izjednačava poreski tretman dugovnog i akcijskog finansiranja na korporativnom nivou.⁷⁵

Koji su ključni (ne)poželjni efekti CBIT? (i) Čist CBIT, između ostalog, prvenstveno znači identičnu efektivnu stopu na različite vrste dohotka od kapitala. Svako približavanje CBIT-u ukazuje na smanjenje najznačajnije dimenzije poreske ne-neutralnosti, poreske asimetrije između duga i akcije. (ii) Smernice za ocenu (ne)poželjnosti CBIT daje cost-benefit analiza, tj. procena odnosa između potencijalnih "koristi" (po osnovu nižih stopa) i potencijalnih "troškova" (po osnovu više cene duga). Naime, potpuno oporezivanje plaćenih kamata (čist CBIT) proširuje osnovicu za oporezivanje i može da inicira dva suprotna scenarija, čiji je finalni ishod promena relativnog poreskog opterećenja, tj. promena relativnih cena, investicija u zavisnosti od izvora finansiranja. Posredstvom povećanja poreskog opterećenja, usled

⁷⁵ Prema izvornom predlogu, "čist" oblik CBIT možemo prezentirati posredstvom osnovnih odrednica. (i) Korporacije su obuhvaćene CBIT-om, uključujući dohodak institucionalnih investitora (penzijski i investicioni fondovi često imaju "mističan" status u brojnim savremenim poreskim sistemima), izuzimajući "mali biznis" (koji ne može da oduzme kamatu). (ii) Kritične tačke CBIT su tretman malog biznisa, poseban režim predviđen za finansijske institucije i tretman međunarodnih tokova dohotka od kapitala (globalno prihvatanje CBIT-a bi eliminisalo probleme u vezi međunarodnih tokova). (iii) Zasnovan na širokom obuhvatu, CBIT je zamišljen kao porez na celokupan dohodak od kapitala (tj. zadržani dohodak, dividenda, kamata, kapitalni dobitci) na izvoru (tj. isključivo na nivou korporacije), drugim rečima, eliminišu se personalni porezi na dohodak od kapitala.

(iv) Na nivou korporacije (uključujući finansijske institucije), kamate (uključujući dividende) se ne oduzimaju, već se potpuno oporezuju, tako da su akcija i dug ekvivalentno poreski tretirani. (v) Stopa CIT je jednaka najvišoj marginalnoj stopi PIT. (vi) U rangu akcionara, kamate i dividende su potpuno izuzete. (vii) Kada korporacija ili poverilac (finansijska institucija, banka) primi kamate od drugih entiteta koji su obuhvaćeni CBIT-om, u cilju izbegavanja dvostrukog oporezivanja, dozvoljen je poreski kredit za odgovarajući iznos prethodno plaćenog CIT. (viii) Ukoliko korporacija (banka) primi kamatu od entiteta koji nisu u sistemu CBIT, tada je kamata oporeziva.

U.S. Treasury Department. (1992). Taxing Business Income Once – Integration of the Individual and Corporate Tax Systems. Washington, D.C.

oporezivanja kamate, CBIT povećava cenu kapitala za investicije koje se finansiraju dugom, odnosno, posledično smanjuje nivo investiranja. Najviše su pogodjeni entiteti koji najviše zavise od finansiranja dugom, dok se s posebnom pažnjom posmatra eventualna mogućnost smanjenja stranih direktnih investicija finansiranih dugovnim kapitalom. Na oponentnoj strani, širenje osnovice za oporezivanje, zbog istog razloga (usled oporezivanja kamate), povećava prihodnu izdašnost korporativnog poreza, smanjuje stopu korporativnog poreza (dati nivo poreskih prihoda može se naplatiti nižom poreskom stopom), smanjuje cenu kapitala za investicije koje se finansiraju akcijom, odnosno, posledično povećava nivo investiranja. (iii) Prema Sorensen, P. (2016), sa stanovišta socijalno optimalnog ograničenja u korišćenju finansiranja dugom, CBIT je suboptimalan porez, zato što je društveno optimalan nivo duga (koji ispunjava uslove za oduzimanje kamate) daleko iznad nule.⁷⁶ (v) Ukupni efekti CBIT (na nivou korporaciju, u rangu akcionara) na investicije nisu jasni, jer porast troškova kapitala (koju inicira CBIT) na nivou korporacije je u suprotnosti sa opadajućim efektivnim oporezivanjem u rangu akcionara (nema poreza, jer kamate i dividende su potpuno izuzete u rangu akcionara).⁷⁷ (vi) Koje sisteme oporezivanja dohotka korporacije (dohodak od kapitala/equity income i dohodak od duga) praktično koriste države članice EU? Većina država EU, više od polovine ukupnog broja, preferira obuhvatno oporezivanje dohotka od kapitala (equity income) na nivou korporacije, na izvoru, uključujući masovnu primenu sve restriktivnijih pravila za ograničavanje mogućnosti oduzimanja kamate od osnovice CIT.⁷⁸ Države članice koriste "rudimentaran CBIT", razrezujući konačni porez po odbitku na dividende i kamate. Prefiks "rudimentaran", zato što se efektivna poreska stopa na dividendu (koja je opterećena CIT-om i konačnim porezom po odbitku) razlikuje (veća je) od efektivne stope na kamatu (konačni porez po odbitku), uključujući i

⁷⁶ Uvodjenje CBIT je suboptimalno, zato što zahteva potpuno uključivanje kamate u poresku osnovicu (tj. zahteva potpuno eliminisanje mogućnosti odbitka kamate), iako će rezultirati širenjem poreske osnovice, i posledično obezbediti potencijal za nižu poresku stopu. Čuvanje izvesnog iznosa odbitnosti kamate je efikasniji instrument za smanjenje cene kapitala, nego snižavanje korporativne poreske stope do nivoa koji dozvoljava CBIT. Naime, postojeći korporativni porezi iniciraju dve vrste poremećaja, poremećaj odluke o korporativnom finansiranju (odnos dug-akcija) i poremećaj odluke o korporativnom nivou investiranja. Umesto da se potpuno eliminiše poremećaj odluke o korporativnom finansiranju, poželjnije je prihvatiti izvesni poremećaj odluke o finansiranju, ako je to najefikasniji način da se ublaži poremećaj investicionih odluka.

Sorensen, P. (2016). *Taxation and Optimal Constraint on Corporate Debt Finance: Why a Comprehensive Business Income Tax is Suboptimal*, Munich, Germany: CESifo.

⁷⁷ Da bi se osigurala prihodna neutralnost, stopa korporativnog poreza treba da se poveća, zato što CBIT potpuno ukida oporezivanje akcionara (tj. PIT na dividende), zbog čega CBIT može negativno uticati na obim ulaganja.

Spengel, C., Heckemeyer, J.H, Nicolay, K., Bräutigam, R. and Klar, O. (2016). *The Effects of Tax Reforms to Address the Debt-Equity Bias on the Cost of Capital and on Effective Tax Rates*, WP, N. 65-2016. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

⁷⁸ Čist oblik CBIT nije praktično primenjen u EU, zato što, između ostalog, kamata nije potpuno oporezovana na korporativnom nivou. Medjutim, tokom dve decenije novog veka, države članice EU su jedinstveno realizovale restriktivniji pristup plafoniranju iznosa kamate koji može smanjiti korporativnu poresku osnovicu, posredstvom dve osnovne operative forme, pomoću pravila tanke kapitalizacije i pravila o ograničenom oduzimanju kamate, tzv. pravilo EBITDA. Ovaj trend se praktično ispoljava kao približavanje CBIT-u.

U cilju praktične ilustracije "debt-to-equity rules" (pravila o odnosu duga i akcije), kreatori politike u Norveškoj (2019), na primer, ne predviđaju eksplicitna pravila tanke kapitalizacije, već visinu duga (kamate) plafoniraju pomoću dva pristupa, ad hoc pristup i sistemski pristup. Na osnovu principa van dohvata ruke, poreska administracija može, od slučaja do slučaja, da zabrani mogućnost oduzimanja kamate, zato što je konkretna kompanija u finansijskom problemu/"overleveraged" (tipično, nije u mogućnosti da ispuni svoje obaveze prema poveriocima). Istovremeno, postoji sistemski pristup, postoje "pravila ograničavanja kamate", koje je važno notirati. Prema ovim pravilima, plaćene kamate koje prelaze 25% "dohotka pre nego što se oduzme kamata, korporativni porez i amortizacija (EBITDA)", ne mogu se oduzeti ("pravilo fiksnog racija").

Države članice ugradjuju u svoje jurisdikcije pravila o plafoniranju duga (kamate), oslanjajući se na OECD princip "van dohvata ruke" (za kompaniju se kaže da je "tanko kapitalizovana" kada je (akcijski) kapital mali u poredjenju sa njenim dužničkim kapitalom). Medjutim, komentarisano sa stanovišta naše analize, upadljivi problem je što su pravila o plafoniranju kamate prevashodno inspirisana regulisanjem intrakompanijskih transakcija (dohodni tokovi između povezanih entiteta unutar MNC) i međunarodnom realokacijom dohotka od kapitala.

E&Y. (2019). *Worldwide Corporate Tax Guide 2019*. Deloitte. (2019) *International Tax*. European Commission. (2019). *Taxation Trends in EU, 2019 Edition*.

činjenicu da određeni dohodni tokovi nisu u kompetenciji poreskih pravila država članica, već su u nadležnosti harmonizovanih/ratifikovanih poreskih pravila na nivou EU/OECD-WTO (prekogrančni i međunarodni tokovi dohodaka od kapitala i duga), zbog čega države članice nisu u mogućnosti da razrežu porez po odbitku. (Cnossen, S., 2018).⁷⁹

Sa stanovišta treće pretpostavke ovog rada, unilateralan pristup politici i poresko planiranje (tj. fiskalno prelivanje, štetna poreska konkurencija i poreska evazija) su komplementarne aktivnosti, kako se mogu komentarisati praktične tendencije u EU? Zašto se polovina država EU praktično približila čistom CBIT tokom prethodne dve decenije? Gradualno približavanje čistom CBIT-u nije bilo rezultat unapred planirane, multilateralne koordinirane prioritetne politike (reformne), usaglašene na nivou EU. Rudimentaran CBIT je samo forma za operacionalizaciju prioritetne, unilateralno vodjene politike država članica EU. Prioritet država članica tokom XXI prvog veka bila je poreska konkurencija sa efektom fiskalnog prelivanja (praktično ispoljena kroz različite intenzitete i/ili modalitete), tj. privlačenje prekograničnog kapitala politikama snižavanja stope i širenja osnovice, a rudimentaran CBIT se pojavio kao neizbežna posledica, odnosno, optimalna forma za sprovođenje ove prioritetne politike. Drugim rečima, postepeno "izranjanje" CBIT na poreskom horizontu EU je samo refleksija činjenice da u EU dominira fiskalna autonomija rukovodjena fiskalnim prelivanjem, samo potvrda da se "porez sa sve širom osnovicom, i sve nižom stopom" (CBIT) najbolje uklapa u nekooperativnu poresko-fiskalnu tradiciju država članica na evropskom ekonomskom prostoru.

CBIT realocira poresko opterećenje sa nad normalnog (inframarginalnog) kapitalnog prinosa na normalni (marginalni) prinos kapitala, odnosno, otvara centralno pitanje ACE, što je naša pretposlednja tema u okviru analize poreskih oblika koji praktično funkcionišu u EU.

ACE⁸⁰

Tokom novog veka, države članice su, na unilateralnoj osnovi, praktično demonstrirale tri filozofije oporezivanja. Za razliku od klasičnog sistema i čistog/rudimentarnog CBIT, koji oporezuju normalan prinos kapitala (više od polovine država članica/kreatora politike eksplicitno smatra da treba oporezovati normalan prinos kapitala, u prisustvu poreskog favorizovanja duga/kamate, u odnosu na kapital/dividendu), i za razliku od DIT, koji ga oporezuje po sniženoj stopi, ACE potpuno oslobadja "normalan prinos kapitala" (tj. oporezuje nad normalan prinos kapitala - dividendu treba oporezovati samo u meri u kojoj odražava nad normalan prinos kapitala), koji kreator politike kvantifikuje u formi "hipotetičke stope prinosa

⁷⁹ Većina država članica EU primenjuje obuhvatno oporezivanje korporativnog dohotka na nivou korporacije. Oporezivanje dohotka od kapitala (equity income) u EU verno opisuje sledeća tipična procedura. Dohodak od kapitala čine: (i) zadržani dohodak (primenjuje se stopa CIT), (ii) dohodak od dividende (primenjuju se stope CIT i PIT), (iii) kapitalni dobici (primenjuju se stope CIT i PIT, na osnovici realizacije). PIT na dividende i kamate se tipično operacionalizuje konačnim porezom po odbitku na nivou korporacije, ukoliko su odgovarajući dohoci (po osnovu dividende i kamate) isplaćeni rezidentnim primaocima. Cnossen, S. (2018). Corporation taxes in the Europe Union: Slowly moving toward comprehensive business income taxation? *International and Tax Public Finance* (2018) 25. Springer.

⁸⁰ U EU (2019), ACE postoji u Belgiji (od 2006.), Kipru (od 2015), Malti (od 2018) i Portugalu (od 2008), uključujući Lihteštajn (od 2011), Tursku (od 2015) i Brazil (od 1996). Primer Belgije i Italije ćemo koristiti kao reprezentativne forme (iako je Italija ukinula ACE, od 1.1. 2019.), zato što su u pitanju dva karakteristična pravca razvoja ACE u EU, dok će specifičnosti ACE u drugim zemljama biti prisutne saglasno potrebama ovog rada. U prošlosti, sa ACE su eksperimentisale sledeće zemlje: Italija (1997-2003; 2011-2018), Austrija (2000-2004), Hrvatska (1994-200) i Latvija (2009-2014).

The European Commission. (2018). Tax Policies in the European Union 2018 Survey, Luxembourg: Publications Office of the European Union.

E&Y, Global Tax Alert | 7 January 2019, Italy approves 2019 budget law.

Hebous, S. & Klemm, A. (2018). A Destination-Based Allowance for Corporate Equity. IMF WP/18/239. Washington, D.C.: IMF.

kapitala", odnosno, "hipotetičke kamatne stope". Definicija ACE?⁸¹ Zasnovan na kanonima "novog gledišta",⁸² naknada za kapital korporacije (ACE) je CT kod kojeg se plaćene kamate i administrativno definisan normalan prinos kapitala mogu oduzeti od osnovice CIT:⁸³ osnovica korporativnog poreza je "oporeziv dohodak" (izračunat na standardan način, kao kod klasičnog sistema) umanjena za ACE, drugim rečima, osnovica CT je nad normalni prinos inframarginalnih investicija.⁸⁴

Koji je cilj reforme tipa ACE? U fokusu su dva autentična pitanja. Na prvo pitanje, neutralnost ACE u pogledu odluke o izvoru finansiranja (tj. da li ACE obezbeđuje simetričan odnos dug-akcija, i posledično smanjenje leveridža korporacije), odgovor je jednoglasan i pozitivan. Na drugo pitanje, neutralnost ACE u pogledu odluke o ulaganju, uključujući i implicitno pitanje u vezi rasta investicija (tj. da li ACE pomaže ekonomskom rastu i utiče na rast investicija, posredstvom stimulisanja rasta zadržanog dohotka), odgovor nije sasvim jasan, zato što egzistiraju "mešoviti" dokazi.

Postojeći CTs u EU su ne neutralni, jer preferenciraju dugovno finansiranje, odnosno, sankcionišu finansiranje kapitalom. U odnosu na faktičko stanje u EU, ACE može biti dvostrano poželjan "korak" ka neutralnosti. Na jednoj strani, ACE ne remeti proces donošenja finansijskih odluka (omogućava neutralnost finansiranja na korporativnom nivou), zbog jednakog (deduktivnog) tretmana duga i akcije: ACE smanjuje cenu kapitala za investicije koje se finansiraju kapitalom, i dovodi ih na nivo investicija koje se finansiraju dugom (simetrična, deduktivna pozicija prinosa duga i kapitala).⁸⁵ Kritično pitanje je hipotetička kamatna stopa.

⁸¹ Boadway, R., & Bruce, N. (1984). A general proposition on the design of a neutral business tax. *Journal of Public Economics*, 24, 231-239.

IFS Capital Taxes Group (Chaired by Malcolm Gammie). (1991). *Equity for Companies: A Corporation Tax for the 1990s*, London: Institute for Financial Studies, Chameleon Press Ltd.

⁸² Izvorna misao kreatora i praktičnih zastupnika ACE je formiranje novog CT u funkciji promocije/favorizovanja rasta novih investicija finansiranih kapitalom (tj. kroz reinvestiranje, zadržavanje dohotka), odnosno, ukupnog ekonomskog rasta i razvoja nacionalne ekonomije. Naime, u literaturi ne postoji saglasnost povodom ocene efekata interakcije poreske politike (poreskog sistema) i finansijske politike korporacije, zbog čega postoje različita gledišta. Za potrebe ovog rada važno je naglasiti da se ACE zasniva na ideji prisutnoj u "novom gledištu" (King je prvi analizirao "the cost of capital" u kontekstu zadržavanja profita: King, M. A. (1974). "Taxation and the Cost of Capital." *Review of Economic Studies* 41, 21-35), koje u izvornoj formi, između ostalog, sugeriše: (i) zadržani dohodak/profit treba da bude osnovni izvor finansiranja korporacije i treba da bude preferencirano (niže) oporezovan, dok distribuirani profit treba dvostruko oporezovati, zato što dvostruko oporezivanje distribuiranih profita nema značajne distorzivne efekte; (ii) korporacija treba da zadrži sve profite za koje može da nadje profitabilne investicione opcije, i treba da smanji distribuciju profita.

Sinn, H.W. (1991) *Taxation and the Cost of Capital: The "Old" View, the "New" View, and Another View* (in: Editor Bradford, D. *Tax Policy and Economy*). Massachusetts, Cambridge: NBER.

⁸³ Normalna stopa prinosa (tj. normalan profit) je razlika između prihoda i zbira eksplicitnih i implicitnih troškova. Ako je zaradjeni iznos veći od normalnog profita, naziva se nad normalni (ekonomski, čist) profit. Pošto u praksi ne možemo precizno kvantifikovati normalan profit, kreator politike mora da obezbedi praktično upotrebljivu definiciju za potrebe ACE. U principu, reper normalne stope prinosa kapitala je nominalna kamatna stopa uvećana za ujednačenu premiju za rizik, koja je često jednaka stopi prinosa na srednjoročne državne obveznice. U praksi se normalna stopa prinosa određuje administrativnom odlukom, i obično se naziva "hipotetička stopa prinosa kapitala/equity".

⁸⁴ U vezi nad normalnog prinosa, treba imati u vidu i pojam "inframarginal (windfall) profit taxes", koji su tangentni sa tekućom problematikom. Državna kontrola ponude može prouzrokovati rast cena iznad onih koje bi dominirale na slobodnom tržištu, kreirajući visoke prinose od dozvoljenog obima prodaje. Alternativno, uklanjanje prethodno egzistirajućih kontrola cena može prouzrokovati porast cena iznad onih koje su ranije dominirale, stvarajući visoke prinose od postojeće prodaje. Ekonomisti ova povećanja profita nazivaju "inframarginalnim" ili "windfall", što znači da su to profiti na nivou ekonomske aktivnosti proizvođača koji bi se dogodili/pojavili bez promene regulatorne politike. Najočitiiji primer je "windfall profit tax" za proizvođače (trgovce) sirove nafte, koji je Kongres SAD usvojio 1980. godine kao odgovor na deregulaciju cena nafte.

Cordes, J.J., Ebel, R.D., & Gavelle, J. (2005). *The Encyclopedia of Taxation & Tax Policy*, Washington D.C.: The Urban Institute Press.

⁸⁵ Posmatramo specifičan pristup Branzoli & Caiumi (poredjenje leveridža firmi koje imaju koristi od ACE dedukcije, i leveridža firmi koje nemaju pravo na ACE dedukciju), u vezi pitanja: Da li je ACE efikasno smanjila leveridž (total debt / total equity) i da li SMEs (tj. "podkapitalizovani" entiteti) mogu da iskoriste ACE dedukciju, ili je ona namenjena samo velikim/profitabilnim kompanijama? Ocena efekata u prve tri godine primene ACE (2011.-2013.) uključuje sledeće osnovne konstatacije: (i)

Prema Spengel et al (2016), na primer, neutralnost finansiranja može se postići samo ako je hipotetička kamatna stopa jednaka tržišnoj kamatnoj stopi.^{86,87} Na drugoj strani, ACE ne utiče na proces donošenja investicionih odluka, zato što je ACE porez na nad normalni prinos (prinos koji korporacija ostvari iznad oportunitetnih troškova faktora proizvodnje), drugim rečima, ACE ne tangira marginalne investicije čiji prinos odražava cenu kapitala.

Naknada se odobrava entitetima koji povećavaju svoj kapital u odnosu na referentni nivo, tj. najboljim kompanijama u okviru nacionalne ekonomije, jer upravo one ostvaruju natprosečnu akumulaciju kapitala. ACE utiče na njihovu investicionu politiku podsticanjem zadržavanja dohotka/reinvestiranja (smanjenjem efektivnog oporezivanja investicija koje se finansiraju kapitalom), odnosno, destimulisanjem distribucije dohotka, što može pozitivno uticati na rast investicija (prvo treba povećati kapital/equity, a tek potom dobiti ACE dedukciju). Medjutim, u odnosu na klasičan sistem i CBIT, ACE sužava poresku osnovicu CT, što otvara pitanje dve raspoložive opcije za kompenzaciju izgubljenih poreskih prihoda.⁸⁸ Da bi se poreski prihodi održali konstantnim, prva mogućnost je povećanje drugih poreza u okviru poreskog sistema, dok je druga mogućnost povećanje same stope korporativnog poreza. U globalnom (EU) ambijentu koji je obeležen naglašenom poreskom konkurencijom, rast stope CT u okviru režima ACE može aktivirati negativne tokove kapitala, kako prekogranično premeštanja kapitala u druge države članice EU, tako i internacionalnu dislokaciju domaćeg dohotka u treće zemlje, odnosno, smanjenje priliva FDI, sa finalnom manifestacijom smanjenja ukupnog nivoa investicija, što potvrđuje empirijske studije.⁸⁹

Značajno je smanjen leveridž italijanskih proizvodnih kompanija, prosečno 9pp. (ii) Najveći efekat je identifikovan među SMEs (medjutim, konstatujemo da su, u svetskim razmerama, italijanske SMEs u grupi sa najvišim nivoom leveridža), odnosno, ACE je obezbedio najveću korist za entitete koji imaju veću potrebu za rekaptalizacijom (tj. restrukturiranje odnosa dug – kapital). (iii) Inkrementalni ACE je efikasno sredstvo za smanjenje leveridža evropskih kompanija. Branzoli, N. & Caiumi, A. (2018). How effective is an incremental ACE in addressing the debt bias? Evidence from corporate tax returns, WP N. 72 – 2018. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

⁸⁶ Spengel, C., Heckemeyer, J.H, Nicolay, K., Bräutigam, R. and Klar, O. (2016). The Effects of Tax Reforms to Address the Debt-Equity Bias on the Cost of Capital and on Effective Tax Rates, WP, N. 65-2016. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Istovremeno, Branzoli, N. & Caiumi naglašavaju jedno od osnovnih teorijskih pitanja: Da li hipotetičku stopu treba uvećati za rizik, i tako smanjiti nad normalni prinos koji ACE treba da "cilja"? Videti: Branzoli, N. & Caiumi, A. (2018). How effective is an incremental ACE in addressing the debt bias? Evidence from corporate tax returns, WP 72-2018. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

⁸⁷ U cilju kompletiranja "slike" o hipotetičkoj stopi prinosa (hipotetičkoj kamatnoj stopi), važno je imati u vidu još jednu dimenziju, odgovarajuće strukturne efekte. Hipotetičku stopu prinosa uglavnom praktično predstavlja nominalna kamatna stopa korigovana "jedinstvenom" premijom za rizik, što može da implicira sasvim različite poreske efekte na "visoko rizične entitete" (SMEs) i "manje rizične entitete" (velike kompanije, MNC na primer). Najvažniji efekat reforme tipa ACE zavisi od veličine entiteta, a najvažniji cilj je da se spreči da nesrazmerno korporativno oporezivanje ugrozi tržišnu konkurenciju među entitetima različitih veličina. Postojanje jedinstvene premije za rizik u okolnostima raznovrsnih uslova refinansiranja za različite entitete, podrazumeva da su nad normalni prinosi većih, manje rizičnih, entiteta izuzeti od oporezivanja. Manji entiteti mogu biti oporezovani i na normalan prinos kapitala. Sa stanovišta konkurencije, možda je adekvatno omogućiti SMEs povoljnije hipotetičke stope, Kock, J. & Gerard, M. (2018). The Allowance for Corporate Equity in Europe — The Latvian, Italian and Portuguese Cases. Université Catholique de Louvain.

⁸⁸ Belgijski koncept ACE, baziran na "full stock equity" u odsustvu regulatornih pravila za transakcije između povezanih lica, doprineo je smanjenju leveridža i omogućio smanjenje prosečnog opterećenja korporativnim porezom, ali uz visoku "cenu", uz značajan nedostatak prihoda (od pokretanja reforme, 2006., uticaj ACE na budžet, u smislu izgubljenih budžetskih prihoda, značajno je porastao, sa 1.8 milijardi EUR u 2006. godini, na 6.2 milijardi EUR u 2011. godini). Nekompletnost pravila za oporezivanja grupe povezanih entiteta je obeležilo ACE u Belgiji, uključujući i kritikovani novi porez ("The Fairness Tax") koji je uveden u cilju ograničavanja gubitka prihoda po osnovu funkcionisanja ACE. Zangari, E. (2014). Addressing the Debt Bias: A Comparison between the Belgian and the Italian ACE Systems., Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

⁸⁹ Koncipiranje poreskih reformi u EU tipa ACE analiziraju se na osnovu efekata efikasnosti (tj. deformisanja investicionih i finansijskih struktura) i na osnovu efekata društvenog blagostanja (tj. promena drugih poreskih stopa i/ili transfernih programa, uz nepromenju stopu korporativnog poreza). Analiza obuhvata samo efekte poreza uvedenih na korporativnom nivou, tj. ne uključuje efekte interakcije CIT-PIT, pod pretpostavkom da su personalni porezi manje važni u savremenoj otvorenoj ekonomiji, jer marginalnom investitoru verovatno neće biti razrezan PIT. ACE povećava efikasnost, zato što

Primena ACE se značajno razlikuje u praksi pojedinih zemalja. Ocena efekata ACE se, takodje, razlikuje, s obzirom na podatke i korišćenu metodologiju (dosadašnje iskustvo je povremeno nejasno, kako zbog različitih praktičnih verzija, tako i zbog različitih ocena u pojedinim zemljama). Koje osnovne konceptijske dileme su prisutne u sferi praktične primene? Predlog fundamentalne poreske reforme u nekoj državi, predlog eventualnog uvođenja ACE u Srbiji, na primer, zahteva poznavanje odlučujućih elemenata. Prirodu ACE određuje definicija hipotetičke stope i određivanje iznosa kapitala na koji se ona primenjuje. U pogledu preciziranja iznosa kapitala za potrebe ACE, sve države koje imaju ili su ukinule ACE, grupišemo u malobrojnu grupu država koje su primenjivale "tvrđi/pun ACE" (osnovica je puna knjigovodstvena vrednost kapitala), i neuporedivu brojniju grupu država sa "mekim/inkrementalnim ACE" (stopa se primenjuje na iznos povećanog kapitala, tj. na novi kapital u odnosu na referentnu godinu). U pogledu definicije hipotetičke kamatne stope, postoji nekoliko rešenja. Tipično, hipotetička kamatna stopa se određuje na osnovu kamatne stope za srednjoročne državne obveznice, koja se potom koriguje dodavanjem uniformne premije za rizik.⁹⁰

Rekapitulaciju praktičnih zbivanja prezentiramo odmerenom analizom dva originalna razvojna puta ACE režima. Belgija je dobar primer za objašnjenje prve opcije za praktično dizajniranje ACE. U intervalu od 2006.-2017. godine, ACE u Belgiji se primenjivala na veličinu samog kapitala, tako da je mogla znatno da smanji efektivnu stopu CIT. Iznos naknade nije bio povezan ni sa ponašanjem, ni sa ostvarenim poslovnim rezultatima kompanije, već je zavisio samo od visine "kvalifikovanog kapitala" i "prinosa" na dugoročne državne obveznice. Medjutim, postojao je gornji limit za visinu naknade (prvobitna gornja granica bila je 6.5%, zatim je snižena na 3.8% u 2010, i potom trajno snižena na 3% od 2012. godine, za velike kompanije, izuzimajući SMEs). U 2018. i 2019. godini, ACE se samo primenjivala na povećanje korporativnog kapitala/equity, u poredjenju sa prosečnom veličinom kapitala u prethodnih 5 godina. U 2018. godini, stopa ACE iznosila je 0.746% za velike korporacije, i 1.246% za SMEs (odnosno, 0.726% i 1.226% u 2019. godini, respektivno). U 2011. godini, Italija je uvela inkrementalnu varijantu ACE sistema, u kojem se naknada primenjivala samo na nov kapital kompanije (nezavisno da li je dokapitalizacija rezultat novca koji su uložili akcionari, ili je

eliminiše deformaciju finansijske strukture (između duga i akcije), i zato što smanjuje cenu kapitala. Ako je unilateralno uvođenje ACE praćeno povećanjem stopa drugih poreza (PIT, VAT) i/ili nižim transfernim programima za domaćinstva, povećava se blagostanje u EU. U suprotnom slučaju, ako je uvođenje ACE režima praćeno rastom stope korporativnog poreza, osnovica korporativnog poreza se sužava, zbog prekogranične (medjunarodne) dislokacije dohotka i smanjenja/odliva investicija. Rast stope CT se različito odražava na društveno blagostanje, posmatrano sa stanovišta nivoa razvijenosti, tj. veličine multinacionalnog korporativnog sektora (stare članice EU, EU-15, i nove članice EU, EU-13). U razvijenom delu EU, kao odgovor na više zakonske stope CT, uvođenje ACE prati smanjenje društvenog blagostanja u većini država EU-15. Na Istoku Evrope, većina država EU-13 i dalje ima rast društvenog blagostanja, zbog malog multinacionalnog sektora. U slučaju jedinstvenog uvođenja ACE na nivou EU-28, atraktivnost ACE značajno raste. ACE režim je praćen rastom društvenog blagostanja, zbog eliminisanja fiskalnih preliivanja u EU.

Mooij, R.A. & Devereux, P. (2009). *Alternative Systems of Business Tax in Europe, An applied analysis of ACE and CBIT Reforms*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Mooij, R.A. & Devereux, P. (2011). *An applied analysis of ACE and CBIT Reforms*. *International Tax and Public Finance* (2011) 18.

⁹⁰ Takodje, kamatna stopa za srednjoročne obveznice se može korigovati dodavanjem premije za SMEs (iskustvo Belgije i Portugala, na primer) ili dodavanjem stope inflacije (praktično iskustvo Hrvatske, na primer). U Latviji, relevantna je bila visina ponderisane kamatne stope latvijskih banaka prema nefinansijskim kompanijama, u Turskoj hipotetička stopa iznosi 50% ponderisane prosečne kamatne stope na bankarske zajmove. Hipotetička kamatna stopa je po pravilu potpuno oslobođena oporezivanja, izuzimajući iskustvo Austrije i Italije, gde je hipotetički prinos oporezovan sniženom stopom, u odnosu na standardnu zakonsku stopu CT.

Hebous, S. and Klemm, A. (2018). *A Destination-Based Allowance for Corporate Equity*, IMF WP/18/239. Washington, D.C.: IMF.

Kock, J. and Gérard, M. (2017). *The Allowance for Corporate Equity in Europe — The Latvian, Italian and Portuguese Cases*. Université Catholique de Louvain.

posledica akumuliranog dohotka/profita od strane same kompanije). Prema inkrementalnoj prirodi ACE, kompaniji je dozvoljeno da oduzme hipotetički prinos novog kapitala kompanije. Hipotetički prinos (notional return) je proizvod iznosa novog kapitala (u odnosu na stanje/iznos kapitala na dan 31.12.2010.) i hipotetičke kamatne stope, koja je bila 3% za interval 2011-2013 (nakon notiranog intervala, kreator politike je kontinuirano publikovao visinu hipotetičke kamatne stope). Od 01.01.2019. godine, u Italiji je ACE sistem zamenjen novim sistemom koji podstiče reinvestiranje dohotka/profita u produktivne investicije. Ovaj novi poreski podsticaj smanjuje poresko opterećenje korporacija kroz smanjenje poreske stope za 9pp (sa 24% na 15%), koja se primenjuje na onaj deo korporativnog dohotka koji je rezultat reinvestiranja. Trenutno je na snazi sistem koji postavlja dvoslojni kumulativni uslov za kompanije, u fokusu je (i) povećanje investicija u nova instrumentalna dobra (isključujući objekte i neinstrumentalna prevozna sredstva), pri (ii) dodatnom zaposlenju.⁹¹

Baltički region: države bez CT

Brojni faktori utiču na međunarodnu konkurentnost nacionalne ekonomije, na ekonomski rast i razvoj, na atraktivnost u pogledu privlačenja prekograničnog (međunarodnog) kapitala i nematerijalne imovine, kao rezultat kreativnosti kao što su patenti, autorska prava i slično.⁹² Za Estoniju (od 2000. godine) i Latviju (od 2018. godine), poreski sistem je važan instrument poreske konkurencije i ekonomskog rasta.⁹³ Potpuno suprotno svim preostalim državama članicama EU i globalnom okruženju (OECD), dve države, uključujući Gruziju,⁹⁴ forsiraju specifičan model oporezivanja. Šta čini ove poreske sisteme tako konkurentnim? (i) teritorijalni princip oporezivanja (celokupan dohodak rezidentnih korporacija ostvaren u inostranstvu je oslobođen od domaćeg oporezivanja, uz određene izuzetke), (ii) porezi na imovinu se izračunavaju na osnovu vrednosti zemlje, a ne na osnovu vrednosti nekretnine ili kapitalne vrednosti, (iii) režim CIT je atraktivan za strana ulaganja (proporcionalna stopa 20% na distribuiran dohodak je jedina poreska obaveza), i izdašan u pogledu visine poreskih prihoda (iako se CIT obračunava samo na distribuiran dohodak, prihodi od CIT su za 25% per capita viši u Estoniji, u poredjenju sa Litvanijom koja ne primenjuje cash flow model), i (iv) jednostavnost i neutralnost, kao prvorazredne karakteristike ovog modela oporezivanja toka gotovine (ovaj model promovise jednostavnost i neutralnost, odnosno, konkurentnost, zato što potpuno eliminiše komplikovanu, distorzivnu i skupu metodologiju izračunavanja osnovice CIT, "oporezivi dohodak", uključujući obavezan godišnji, ili češće sproveden, postupak odobravanja/izračunavanja poreskih podsticaja, poreskih kredita, amortizacija, gubitaka i drugih komplikovanih operacija koje ne samo da prekomerno opterećuju sistem CIT u svim preostalim državama EU, već i redefinišu profitabilnost). Umesto da kreiraju posebne poreske podsticaje za konkretne biznis aktivnosti i/ili privredne sektor, kako to čine sve ostale države članice, Estonija i Latvija su, posredstvom poreza na tok gotovine korporacije, razvile formu

⁹¹ OECD. (2019). OECD Tax Data Base, PART II: Taxation of Corporate and Capital Income. Paris: OECD Publishing.

KPMG. (2019). Italy: Budget Law 2019 – New IRES and IRAP measures for enterprises.

GLI. (2019). Corporate Tax 2019, Belgium.

⁹² U Estoniji, na primer, strane direktne investicije iz drugih država članica EU su iznosile 19.7 milijardi EUR, 2018. godine.

Lithuanian Free Market Institut. (2018). Business Taxation In The Baltic States: Sibling Rivalry Vilnius, Comparative Study. Lithuania: LFMI.

⁹³ Na osnovu kriterijuma "međunarodni indeks poreske konkurentnosti", koji rangira 36 zemalja OECD prema strukturi poreskih sistema, Latvija i Estonija su na vrhu liste u pogledu poreza na dohodak korporacije (CIT), sa skoro identičnim rezultatom od 100 i 99.7, respektivno.

Bunn, D. (2019). Better than the Rest. Washington, D.C.: Tax Foundation.

⁹⁴ Gruzija, takodje, primenjuje identičan model, ali nije u fokusu ovog rada.

“direktnog” sistema CIT na način koji favorizuje jednostavnost i neutralnost, investicije i konkurentnost.⁹⁵

Kako je praktično operacionalizovan unikatan korporativni porez u Estoniji i Latviji? Latvija je “svež” primer poreske reforme, startovane 01.01.2018 godine.⁹⁶ Pošto je cilj reforme bio podsticanje korporacija da reinvestiraju dohodak, povećana je relativna cena distriburanog dohotka akcionarima (dividende), u odnosu na cenu zadržanog dohotka na nivou korporacije. Sistem oporezivanja je strukturiran tako da ne postoji porez na dohodak koji je zadržan na nivou korporacije (kada korporacija ostvari dohodak, menadžment može da odluči da ga reinvestira u rast biznisa, bez suočavanja sa poreskim posledicama). Umesto godišnjeg oporezivanja biznis dohotka, oporezivanje se aktivira momentom distribucije: distribuirani dohodak i “kvalifikovana distribucija” (neposlovni izdaci, prekomerni iznos plaćanja kamata i prilagodjavanja transfernih cena), distribuirani od strane rezidentnih kompanija ili latvijskih stalnih poslovnih jedinica su oporezovani po stopi od 20%, koja se primenjuje na brutirani iznos distribuiranog dohotka, što znači da je distribuirani dohodak efektivno oporezovan po stopi od 25%.⁹⁷ Ovo je jedini porez koji fizička lica u Latviji plaćaju na primljene dividende. U cilju eliminisanja terminoloških nedoumica, porez na distribuirani dohodak (20%, odnosno, efektivno 25%) ima karakter “korporativnog poreza”, a ne “poreza po odbitku na dividende”, zbog čega na njega ne utiču bilateralni ugovori koje Latvija potpisuje sa državama članicama EU, odnosno, sa trećim zemljama.

CCTB, CCCTB

Komentarišući svetski poreski sistem na pragu treće decenije novog veka, ekvivalent za svetski poreski sistem je globalna poreska disharmonija, reprezentovana fundamentalnim konceptijskim razilaženjem OECD i EU. Proceduru međunarodnog oporezivanja reprezentuju tri noseća stuba svetskog poreskog sistema: (i) valorizacija (ekonomske aktivnosti se mogu registrovati i valorizovati), (ii) identifikacija (MNCs i planetarno disperzirane filijale se mogu identifikovati) i (iii) teritorija (porezi se mogu razrezati u skladu sa tokovima ekonomskih aktivnosti na teritoriji konkretne zemlje). Na planetarnu scenu je stupila “dematerijalizacija”. Od kada je biznis kročio u “syberspace” i započeo komunikaciju sa “intrenet providers” and “web sites”, od tada značenja termina valorizacija, identifikacija i teritorija (nexus) poprimaju “misteriozan” karakter: tonu noseći stubovi svetskog poreskog sistema. Gde se odvija ekonomska aktivnost? Gde se stvara nova (dodata) vrednost? Ko ima pravo, i na koji deo, rezultata međunarodnih aktivnosti, međunarodnog dohotka? OECD Model poreske konvencije, uključujući poslednju publikovanu verziju (21.11.2017.), ne prihvata konceptijske

⁹⁵ Bunn, D. (2019). Better than the Rest. Washington, D.C.: Tax Foundation.

Lithuanian Free Market Institut. (2019). Business Taxation In The Baltic States: Sibling Rivalry Vilnius, Comparative Study. Lithuania: LFMI.

KPMG - Estonia Country Profile – 2019.

KPMG - Latvia Country Profile – 2019.

⁹⁶ U Latviji je CIT, u formi proporcionalne stope, bio tradicionalno prisutan. Poreska stopa bila je 25% (do 2001.), a zatim se postepeno smanjila na 15% do 2004. godine, i potom ostala na ovom nivou do 2017. godine. U 2018. godini, sistem CIT je značajno promenjen. OECD. (2019). OECD Database, Taxation of Corporate and Capital Income. Paris: OECD Publishing.

⁹⁷ U operativnom pogledu, distribuirani dohodak se deli sa 0,8, pre nego što se primeni stopa od 20%, što implicira oporezivanje po efektivnoj stopi CIT od 25%. U periodu tranzicije, distribucije realizovane iz zadržanih dohodaka stečenih pre 2018. godine biće oslobođene od novog CIT, ali biće oporezovane po stopi od 10% na nivou primaoca.

OECD. (2018). Tax Policy Reforms 2018: OECD and Selected Partner Economies. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2019). OECD Economic Surveys Latvia. Paris: OECD Publishing.

European Commission. (2019). Taxation Trends in the European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

predloge EC, i favorizuje metod separatnog oporezivanja, hipotetičke transferne cene i princip van dohvata ruke kao medjunarodnu normu za alokaciju dohotka izmedju domaćih i stranih filijala rasporedjenih širom sveta. Medjutim, metod je u biti aproksimativan. Tradicionalni metod, separatno oporezivanje i neizbežan prateći princip van dohvata ruke, zahteva da domaća multinacionalna korporacija izračuna posebnu poresku osnovicu u svakoj zemlji za svaki zavisan entitet (tj. za svaku stranu filijalu unutar povezane grupe), ali tako kao da je svaka strana filijala nezavisan entitet koji samostalno funkcioniše na svetskom (EU) tržištu, čime se upada u normativnu zamku sopstvenog normativnog protokola: realan život nesumnjivo je potvrdio da preciziranje hipotetičkih transfernih cena za intrakorporacijske transakcije predstavlja Ahilovu petu separatnog oporezivanja. EC je naklonjena revolucionarnoj promeni, primeni unitarnog oporezivanja za alokaciju ukupnog dohotka unutar EU (CCTB, odnosno, CCCTB). Nov metod zahteva da domaća (EU) multinacionalna korporacija utvrđuje i raspodeljuje jednu poresku osnovicu prema tri kriterijuma (udela) koje zavisni entiteti ostvare u ukupnoj biznis aktivnosti na nivou MNC (prema vlastitoj veličini materijalne imovine, veličini angažovane radne snage i veličini prihoda od prodaje), čime se, takodje, upada u normativnu zamku sopstvenog normativnog protokola. Iako je EC predložila posebne (prilagodjene) formule (za finansijske institucije i osiguravajuća društva, naftnu industriju, brodarstvo i vazdušni saobraćaj), i dalje ostaje otvoreno pitanje: Da li će realan život nesumnjivo potvrditi da će raspodela evropskog dohotka prema formuli osigurati "pravu" vezu izmedju poreza, dodate vrednosti i oporezivih dohodaka duž lanca vrednosti/reprodukcije, posebno kada se ima u vidu da nematerijalna aktiva, sve važniji generator dodate vrednosti MNC, nije segment formule za raspodelu? Takodje, iz perspektive EU, CCCTB ukida princip oporezivanja dohotka na izvoru i posledično inicira preraspodelu poreskih prihoda izmedju država članica, što apostrofira problem konsenzusa kreatora politike u okviru EU.

Rezignirana činjenicom da je izmedju egzistirajućih nacionalnih sistema država članica gotovo nemoguće prepoznati zajednički pristup, EU(EC) je na početku novog milenijuma (2001.)⁹⁸ proglasila stav sa dalekosežnim posledicama, evolucija ka unutrašnjem tržištu bez poreskih prepreka. Institucionalni i biznis lideri su trasirali magistralni put ka efikasnjem, nadnacionalnom, evropskom poreskom modelu. Prema tretiranju multinacionalne grupe povezanih entiteta, koja realizuje i integriše biznis širom EU, kao "evropske MNC", a ne kao , na primer, "nemačke", "francuske" ili "italijanske" korporacije koje posluju kao separadni entiteti u preostalim državama članicama. EU se opredelila za dvostranu kombinaciju nadnacionalne uniformnosti (u smislu jedne osnovice korporativnog poreza na nivou EU: MNC EU treba da, koristeći samo jedan, evropski set poreskih pravila, izračuna samo jednu, evropsku poresku osnovicu, "zajedničku konsolidovanu korporativnu poresku osnovicu", CCCTB, koju bi potom podelila izmedju država članica u kojima su locirane filijale evropske MNC, prema unapred utvrđenoj formuli) i nacionalne autonomnosti (istovremeno, fleksibilnost sistema se održava ostavljanjem odluke o korporativnoj poreskoj stopi u rukama država članica, koju će primenjivati na svoj deo ukupnog dohotka MNC ostvarenog na nivou EU). Inicijalna obrazloženja s početka novog milenijuma su potom uglavnom "utihnula", sve do 2011. godine,⁹⁹

⁹⁸ European Commission. (2001). Towards an Internal Market without tax obstacles, A strategy for providing companies with a consolidated corporate tax base for their EU-wide activities, COM(2001) 582 final, Brussels, 23.10.2001.

⁹⁹ European Commission. (2011). Proposal for a Council Directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base. Report COM2011 121/4. Brussels: European Commission.
Djindjić, M.S. (2011). Corporate Tax Reform in the EU and Growth of Investment Activities. In (Edited by Antevski M.), Development Potentials of Foreign Direct Investment: International Experiences. Belgrade: Institute of International Politics and Economics.

da bi se 2015.,¹⁰⁰ odnosno, 2016. godine reafirmisala ideja CCTB (CCCTB), uključujući (po prvi put) političku podršku Nemačke i Francuske,¹⁰¹ mada nisu izostali kritički tonirane reakcije.¹⁰²

Imajući u vidu iskustvo i nepremostive prepreke iz 2011. godine, EC sada (2016.) planira, kao segment Akcionog plana (2015), dvofazno uvođenje CCCTB. Prva faza je posvećena afirmaciji jedinstvenog skupa pravila za utvrđivanje poreske osnovice, tj. zajedničke korporativne poreske osnovice, CCTB (common corporate tax base). Tek nakon punog apsolviranja pitanja iz prve faze, koja su trenutno na dnevnom redu EU/EC, usledila bi druga faza, etapa suštinske reforme koja bi obezbedila ukidanje fiskalnih preliivanja između država članica: procedura konsolidacije oporezivih dohodaka na nivou EU (CCCTB) i njegova raspodela prema formuli (FA).¹⁰³

¹⁰⁰ European Commission. (2015). Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, A Fair and Efficient Corporate Tax System in the European Union: 5 Key Areas for Action, COM (2015) 302.

¹⁰¹ Nemačka i Francuska su "duboko posvećene brzom usvajanju Direktive o CCTB koji je predložila EC". German-French Common Position Paper on CCTB PROPOSAL, 19 June 2018

¹⁰² Sedam nacionalnih parlamenata je uložilo prigovor na predlog EC o CCCTB (Irska, Švedska, Danska, Malta i Luksemburg, kao i dva doma holandskog parlamenta. UK je, takodje, objavilo izveštaj u kojem kritikuje predlog, ali nije iznelo formalni prigovor). Broj prigovora nije dovoljan da pokrene formalnu proceduru "žutog kartona" za jurisdikciju EU (zahteva najmanje 33% prigovora), ali podstiče zabrinutost EC, posebno zbog svežih sećanja na neuspešne pokušaje uvođenja CCCTB.

Hayes, B., MEP, 7 national parliaments object to CCCTB proposal

<https://brianhayesdublin.wordpress.com/2017/01/09/7-national-parliaments-object-to-ccctb-proposal-hayes/>

¹⁰³ EC je publikovala (2016) dva predloga, koji predstavljaju komplementarne segmente jedinstvene reformske celine. Prva direktiva obuhvata zajedničku korporativnu poresku osnovicu (CCTB), dok druga definiše zajedničku konsolidovanu korporativnu poresku osnovicu (CCCTB). Nakon usvajanja predloga CCTB, treba preći na kompleksniju fazu usvajanja CCCTB. U toku su intenzivne konsultacije kreatora politike EU, jer je "probijen" inicijalno postavljen rok za usvajanje CCTB, 1.01.2019. godine (za CCCTB, planirani termin za usvajanje je 1.01.2021. godine).

Koncept CCTB objašnjavaju osnovna poreska pravila. (i) CCTB praktično znači da bi velike multinacionalne grupe koristile jedinstven skup pravila za izračunavanje svog oporezivog dohotka u EU, odnosno, ne bi koristile odgovarajuća nacionalna poreska pravila. (ii) Poreski obveznici su kompanije koje su osnovane prema zakonima država članica, uključujući njihove stalne poslovne jedinice u drugim državama članicama, sa konsolidovanim globalnim prihodom iznad 750 miliona EUR u prethodnoj godini (entiteti, velike kompanije ili SMEs, ispod propisanog praga mogu dobrovoljno da usvoje pravila CCTB). (iii) Oporezivi dohodak se definiše na uobičajeni način, svi prihodi su oporezovani, ukoliko nisu izuzeti. Transakcije između matične kompanije i povezanih entiteta zasnovane su na principu van dohvata ruke. (iii) Transakcije sa trećim zemljama regulišu bilateralni ugovori i nacionalna jurisdikcija. (iv) Unutar EU, "parent-subsidiary directive" predviđa tzv. "participation exemption" (izuzeća po osnovu učešća). Izuzeća uključuju primljene distribucije, tj. dohodak od dividende i prodaje akcija pod određenim uslovima, uključujući minimalno učešće u visini od 10%, i minimalni rok držanja od 12 meseci. (v) Osnovna sredstva se amortizuju prema linearnom metodu amortizacije. Nematerijalna aktiva, uključujući intelektualna prava, amortizuju se tokom perioda za koji aktiva uživa pravnu zaštitu (ukoliko period nije određen, amortizacioni period je zakonom određen na 15 godina). (vi) Predviđen je (trostruki) super odbitak za R&D troškove, tzv. "super dedukcija za R&D". R&D troškovi biće u celosti (100%) umanjani u godini u kojoj su nastali. Preduzeća mogu zatražiti dodatnu dedukciju od 50% za R&D troškove, uz plafonirani iznos od 20 miliona EUR, uključujući i treću dedukciju od 25% za iznos koji prelazi 20 miliona EUR. (vii) U cilju eliminisanja poreski preferenciranog statusa duga, EC predlaže varijantu ACE, koji favorizuje povećanje kapitala akumuliranog tokom 10 godina, i poreski sankcioniše smanjenje kapitala. Naime, naknada za rast i investicije (AGI, Allowance for Growth and Investment) bi omogućila kompaniji da oduzme "hipotetički prinos" od povećanja kapitala/equity (tj. AGI se oduzima od poreske osnovice). Smanjenje kapitala, medjutim, dovodi do oporezivanja odgovarajućeg iznosa. Hipotetički prinos (stopa AGI) je jednak prinosu desetogodišnje državne obveznice u euro zoni (prema podacima Evropske centralne banke), uvećan premijom za rizik od 2pp. (viii) Pravilo za ograničeni odbitak troškova kamate je plafoniran na 30% EBITDA. Kamate iznad ovog limita se prenose unapred. (ix) U pogledu gubitaka, CCTB omogućava prenošenje poreskih gubitaka unapred bez vremenog ograničenja, ali sprečava prenošenje gubitaka unazad. Da bi kompenzirali poreske obveznike u periodu do usvajanja CCCTB (za razliku od CCTB, kojoj nedostaje prekogranična konsolidacija, CCCTB predviđa prekograničnu naknadu gubitaka), CCTB omogućava ograničenu podelu gubitaka (tekuće poslovne godine) iskazanih u pojedinim državama članicama EU (u pitanju je režim za privremeno smanjenje/ublažavanje prekograničnih gubitaka). Medjutim, gubici će biti raspoloživi samo za matično preuzeće, i biće nadoknadjeni kada filijale/stalne poslovne jedinice, koje su trenutno pretrpele gubitak, postanu profitabilne.

CCCTB definiše nekoliko karakterističnih pravila, koja pre svega generira procedura konsolidacije i raspodela prema formuli.

(i) Administrativnu kontrolu oporezivanja konsolidovane grupe povezanih entiteta obavlja država u kojoj je registrovana matična kompanija, drugim rečima, matična kompanija je, prema principu rezidentstva, odgovorna za pripremu i podnošenje konsolidovane poreske prijave. Sve nacionalne poreske administracije mogu imati uvid u podatke konsolidovane poreske prijave. (ii) CCCTB omogućava kompaniji da zanemari intrakompanijske transakcije, da ne koristi transferne cene, da nadoknadi gubitke u jednoj državi članici na teret dohotka ostvarenog u drugoj državi članici, i da, po principu "sve na

U EU je u toku "živa" komunikacija o prvoj fazi reforme, o dizajniranju i efektima CCTB na ekonomsko-socijalno heterogenu grupu 28 država članica EU, pri čemu se, po našem mišljenju, izdvajaju tri krupna pitanja.¹⁰⁴ Prvo pitanje povezuje analizu i ocenu prihvatljivosti jedinstvenih poresko-računovodstvenih pravila za izračunavanje poreske osnovice (CCTB) za sve države članice. Dominira stav da je CCTB uglavnom usaglašena sa opšte prihvaćenim (postojećim) poresko-računovodstvenim standardima pojedinih država, dok najveća prilagodjavanja zahtevaju nova rešenja koja su ugrađena u CCTB. Drugo pitanje ističe ključni tranzicioni problem, nemogućnost eliminacije poreske konkurencije i fiskalnog preliivanja medju državama članicama, koje nadmašuje konstitutivne performanse CCTB, pošto je apsolviranje ovog zadatka prolongirano za drugu fazu reforme (CCCTB). Treće pitanje je "kritično", zato što od njega zavisi konsenzus kreatora politike u EU, odnosno, ishod poreske reforme: kvantitativna procena uticaja CCTB na preraspodelu poreskih osnovica (poreskih prihoda), i na nivo efektivnog poreskog opterećenja korporacija u EU (efektivno poresko opterećenje, u smisli obuhvata svih plaćenih poreza, uključujući sve dodatne poreze/parafiskalitate i lokalne poreze). Uloga novih rešenja u okviru CCTB, AGI, super dedukcija za R&D i privremene naknade prekograničnih gubitaka, pre svega, su središnje teme. Prema nedavnom sprovedenom istraživanju, CCTB smanjuje efektivno poresko opterećenje u svim državama članicama, osim u Kipru i Malti, u poredjenju sa postojećim efektivnim nivoom poreskog opterećenja. AGI je presudna odrednica efektivnog korporativnog poreskog opterećenja.¹⁰⁵

jednom mestu", prikaže jedan oporezivi dohodak u jednoj, konsolidovanoj poreskoj prijavi. (iii) "Grupa" bi bila definisana pomoću istovremenog ispunjenja dva kriterijuma, kontrola više od 50% glasačkih prava, i više od 75% kapitala/equity ili više od 75% prava na profit. (iv) Konsolidovani oporezivi dohodak se raspoređuje medju povezanim entitetima na osnovu formule, koju konstituišu tri ravnopravna faktora, rad (troškovi zarada, uključujući sve naknade), aktiva (materijalna osnovna sredstva u vlasništvu, iznajmljena sredstva ili sredstva uzeta u zakup) i prodaja (ukupna vrednost prodaje određena po principu destinacije, izuzimajući intrakompanijsku prodaju, i poreze i druge dažbine). Negativna konsolidovana osnovica ne bi se raspoređivala, već bi se raspoređivanje (tj. kompenziranje ili oporezivanje) aktiviralo u nekoj narednoj godini, u kojoj bi se po prvi put iskazao konsolidovani oporezivi dohodak. (v) Posebne, prilagodjene formule su predviđene za finansijske institucije i osiguravajuća društva, naftnu industriju, brodarstvo i vazdušni saobraćaj. (vi) Raspoređeni konsolidovani oporezivi dohodak se potom oporezuje po stopama koje su u kompetenciji nacionalnih poreskih administracija.

European Commission. (2016). Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base (COM/2016/0685 final). Strasbourg, 25.10.2016.

European Commission. (2016). Proposal for a Council Directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base (COM/2016/0683 final). Strasbourg, 25.10.2016.

¹⁰⁴ Savet EU objavio je, 06.06.2019. godine, poslednji kompromisni tekst predloga Saveta o zajedničkoj korporativnoj poreskoj osnovici (CCTB).

Council of the European Union. (2019). Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base (CCTB), 9676/19, Brussels, 6 June 2019.

Ivanovski, A. & McIntosh, B. (2019). EU Tax Policy Report, January – June 2019.

¹⁰⁵ Spengel et al (2019) daju procenu uticaja uvođenja CCTB na efektivno poresko opterećenje korporacija u EU-28, kao i procenu relativnog značaja pojedinih elemenata zajedničke poreske osnovice (tj. procenu glavnih pokretača promena efektivnog korporativnog poreskog opterećenja), u odnosu na postojeći nivo efektivnog oporezivanja.

Ukoliko se postojeća nacionalna pravila za izračunavanje poreske osnovice zamene odredbama CCTB, CCTB smanjuje efektivno poresko opterećenje u svim državama članicama, osim u Kipru i Malti. Prosečno smanjenje efektivnog oporezivanja u EU-28 iznosi 5.1%. Na Kipru i Malti, poresko opterećenje se povećava, zato što je postojeća hipotetička stopa (ACE naknada) zamenjena poreski manje izdašnim AGI, predloženim u okviru CCTB. Uprkos harmonizaciji korporativnih poreskih osnovica, i dalje postoje značajne razlike u efektivnim poreskim opterećenjima u državama članicama. Razlike ukazuju da je korporativna poreska stopa važna odrednica efektivnog poreskog tereta.

Koje su najvažnije determinante promene efektivnog poreskog opterećenja iniciranih CCTB, u odnosu na postojeći nivo? AGI ima najveći uticaj na efektivna poreska opterećenja, dok je ukupan efekat svih preostalih elemenata poreske osnovice pretežno mali. Kada se postojeće odredbe za izračunavanje poreske osnovice zamene odgovarajućim odredbama CCTB, ali bez uključivanja AGI (kao odlučujućeg faktora), prosečna promena (povećanje) efektivnog poreskog opterećenja iznosi neznatnih 0.2%. Medjutim, ako se samo AGI uvede u postojeće odredbe za izračunavanje poreske osnovice, prosečno smanjenje efektivnog poreskog opterećenja iznosi 4.9%, što je približno jednako promeni koju izaziva integralno uvođenje sistema CCTB.

Spengel, C., Bräutigam, R., Dutt, V., Fischer, L. and Stutzenberger, K., (2019.) The Impact of the CCTB on the Effective Tax Burden of Corporations: Result from the Tax Analyzer Model, Centre for European Economic Research (ZEW) GmbH.

Testiranje četvrte pretpostavke našeg rada, koordiniran pristup politici i konzistentan sistem korporativnog oporezivanja u EU su komplementarne aktivnosti, podrazumeva pro et contra diskusiju o imanentnim kapacitetima i izvesnosti da nacrt predloga EC (CCTB/CCCTB) pobudi konsenzus kreatora politike i da evropski porez konzistentno funkcioniše. Druga faza bi demonstrirala punu opravdanost predložene reforme, međutim, faktička implementacija zavisi i od konkretnih izazova. Prema našem mišljenju, u fokusu treba da bude sledeća struktura efekata: (i) troškovna efikasnost; (ii) finansijska neutralnost; (iii) investiciona neutralnost; (iv) dizajn novih rešenja u okviru CCCTB; (v) globalna dimenzija CCCTB (EU-28 – OECD-36).

(i) Troškovna efikasnost. Plejada renomiranih autora permanentno je ukazivala da troškovi poštovanja poreske jurisdikcije od strane obveznika ("compliance costs") utiču na efikasnost i pravičnost oporezivanja, na ekonomsko odlučivanje i optimalnu alokaciju resursa, na izbor poreske osnovice, poreskih stopa i razmera utaje poreza.¹⁰⁶ CCCTB (CCTB), odnosno, unificirana procedura izračunavanja osnovice, implicirala bi smanjenje administrativnih troškova i, pre svega, troškova saglasnosti obveznika sa poreskom jurisdikcijom, uključujući eliminisanje fiskalnih preliivanja unutar EU (u slučaju uvođenja CCCTB): efikasnije i pravičnije je izračunati jednu osnovicu prema jedinstvenim pravilima za EU, nego 28 poreskih osnovica prema nacionalnim poreskim pravilima, što potvrđuju nedavna istraživanja.¹⁰⁷

(ii) Finansijska neutralnost. U pogledu strukture finansiranja, neosporno je da bi CCCTB (AGI) korigovao postojeći asimetričan poreski tretman duga i akcije, koji je trenutno prisutan u skoro svim nacionalnim sistemima: AGI smanjuje cenu kapitala za investicije koje se finansiraju kapitalom i dovodi ih na približno isti nivo investicija koje se finansiraju dugom (jasno, da bi se dostigla perfektna neutralnost CCCTB, kritično pitanje je visina stope AGI, o čemu smo principijelno diskutovali u okviru ACE). Drugim rečima, predlog za implementiranje AGI per se znači: EC smatra da je trenutna situacija u EU (poresko podsticanje zaduživanja) u suprotnosti sa ciljevima tržišta kapitala EU, jer erodira otpornost država na ekonomske šokove.

(iii) Investiciona neutralnost. U području investicionih aktivnosti, AGI, poput ACE, inicira dva oprečna, diskutabilna efekta. AGI može biti neutralan u odnosu na proces donošenja investicionih odluka, u meri u kojoj ne oporezuje normalan prinos kapitala (marginalne investicije). Međutim, AGI, posebno u kombinaciji sa izdašnom, troslojnom "super dedukcijom za R&D",¹⁰⁸ podstiče nove investicije u ambijentu sužavanja poreske osnovice, što otvara komplementarno pitanje načina finansiranja izgubljenog poreskog prihoda. Treba imati u vidu četiri potencijalna efekta. Prvi, AGI je varijanta inkrementalnog ACE, ali AGI bi mogao biti prihvatljiviji od ACE, jer generira manji gubitak poreskog prihoda.¹⁰⁹ Drugi, u principu, u

¹⁰⁶ Kaplow, L., Slemrod, J., Sandford, C., Sandmo, A., na primer.

¹⁰⁷ Troškovi poštovanja poreske jurisdikcije od strane poreskih obveznika, izraženi kao procenat troškova rada, u EU su obično povezivani sa limitiranjem rasta investicija, ekonomske efikasnosti i BDP. Predlog reforme u pravcu CCCTB (CCTB) bi omogućio snižavanje "compliance costs". Prema Barrios et al, 2019, (i) Najveće koristi od uvođenja CCCTB, u smislu najvećeg smanjenja troškova rada, možda iznenadjujuće, imale bi države članice sa tradicionalno najnižim troškovim saglasnosti pre reforme. (ii) Države sa visokim nivoom stranih investicija više reaguju na CCCTB, u pogledu smanjenja troškova saglasnosti. (iii) Prekogrančne poslovne transakcije (MNC u EU) bi imale veće koristi od CCCTB, u poredjenju sa domaćim entitetima (entiteti koji biznis aktivnost obavljaju u okviru jedne države članice). (iv) Uticaj CCCTB na treće zemlje bio bi ograničen. Barrios, S., d'Andria, D., Gesualdo, M. (2019). Reducing tax compliance costs through corporate tax base harmonisation in the European Union, JRC Working Papers on Taxation and Structural Reforms No 2/2019, [Seville](#): European Commission, 2019.

¹⁰⁸ Uključujući i posebno, "ekstra" preferenciranje R&D troškova kreiranih od "start-ups".

¹⁰⁹ Poput ACE, cilj AGI je da obezbedi poresku dedukciju za kompanije koje odluče da povećaju finansiranje pomoću kapitala (emisijom novih akcija i/ili zadržavanjem dohotka), a ne povećanjem zaduživanja. Naknada se izračunava množenjem promene u kapitalu s fiksnom stopom/hipotetičkom stopom (kamatna stopa oslobođena rizika, uvećana premijom za rizik). U tekućim tržišnim uslovima, prema zvaničnim podacima EC, stopa bi iznosila 2.7%. U principu, kompanijama bi bilo dozvoljeno da nastave sa dedukcijama 10 godina.

državama koje trenutno poseduju ACE, neto efekat redefinicije poreske osnovice je u funkciji razlike između visine postojeće naknade za korporativni kapital/ACE i visine nove naknade za rast i investicije/AGI. Treći, pošto je diskutabilno pitanje da li bi CCCTB (AGI) unapredila neutralnost korporativnog oporezivanja u pogledu strukture/lokacije investicija, apostrofiramo jedinstven komentar respektabilnih autora u EU, uključujući autore citirane u ovom radu: raspodela prema formuli u EU, iako eliminiše prebacivanje dohotka između država, podstiče poresko planiranje u pogledu izbora lokacije za faktore proizvodnje koji figuriraju u formuli, što se može manifestovati kroz favorizovanje država sa niskim porezom; raspodela prema formuli podstiče snižavanje korporativnih poreskih stopa, dok intenzitet poreske konkurencije zavisi od mobilnosti faktora koji figuriraju u formuli. Četvrti, u pogledu efekata CCCTB i izolovanih efekata AGI na investicione podsticaje i poresku konkurenciju, treba imati u vidu rezultate prvog istraživanja realizovanog na ovu temu: CCCTB usmerava investicije prema državama sa niskim porezom, dok AGI ublažava ovu tendenciju. AGI smanjuje poresku konkurenciju, dok efekat zavisi od visine ACE naknade.¹¹⁰

(iv) Dizajn novih rešenja u okviru CCCTB. Ističemo činjenicu da je EC predložila operacionalizaciju CCCTB kroz tri grupe entiteta.¹¹¹ Sa stanovišta kreatora politike, pažljivo treba analizirati sve činioce CCCTB i eventualno inoviranje predloženih rešenja. (Ne)poželjnost CCCTB presudno određuje niže poresko opterećenje u sistemu CCCTB (u poredjenju sa postojećim nivoom poreskog opterećenja), međutim, treba obratiti pažnju na prateće koristi od svih, prvenstveno novih, karakteristika CCCTB, mogućnost konsolidacije, mogućnost kompenziranja prekograničnih gubitaka, niži troškovi saglasnosti, naknada za novi kapital (AGI). U fokusu treba da bude eventualno renivelisanje praga, redizajniranje AGI i redefinicija formule za raspodelu, zato što eksplicitno utiču na nivo budžetskih prihoda, na nivo novih investicija i na konzistentnu alokaciju konsolidovane osnovice.¹¹²

(v) Globalna dimenzija CCCTB (EU-28 – OECD-36). EC predlaže i prvenstveno razmatra primenu CCTB (CCCTB) na nivou EU. Konzistentna primena CCCTB pretpostavlja celovitu globalnu implementaciju/prihvatanje, jer evropske MNCs imaju poslovne kontakte sa trećim

¹¹⁰ Za razliku od prve faze reforme (CCTB), AGI bi u drugoj fazi reforme (CCCTB) funkcionisao na osnovama unitarnog oporezivanja i alokaciji konsolidovanog dohotka prema formuli. U ovim okolnostima, AGI utiče na investicione podsticaje korporacije i poresku konkurenciju između država. Prema Kari et al, (i) u poredjenju sa CCCTB bez naknade za kapital (tj. bez AGI i bez bilo kakve naknade za kapital), CCCTB sa AGI povećava podsticaje za investiranje u državama sa visokim porezom. (ii) CCCTB usmerava investicije prema zemljama sa niskim porezom kroz povećanje razlike u troškovima kapitala (cost of capital gap) između zemalja sa različitim poreskim stopama, AGI smanjuje ovu razliku, samim tim i usmeravanje investicija ka državama sa niskim porezom. (iii) AGI smanjuje poresku konkurenciju u sistemu CCCTB. (iv) CCCTB bez AGI bi povećao poresku konkurenciju između država, dok bi CCCTB sa AGI mogla rezultirati smanjenjem poreske konkurencije. Efekat zavisi od izdašnosti AGI naknade.

Kari, S., Laitila, J. & Ropponen, O. (2018). Investment Incentives and Tax Competition under the Allowance for Growth and Investment (AGI), VATT Working Papers 110/2018, Helsinki: VATT Institute for Economic Research.

¹¹¹ "Prva grupa", za koju je predviđeno obavezno uključivanje u sistem CCCTB (veliki entiteti iznad propisanog praga od 750 miliona EUR globalnog prihoda u prethodnoj godini), "druga grupa", za koju je predviđeno dobrovoljno uključivanje u sistem CCCTB (SMEs) i "treća grupa", za koju je, takodje, predviđeno dobrovoljno uključivanje u sistem CCCTB (veliki entiteti sa globalnim prihodom ispod propisanog praga od 750 miliona EUR).

¹¹² U cilju dodatnog rasvetljavanja integralnog uticaja eventualne primene CCCTB na veličinu poreske osnovice, i posledični uticaj na budžetske prihode, u ovom trenutku apostrofiramo istraživanje Nerudová, D. & Solilová, 2019. Da bi se identifikovao uticaj CCCTB na veličinu korporativne poreske osnovice po pojedinim državama članicama i na nivou EU, izvršeno je poredjenje veličine osnovice pre uvođenja CCCTB (postojeća poreska osnovica) i hipotetičke veličine osnovica koje bi bile dodeljene kroz sistem CCCTB. Na ovaj način bi se identifikovala moguća povećanja ili smanjenja dodeljenih poreskih osnovica i obaveza u svim državama članicama EU (na nivou EU), u okviru tri karakteristične grupe entiteta. U "prvoj grupi" (veliki entiteti iznad propisanog praga, 750 miliona EUR), primena CCCTB bi rezultirala smanjenjem ukupne poreske osnovice u EU, za 4.2%. U drugoj grupi (SMEs), primena CCCTB bi rezultirala povećanjem poreske osnovice u EU, u rasponu mogućih uticaja od 8.9% - 12.8%. U trećoj grupi (veliki entiteti sa globalnim prihodom ispod propisanog praga), primena CCCTB bi rezultirala povećanjem poreske osnovice u EU, u rasponu mogućih uticaja od 7.5% - 11.9%.

Nerudová, D. & Solilová, V. (2019). The Impact of the Introduction of a CCCTB in the EU. *Intereconomics*, Volume 54, Issue 3.

zemljama. Pošto OECD zastupa princip van dohvata ruke kao mehanizam za alokaciju svetske poreske osnovice, odnosno, negira bilo kakvu formulu za alokaciju, uz obrazloženje da je "FA" jednostavno neprihvatljiva za većinu članica OECD, rezultat globalne systemske disharmonije bio bi paralelno funkcionisanje CCCTB (na nivou EU-28) i principa OECD/G20 (na globalnom nivou). Disharmonija bi mogla da ima negativne implikacije za evropske MNCs, u pogledu eventualnog dvostrukog oporezivanja, ali i negativnih efekata na poresku osnovicu u vezi realokacije dohotka iz država članica EU (redistribucija oporezivih dohodaka i posledični negativan uticaj na poreske prihode).¹¹³

Zaključak

U državama članicama EU (OECD) permanentno su aktuelni konceptijski problemi i pitanja efekata poreskih sistema i politika. Sistemi oporezivanja korporacija su posebno diskutabilni, zbog različitih struktura korporativnog poreza, različitog dizajna, geografske lokacije i načina podele poreske osnovice, različitih ciljeva i instrumentarija sistema poreskih preferencija, zbog brojnih metodologija oporezivanja korporativnog dohotka, i njihove raznolike manifestacije na poreski/ekonomski status vlasnika, akcionara. Evropska komisija je posebno uznemirena postojanjem krupnih razlika u korporativnim poreskim pravilima. Jedinostveno tržište EU, slobodno kretanje kapitala i usluga i separatno oporezivanje (transferne cene), u kombinaciji sa zasebnim nacionalnim poreskim politikama, podstiče menadžment MNCs na korišćenje multidimenzionalnih formi poreskog planiranja, kao "optimalnog" pristupa za maksimiranje profita.

U radu smo analizirali karakteristike i efekte korporativnih poreza koji praktično postoje u EU, uključujući futuristički orijentisan predlog EC o koordiniranom uvodjenju jedinstvenog poreza za sve države članice EU.

U EU praktično postoji 5 tipova korporativnih poreza, drugim rečima, prema ulozi i načinu praktičnog dizajniranja korporativnog poreza, EU-28, uključujući inventivan primer Norveške, klasifikovali smo u pet grupa država članica.

Klasičan sistem je pogodan za okolnosti u kojima dominira mišljenje da reinvestiranje predstavlja fundament rasta i razvoja privrednih subjekata, pri čemu se sa odobravanjem gleda na dvostruko oporezivanje, visoku prihodnu izdašnost klasičnog sistema i rezultirajuće systemsko favorizovanje zadržavanja dohotka. Kada dominira stanovište o potrebi promovisanja ekonomske efikasnosti i poreske neutralnosti, klasičan sistem inicira konkretne probleme, ekonomsko dvostruko oporezivanje, preferenciranje duga i pitanje pravičnosti oporezivanja.

¹¹³ Iako su rezultati više indikativni, kako sami autori konstatuju, svakako treba imati u vidu globalnu analitičku vizuru, koja emituje sasvim dovoljno "svetlosti" na globalne efekte CCCTB. U hipotetičkom ambijentu globalne implementacije, identifikovani su osnovni efekte CCCTB (FA) u pogledu uticaja na promenu raspoloživih poreskih prihoda u državama članicama EU i G20: (i) Kada se posmatraju države članice EU, manje zemlje, posebno Irska, Luksemburg i Malta, izgubile bi značajne delove svoje poreske osnovice. Velike zemlje, posebno Francuska i Italija, bi povećale poresku osnovicu, zbog predloženog alokacionog ključa (obim prodaje, broj zaposlenih i investirani kapital). Kompenzacija prekograničnih gubitaka može biti pogodna za manje zemlje EU. (ii) Kada se analiza podele dohotka proširi na države članice G20, države članice EU bi bile najveći gubitnici, uključujući ne samo manje zemlje, poput Irske i Luksemburga, već i velike zemlje, poput Nemačke i UK. Novi alokacioni ključ (FA) bi najviše pogodovao Kini, Indiji i SAD, a razlozi su isti kao i kod država članica EU. Raspodela prema formuli najviše odgovara zemljama sa naglašenom radno intenzivnom komponentom (Kina i Indija) i zemljama sa naglašenom uvoznom komponentom (SAD).

Hentze, T. (2019). The challenge of moving to a Common Consolidated Corporate Tax Base in the EU, IW-Report, No. 2/2019, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln.

Gaspar, V. & Weeks-Brown, R. (2019). Corporate Taxation in the Global Economy. Washington, D.C.: IMF.

Iz perspektive otvorene nacionalne ekonomije, poput notiranih nordijskih država, DIT je dobro ustanovljen koncept usmeren ka stimulanju domaćih investicija i privlačenju stranih investicija, posredstvom preferencirane (niske) stope za dohodak od kapitala: autentična ideja je da sve vrste korporativnog i personalnog dohotka od kapitala, ne samo korporativni dohodak, treba oporezovati jednom stopom, stopom za kapitalni dohodak, u formi poreza po odbitku. Osnovni konceptijski izazovi DIT su tretman kamate i institucionalnih investitora, postojanje praktičnih mogućnosti za realokaciju dohotka (problem transformacije visoko oporezovanog dohotka od rada u nisko oporezovani dohodak od kapitala) i oporezivanje dohotka transparentnog entiteta (kompleksnost procedure podele dohotka transparentnog entiteta na segment koji predstavlja naknadu (prinos) kapitala, i na segment koji predstavlja naknadu za rad).

Zašto se polovina država članica EU praktično približila čistom CBIT tokom prethodne dve decenije? Rudimentaran CBIT je samo forma za operacionalizaciju prioritetne politike država članica EU. Prioritet država članica tokom XXI prvog veka bila je poreska konkurencija sa efektom fiskalnog preliivanja, a rudimentaran CBIT se pojavio kao optimalna forma za sprovođenje ove prioritetne politike: postepeno "izranjanje" CBIT na poreskom horizontu EU je samo refleksija činjenice da u EU dominira fiskalna autonomija rukovodjena fiskalnim preliivanjem, samo potvrda da se "porez sa sve širom osnovicom, i sve nižom stopom" (CBIT) najbolje uklapa u nekooperativnu poresko-fiskalnu tradiciju država članica na evropskom ekonomskom prostoru.

Cilj reforme tipa ACE odražavaju dva pitanja. Na prvo pitanje, neutralnost ACE u pogledu odluke o izvoru finansiranja (tj. da li ACE obezbeđuje simetričan odnos dug-akcija, i posledično smanjenje leveridža korporacije), odgovor je jednoglasan i pozitivan, dok se kritično pitanje odnosi na visinu hipotetičke kamatne stope. Na drugo pitanje, neutralnost ACE u pogledu odluke o ulaganju, uključujući i implicitno pitanje u vezi rasta investicija (tj. da li ACE pomaže ekonomskom rastu i utiče na rast investicija, posredstvom stimulanja rasta zadržanog dohotka), odgovor nije sasvim jasan, zato što egzistiraju "mešoviti" dokazi. ACE sužava poresku osnovicu korporativnog poreza, što otvara pitanje dve raspoložive opcije za kompenzaciju izgubljenih poreskih prihoda. Da bi se poreski prihodi održali konstantnim (uslov ekvivalencije poreskih prihoda), poželjnija mogućnost je da, unilateralno uvođenje ACE režima, bude praćeno povećanjem drugih poreza u okviru poreskog sistema i/ili smanjenjem transfernih programa domaćinstvima. Alternativna opcija, povećanje stope korporativnog poreza kao kompenzacija izgubljenih prihoda po osnovu uvođenja ACE, manje je povoljna, zato što može da aktivira negativne tokove kapitala, sa finalnom manifestacijom u vidu smanjenja ukupnog nivoa investicija.

Baltički region (Estonija i Latvija), tj. region bez korporativnog poreza, karakteriše unikatno rešenje u svetu (izuzimajući Gruziju, koja nije u fokusu rada): oporezivanjem distribuiranog dohotka, razvijen je "direktan" sistem CIT na način koji favorizuje jednostavnost i neutralnost, investicije i konkurentnost. U prilog modela Estonije i Litvanije, apostrofiramo "samo" jednu informaciju: na osnovu kriterijuma "medjunarodni indeks poreske konkurentnosti", koji rangira 36 zemalja OECD prema strukturi poreskih sistema, Latvija i Estonija su (2019) na vrhu liste u pogledu poreza na dohodak korporacije (CIT), sa skoro identičnim rezultatom od 100 i 99,7, respektivno.

U EU je u toku "živa" komunikacija o prvoj fazi reforme, o dizajniranju i efektima CCTB na ekonomsko-socijalno heterogenu grupu 28 država članica EU, nakon koje bi usledila druga faza, etapa suštinske reforme koja bi obezbedila ukidanje fiskalnih preliivanja izmedju država članica: procedura konsolidacije oporezivih dohodaka na nivou EU (CCCTB) i njegova raspodela prema formuli (FA). Druga faza bi demonstrirala punu opravdanost predložene reforme, medjutim,

faktička implementacija zavisi i od konkretnih izazova. U fokusu treba da bude sledeća struktura efekata: (i) troškovna efikasnost; (ii) finansijska neutralnost; (iii) investiciona neutralnost; (iv) dizajn novih rešenja u okviru CCCTB; (v) globalna dimenzija CCCTB (EU-28 – OECD-36).

Reference

1. Alstadsaeter, A. (2007). The Achilles heel of the Dual Income Tax: The Norwegian Case. Finnish Economic Papers, Volume 20 (1).
2. Ainsworth, A. (2016). Dividend Imputation: The international experience. JASSA The Finsia Journal of Applied Finance, Issue 1 2016.
3. Asen, E. (2019). Patent Box Regimes in Europe. Washington, DC: Tax Foundation.
4. Auerbach, A. & Devereux, M. (2015). Cash-Flow Taxes in an International Setting. Oxford: Saïd Business School RP 2015-03.
5. Barrios, S., d'Andria, D., Gesualdo, M. (2019). Reducing tax compliance costs through corporate tax base harmonisation in the European Union, JRC Working Papers on Taxation and Structural Reforms No 2/2019, Seville: European Commission.
6. Bastani, S. and Waldenström, D. (2019)., How Should Capital Be Taxed? CESifo.
7. Bauer, M. (2019). Corporate Tax Out Of Control, EU Tax Protectionism and the Digital Services Tax. Brussels, Belgium: European Centre For International Political Economy.
8. Baumann, U. & Dizioli, A.G. (2018). The macroeconomic impact of the US tax reform, ECB Economic Bulletin, Issue 1 / 2018.
9. Boadway, R., & Bruce, N. (1984). A general proposition on the design of a neutral business tax. Journal of Public Economics, 24.
10. Branzoli, N. & Caiumi, A. (2018). How effective is an incremental ACE in addressing the debt bias? Evidence from corporate tax returns, WP N. 72. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
11. Bräutigam, R, Spengel, C, Stutzenberger K. (2017) The Development of corporate tax structures in the European Union from 1998 to 2015 – Qualitative and quantitative analysis, ZEW Discussion Papers, No. 17-034.
12. Bruce, N. (2001). Public Finance and the American Economy, New York: Addison-Wesley Longman, Inc.
13. Bunn, D. (2019). Better than the Rest. Washington, D.C.: Tax Foundation.
14. Chalk, N., Keen, M. and Perry, V. (2018). The Tax Cuts and Jobs Act: An Appraisal. Washington, D.C.: IMF.
15. Cnossen, S. (1993). What kind of Corporation Tax? In C. Sanford (Ed.), Key Issues in Tax Reform. Bath: Fiscal Publications.
16. Cnossen, S. (1996). Company Tax in the European Union: Criteria and Options for Reform. Fiscal Studies, 17 (4).
17. Cnossen, S. (2015). What kind of Corporation Tax Regime? Osgoode Hall Law Journal, Volume 52. 2 (2015).
18. Cnossen, S. (2016). Tackling Spillovers by Taxing Corporate Income in the European Union at Source. Hague: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.
19. Cnossen, S. (2018). Corporation taxes in the European Union: Slowly mowing toward comprehensive business income taxation? International Tax and Public Finance, Voilume 25 (3). Springer.
20. Cordes, J.J., Ebel, R.D, & Gavelle, J. (2005). The Encyclopedia of Taxation & Tax Policy. Washington D.C.: The Urban Institute Press.
21. Council of the European Union. (2009). Council Directive on the common system of taxation applicable to mergers, divisions, transfers of assets and exchanges of shares concerning companies of different Member States, ("Merger Directive"), 90/434/EEC, 2005/19/EC, 2009/133/EC. Official Journal of the European Union L 310/34.
22. Council of the European Union. (2011). Council Directive on the common system of taxation applicable in the case of parent companies and subsidiaries of different Member States, 90/435/EEC, 2003/123/EC, 2011/96/EU. Official Journal of the European Union L 345/8.

23. Council of the European Union. (2011). Council Directive on common system of taxation applicable to interest and royalty payments made between a associated companies of different Member States, COM(1998) 67 final, 2003/49/EC, 2004/66/EC, 2004/76/EC, 2011/0314/CNS
24. OECD. (2013). Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting. Paris: OECD Publishing.
25. Council of the European Union. (1998). Conclusions of the ECOFIN Council Meeting on 1 December 1997 concerning taxation policy - Resolution of the Council and the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council of 1 December 1997 on a code of conduct for business taxation - Taxation of saving, Official Journal C 002 , 06/01/1998 P. 0001 – 0006.).
26. Council of the European Union. (1998). Council of the European Union. (1998). Council Conclusion of 9 March 1998 concerning the establishment of the Code of Conduct Group (business taxation) (98/C 99/01).
27. Council of the European Union. (2016). Council conclusions on the code of conduct on business taxation, 8 March 2016.
28. Council of the European Union. (2017). Code of Conduct (Business Taxation) – Report to the Council.
29. Council of the European Union. (2016). Council Directive (EU) 2016/881 of 25 May 2016 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation.
30. Council of the European Union. (2016). Council Directive (EU) 2016/2258 of 6 December 2016 amending Directive 2011/16/EU as regards access to anti-money-laundering information by tax authorities.
31. Council of the European Union. (2018). Council Directive (EU) 2018/822 of 25 May 2018 amending Directive 2011/16/EU as regards mandatory automatic exchange of information in the field of taxation in relation to reportable cross-border arrangements.
32. Council of the European Union. (2016). Criteria and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, Annex Council Conclusions on the criteria for and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, 14166/16. Brussels: Council of the European Union.
33. Council of the European Union. (2016). Council Directive (EU) 2016/1164 of 12 July 2016 laying down rules against tax avoidance practices that directly affect the functioning of the internal market. Official Journal of the European Union L 193/1.
34. Council of the European Union. (2017). The EU list of non-cooperative jurisdictions for tax purposes, Annex Council Conclusions on the criteria for and process leading to the establishment of the EU list of noncooperative jurisdictions for tax purposes, 15429/17. Brussels: Council of the European Union.
35. Council of the European Union. (2019). Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base (CCTB), 9676/19, Brussels, 6 June 2019
36. Deloitte. (2019). Corporate tax Rates 2019.
37. Deloitte. (2019). International Tax 2019.
38. Devereux, M.P. & Griffith, R. (2003). Evaluating Tax Policy for Location Decisions, *International Tax and Public Finance* 10 (2).
39. Devereux, P.M. & Sorensen, P.B. (2006). *The Corporate Income Tax: International Trends and Options for Fundamental Reform*, Brussels: European Commission, Directorate-General for Economic and Financial Affairs.
40. Diamond, P. A. and Mirrlees, J.A.. Optimal Taxation and Public Production: I. Production Efficiency. *American Economic Review* 61 (March 1971): 8-27.
41. Djindjić, S. (2013). Taxation and Forms of Organising Business Activities, *Economic Annals* 196/2013.
42. Djindjić, M.S. (2013). The Interaction of the Process of Taxation and the International Transaction. In: (Ed Babić, V.), *Contemporary Issues In Economics, Business and Management*, Conference Proceeding. Kragujevac: Faculty of Economics University of Kragujevac.
43. Djindjić, M.S. (2011). Corporate Tax Reform in the EU and Growth of Investment Activities. In (Edited by Antevski M.), *Development Potentials of Foreign Direct Investment: International Experiences*. Belgrade: Institute of International Politics and Economics.
44. European Commission. (2018). Time to establish a modern, fair and efficient taxation standard for the digital economy. COM(2018) 146 final. Brussels

45. European Commission. (2016a). Proposal for a Council Directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB), COM(2016) 683 final, 2016/0336 (CNS) Strasbourg: European Commission.
46. European Commission. (2016b). Proposal for a Council Directive on a Common Corporate Tax Base (CCTB), COM(2016) 685, final 2016/0337 (CNS). Strasbourg: European Commission.
47. European Commission. (2005). EU Joint Transfer Pricing Forum, Report on the re-entry into force of the arbitration convention, DOC.JTPF./019/REV5/2004/EN. Brussels: European Commission.
48. European Commission. (2018). A Coordinated Approach to Transfer Pricing Controls Within the EU, EU Joint Transfer Pricing Forum, DOC: JTPF/013/2018. Brussels: European Commission.
49. European Commission. (2019). The Application of the Profit Split Method Within the EU, DOC: JTPF/002/2019. Brussels: European Commission.
50. European Commission & United Nations. (1961). European Convention on International Commercial Arbitration, United Nations, Treaty Series, vol. 484. Geneva: European Commission & United Nations.
51. European Commission. (2015). A Fair and Efficient Corporate Tax System in the European Union: 5 Key Areas for Action, COM(2015) 302 final. Brussels: European Commission.
52. European Commission. (2001). Towards an Internal Market without tax obstacles, A strategy for providing companies with a consolidated corporate tax base for their EU-wide activities, COM(2001) 582 final, Brussels: European Commission.
53. European Commission. (2001). Communication from the Commission to the Council, the European Parliament and the Economic and Social Committee – Towards an Internal Market without tax obstacles – A strategy for providing companies with a consolidated corporate tax base for their EU-wide activities, COM(2001) 582. Brussels: European Commission.
54. European Commission. (2011). Proposal for a Council Directive on a Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB), COM(2011) 121 final, 2011/0058 (CNS). Brussels: European Commission.
55. European Commission. (2012). Tax Reforms in EU Member States 2012, Tax policy challenges for economic growth and fiscal sustainability. Brussels: European Commission.
56. European Commission. (2019). Commission Implementing Regulation (EU) 2019/532 of 28 March 2019 amending Implementing Regulation (EU) 2015/2378 as regards the standard forms, including linguistic arrangements, for the mandatory automatic exchange of information on reportable cross-border arrangements. Official Journal of the European Union L 88/25. Brussels: European Commission.
57. European Commission, Institute for Advanced Studies. (2017). Aggressive tax planning indicators, Final Report, Working Paper No 71/2017. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
58. European Commission. (2017). Communication from the Commission to the European Parliament and the Council, A Fair and Efficient Tax System in the European Union for the Digital Single Market, COM(2017) 547 final, Brussels: European Commission.
59. European Commission. (2018). Fact Sheet, Questions and Answers on a Fair and Efficient Tax System in the EU for the Digital Single Market. Brussels: European Commission.
60. European Commission. (2018). Facts Sheet, Fair Taxation for the Digital Economy, Brussels: European Commission.
61. European Commission. (2019). Taxation Trends in the European Union, Data for the EU Member States, Iceland and Norway, 2019 Edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
62. European Commission. (2018). Tax Policies in the EU 2018 Survey. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
63. European Community. (2014). Convention on the elimination of double taxation in connection with the adjustment of profits of associated, 90/436/EEC, Council Decision 2008/492/EC, Council Decision 2014/899/EU. Official Journal of the European Union L 358/19.
64. European Commission. (2019). Common EU list of third country jurisdictions for tax purposes, European Commission website.
65. European Parliament. (2016). Charter of Fundamental Rights of the European Union (Consolidated version 2016), Official Journal of the European Union, C 202/393.
66. European Parliament. (2016). Treaty on European Union (Consolidated version 2016), Official Journal of the European Union, C 202/338.

67. European Parliament. (2016). Treaty on the Functioning of the European Union (Consolidated version 2016), Official Journal of the European Union, C 202/1.
68. European Parliament. (2016). Treaty establishing the European Atomic Energy Community (Consolidated version 2016), Official Journal of the European Union, C 203/1.
69. Ernst & Young (2018). Worldwide R&D Incentives Reference Guide 2018. London: EYGM Limited.
70. Ernst & Young (2019). Worldwide R&D Incentives Reference Guide 2019. London: EYGM Limited.
71. Ernst & Young. (2019). Worldwide Corporate Tax Guide. London: EYGM Limited.
72. European Parliament. (2015). Directive (EU) 2015/849 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, amending Regulation (EU) No 648/2012 of the
73. European Parliament and of the Council, and repealing Directive 2005/60/EC of the European Parliament and of the Council and Commission Directive 2006/70/EC (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.
74. European Parliament. (2015). Regulation (EU) 2015/847 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2015 on information accompanying transfers of funds and repealing Regulation (EC) No 1781/2006 (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.
75. European Parliament. (2018). Directive (EU) 2018/843 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 amending Directive (EU) 2015/849 on the prevention of the use of the financial system for the purposes of money laundering or terrorist financing, and amending Directives 2009/138/EC and 2013/36/EU (Text with EEA relevance). Strasbourg: EP.
76. Gale, G.W., Gelfond, H., Krupkin, A., Mazur, M. and Toder, E. (2018). Effects of the Tax Cuts and Jobs Act: A Preliminary Analysis. Tax Policy Center, Washington, DC: Urban Institute and Brookings Institution.
77. Gaspar, V. & Weeks-Brown, R. (2019). Corporate Taxation in the Global Economy. Washington, D.C.: IMF.
78. German-French Common Position Paper on CCTB PROPOSAL, 19 June 2018
79. https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/EN/Standardartikel/Topics/Europe/Articles/2018-06-20-Meseberg-att2.pdf?__blob=publicationFile&v=3
80. GLI. (2019). Corporate Tax 2019, Belgium.
81. Hayes, B., MEP, 7 national parliaments object to CCCTB proposal
82. <https://brianhayesdublin.wordpress.com/2017/01/09/7-national-parliaments-object-to-ccctb-proposal-hayes/>
83. Hebus, S. & Klemm, A. (2018). A Destination-Based Allowance for Corporate Equity. IMF WP/18/239. Washington, D.C.: IMF.
84. Hentze, T. (2019). The challenge of moving to a Common Consolidated Corporate Tax Base in the EU, IW-Report, No. 2/2019. Köln: Institut der deutschen Wirtschaft (IW).
85. IFS Capital Taxes Group (Chaired by Malcolm Gammie). (1991). Equity for Companies: A Corporation Tax for the 1990s. London: Institute for Financial Studies, Chameleon Press Ltd.
86. Ivanovski, A. & McIntosh, B. (2019). EU Tax Policy Report, January – June 2019
87. Institute for Fiscal Studies. (1978). The Structure and Reform of Direct Taxation, Report of a Committee chaired by Professor J.E. Meade London: Allen & Unwin Ltd.
88. Johansson, A., Heady, C., Arnold, J., Brys, B. and Vartia, L.. (2008). Tax and Economic Growth, ECO/WKP(2008)28, OECD Economic Department WP No. 620. Paris: OECD Publishing.
89. Kari, S., Laitila, J. & Ropponen, O. (2018). Investment Incentives and Tax Competition under the Allowance for Growth and Investment (AGI). VATT Working Papers 110/2018. Helsinki: VATT Institute for Economic Research.
90. Kock, J. & Gerard, M. (2018). The Allowance for Corporate Equity in Europe – The Latvian, Italian and Portuguese Cases. Université Catholique de Louvain.
91. KPMG. (2019). Norway – Income Tax, 1 August 2019, Taxation of international executives.
92. KPMG. (2019). Italy: Budget Law 2019 – New IRES and IRAP measures for enterprises.
93. KPMG. (2019). Estonia Country Profile - 2019.
94. KPMG. (2019) Latvia country profile – 2019.
95. Lithuanian Free Market Institut. (2018). Business Taxation In The Baltic States: Sibling Rivalry Vilnius, Comparative Study. Lithuania: LFMI.

96. Mathé, M., Nicodème, G. & Savino Ruà (2015). Tax Shifts. Taxation papers WP 59-2015. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
97. McBride, W. (2012). What Is the Evidence on Taxes and Growth? Growth? Washington DC: Tax Foundation.
98. Meade, J. et al. (1978). The Structure and Reform of Direct Taxation. London: Allen and Unwin.
99. Mirrlees, J., et al. (2010). Dimensions of tax design: The Mirrlees review. Oxford: Oxford University Press.
100. Mirrlees, J., Stuart, A., Besley, T., Blundell, R. Bond, S., Chote, R., Gammie, M., Johnson, P., Myles, G. and Poterba, J. (2011). Tax By Design: The Mirrlees Review. Oxford: Oxford University Press.
101. Mooij, R.A. & Devereux, P. (2009). Alternative Systems of Business Tax in Europe, An applied analysis of ACE and CBIT Reforms. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
102. Mooij, R.A. & Devereux, P. (2011). An applied analysis of ACE and CBIT Reforms. *International Tax and Public Finance* (2011) 18.
103. Musgrave, R. and Musgrave, P. (1989). Public Finance in Theory and Practice. New York: McGrawHill.
104. Nerudová, D. & Solilová, V. (2019). The Impact of the Introduction of a CCCTB in the EU. *Intereconomics*, Volume 54, Issue 3.
105. OECD. (2015). OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, 2015 Final Report. Paris: OECD Publishing.
106. OECD. (2019). OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Country-by-Country Reporting-Compilation of Peer Review Reports (Phase 2), Inclusive Framework on BEPS: Action 13. Paris: OECD Publishing.
107. OECD. (2019). Model Tax Convention on Income and on Capital 2017, Paris: OECD Publishing.
108. OECD/G20, 2019, Inclusive Framework on BEPS: Progres Report July 2018-May 2019, Paris: OECD Publishing.
109. OECD/G20. (2015). Base Erosion and Profit Shifting Project, Action 5: Agreement on Modified Nexus Approach for IP Regimes, Paris: OECD Publishing.
110. OECD. (2007). Fundamental Reform of Corporate Income Tax, No 16. Paris: OECD Publishing.
111. OECD. (2019). OECD Tax Data Base, PART II: Taxation of Corporate and Capital Income. Paris: OECD Publishing.
112. OECD. (2018). Tax Policy Reforms 2018: OECD and Selected Partner Economies. Paris: OECD Publishing.
113. OECD. (2019). OECD Economic Surveys Latvia. Paris: OECD Publishing.
114. OECD. (2019), OECD Economic Surveys: Denmark 2019, Paris: OECD Publishing.
115. Popa, C., Panina, M., Andreiescu, L. & Holveat, K. (2016). Study on the application of economic valuation techniques for determining transfer prices of cross border transactions between members of multinational enterprise groups in the EU. Deloitte, Directorate-General for Taxation and Customs Union (European Commission).
116. Richman (Musgrave), P. B. (1963). Taxation of Foreign Investment Income: An Economic Analysis. Baltimore: Johns Hopkins Press.
117. Shu-Chien, J. Chen. (2018). Neutrality as Tax Justice: The Case of Common Consolidated Corporate Tax Base under the EU law, *European Studies - The Review of European Law, Economics and Politics*, Volume 5 (2018).
118. Sinn, H.W. (1991) Taxation and the Cost of Capital: The "Old" View, the "New" View, and Another View (in: Editor Bradford, D. Tax Policy and Economy). Massachusetts, Cambridge: NBER.
119. Sørensen, P. B. (1994). From the global income tax to the dual income tax: Recent tax reforms in the Nordic countries. *International Tax and Public Finance*, 1(1).
120. Sorensen, P.B. (2010). Dual Income Tax: A Nordic Tax System, in: Claus, I., Gemmell, N., Harding, M. & White, D. (eds.) Tax Reform in Open Economies, Edward Elgar.
121. Sorensen, P. (2016). Taxation and Optimal Constraint on Corporate Debt Finance: Why a Comprehensive Business Income Tax is Suboptimal. Munich, Germany: CESifo.

122. Spengel, C., Heckemeyer, J.H, Nicolay, K., Bräutigam, R. and Klar, O. (2016). The Effects of Tax Reforms to Address the Debt-Equity Bias on the Cost of Capital and on Effective Tax Rates. WP N. 65. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
123. Spengel, C., Bräutigam, R., Dutt, V., Fischer, L. and Stutzenberger, K., (2019.) The Impact of the CCTB on the Effective Tax Burden of Corporations: Result from the Tax Analyzer Model. Centre for European Economic Research (ZEW) GmbH.
124. Tax Policy Center, Last update May 3, 2019.
125. The Senate and House of Representatives of the United States of America. (2017). An Act to provide for reconciliation pursuant to titles II and V of the concurrent resolution on the budget for fiscal year 2018, December 22, 2017. (The Cuts and Jobs Act).
126. Trautvetter, C & Winkler, E. (2019). Competing for the rich. Brussels, Belgium: The Greens/EFA group in the European parliament
127. Van den Tempel, A.J. (1970). Corporation tax and individual income tax in the European Communities. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.
128. U.S. Treasury Department. (1992). Taxing Business Income Once – Integration of the Individual and Corporate Tax Systems. Washington, D.C.
129. Webster, T.J. (2003). Managerial Economics, Theory and Practice, London, San Diego: Academic Press, Elsevier.
130. Weichenrieder, A. J., (2005). (Why) Do we need corporate taxation? CESifo Working Paper.
131. Weisbach, D.A. (2014). The Use of Neutralities in International Tax Policy. Working Paper No. 697. Coase-Sandor Institute for Law and Economics.
132. Zangari, E. (2014). Addressing the Debt Bias: A Comparison between the Belgian and the Italian ACE Systems. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

BAZELSKI SPORAZUMI I STABILNOST BANKARSKOG SISTEMA

Violeta Todorović* i Nenad Tomić**

U radu se analizira i ispituje uloga bazelskih sporazuma u obezbeđenju stabilnosti bankarskog i finansijskog sistema. Međunarodna konvergencija i standardizacija uslova poslovanja vezuje se prvenstveno za rad Bazelskog komiteta, koji je rezultirao donošenjem Sporazuma o adekvatnosti kapitala (Bazel I, Bazel II i Bazel III), sa ciljem pokrivanja potencijalno rastućih rizika u međunarodnom poslovanju banaka putem adekvatnije kapitalizacije. Najnoviji sporazum, Bazel III, nastao je kao rezultat utvrđenih nedostataka prethodnog Sporazuma, koji su došli do izražaja sa prvom velikom krizom. Stoga je cilj rada preispitati delotvornost reformskih procesa bazelskih sporazuma i utvrditi njihov uticaj na sigurnost i stabilnost bankarskog i finansijskog sistema.

Ključne reči: regulativa banaka, bazelski sporazumi, sistemska stabilnost, harmonizacija, globalna kriza

Uvod

Finansijska liberalizacija i internacionalizacija poslovanja banaka uslovile su stvaranje velikih međunarodno aktivnih banaka, koje su značajno proširile opseg i kompleksnost poslovanja izvan nacionalnih granica. Istovremeno je povećana i konkurencija između banaka, što je uslovilo i određene implikacije na regulisanje i kontrolu bankarskog i finansijskog sistema, uopšte. U tradicionalnom bankarstvu, nacionalno orijentisani regulatorni organi različitih država doprineli su stvaranju neujednačenog konkurentskog okruženja. Takvo okruženje uticalo je na pojavu regulatorne arbitraže, odnosno omogućavalo je prenošenje poslovanja iz visoko regulisanog i skupog u okruženje sa labavom regulativom, pa čak i u područja sa potpuno neregulisanim bankarskim poslovanjem.

U skladu sa tim, tokom 1980-ih godina, regulatorni organi mnogih zemalja počeli su aktivno da traže sredstva i načine za poboljšanje međunarodne saradnje i rešavanje prethodno spomenutog problema. Trendovi internacionalizacije i globalizacije bankarskog poslovanja uslovljavaju kako potrebu za harmonizacijom regulative banaka, tako i regulatornu reformu. Harmonizacija se prvenstveno odnosi na uniformnu međunarodnu bankarsku regulativu i eliminisanje divergentnih standarda koji se primenjuju na slične aktivnosti različitih finansijskih institucija. Pri tome, ona uvek treba da rezultira u nekoj formi konvergencije nacionalnih pravila i u isto vreme treba da poveća stvarnu i potencijalnu konkurenciju (kao i bezbednost sistema).

Sa međunarodnog aspekta, najznačajniji uticaj na konvergenciju sistema bankarskih regulativa ima Bazelski komitet. Jednostavno zato što on omogućava prenošenje informacija i razmenu iskustava o najaktuelnijim pitanjima u vezi sa bankarskim regulisanjem, kako u međunarodnim, tako i u nacionalnim okvirima. Istovremeno, principi koje Bazelski komitet predloži i definiše, bez obzira što nemaju snagu zakona, mogu da se na konzistentan način ugrade u zakonodavstva nacionalnih država. Praktično, konvergencija sistema bankarskih regulativa, glavna aktivnost Bazelskog komiteta, ima širok značaj, jer utiče na nacionalna zakonodavstva skoro svih zemalja u svetu.

* Vanredni profesor, v.todorovic@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: ntomic@kg.ac.rs

Shodno navedenom, predmet istraživanja u radu je uloga bazelskih sporazuma u očuvanju stabilnosti bankarskog i finansijskog sistema. Imajući u vidu predmet istraživanja, cilj rada je preispitivanje delotvornosti reformskih procesa bazelskih sporazuma i utvrđivanje njihovog uticaja na sistemsku stabilnost i sigurnost poslovanja banaka.

Polazeći od definisanog predmeta i utvrđenog cilja, u radu će se najpre analizirati osnovni postulati Bazela I i prelazak na novi Sporazum, Bazel II. Nakon identifikovanja ključnih nedostataka Bazela II, koje je obelodanila Globalna finansijska kriza, pažnja će biti usmerena na razvoj i implementaciju Bazela III, koji je i nastao, upravo, kao odgovor na krizu.

Od Bazela I ka Bazelu II

Bazelska regulativa ima najznačajniji uticaj na konvergenciju sistema bankarskih regulativa, jer omogućava prenošenje informacija i razmenu iskustava o nacionalnim programima supervizije, povećava efikasnost tehnika supervizije međunarodnog bankarskog poslovanja i postavlja minimalne standarde supervizije, tamo gde je to moguće (Basel Committee on Banking Supervision, 2009, crp. 1). Od strane Bazelskog komiteta 1988. godine je usvojen međunarodni standard kapitala na bazi rizika, kao koeficijent adekvatnosti kapitala, koji pokazuje odnos kapitala i riziko ponderisane aktive (Mäser, 2012, str. 3). Potpuna implementacija Bazela I, koji se odnosio na regulisanje i superviziju kreditnih rizika, počela je 1. januara 1993. godine. Radi sveobuhvatnijeg tretmana rastućih rizika u poslovanju banaka, januara 1996. godine je usvojen amandman koji je uključio regulisanje tržišnih rizika. Bazel I je projektovan za velike, međunarodno aktivne banke, iz razloga što na porast sistemske nestabilnosti tokom kriznih perioda utiču: veličina banke, njena tržišna pozicija, složena organizaciona struktura, nestabilno finansiranje (Dreyer, Schmid & Zugrav, 2018, str. 322). Međutim, regulatori u SAD primenili su minimalni koeficijent adekvatnosti kapitala na bazi rizika na sve domaće banke, a u praksi je i veliki broj drugih zemalja pristupio ovom sporazumu o jedinstvenim stopama kapitala.

Za razliku od jednostavnog leveridž indikatora, izračunavanje adekvatnosti kapitala na bazi rizika je veoma kompleksno. Glavna inovacija se ogleda u tome što indikator kapitala na bazi rizika pravi razliku između različitih kreditnih rizika aktive i identifikuje kreditni rizik koji se odnosi na vanbilansne instrumente.

Bez obzira na razlike među zemljama, naročito u pogledu identifikovanja samog kapitala, Bazel I je sadržavao nekoliko važnih elemenata: *Prvo*, povećana je stopa zahtevanog kapitala u odnosu na dotadašnju praksu, naročito u zemljama u kojima su tradicionalno dominirale niže stope kapitala. *Drugo*, zahtevi kapitala su približno standardizovani među zemljama, kako bi se otklonile komparativne prednosti koje mogu imati banke u jednoj zemlji u odnosu na banke u drugim zemljama, zbog regulatornih ili računovodstvenih razlika. *Treće*, minimum zahtevanog kapitala je povezan sa kreditnim rizikom, tj. uzete su u obzir ne samo visina bankarske aktive, već i koeficijenti kreditnog rizika. *Četvrto*, jedinstvene stope kapitala identifikuju i kreditni rizik pojedinih vanbilansnih aktiva. *Peto*, propisan standard kapitala u početku je obuhvatao samo kreditne rizike po pojedinim bilansnim i vanbilansnim stavkama, da bi se kasnije proširio i na tržišne rizike (rizik kamatne stope, rizik promene cena hartija od vrednosti i valutni rizik).

Iz regulatorne perspektive, međunarodni standard kapitala (indikator kapitala prema riziko ponderisanoj aktivni), odnosio se samo na kreditni rizik banaka. Kasnije, sa porastom izloženosti banaka riziku kamatne stope i ostalim tržišnim rizicima, zahtevani minimalni kapital od 8% prema riziko ponderisanoj aktivni uključio je i ove rizike. Nažalost, zahtev kapitala na bazi rizika pokazao je brojne konceptualne i aplikacione nedostatke. Na primer, zahtev adekvatnosti kapitala iz Bazela I predstavlja linearnu meru rizika (ignoriše mogućnost smanjenja kreditnog

rizika putem diversifikacije aktive ili putem hedžing transakcija). Iako je izloženost riziku kamatne stope i ostalim tržišnim rizicima integrisana u zahtev kapitala na bazi rizika, on ne uzima u obzir ostale rizike, kao što je, npr. operativni rizik. Kao rezultat poreskih i računovodstvenih razlika među bankarskim sistemima, zahtev kapitala na bazi rizika iz Bazela I od 8% nije stvorio onaj nivo konkurentskog terena među bankama kako je to nameravano. Naročito Japan i SAD su imali veoma različita računovodstvena i poreska pravila, koja su znatno ograničavala uporedivost indikatora kapitala na bazi rizika njihovih banaka. Odredbe Bazela I takođe dozvoljavaju postojanje razlika u bankarskim pravilima među zemljama, pre svega u smislu onoga šta čini kapital, i primarni i sekundarni. Takođe, mnoge zemlje su koristile 10%-tni ponder rizika, koji se nije koristio u SAD.

Iako je Bazel I imao značajan efekat na razvoj međunarodnog bankarstva, nacionalna primena njegovih standarda je toliko varirala, da potpuna koordinacija praktično nikada nije ostvarena (Basel Committee on Banking Supervision, 2014, str. 13).

Na osnovu prethodne analize, može se konstatovati da je primena Bazela I doprinela povećanju stabilnosti bankarskih sistema u svetu. Praktično, prelaskom sa bilansnog na pristup baziran na rizicima prilikom procene sigurnosti poslovanja banaka, Bazel I je identifikovao ključnu ulogu kapitala pri preuzimanju rizika. Takođe, preciznim definisanjem kapitala, obezbedio je osnovu za povećanje minimalnog nivoa adekvatnosti kapitala i omogućio je postizanje veće konzistentnosti u nadzornom procenjivanju adekvatnosti kapitala širom sveta. Iz sadašnje perspektive, može se zaključiti da je Bazel I adekvatno odražavo stanje tehnologije upravljanja rizikom u trenutku donošenja.

Međutim, razvojem bankarskih sistema tokom vremena, uočeni su značajni nedostaci Bazela I. Tehnologija i praksa upravljanja rizicima su napredovali, tako da su pretpostavke ugrađene u važeći sporazum postale suviše uprošćene za poslovnu praksu banaka. S tim u vezi, on više nije mogao da obezbedi pouzdanu osnovu za procenu adekvatnog iznosa kapitala u odnosu na ukupne rizike, jer pokriva samo kreditne i tržišne, dok su ostali rizici isključeni. Podelom na zemlje članice OECD i zemlje nečlanice (za procenu izloženosti kreditnom riziku), jasno je da Bazel I nije adekvatno identifikovao i vrednovao rizik zemlje. Praktično, on je neopravdano favorizovao zemlje članice OECD-a u odnosu na one koje to nisu. Način na koji se, prema Bazelu I, primenjuju ponderi rizika može da podstakne banke na alociranje ili sekjuritizaciju aktive. Time je omogućeno bankama da prikazuju nominalno visok indikator adekvatnosti kapitala, koji je realno nedovoljan da pokrije preuzete rizike.

Imajući u vidu da je identifikovanje rizika različitih stavki aktive ključno za izbegavanje arbitraže kapitala, javila se potreba za promenama u postojećem sporazumu o kapitalu. Rastuća sofisticiranost tržišta je nametnula neophodnost usaglašavanja regulatornog iznosa kapitala sa osnovnim ekonomskim rizicima.

Utvrđeni nedostaci i uprošćenost indikatora kapitala iz Bazela I (daje prednost vrsti, a ne kvalitetu aktive (Heid, 2007, str. 3898), odnosno ne priznaje razlike u kvalitetu kreditnog rizika; ne uzima u obzir ostale rizike bankarskog poslovanja, kao što je, npr. operativni rizik; ignoriše mogućnost smanjenja kreditnog rizika putem diversifikacije aktive ili putem hedžing transakcija), u kombinaciji sa napretkom tehnologije poslovanja i poboljšanom praksom merenja i upravljanja rizicima, doveli su 1999. godine do formalnog predloga okvira za novi Sporazum o kapitalu od strane Bazelskog komiteta (Bazel II).

Nesporno, novi Bazelski sporazum o kapitalu predstavlja jasno definisan model za čijom primenom su postojale stvarne potrebe. Međutim, određeni problemi u vezi sa internim modelima merenja adekvatnosti kapitala, izražena kompleksnost i neslaganja, prvenstveno američkih bankara sa sadržinom sporazuma, usloveli su njegovo odlaganje od prvobitno

planirane 2004. godine na 2006. odnosno 2007. godinu. U međuvremenu, nastavljene konsultacije između regulatora i banaka rezultirale su dogovorom da se formalno prihvatanje integralnog sporazuma pomeri na kraj 2007. godine, dok bi se tokom 2006. godine paralelno sprovodila pravila i Bazela I i Bazela II.

Konačno, maja 2004. usvojen je Bazel II, sa efektivnim važenjem od decembra 2006. godine. Za zemlje članice Evropske unije Bazel II je zakonski obavezujući od januara 2007. godine, a primena u SAD je počela u julu 2007. godine (Masera, 2013, str. 387). Kreiran je da bude efikasniji i osjetljiviji na rizik i kao takav da obezbedi bankama da umesto minimalnog drže adekvatan iznos kapitala u odnosu na riziko ponderisanu aktivu. Takođe, on je podsticao banke da poboljšavaju svoje procedure merenja rizika i predviđao je izvesne izmene u osnovnom modelu izračunavanja koeficijenata adekvatnosti kapitala.

Praktično, Novi sporazum o kapitalu je doneo tri bitne novine. Prvo, uz kreditni i tržišni rizik uvodi se sve izraženiji operativni rizik.¹ Drugo, u standardizovanom pristupu značajno mesto pripada eksternim kreditnim agencijama, koje vrše klasifikaciju i rangiranje svih kompanija iz portfolija banke. Treće, omogućava bankama da razvijaju i koriste interne modele za merenje rizika u njihovom poslovanju i u skladu sa procenjenim rizicima da izdvajaju neophodni kapital.

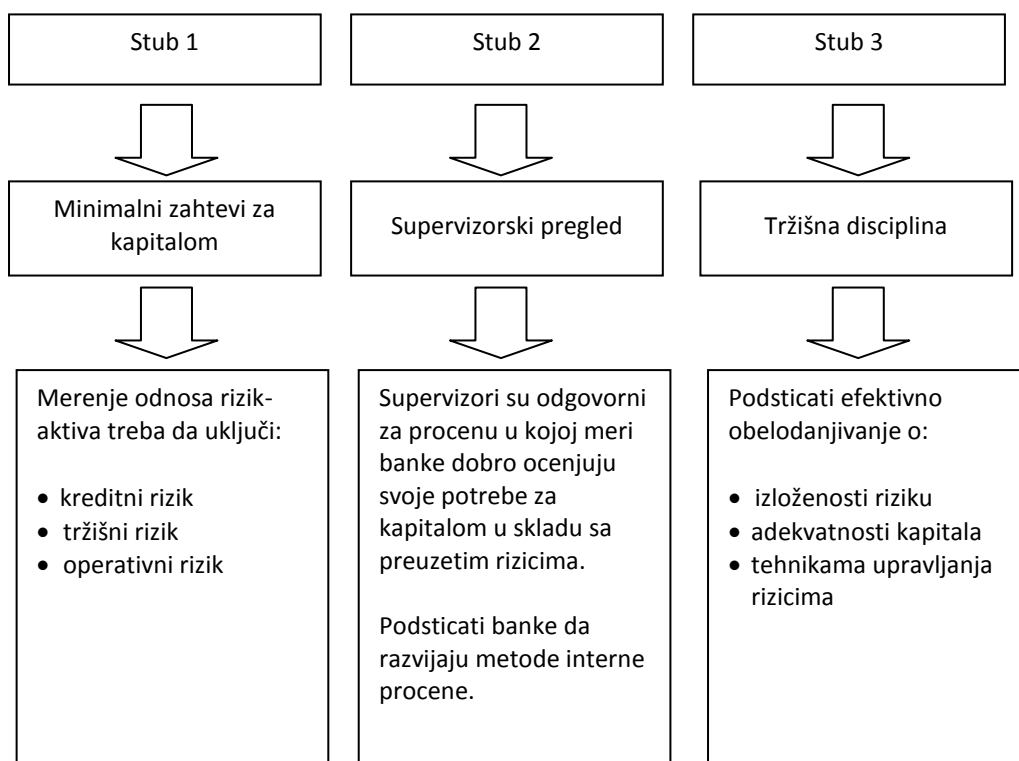
Bazel II se zasniva na tri stuba (slika 1). To su: 1) norme adekvatnosti kapitala; 2) prudencioni nadzor nad promenama adekvatnosti kapitala, kao i kontrola nad metodologijom za praćenje rizika koju koriste banke; 3) tržišna disciplina, koja zahteva otkrivanje potrebnih informacija o osnovnim rizicima sa kojima se suočava banka i stvaranje osnove za ocenjivanje adekvatnosti kapitala te banke od strane drugih učesnika na tržištu (Borković & Vuković, 2007). Fleksibilnije metode Bazela II za merenje kreditnog, tržišnog i operativnog rizika, u kombinaciji sa novim pristupom superviziji i transparentnosti bankarskog poslovanja, treba da doprinesu većoj stabilnosti bankarskih i finansijskih sistema.

Prvi stub je kvantitativne prirode i odnosi se na zahtevani regulatorni minimum kapitala. Regulatorni minimum predstavlja osnovu za ranu intervenciju nadzornih organa, pri čemu se promena u odnosu na postojeći standard adekvatnosti kapitala sastoji u ponderima rizika koji se koriste za izračunavanje riziko ponderisane aktive i u obuhvatnosti rizika (uveden je ponder rizika od 150% za određene plasmane, pri čemu je u imeniocu uključen i operativni rizik). Prvi stub sadrži dva glavna elementa: 1) suštinske promene tretmana kreditnog rizika u odnosu na Bazel I i 2) uvođenje eksplicitnog tretmana operativnog rizika (Vuković, 2003, str. 37).

Predloženi kapitalni standard nudio je bankama različite pristupe prilikom izračunavanja kapitalnih zahteva za kreditni rizik, uzimajući u obzir specifičnost svake banke. Banke, koje imaju manji obim poslovanja i jednostavnije kontrolne jedinice, mogle su da se opredele za korišćenje standardizovanog pristupa. U tom slučaju, za procenu kvaliteta dužnika, one koriste podatke dobijene od eksternih agencija za kreditni rejting. S druge strane, velike i kompleksne banke, koje imaju razvijene sofisticirane sisteme upravljanja rizicima, mogle su (uz prethodnu saglasnost supervizora) da koriste osnovni ili viši IRB pristup za izračunavanje kapitalnih

¹ Operativni rizik se definiše kao rizik od poremećaja u tehnologiji, sistemima ili performansi zaposlenih (uključujući obmanu). Veliki operativni gubici, uzrokovani eksternom ili internom obmanom ili poremećajima u internoj kontroli, su čest uzrok bankarskih bankrotstava (samo u 2002. godini obmana je bila uzrok bankrotstava osam od jedanaest američkih banaka). Prema: Lawrence Kryzanowski, *Organizational Design and Positioning of the Deposit Insurance Function in the Financial System Safety Net*, in Andrew Campbell, John Raymond LaBrosse, David G. Mayes and Dalvinder Singh, ed., *Deposit Insurance*, Palgrave Macmillan, New York, 2007, p. 95.

zahteva za kreditni rizik. Time je ponuđeno bankama i supervizorima da odaberu pristup ili pristupe koji najviše odgovaraju datoj fazi razvoja poslovanja banaka i finansijskog tržišta.



Slika 1 - Novi sporazum o kapitalu - Bazel II

Izvor: Autori

Standardizovan pristup je konceptijski veoma sličan Bazelu I i praktično predstavlja njegovu modifikaciju. Značajna razlika, međutim, u poređenju sa Bazelom I ogleda se u tome što ponderi rizika treba da budu zasnovani na eksternom kreditnom rejtingu zajmopriimalaca, uvek kada je on raspoloživ, a takođe je dozvoljeno bankama smanjenje preuzetih rizika putem garancija, kolaterala, aranžmana o *nettingu* (prebijanju) i korišćenja finansijskih derivata. Takođe, u standardizovanom pristupu ponderi rizika zavise od rejtinga dužnika, što znači da je eliminisana razlika potraživanja na osnovu toga da li ona potiču iz zemlje članice OECD-a, ili ne. Pored toga, on uvodi različite pondere rizika za potraživanja od kompanija, za razliku od postojećeg koji ih tretira podjednako, odnosno 100% rizičnim. Na primer, ako neka kompanija ima rejting A+ do A-, na nju se primenjuje ponder rizika od 50% (znači da banka izdvaja obavezni kapital u visini od 4%, a ne 8%). Međutim, ukoliko se radi o kompanijama sa rejtingom ispod BB-, ponder rizika koji se na njih primenjuje je 150% (banka izdvaja kapital u iznosu od 12%).

Procena kreditnog rizika banaka, na osnovu procene dužnika od strane eksternih rejting agencija, nosi sa sobom rizik koji se, pre svega, odnosi na pouzdanost ovih agencija. Zbog toga je Bazelski komitet ustanovio proces identifikacije rejting agencija od strane nacionalnih supervizora. Da bi nacionalni supervizori prihvatili rezultate eksternih rejting agencija, one moraju da ispune određene kriterijume, a to su: objektivnost, nezavisnost, transparentnost, adekvatnost izvora za visokokvalitetnu procenu i kredibilitet (Erić-Jović, 2003, str. 27).

Međutim, najznačajnija inovacija u Bazelu II je naglasak na internim modelima ocene adekvatnosti kapitala, tzv. IRB pristupu (*Internal Ratings Based – approach*), čijom primenom bi

regulatorni zahtev za kapitalom bio zasnovan na internom procenjivanju kreditnog kvaliteta svakog zajmoprimca od strane banaka (Sayah, 2016, str. 101). Da bi banke mogle da koriste IRB pristup, moraju da ispune određene minimalne zahteve nadzornih organa, koji vrše kontrolu interne procene (Basel Committee of Banking Supervision, 2017, str. 53).

Drugi stub se odnosi na povećanu kontrolu regulatornih institucija u pogledu interne procene i upravljanja rizicima od strane banaka. Od veštine i kompetentnosti menadžera zavisice i iznos dodatnog kapitala koji se može zahtevati da banke drže. Supervizori dobijaju diskreciona prava pri određivanju adekvatnog iznosa kapitala banaka. Suština drugog stuba je zasnovana na obezbeđenju optimalne visine kapitala u skladu sa rizičnim profilom svake pojedinačne banke. Time se uvodi fleksibilnost u primeni Bazela II.

Treći stub uključuje obelodanjivanje i tržišnu disciplinu, kako bi pojačao efikasnost stubova 1 i 2. Da bi procena tržišta (stub 3) postala značajnija, kako bi povratne informacije sa tržišta dobile veću ulogu u oceni adekvatne visine bankarskog kapitala, banke moraju da poboljšaju kvalitet informacija koje su dostupne javnosti. Prilikom tržišnog procenjivanja adekvatnosti bankarskog kapitala postoje izvesni problemi koji se ogledaju u nedovoljnom obimu finansijskih informacija dostupnih javnosti, kao i u imanentnoj teškoći samog tržišta u merenju i razumevanju bankarskih rizika. Procenjivanje rizične pozicije banaka i opšte adekvatnosti kapitala od strane tržišta nikada neće biti perfektno. Međutim, ukoliko banke sa protokom vremena budu poboljšale kvalitet obelodanjenih informacija, povratne informacije sa tržišta će se više respektovati od strane regulatornih organa koji obavljaju nadzor i kontrolu visine bankarskog kapitala.

Bazel II je uticao na smanjenje regulatornog iznosa minimalnog kapitala kod najvećih banaka, što je zavisilo od njihove sposobnosti da efikasno eksploatišu IRB pristup. Kratkoročno, one su se suočile sa većim troškovima uvođenja i razvoja internih sistema i tehnologija, kao i troškovima usklađivanja i obelodanjivanja. Međutim, dugoročno velike i sofisticiranije banke su profitirale.

Između ostalog, uvođenjem Bazela II profitirale su i kreditno stabilnije zemlje, koje nisu članice OECD-a, jer je ponderisanje njihovih rizika primenom standardizovanog pristupa palo sa 100% na 20%, ili čak i na 0%. Slično, visoko rangirane kompanije (koje su ponderisane rizikom od 100% u Bazelu I), imaju koristi smanjenjem pondera rizika u Bazelu II. Takođe, svi vrednosni papiri pokriveni imovinom (*Asset-Backed Securities - ABS*) su bili ponderisani rizikom od 100% u Bazelu I, dok se primenom standardizovanog pristupa u Bazelu II ponderišu rizikom prema sopstvenim kreditnim procenama. Visoko rangirane multilateralne razvojne banke (institucije koje obezbeđuju finansijsku podršku i profesionalne savete za ekonomski i socijalni razvoj zemalja u razvoju) dobijaju smanjenje ponderisanja svojih aktiva sa 20% na 0% u standardizovanom pristupu. Istovremeno, najslabiji korporativni i bankarski krediti su ponderisani novim ponderom rizika od 150% u standardizovanom pristupu.

Nedostaci i ograničenja Bazela II

Implementacija Bazela II je podstakla banke da pažljivije sprovode analizu kreditnih i tržišnih rizika. S druge strane, mnogi praktičari su isticali da je operativni rizik loš deo paketa nove regulative. Problem merenja operativnog rizika ispoljava se u nedostatku uporedivih podataka o stopama neizmirenja obaveza. Mada banke već duži niz godina raspolažu podacima o stopama neizmirenja obaveza, oni nisu korišćeni u komparativne svrhe. Takođe, brojnost rizika pokrivenih Bazel II definicijama - od internih i eksternih obmana, nemoralnih prodaja

proizvoda i neuspješnih izvršenja trgovine, do pronevera na radnom mestu i štete u požaru, čini analizu kompleksnijom (Alexander, 2008, str. 146).

Bazel kategorije operativnog rizika se formulišu na deskriptivan način, bez upotrebe testova za utvrđivanje razlika među njima, što ostavlja nacionalnim regulatorima veliku individualnu slobodu odlučivanja o tome kako da se interpretiraju date smernice. Takođe, i osiguravajuće kuće koje rade sa najvećim bankama, počele su da prilagođavaju svoje politike kako bi ispunile zahteve Bazela II. Međutim, problem se može javiti kod manjih banaka, kod kojih se očekuje da će troškovi prilagođavanja verovatno prevazići koristi od očekivanog smanjenja kapitala.

Izrazita kompleksnost Bazela II uticala je i na porast troškova regulisanja banaka, što je dovelo do efektivnih ulaznih barijera za mnoge institucije. Još u fazi usvajanja Bazela II, tokom 2004. godine, različite institucije su se bavile istraživanjem stvarnih troškova njegove implementacije.² Pri tome, procene stvarnih troškova među učesnicima na tržištu koji su povezani sa implementacijom novih pravila su značajno varirale, sa približnim konsekusnim obračunom od oko 0,05% njihovih ukupnih aktiva. Takođe, očigledno je da su troškovi veći u zemljama gde postoji veliki broj banaka (npr. u Nemačkoj) i gde su one velike i međunarodno aktivne (kao što je Engleska). Na osnovu toga, može se zaključiti da su se troškovi uvođenja Bazela II razlikovali među zemljama u zavisnosti od nivoa razvoja bankarskog sektora, dostignutog stepena upravljanja rizicima, kao i od načina dosadašnjeg izračunavanja adekvatnosti kapitala (Todorović, 2015, str. 146).

U literaturi se sve više naglašava postojanje tzv. indirektnih troškova (slika 2), povezanih sa procikličnim efektima koje Bazel II može da izazove u makroekonomiji. Povećavajući osetljivost na kreditne rizike, Novi sporazum, istovremeno, povećava i cikličnost minimalnih zahteva za kapitalom.³ Time, upravljanje kapitalom može postati veliki problem u bankama. Sa recesivnim kretanjem u privredi (čime se danas karakteriše globalna ekonomija), bankarski kapital doživljava eroziju zbog gubitaka u kreditnim portfolijima (neperformansi krediti). Istovremeno, od banaka se zahteva da drže veći iznos obaveznog kapitala u odnosu na ukupan nivo kredita, što smanjuje nivo kreditne aktivnosti banaka i još više produbljuje krizu privredne aktivnosti. Međutim, prociklični efekti na makroekonomske fluktuacije variraju od zemlje do zemlje. Najjače efekte su osetile ekonomije bazirane na bankama, dok je uticaj na ekonomije bazirane na finansijskim tržištima manji. Uopšteno gledajući, različiti faktori mogu uticati na prociklične efekte Bazela II, kao što su, na primer: priliv inostranog kapitala, veličina kompanije, sektorska specijalizacija određene ekonomije, računovodstveni okviri⁴ i konkurencija u bankarstvu (Heid, 2007, str. 3898).

Problem cikličnosti minimalnih zahteva za kapitalom Bazela II je bio predmet intenzivne diskusije u finansijskim i regulatornim krugovima. U tom smislu, postojali su i zahtevi da se obavezna minimalna stopa kapitala u periodima recesije smanji sa 8% na, recimo 6%, kako bi se omogućila kreditna ekspanzija. Naravno, u tom slučaju krediti bi se odobravali samo kreditno sposobnim klijentima. Međutim, Bazelski komitet je, sve do 2010. godine, polazeći od nekoliko ključnih argumenata, ostao na stanovištu jedinstvene i fiksne stope minimalnog kapitala. Prvo, uvođenje fleksibilnije stope kapitala moglo bi da relativizira osnovnu ideju Bazelskog komiteta u

² Pod troškovima implementacije Bazela II podrazumevaju se troškovi uvođenja informacionih tehnologija, troškovi razvoja i uvođenja rejting sistema, troškovi edukacije menadžmenta i zaposlenih, kao i razvoja sistema za izveštavanje.

³ Ključnu ulogu u smanjivanju cikličnih efekata i ublažavanju uticaja promenljivosti zahteva za kapitalom imaju tzv. tamponi kapitala (*capital buffer*), koje banke drže preko zahtevanog minimalnog kapitala.

⁴ Prociklični efekti mogu biti pojačani uvođenjem "fair value" računovodstva od strane banaka, koje je počelo u Evropi januara 2005. godine, usvajanjem smernica Međunarodnog računovodstvenog standarda 39.

pogledu stvaranja čvrstog režima obaveznog kapitala u kontekstu povećanih rizika i neizvesnosti u funkcionisanju makroekonomskog i bankarskog sistema. Drugo, postavljeno je pitanje ko bi odlučivao o prelasku na niže stope kapitala - Bazelski komitet ili nacionalni supervizor. Treće, nisu postojali jasni kriterijumi za odlučivanje o tome da li postoje dovoljni makroekonomski razlozi za smanjenje stope obaveznog kapitala (Todorović, Jakšić & Tomić, 2017, str. 226).



Slika 2 Prociklični efekti Bazela II

Izvor: Autori

Činjenica je da Bazel II regulatorni okvir obezbeđuje bankama mnogo jasniju i bolje definisanu sliku njenih sopstvenih pojedinačnih pozicija rizika. On služi i služiće tome da banke učini svesnijima analize rizika. Problem je u tome da svrha regulisanja treba da bude ograničenje sistemskih rizika, mogućnosti pojave zaraza, eksternalija sistema kao celine, a ne toliko da natera svaku pojedinačnu banku da se prema riziku odnosi razumnije. Sistemski problem se manifestuje u tome da akcije svake pojedinačne banke utiču i na sve ostale banke u sistemu. Zbog postojanja prirodne tendencije ka čoporativnom ponašanju, takvo ponašanje je sada dalje podstaknuto regulatornim zahtevima. Najnovije regulatorne i računovodstvene mere, uprkos svojim najboljim namerama, značajno su pojačale prirodnu interakciju u ponašanju banaka, investicionih kuća i drugih finansijskih institucija.

U skladu sa prethodno navedenim, jasno je da je potrebno učiniti stabilnijim sistem kao celinu, a ne toliko povećavati svesnost u vezi rizika među pojedinačnim bankama. U tom cilju, početkom 2008. godine, izneti su predlozi da se osnova CAR-a prebaci sa nivoa rizikom ponderisane aktive na njihove stope rasta (Goodhart, 2008, str. 14). Cilj je bio da se regulatori oslone i na mehur i na bankrotstvo, i sistema i pojedinačnih institucija, zahtevajući dodatni kapital i likvidnost u uslovima brzog rasta i smanjenje ovih zahteva u periodu opadanja ekonomske aktivnosti. Od svih razvijenih zemalja, jedino su se španski regulatori eksplicitno bavili cikličnim oscilacijama kapitala, uvođenjem tzv. statističkih rezervi. Međutim, ovi pohvale vredni predlozi do 2010. godine nisu bili prihvaćeni od strane bazelske regulative.

Globalna finansijska kriza je obelodanila neusklađenost između regulatornog okvira Bazela II i njegovog primarnog cilja obezbeđenja finansijske stabilnosti, zbog zanemarivanja dimenzija sistemskog rizika i lakoće njegovog prenošenja (Krug, Lengnick & Wohltmann, 2013, str. 1). Nastanak Globalne finansijske krize (*Subprime* kriza) je aktuelizovao evidentan propust bazelske regulative, koji se sastojao u neadekvatnom uspostavljanju dinamičnih veza između monetarne i

prudencione politike. Posao centralne banke se odnosio na osiguranje makro stabilnosti i pružanje usluge zajmodavca u poslednjoj instanci, dok su supervizori bili zaduženi za prudenciono regulisanje i finansijsku stabilnost. Pri tome, regulativa ih nije obavezivala na čvrstu međusobnu saradnju, u čemu i leži jedan od osnovnih uzroka krize. Nedovoljna pažnja, kako monetarnih vlasti u odnosu na implikacije njihovih akcija na finansijska dešavanja, tako i supervizora u odnosu na makro dinamiku, duboko je doprinela krizi.

Na kraju, može se konstatovati da široka primena Bazela II omogućava bolju transparentnost i konkurentnost banaka na globalnom nivou. Pri tome, od sposobnosti i veštine upravljanja rizicima i eksploatacija IRB pristupa, zavisiće i konkurentnost banaka sa aspekta mogućnosti smanjivanja regulatornog kapitala i ekspanzivnije kreditne politike. Pošto se upravljanje rizicima sve više pretvara u nauku, intenzivirano je takmičenje između banaka za osobljem, kao što su regulatori i finansijski analitičari.

Generalno, Bazel II je nastojao da stvori sveobuhvatniji i fleksibilniji regulatorni okvir, bez žrtvovanja stepena stabilnosti, postignutog Bazelom I.

Razvoj i implementacija Bazela III

S obzirom da je globalna finansijska kriza obelodanila koncepcijske nedostatke Bazela II, koji nije uspeo da spreči i zaustavi tokove krize, ukazala se potreba za kontracikličnim instrumentima kontrole i mehanizmima koji potrebe za kapitalom povezuju sa stopom promene bankarskog kreditiranja. Tako, 2010. godine, Bazelski komitet je doneo određene smernice tzv. Bazela III, sa ciljem da unapredi sposobnost banaka da apsorbuju šokove koji proizilaze iz okruženja, poveća transparentnost banaka i uspostavi adekvatne regulatorne okvire na globalnom nivou. Drugim rečima, ovaj dokument predstavlja rezultat napora da se regulatorni okvir bankarskog poslovanja učini stabilnijim, pritom ističući značaj adekvatnog upravljanja rizicima. Da bi ojačao mikroprudencionu regulaciju, Bazel III je uveo revidiranu verziju standarda adekvatnosti kapitala i zahteve za likvidnošću banaka. Pooštavanje uključuje i kvalitativnu i kvantitativnu dimenziju, kako bi se obezbedilo dovoljno resursa za pokriće neočekivanih gubitaka i odliva likvidnih sredstava (Krug, Lengnick & Wohltmann, 2013, str. 8). U sledećoj tabeli prikazana je komparativna analiza sva tri bazelska sporazuma.

Standardi Bazela III kombinuju dva komplementarna pristupa supervizije, mikropristup, na nivou pojedinačnih banaka s jedne strane i makropristup, s druge strane. Mikroprudenciona supervizija se odnosi na povećanje otpornosti banaka u periodima tržišnih neizvesnosti putem ustanovljavanja višeg kvaliteta kapitala, obuhvatnijeg pokrića rizika i adekvatnije supervizije. Istovremeno, u osnovi makroprudencione supervizije nalaze se tri elementa, a to su: kapitalni amortizeri, standardi likvidnosti i leveridž ratio (Sotelino & Gonzales, 2016, str. 100).

Zahtev za minimalnim ukupnim kapitalom se nije menjao i iznosi 8% riziko ponderisane aktive, dok minimalan iznos za primarni capital (Tier 1) se povećava sa 4% na 6% (slika 2). U odnosu na Bazel II, promene se ogledaju i u eliminisanju tercijarnog kapitala (Tier III) i uvođenju novih kategorija, kao što su zaštitni i kontraciklični amortizeri. Smisao uključivanja zaštitnog kapitalnog amortizera jeste stvaranje zaliha u fazi ekspanzije, koje se mogu iskoristiti za apsorpciju gubitaka tokom finansijskih i ekonomskih stresnih perioda, bez posledica po zahtevanu minimalnu stopu kapitala. Zaštitni amortizer je uključen u akcijski kapital, ali se utvrđuje u visini od 2,5% iznad minimalnog zahtevanog kapitala. Time, minimalni zahtevi biće uvećani i iznosiće 8,5% kada je u pitanju primarni kapital, odnosno 10,5% za ukupni kapital. Bankama će biti dozvoljeno da povlače zaštitne amortizere tokom stresnih i kriznih perioda, pri

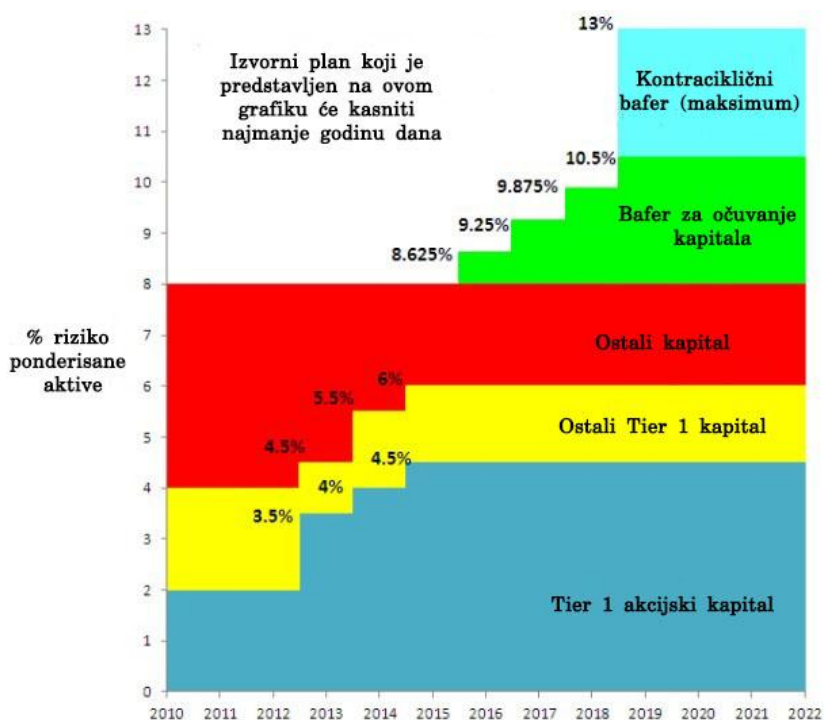
čemu će približavanje minimalnom zahtevu za osnovnim kapitalom uticati na veća ograničenja ili čak zabranu isplate dividendi i bonusa zaposlenima i akcionarima.

Tabela 1 Od Bazela I do Bazela III

Godina	Bazel I 1988	Bazel II 2004	Bazel II.5 i Bazel III 2010
Kontekst	Bankarska kriza u Latinskoj americi '80 godina XX veka	Kriza u Aziji i Rusiji 1997/1998	Globalna finansijska kriza 2008
Glavna svrha	Stvaranje minimalnih kapitalnih zateva za kreditni rizik	Proširivanje regulatornog okvira na tržišni i operativni rizik	Problemi likvidnosti, leveridža i previše-veliki-da-bi-propali
Kreditni rizik	Stvaranje pondera rizika	Kreditni rizik zavisi od modela ili je predmet procene rejting agencija	Uvećavanje pondera rizika za sekjuritizaciju
Tržišni rizik	Ne postoji	Standardizovani pristup ročne merdevine (<i>maturity ladder</i>) ili prema internim modelima	Stvara se stres vrednost pod rizikom (sVaR), uvodi se CVA (<i>Credit valuation adjustment</i>) za tržišnu vrednost rizika druge ogovorne strane
Operativni rizik	Ne postoji	Standardizovan pristup korišćenjem formule supervizora ili prema internim modelima	Nema promena
Rizik likvidnosti	Ne postoji	Ne postoji	Uvode se racio pokrića likvidnosti (liquidity coverage ratio – LCR) i racio neto stabilnog finansiranja (net stable funding ratio – NSFR)
Definisanje kapitala	Osnovni kapital i Rezerve čine kapital Nivoa 1 (Tier 1)	Proširenje kapitala Nivoa 2 (Tier 2)	Tier 2 je u najvećoj meri povučen
Kapitalni zahtevi	Države imaju diskreciono pravo, ali je 8% preporučeno	Države imaju diskreciono pravo, ali je preporučeno 2% osnovnog kapitala, 4% Tier 1 i 4% Tier 2	Za sve države G-20, 10.5% uključujući zaštitni amortizer. Sastav se menja na 4% osnovni kapital i 7.5% Tier 1 Do 2.5% kao kontraciklični amortizer (diskreciono pravo države) i do 3.5% za globalne sistemski važne banke (bira ih Bazelski komitet za bankarsku superviziju) ili domaće sistemski važne banke (diskreciono pravo države)
Dodatni kapital	Ne postoji	Hirbirdni instrumenti kapitala i duga su se razvili i uveliko se koriste	

Izvor: Sotelino & Gonzales (2016), str. 104

Obaveza formiranja kontracikličnog amortizera nije direktno nametnuta bankama, već nacionalni regulatori, u zavisnosti od pretnji sistemske prirode, mogu zahtevati ovaj oblik kapitala. Visina kontracikličnog amortizera se nalazi u rasponu 0-2,5% riziko ponderisane aktive, kako bi se obezbedio makroprudencioni cilj zaštite bankarskog sistema u uslovima preteranog kreditnog rasta. Praktično, regulatori ga fleksibilno koriste da podstaknu ili smanje kredite u različitim fazama kreditnog ciklusa. Takođe, regulatori su ostavili i mogućnost uvođenja strožijih pravila za sistemski važne banke, odnosno institucije koje mogu lako da ugroze finansijski sistem. Vremenski okvir implementacije minimalnih zahteva za kapitalom prikazan je na Slici 3.



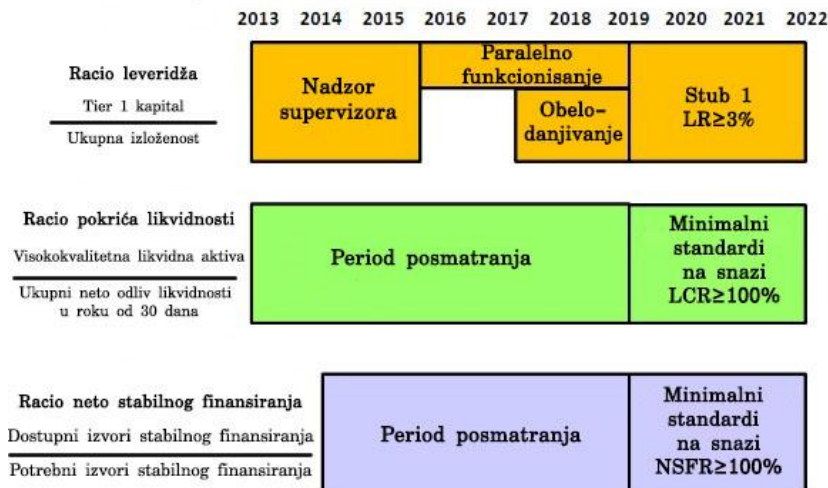
Slika 3 Implementacija Zahteva za kapitalom

Izvor: Masera, R. (2013), 27.

Rigorozniji zahtevi za kapitalom predstavljaju neophodan, ali ne i dovoljan uslov za stabilnost bankarskog sektora. Kako bi obezbedio neophodne uslove za dugoročnu strukturu likvidnosti u bankarskim institucijama, Basel III je uveo nove standarde koji omogućavaju veću otpornost banaka na kratkoročne probleme likvidnosti, jer se pokazalo da su se problemi u bankama javljali zbog nedovoljno likvidnih sredstava i pored posedovanja adekvatnih iznosa kapitala (Banerjee & Mio, 2014, str. 3). Formirana su dva standarda likvidnosti, a to su:

1) Racio pokriva likvidnosti (Liquidity Coverage Ratio – LCR), kao odnos visoko likvidne aktive i ukupnih neto gotovinskih odliva., u narednih 30 dana, koji bi trebalo da bude viši ili jednak 100%. On podrazumeva obavezu banaka da drže visoko likvidnu aktivu u iznosu koji je minimalno jednak neto gotovinskim tokovima u narednih 30 dana. Ovaj racio treba da obezbedi bankama da održavaju visokokvalitetna sredstva koja se mogu konvertovati u gotovinu, tokom stresnih perioda (Basel Committee on Banking Supervision, 2013, str. 6). Racio pokriva likvidnosti postao je minimalni standard 01. januara 2015. godine.

2) Racio stabilnog neto finansiranja (Net Stable Funding Ratio – NSFR), predstavlja odnos između raspoloživog iznosa sredstava za stabilno finansiranje i potrebnog iznosa sredstava za stabilno finansiranje, koji mora da bude viši od 100. Racio ima za cilj da se ograniči preterano oslanjanje na kratkoročno finansiranje u vreme stresnih perioda i da podstakne bolju procenu rizika likvidnosti po bilansnim i vanbilansnim aktivnostima. On je određen tako da pretpostavlja da su dugoročne obaveze stabilnije od kratkoročnih i da su kratkoročni depoziti stanovništva i malih preduzeća stabilniji od velikih ulaganja drugih partnera iste ročnosti (Basel Committee on Banking Supervision, 2014, str. 2). Racio stabilnog neto finansiranja postao je minimalni standard 01. januara 2018. godine. Vremenski okvir implementacije racia likvidnosti prikazan je na Slici 4.



Slika 4 Implementacija racia likvidnosti

Izvor: Masera, R. (2013), 27.

Zbog nedostatka transparentnosti u finansijskom izveštavanju pre nastanka krize, mnoge banke su nastojale da skromnim ulaganjima obezbede maksimalne koristi. Na taj način, banke su postale prezadužene. Zbog toga, Bazel III uvodi leveridž racio, koji treba da limitira ukupnu izloženost banaka rizičnim aktivnostima i eliminiše mogućnost prezaduženosti istih. Leveridž racio, kao odnos primarnog kapitala i ukupnih izloženosti banaka, ne sme da bude manji od 3%.

Praktično, Bazelski komitet koji je doneo određene preporuke za reformu bankarske regulative i nadzora nad poslovanjem banaka, koje se prvenstveno odnose na povećanje koeficijenta adekvatnosti kapitala, koje bi bilo u skladu sa rastućim rizicima kompleksnog i globalizovanog finansijskog poslovanja i povećanje kvaliteta primarnog kapitala. Takođe, doneta je i preporuka o uvođenju standarda minimalne globalne likvidnosti, koji ranije nije bio uključen u regulativu, a mogao bi da spreči gubitak likvidnih sredstava.

Pored prethodno navedenih preporuka za jačanje prudencione kontrole banaka na mikro nivou, Bazelski komitet je doneo i preporuke na makro nivou. Prvo, koeficijent adekvatnog iznosa kapitala mora da se dopuni odgovarajućim međunarodno harmonizovanim koeficijentom raspoloživosti kapitala, kako bi se sprečilo da banke zaobilaze zahteve nove regulative. Drugo, potrebno je stvoriti zaštitne amortizere u fazama ekonomskog prosperiteta, koje bi se aktivirale tokom recesivnih kretanja u privredi. Treće, potrebno je da se uvedu pravila o derivatima, kako bi se smanjila njihova upotreba kao kompleksnih instrumenata visokog rizika.

Novi sporazum je nastao kao kompromis između američkih i evropskih banaka, koje su generalno manje kapitalizovane pa će u tom smislu morati da prikupe i više kapitala. Međutim, nova regulativa je naišla na različite reakcije u bankarskom sektoru. Dok je cilj regulatora bio da stvore sigurniji bankarski sektor, otporan na krize i cikluse procvata i kraha, bankari izražavaju strah od usporenog ekonomskog oporavka, smanjenog i otežanog kreditiranja i povećanja kamatnih stopa (Caruana, 2010, str. 12).

U tom smislu, regulatori su omogućili da se nova pravila Bazela III uvode postepeno, kako bi banke imale dovoljno vremena da se prilagode strožijim zahtevima i kako se ne bi ugrozio ekonomski oporavak nakon globalne krize.

Zaključak

Globalizacija finansijskog tržišta i internacionalizacija poslovanja banaka, koje su uslovile porast konkurencije na globalnom nivou, stvorile su potrebu za intenzivnijom regulatornom kontrolom banaka i međunarodnom konvergencijom nacionalnih regulativa. Adekvatno dizajniran regulatorni okvir je neophodan za donošenje ispravnih operativnih odluka i obezbeđenje poverenja javnosti u bankarski sistem, bez obzira što regulisanje ne može u potpunosti sprečiti bankarske krize, eliminisati rizike u bankarskom poslovanju, garantovati ispravne menadžment odluke i etičko ponašanje bankarskih menadžera.

Međunarodna konvergencija i standardizacija uslova poslovanja vezuje se za rad Bazelskog komiteta, koji je rezultirao donošenjem tri Sporazuma o adekvatnosti kapitala (Bazel I, Bazel II i Bazel III). Prva dva Bazelska sporazuma (Bazel I i Bazel II) imala su za cilj uspostavljanje jedinstvenih zahteva u pogledu visine kapitala, koje su banke bile u obavezi da drže. Drugim rečima, ciljevi sporazuma bili su sprečavanje nastanka bankarskih kriza, predstavljanje domaćih banaka kao stabilnih i solventnih i eliminisanje problema proisteklih iz neusaglašenosti nacionalnih regulativa. Mada su drugi faktori, poput likvidnosti i kamatne osetljivosti, možda čak i važniji u ostvarivanju ovih ciljeva, adekvatan kapital je dugi niz godina bio primarni problem regulatora. Tek je treći sporazum (Bazel III) istakao problem likvidnosti kao ključni faktor nestabilnosti bankarskih sistema.

Globalna finansijska kriza je aktuelizovala značajan propust Bazelske regulative, koji se ogleda u neadekvatnom uspostavljanju dinamičnih veza između monetarne i prudencione politike. Jasno je da Bazelska regulativa nije uspela da spreči kolaps bankarskog i finansijskog sistema, pa su pokrenute određene reforme kako bi regulativa banaka bila u skladu sa nestabilnim okruženjem u kome one posluju. Takva situacija je rezultirala donošenjem novog sporazuma – Bazel III. On ima za cilj da regulatorni okvir bankarskog poslovanja učini stabilnijim, obezbedi adekvatan kapital i likvidnost banaka, smanji sistemski rizik i eliminiše ciklične oscilacije u privredi.

Adekvatan odgovor na pitanje o uticaju Bazela III na minimiziranje problema individualnih banaka, problema sistemske prirode i problema nestabilnosti na finansijskim tržištima, u ovom trenutku se ne može dati. Njegova implementacija još uvek traje u pojedinim zemljama, banke se još uvek prilagođavaju novim, strožijim uslovima radi očuvanja fleksibilnosti u poslovanju. Stoga je buduća istraživanja potrebno usmeriti na ispitivanje njegove efikasnosti.

Literatura

1. Alexander, P.(2008). *Risk Management Bites Back*. The Banker Supplement, October.
2. Banerjee, R & Mio, H. (2014). *The Impact of Liquidity Regulation on Banks* (BIS Working Paper, 470). Basel: Bank for International Settlements.
3. Basel Committee of Banking Supervision. (2009). *History of the Basel Committee and its Membership*, Basel Committee on Banking Supervision.
4. Basel Committee on Banking Supervision. (2013). *Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and Liquidity Risk Monitoring Tools*.
5. Basel Committee of Banking Supervision (2014). *Basel III: The Net Stable Funding Ratio*. Basel: Bank for International Settlements.
6. Basel Committee of Banking Supervision (2017). *Basel III: Finalising post-crisis reforms*. Bank for International Settlements, December.

7. Borković, M & Vuković, D. (2007). *Bazel II: Međunarodna saglasnost o merenju kapitala i standardima kapitala: Revidirani okvir, Sveobuhvatna verzija*. prevod, Udruženje banaka Srbije. Jugoslovenski pregled. Beograd.
8. Caruana, J. (2010). *Basel III: towards a safer financial system*. 3rd Santander International Banking Conference, Madrid.
9. Dreyer, K. J, Schmid, A. P & Zugrav, V. (2018). Individual, Systematic and Systemic Risks in the Danish Banking Sector. *Czech Journal of Economic and Finance*. 68(4). 320-350
10. Erić-Jović, M. (2003). Bazelski sporazum II – Kreditni rizik: standardni pristup, *Bankarstvo*. 33(5-6).
11. Goodhart, C.A.E. (2008). *The Regulatory Response to the Financial Crisis*, CESifo Working Paper No. 2257, Category 6: Monetary Policy and International Finance, March.
12. Heid, F. (2007). The cyclical effects of the Basel II capital requirements. *Journal of Banking & Finance*. 31(12). 3885-3900
13. Krug, S. Lengnick, M, Wohltmann, H.W. (2013). The Impact of Basel III on Financial (In)stability, An Agent-Based Credit Network Approach, *Quantitative Finance*, November. DOI: 10.1080/14697688.2014.999701
14. Kryzanowski, L. (2007). *Organizational Design and Positioning of the Deposit Insurance Function in the Financial System Safety Net*, in Andrew Campbell, John Raymond LaBrosse, David G. Mayes and Dalvinder Singh, (eds.), *Deposit Insurance*, Palgrave Macmillan, New York.
15. Masera, R. (2012). *Bank Capital Standards: A Critical Review*, Special Paper 215, LSE Financial Markets Group Paper Series, December.
16. Masera, R. (2013). US Basel III Final Rule on banks' capital requirements: a different-size-fits-all approach. *PSL Quarterly Review*, 66(267). 387-402
17. Sayah, M. (2016). Analyzing and Comparing Basel III Sensitivity Based Approach for the Interest Rate Risk in the Trading Book, *Applied Finance and Accounting*, 2(1). 101-118.
18. Sotelino, F, Gonzales, R. (2016). Universal Banking Post Crisis: Past and Future of International Corporate and Personal Banking. *Universal Journal of Accounting and Finance*. 4(3); 97-106. DOI: 10.13189/ujaf.2016.040301
19. Stability and Sustainability in Banking Reform. (2014). *Are environmental risks missing in Basel III?*, University of Cambridge, Institute for Sustainability Leadership, August.
20. Todorović, V, Jakšić, M, Tomić, N. (2017). Bank regulations in modern financial environment. *Facta Universitatis. Series, Economics and Organization*, 14(3). 217-230. DOI10.22190/FUEO1703217T
21. Todorović, V. (2015). *Upravljanje bankarskim krizama*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
22. Vuković, D. (2003). Bazelski komitet za bankarski nadzor: Prikaz novog bazelskog sporazuma - konsultativni dokument, *Bankarstvo*, 33(5-6).

STRATEGIJA DINARIZACIJE - STANJE, IZAZOVI I PERSPEKTIVE

Nenad Janković* i Veroljub Dugalić**

Iako je za male i otvorene ekonomije koje se integrišu u svetske ekonomske tokove prirodno da u određenoj meri koriste strane valute, visok stepen evroizacije (dolarizacije) može imati brojne negativne posledice po vođenje ekonomske politike, odnosno može se negativno odraziti na makroekonomsku i finansijsku stabilnost. Imajući u vidu da to smanjuje efikasnost monetarne i fiskalne politike, Narodna banka Srbije i Vlada Republike Srbije su u martu 2012. godine potpisale Memorandum o strategiji dinarizacije čime su definisali ciljeve, mere i aktivnosti koje je u narednom periodu trebalo preduzeti kako bi se vratilo poverenje u domaću valutu i kako bi se povećala njena upotreba u finansijskom sistemu. Iako početni rezultati pomenute strategije nisu bili na zadovoljavajućem nivou, određena makroekonomska stabilnost je postignuta i finansijska stabilnost je ojačana tako da je zaključeno da je neophodno postojeću strategiju unaprediti, odnosno utvrditi novu. Utvrđene su dodatne mere i aktivnosti koje treba da obezbede dalji rast stepena dinarizacije i smanjenje deviznog rizika. Problem predstavlja činjenica da je to postepen i dugoročan proces.

Ključne reči: dinarizacija, evroizacija, režim deviznog kursa, makroekonomska stabilnost

Uvod

Istovremena upotreba domaće i inostrane valute predstavlja posledicu određenih slabosti nacionalne ekonomije (monetarna i ekonomska nestabilnost, nedovoljno kredibilne ekonomske institucije, politička nestabilnost) i ukazuje da se radi o nezvaničnoj evroizaciji (dolarizaciji – opšti naziv ove pojave). Iako je domaća valuta zvanično u upotrebi, usled već pomenutih slabosti inostrana valuta se upotrebljava i kao čuvar vrednosti, i kao sredstvo razmene, i kao jedinica mere (Janković, Stanišić, 2014, str. 250). U dužem vremenskom periodu ovakva situacija je prisutna i u Srbiji. Promenjena je jedino valuta koja se koristi – nemačku marku zamenio je evro. Međutim, pored određenih napora koji se čine od strane monetarnih vlasti, poverenje u dinar je i dalje nedovoljno. Iz tog razloga, između ostalog, Narodna banka Srbije i Vlada Republike Srbije su u martu 2012. godine potpisale Memorandum o strategiji dinarizacije čime su definisali ciljeve, mere i aktivnosti koje je u narednom periodu trebalo preduzeti kako bi se vratilo poverenje u domaću valutu i kako bi se povećala njena upotreba u finansijskom sistemu. Donošenje strategije deevroizacije, ili kako je to u Srbiji nazvano dinarizacije (mada je to prilično čudno s obzirom da je dinar u Srbiji zvanična, a ne rezervna valuta) svakako je bio dobar korak u pokušaju rešavanja uočenih problema i povećanja efikasnosti monetarne politike. Međutim, izazovi za uspešno sprovođenje ove strategije su tada bili veliki i brojni. Ono što je svakako loše kod njenog usvajanja je činjenica da ona nije bila kvantifikovana, što znači da se nakon određenog vremena rezultati ne mogu uporediti, odnosno izmeriti (nema neke referentne vrednosti) i, što je naročito značajno za srpske ekonomske i političke uslove, nije određeno ko je odgovoran za eventualni neuspeh (Vuković, 2011, str. 32). Iako je strategija doneta, stiče se utisak da je trebalo još mnogo više i sistematski raditi na dinarizaciji domaćeg finansijskog sistema. Povezano sa ovim, može se postaviti i pitanje adekvatnosti izbora režima deviznog

* Vanredni profesor, e-mail: njankovic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: vdugalic@kg.ac.rs

kursa i monetarne politike. Samo uz još veće korišćenje domaće valute u domaćem finansijskom sistemu moguće je ojačati uticaj monetarne politike i stvoriti preduslove za ispoljavanje prednosti ciljanja inflacije kao monetarnog modela. Nizak nivo dinarizacije utiče na kredibilitet monetarne politike zato što, pri režimu inflacionog targetiranja kanal deviznog kursa postaje dominantan (a ne kanal kamatnih stopa, kako bi trebalo). Većom upotrebom dinara u finansijskom sistemu Srbije i boljom usklađenošću valutne strukture prihoda i rashoda bankarskog i nebankarskog sektora još više bi se poboljšao stepen finansijske stabilnosti zemlje, umanjio bi se rizik od promene deviznog kursa u najranjivijim sektorima privrede i povećala bi se efikasnost monetarne politike (Martin, 2016, str. 38). U suprotnom, bez značajnijeg napretka u korišćenju domaće valute, formalno zadržavanje postojećeg modela nema opravdanja, posebno što se već određeni vremenski period u praksi on i ne sprovodi. Neformalno, uprkos činjenici da je režim deviznog kursa rukovođeno fluktuirajući, on je zapravo fiksni, što kratkoročno možda izgleda dobro, ali srednjeročno i dugoročno može otežavati dalji privredni oporavak zemlje (http://bankar.rs/2019/04/02/bivsi-guvernernbs-dejan-soskic-trebalo-je-mnogo-vise-i-sistematski-raditi-na-dinarizaciji/?fbclid=IwAR3E7PLrQGTq3a1ulXYvf3zpUV3_JVGQ5d5EzvaL3Ek5J31ovdb1saXa270). Imajući sve ovo u vidu, zaključeno je da je neophodno postojeću strategiju unaprediti kroz uvođenje dodatnih mera i aktivnosti koje bi trebalo da obezbede još brži rast stepena dinarizacije i smanjenje rizika deviznog kursa. Krajem decembra 2018. godine potpisan je od strane Vlade Republike Srbije i Narodne banke Srbije novi Memorandum o dinarizaciji. Problem predstavlja činjenica da je to jedan postepen i dugoročan proces čija je dužina u velikoj meri uslovljena dužinom pogrešno vođene ekonomske, odnosno pre svega monetarne politike u nekom ranijem periodu.

Problem nepoverenja u dinar

Vraćanje poverenja u domaću valutu je postepen i dugoročan proces koji zavisi od mnogo faktora. U velikoj meri zavisi i od toga koliko dugo je vođena pogrešna (loša) ekonomska (pre svega makroekonomska, odnosno monetarna) politika. Povezano sa tim, ukoliko se zna da je nakon II svetskog rata u Srbiji primenjivan koncept čvrstog deviznog kursa (primena bretonvudskog monetarnog sistema je bila aktuelna sve do 1973. godine), a da je dinar od 1. januara 1952. godine do 31. marta 1998. godine devalvirao 23 puta, to ukazuje na neuspešno sprovođenje zacrtane ekonomske politike i gubitak poverenja u mere monetarne vlasti. Rastući deficit u spoljnotrgovinskoj razmeni je zahtevao promenu zvaničnog deviznog kursa kako bi se stimulisao izvoz i obeshrabrio preveliki uvoz. Broj i stepen izvršenih devalvacija tokom ovog perioda svedoče da je očekivani efekat uglavnom izostajao (naročito ako se posmatra duži vremenski period), odnosno da je nakon određenog vremenskog perioda bio poništavan (najčešće) inflacijom (Dugalić, 1998, str. 49). Ako se na to nadoveže neadekvatna fiskalna i monetarna politika u poslednjoj deceniji XX veka koja se ogledala u primeni, još uvek, fiksnog režima deviznog kursa, ali bez pune konvertibilnosti, uz formiranje tzv. „crnog“ tržišta, jasno je da su uzroci nepoverenja bili prisutni u izuzetno dugom vremenskom periodu. Ovakva situacija je doprinela da se cena deviza na ta dva tržišta formira odvojeno – na zvaničnom deviznom tržištu cena deviza je bila fiksirana i ono je bilo kontrolisano od strane monetarne vlasti, a na „crnom“ deviznom tržištu, cena deviza je bila određivana odnosom ponude i tražnje domaće i inostrane valute. Ekspanzivna fiskalna i monetarna politika je doprinosila sve većoj ponudi dinara što je uticalo na depresijaciju nacionalne valute i stvaralo razliku između vrednosti dinara na zvaničnom i na „crnom“ deviznom tržištu. Kupovina deviza po zvaničnom deviznom kursu je bila privilegija pojedinaca, a zbog znatno većeg deviznog kursa na „crnom“ tržištu,

prodaja deviza se upravo na njemu obavljala, čime se izbegavalo zvanično devizno tržište. Na taj način je dodatno raslo nepoverenje u monetarnu vlast (Miljković i Vučković, 2006, str. 249-250).

Pri tome, za ovaj problem ne postoji univerzalno rešenje koje je moguće primeniti u svim zemljama i na isti način. Faza ekonomskog razvoja u kom se zemlja nalazi, odnosno stepen njene razvijenosti, faza privrednog i finansijskog ciklusa, stepen razvijenosti finansijskog tržišta, režim deviznog kursa...samo su neke od karakteristika posmatrane ekonomije od kojih će zavisiti set mera i aktivnosti koje bi nosioci ekonomske politike trebalo da primene ukoliko žele da povrate poverenje u nacionalnu valutu. Kratkoročno gledano, rezultati mogu biti postignuti i korišćenjem administrativnih mera kojim bi se zabranila upotreba strane valute, ali smatra se da to nije dobro rešenje zato što ne doprinosi ni porastu poverenja u domaću valutu, ni u ekonomsku vlast. Ovo pitanje mora biti rešeno dogoročno gledano, na način koji je održiv uz uključivanje svih zainteresovanih strana – vlade, Narodne banke Srbije, poslovnih banaka, nebankarskog sektora, pa čak i stanovništva. Očigledno da stabilizacija makroekonomske situacije predstavlja nužan, možda i najvažniji uslov, ali neophodno je primeniti i određene makroprudencijalne i mikroekonomske mere kako bi uspeh bio potpun, a vraćeno poverenje u domaću valutu trajno (Memorandum o strategiji dinarizacije, 2018, str. 3). Konkretno, u slučaju Srbije, od donošenja prethodne strategije, određena makroekonomska stabilnost je postignuta i dva osnovna preduslova su (na neki način) ispunjena – niska i stabilna stopa inflacije (može se reći da je stopa inflacije od 2014. godine pod kontrolom) i stabilan devizni kurs (poslednje dve godine vrednost dinara u odnosu na evro je praktično nepromenjena). Ipak, da bi rezultati bili pozitivni, a uspeh strategije dinarizacije bio potpun, neophodno je da i realni sektor privrede (pre svega njegov izvozni deo) da svoj doprinos i utiče na "jačanje" dinara. Brži rast izvoza od uvoza, smanjenje nezaposlenosti, povećanje realnih zarada i veći priliv SDI smanjuju pritisak na inflaciju, stanovništvu to omogućava da u većoj meri troši realno zarađeni novac, dolazi i do većeg deviznog priliva u zemlju, što dovodi do jačanja dinara. Na taj način se može zaključiti da su mere monetarne i fiskalne politike kratkoročnog karaktera i da je za dugoročnu finansijsku stabilnost od presudnog značaja jačanje domaće privrede (<http://ipf.rs/perspektiva-strategije-dinarizacije-finansijskog-sistema-srbije/>, str. 2). Samo na taj način postignuti rezultati će biti održivi.

Ključni pokazatelji makroekonomske stabilnosti

Poslednja svetska finansijska (kasnije i ekonomska) kriza je u velikoj meri uticala i na ekonomska dešavanja u Srbiji. Iako je tu bilo čak i pozitivnih stvari (značajno smanjenje deficita tekućeg računa), generalno gledano, kriza je ukazala na svu „ranjivost“ srpske privrede. Od početka 21. veka, pa do tog trenutka, Srbija je beležila značajne stope rasta tako da je do 2008. godine BDP prosečno rastao po stopi od 5,9%. Nakon toga, uz velike oscilacije i čak tri godine sa negativnom stopom rasta (2009., 2012. i 2014. godina), tek 2018. godine je zabeležena značajnija stopa rasta – 4,3%, koja je još uvek značajno manja od prosečne stope rasta u predkriznom periodu. Za početne visoke stope rasta u velikoj meri je zaslužna i niska startna osnova, ali da bi Srbija dostigla srednji i viši nivo razvijenosti, stope rasta moraju biti znatno više (stope rasta od 2-3% nisu dovoljne) od stope rasta razvijenih zemalja (Janković i Dugalić, 2019, str.30-31).

Treba napomenuti da je i spoljnotgovinska razmena nakon oporavka od krize nastavila da raste što se može videti u značajnom povećanju stepena otvorenosti srpske ekonomije. Mereno udelom izvoza i uvoza robe i usluga u BDP, otvorenost srpske ekonomije je porasla sa 85,5% u 2012. godini, na 110,2% u 2018. godini (sa tendencijom daljeg rasta – tabela br. 1) Za malu zemlju, poput Srbije, u ovako integrisanom svetskom tržištu, velika otvorenost predstavlja neminovnost. On što je u ovom slučaju dobro je to da se, za razliku od predkriznog perioda,

stepen otvorenosti srpske privrede u periodu od 2012. do 2018. godine sve više bazira na povećanju srpskog izvoza. Iako je izvozni koeficijent Srbije u posmatranom periodu značajno povećan, još uvek je nedovoljno dobar i očigledno je da, s obzirom na uticaj koji može imati na privredni rast, u narednom periodu dalje povećanje izvoza za malu zemlju kao što je Srbija, praktično nema alternativu. Potvrda svega navedenog je i smanjenje deficita tekućeg računa. Izuzimajući 2012. godinu, deficit tekućeg računa se nalazi u okvirima koji se smatraju održivim. Problem može biti što se struktura tog deficita može smatrati lošom. Činjenica da deficit robne razmene u najvećoj meri utiče na tekući račun nije dobra. To pokazuje da zemlja ima neusklađenu privrednu strukturu koju je neophodno menjati ukoliko se želi obezbediti poboljšanje pozicije na svetskom tržištu u dugom roku. Deficit u tekućem delu podrazumeva da bi trebalo imati suficit u finansijskom delu platnog bilansa, odnosno, potrebno je naći način za finansiranje pomenute potrošnje (investicija). Najbolji način predstavljaju strane direktne investicije. Posle 2012. godine primećuje se rast učešća SDI u BDP-u, ali se takođe može konstatovati da je tek u 2017. godini (6,2% BDP-a) dostignut prosek iz predkriznog perioda (od 2001. do 2008. godine prosečno učešće SDI u BDP-u je iznosilo 6,25) što znači da prostora za dalji napredak ima (Janković i Dugalić, 2019, str. 32). Naravno, pored iznosa bitan je i tip stranih direktnih investicija koje su privučene. Za razliku od predkriznog perioda kada je najveći deo bio rezultat privatizacije, po ovom pitanju je napravljen pomak tako da sve više dolazi do grinfild investicija koje su izvozno orijentisane. . To potvrđuje Izveštaj FDI Intelidžensa (FDI Intelligence), specijalnog odeljenja Fajnenšel tajmsa (Financial Times), o globalnim trendovima grinfild investicija (The FDI Report 2017 - Global Greenfield Investment Trends). Podaci ovog odeljenja dobijaju na značaju ukoliko se analizira indeks učinka po osnovu grinfild stranih direktnih investicija (Greenfield FDI Performance Index). Najveći indeks učinka u pogledu grinfild SDI na svetu u 2016. godini imala je Srbija. Indeks od 12,02 znači da je ona privukla 12 puta veći iznos grinfild stranih direktnih investicija od onoga koji se mogao očekivati za ekonomiju te veličine (Dugalić, 2017, str. 10).

Pored već navedenih makroekonomskih pokazatelja treba napomenuti i kretanje referentne kamatne stope i deviznog kursa u posmatranom periodu. Kao što se iz tabele br. 1 može videti, iz godine u godinu referentna kamatna stopa se smanjuje i u 2018. godini je dostigla najniži nivo - 3% (za razliku od početka posmatranog perioda kada je iznosila 11,25%, ili 2008. godine kada je bila 17,75%). Niska referentna kamatna stopa je svakako odraz određene stabilnosti koja je u međuvremenu postignuta. Međutim, svakako se i dalje može postaviti pitanje efikasnosti kanala kamatnih stopa i koliki je stvarni uticaj referentne kamatne stope na ekonomska dešavanja u Srbiji. Jednostavno, u visoko evroizovanim ekonomijama, gde je veliko učešće valutno indeksiranih kredita, referentna kamatna stopa Evropske centralne banke i EURIBOR imaju veći uticaj na trošak zaduživanja u Srbiji nego referentna kamatna stopa Narodne banke Srbije.

Što se deviznog kursa tiče, primetno je da je nakon 2016. godine zaustavljena depresijacija evra (barem nominalna koja je do tog trenutka bila prisutna). Tokom cele 2017., 2018., pa može se reći i 2019. godine vrednost evra u dinarima je gotovo nepromenjena i iznosi oko 118 dinara. Može se reći da to ima i svoje dobre strane - pre svega psihološke prirode (vrednost dinara je stabilna, vraća se poverenje u domaću valutu i monetarnu vlast), ali se istovremeno može postaviti i pitanje kakvi će biti efekti, na ovaj način prisutne realne apresijacije dinara u dugom roku. Naravno da se ne treba osloniti samo na devizni kurs prilikom definisanja spoljnotrgovinske politike, ali, ukoliko se želi podstaći izvoz i na taj način popraviti situacija u platnom bilansu, bolje je da domaća valuta blago realno depresira.

Tabela 1 Ključni pokazatelji makroekonomske stabilnosti u Srbiji, u periodu 2012-2018.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BDP realni rast u %	-0.70%	2.90%	-1.60%	1.80%	3.30%	2.00%	4.30%
potrošačke cene, stope rasta	12.20%	2.20%	1.70%	1.50%	1.60%	3.00%	2.00%
SDI, neto kao % BDP-a	2.20%	3.60%	3.50%	5.10%	5.20%	6.20%	7.50%
deficit tekućih transakcija, kao % BDP-a	-10.90%	-5.80%	-5.60%	-3.50%	-2.90%	-5.20%	-5.20%
stepen otvorenosti ekonomije	85.50%	87.90%	92.20%	97.50%	102.00%	107.70%	110.20%
referentna kamatna stopa NBS	11.25%	9.50%	8.00%	4.50%	4.00%	3.50%	3.00%
devizni kurs evra u dinarima	113.72	114.64	120.96	121.63	123.47	118.47	118.19

Izvor: Autori, na osnovu podataka iz Biltena javnih finansija, jun 2019. godine, <https://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/bilten%20javne%20finansije/2019/Bilten%20javnih%20finansija%20176.pdf>, 29.10. 2019.

Dodatne planirane mere i aktivnosti NBS i Vlade Republike Srbije

Aktivnosti za sprovođenje procesa dinarizacije su podeljene u tri grupe, odnosno definisane su u okviru tri međusobno povezana stuba pri čemu se aktivnosti u okviru svakog stuba sprovode nezavisno u odnosu na aktivnosti drugih, ali napredak svake od njih doprinosi rastu efikasnosti mera i aktivnosti u okviru druga dva stuba. Prvu grupu čine mere monetarne i fiskalne politike koje su usmerene na jačanje makroekonomskog okruženja obezbeđivanjem niske i stabilne stope inflacije uz rukovođeno fluktuirajući devizni kurs i održiv privredni rast. Drugu grupu čine aktivnosti usmerene na razvoj tržišta dinarskih hartija od vrednosti i stvaranje uslova za uvođenje novih dinarskih proizvoda. Treću grupu čine aktivnosti usmerene na razvoj instrumenata zaštite od deviznog rizika (Martin, 2016, str. 39).

S obzirom da Strategija iz 2012. godine nije dala dovoljno dobre rezultate, potpisivanjem novog Memoranduma o Strategiji dinarizacije, NBS i Vlada su se složile da je proces neophodno ubrzati i da je u okviru utvrđena tri stuba dinarizacije neophodno preduzeti neke dodatne mere i aktivnosti.

U okviru dodatnih mera i aktivnosti koje treba da sprovodi NBS izdvajaju se (Memorandum o strategiji dinarizacije, 2018, str. 22-23):

- stimulisanje banaka da u većoj meri koriste dinarske izvore sredstava i podsticanje rasta dinarskih kredita:
 - nastavak politike diferenciranih stopa obavezne reserve na dinarsku i deviznu osnovicu u korist dinarskih izvora sredstava (davanje prednosti dugoročnim izvorima finansiranja banaka),
 - mogućnost emitovanja dugoročnih dinarskih pokrivenih obveznica (stvaranje uslova za odobravanje dugoročnih dinarskih plasmana - stambeni krediti u dinarima),
 - razvoj domaćeg dinarskog finansijskog tržišta - sprovođenje mera i aktivnosti kojima se želi ojačati kredibilitet domaćih kamatnih stopa na međubankarskom novčanom

tržištu (BELIBOR) što bi trebalo da doprinese rastu prometa i daljem razvoju dinarskog tržišta novca,

- zaštita od deviznog rizika, promocija i razvoj tržišta instrumenata zaštite od deviznog rizika:
 - anketiranje banaka o vrstama instrumenata zaštite od deviznog rizika koji se nude klijentu, stepenu izloženosti klijenta, boju klijenata koji se štiti, iznosu troškova zaštite od rizika u deviznim transakcijama...
 - dodatno promovisanje korišćenja instrumenata zaštite od deviznog rizika (ukazivanje ne neophodnost zaštite i edukativne aktivnosti o investicionim alternativama)

U okviru dodatnih mera i aktivnosti koje treba da sprovodi Vlada Republike Srbije izdvajaju se (Memorandum o strategiji dinarizacije, 2018, str. 23-24):

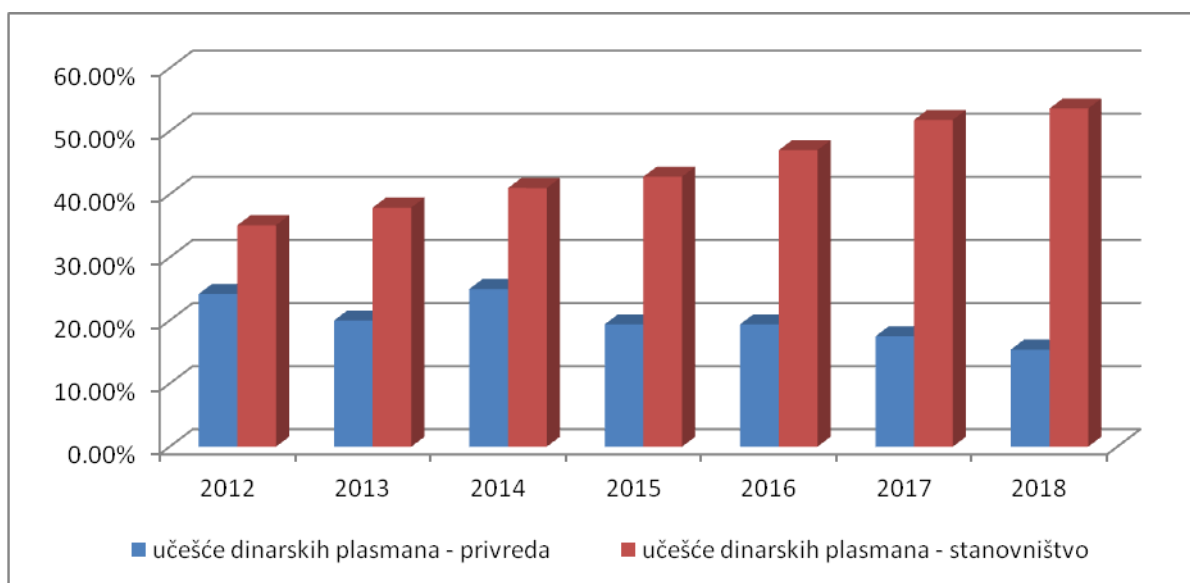
- razvoj domaćeg dinarskog finansijskog tržišta (razvoj domaćeg tržišta državnih HOV) kroz:
 - uključivanje dinarskih državnih HOV u neki od globalnih indeksa državnih obveznica zemalja u usponu;
 - uvođenje sistema primarnih dilera;
 - produžavanje ročnosti emitovanih dinarskih državnih HOV na preko deset godina;
 - nastavak ohrabrivanja stanovništva da investira u dinarske štedne obveznice Republike Srbije.
- Rast dinarskih kredita i štednje u dinarima:
 - nastavak stimulacije dinarske štednje (povoljniji poreski tretman i podsticanje dinarskih finansijskih instrumenata);
 - donošenje propisa koji stimulišu upotrebu dinara (program subvencionisanih kredita).

Postignuti rezultati u procesu dinarizacije

Rezultati strategije dinarizacije redovno se prate i javno objavljuju, a najvažniji kriterijumi na osnovu kojih se procenjuje stepen dinarizacije finansijskog sistema su: učešće dinarskih plasmana u ukupnim plasmanima banaka privredi i stanovništvu, učešće dinarskih kredita u novoodobrenim kreditima privredi i stanovništvu, učešće dinarskih depozita u ukupnim depozitima privrede i stanovništva, odnos dinarske i devizne štednje i njihova ročna struktura, učešće dinarskog duga u ukupnom javnom dugu i valutna struktura javnog duga Republike Srbije (Martin, 2016, str. 39-41).

Prvi kriterijum, učešće dinarskih plasmana u ukupnim plasmanima banaka privredi i stanovništvu beleži u posmatranom periodu (od 2012. do 2018. godine) povećanje od 5% (sa 28% na 33%). Međutim, primetne su različite tendencije kada se posebno posmatraju privreda i stanovništvo. Dinarski plasmani privredi se praktično konstantno smanjuju i njihovo učešće iznosi svega 15,4% (u 2012. godini je iznosilo 24,2%). Istovremeno, dinarski plasmani stanovništvu beleže značajno povećanje i na kraju 2018. godine su dostigli 53,6% (u 2012. godini su iznosili 35,1%). U prvoj polovini 2019. godine ove tendencije su nastavljene – 14,3% i 55%, respektivno. Devizni i devizno indeksirani plasmani stanovništvu su najviše smanjeni zahvaljujući činjenici da je došlo do otpisa dela stambenih kredita, u skladu sa Zakonom o konverziji stambenih kredita indeksiranih u švajcarskim francima. Istovremeno, dinarski

plasmani stanovništvu su nastavili da se povećavaju najviše kao rezultat odobravanja dinarskih kredita, među kojima preovladavaju gotovinski krediti (Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, str. 2). Na osnovu svega pomenutog, može se uočiti još jedan problem – ročna struktura pomenutih plasmana. Povećanje dinarskih plasmana pretežno je bazirano na plasmanima koji su kratkog roka. Iako su se pojavili i dinarski stambeni krediti (kamatna stopa je smanjena), poverenja još uvek nema dovoljno. Sa druge strane, stiče se utisak da ni država još uvek nije učinila dovoljno da podstakne to poverenje – umesto da subvencionise dinarske stambene kredite, država subvencionise stambene kredite ideksirane u inostranoj valuti.



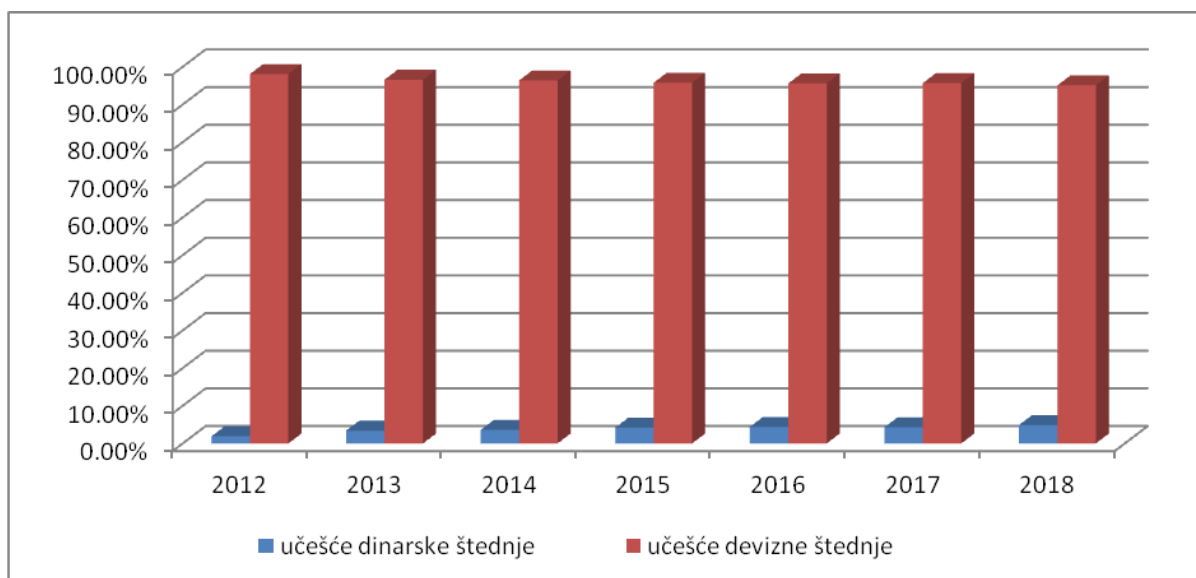
Slika 1 Učešće dinarskih plasmana u ukupnim plasmanima banaka privredi i stanovništvu, u periodu 2012-2018.

Izvor: Autori, na osnovu podataka sa sajta NBS, Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, https://www.nbs.rs/static/nbs_site/gen/latinica/90/dinarizacija/din_06_19.pdf, 28.10. 2019.

U posmatranom periodu novoodobreni krediti privredi i stanovništvu rastu. Najveći deo tog porasta se odnosi na kredite koji su dati privredi. Iako rast beleže krediti svih namena, najveći rast je zabeležen kod investicionih kredita i kod kredita za obrtna sredstva. Međutim, ovde problem nastaje kad se uoči da je ovo povećanje nastalo uglavnom kao posledica većeg odobravanja kredita sa valutnom klauzulom. Čak 92,8% investicionih kredita se odobrava uz ugovorenu valutnu klauzulu. Kod kredita za obrtna sredstva (oni su najbrojniji) situacija je malo bolja, ali je i ovde bilo primetno smanjenje učešća dinarskih kredita. Rezultat svega je smanjenje stepena dinarizacije ukupnih kredita privredi na 12,7%. Novoodobreni krediti stanovništvu su takođe rasli u posmatranom periodu i to najviše zahvaljujući kreditima koji su odobreni uz valutnu klauzulu. Novoodobreni dinarski krediti stanovništvu su rasli umerenije tako da je njihovo ukupno učešće smanjeno na 57,7%. Iako je stepen dinarizacije znatno veći nego kod novoodobrenih kredita privredi, loše je to što je u najvećem delu taj stepen dinarizacije rezultat odobravanja gotovinskih kredita. Skoro polovinu novoodobrenih kredita čini ova vrsta kredita i oni se praktično odobravaju isključivo u dinarima (99,7%). Kada se tome doda činjenica da od ukupnog iznosa dinarskih kredita koji se odobravaju stanovništvu čak 82,2% otpada na gotovinske kredite, jasno je da ostale kategorije (pre svega stambeni krediti) nisu dovoljno zastupljene (Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, str. 3).

U poslednjih deset godina NBS je izradila viša analiza isplativosti dinarske i devizne štednje. Prva je urađena u oktobru 2010. godine, a zatim su tokom svih posmatranih godina redovno rađene analize (poslednja tokom 2019. godine, za period od juna 2013. do juna 2019. godine). Zajedničko je to da su sve dosadašnje analize pokazale da je u poslednjih deset godina, i u dugom, i u kratkom roku, isplativije bilo štedeti u dinarima. Većoj isplativosti dinarske štednje doprineli su:

- niska i stabilna inflacija i relativno stabilan kurs dinara prema evru;
- znatno više kamatne stope na štednju u domaćoj valuti nego na štednju u evrima i
- povoljniji poreski tretman dinarske štednje, s obzirom na da se kamata po osnovu dinarske štednje ne oporezuje, dok se po osnovu štednje u evrima oporezuje po stopi od 15%.



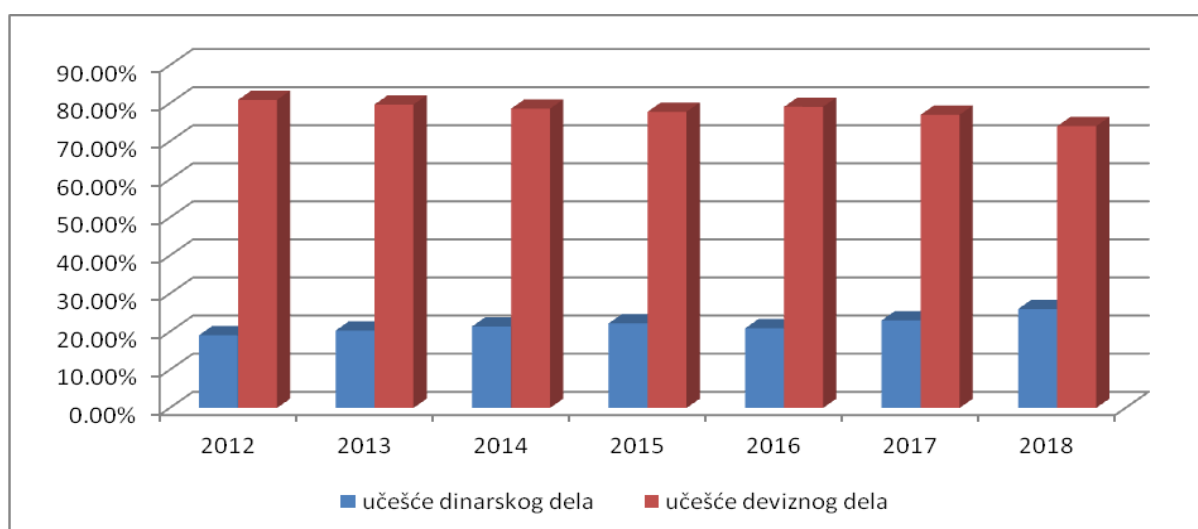
Slika 2 Štednja stanovništva kod banaka, procentualno učešće dinarske i devizne štednje, u periodu 2012-2018.

Izvor: Autori na osnovu podataka sa sajta NBS, Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, https://www.nbs.rs/static/nbs_site/gen/latinica/90/dinarizacija/din_06_19.pdf, 28.10. 2019.

U narednom periodu Narodna banka Srbije svakako planira da nastavi sa svojim merama, aktivnostima i komunikacijom s javnošću (u saradnji sa Vladom Republike Srbije) kako bi još više promovisala dinarsku štednju. Komunikacija će se obavljati kroz redovno polugodišnje objavljivanje izveštaja Analiza isplativosti dinarske i devizne štednje, kroz tromesečno objavljivanje Izveštaja o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije i u formi saopštenja uoči Svetskog dana štednje (Analiza isplativosti dinarske i devizne štednje, 2019, str. 4-8).

Kao što se sa grafika br. 2 može videti, učešće dinarske štednje u ukupnoj štednji je raslo u posmatranom periodu. Sa 1,9% učešća na početku posmatranog perioda poraslo je na 4,9% na kraju 2018. godine. Tendencija rasta je prisutna i u prvoj polovini 2019. godine, tako da je posle šest meseci rast dinarske štednje, u odnosu na kraj 2018. godine iznosio čak 13,4% i dostigao je 5,4% učešća u ukupnoj štednji. Svakako je dobro da se nastavi ovaj trend rasta i u apsolutnom, i u relativnom obimu, međutim, ti iznosi još uvek nisu na dovoljno visokom nivou. Naročito imajući u vidu da još uvek nisu dostignuti procentualni iznosi iz 2001. (6,9%), 2002. (7,1%) i 2003. godine (5,7%) i imajući u vidu činjenicu da se štednja u dinarima više isplati. Ukoliko se gledaju apsolutni iznosi, može se primetiti da je na kraju posmatranog perioda (61 079,9 miliona dinara)

iznos dinarske štednje 3,4 puta veći nego na početku (17 882,9 miliona dinara), dok je devizna porasla svega 1,2 puta. Dakle, dinarska štednja raste brže, ali znatno niža startna osnova doprinosi činjenici da je ona još uvek nedovoljna, odnosno znatno manja nego devizna štednja. Što se ročne strukture dinarske štednje tiče, može se reći da je poboljšana. Rast dinarske štednje je bio baziran najviše na rastu iznosa štednje oročene na rokove dospeća koji su duži od godinu dana (posle prve polovine 2019. godine na ovakvu štednju je otpadalo 19% ukupne štednje, za razliku od 31. 12.2012. godine kada je taj procenat iznosio 8%). Pri tome, i ročna struktura štednje do godinu dana se polako menja – štednja po viđenju ima skoro nepromenjeno učešće (oko 27%), štednja oročena na period do 3 meseca i od 3 do 6 meseci je smanjila svoje učešće sa 36% na 11%, dok je štednja oročena na period od 6 do 12 meseci povećala svoje učešće sa 29% na 43% (čak je krajem 2018. godine bila i 47%). Očigledno, pored viših kamatnih stopa na štednju duže ročnosti i određeni stepen makroekonomske stabilnosti koji je dostignut daje određene rezultate tako da se, u proseku, popravlja ročna struktura dinarske štednje (Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, str. 6-7).



Slika 3 Javni dug Republike Srbije, procentualno učešće dinarskog i deviznog dela, u periodu 2012-2018.

Izvor: Autori na osnovu podataka sa sajta NBS, Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, https://www.nbs.rs/static/nbs_site/gen/latinica/90/dinarizacija/din_06_19.pdf, 28.10. 2019.

Posle perioda rasta i izlaska iz okvira koje predviđa Evropska monetarna unija (2014. 2015. i 2016. godine javni dug Republike Srbije je bio veći od 60% BDP-a), javi dug se stabilizovao i praktično je isti kao i na početku posmatranog perioda (53,8% BDP-a) (Bilten javnih finansija, str. 13). Pored toga, dobro je što se postepeno menja i valutna struktura tog duga. Na domaćem tržištu država se uglavnom zaduživala u dinarima čime se bar izbegava rizik promene deviznog kursa. Učešće dinarskog dela je povećano sa 19,1% na 26% BDP sa daljom tendencijom rasta (posle drugog kvartala u 2019. godini učešće dinarskog dela je 27%) . Povećanje je još značajnije ukoliko se upoređi sa 2008. godinom – tada je učešće dinarskog dela iznosilo svega 2,6% BDP-a. Dakle, može se zaključiti da pored toga što vodi računa da ne povećava previše obim zaduženosti, Republika Srbija pokušava i da smanji izloženost riziku promene deviznog kursa, tako da trenutno za četvrtinu javnog duga taj rizik ne postoji. Naravno, dve najzastupljenije inostrane valute u javnom dugu Republike Srbije su evro i dolar (sve ostale valute su ukupno zastupljene sa 5-6%). U posmatranom periodu, učešće dolara je bilo prilično stabilno i trenutno (30.6.2019. godine) iznosi 22% (31.12.2012. je iznosilo 23%), dok se učešće evra smanjilo za 8 %

(sa 51% na 43%) koliko u suštini iznosi i povećanje dinarskog dela javnog duga (Izveštaj o dinarizaciji finansijskog sistema Srbije, jun 2019. godine, str. 9).

Zaključak

Srbija spada u red zemalja sa najvećim stepenom upotrebe strane valute u domaćem finansijskom sistemu. Iako je nezvanična evroizacija karakteristična za sve evropske tranzicione zemlje sa istorijom monetarne nestabilnosti, stepen evroizacije u Srbiji je jedan od najvećih. U uslovima visoke evroizovanosti finansijskog sistema opada efikasnost nezavisne monetarne politike, konkretno režima ciljane inflacije koji se sprovodi u Srbiji od 2008. godine. Svesni činjenice da se politika ciljane inflacije ne može adekvatno sprovoditi u uslovima visoke evroizovanosti, u Srbiji je 2012. godine od strane Narodne banke Srbije i Vlade Republike Srbije potpisan Memorandum o strategiji dinarizacije finansijskog sistema Srbije. Na taj način je započet proces deevroizacije, ili, kako je on zvanično nazvan, dinarizacije finansijskog sistema. Dinarizacija je trebalo da poveća učešće dinara na strani finansijske aktive i pasive, čime bi se stvorili neophodni preduslovi za nesmetano, odnosno efikasnije vođenje politike ciljanja inflacije. S obzirom da Strategija iz 2012. godine nije dala dovoljno dobre rezultate, krajem 2018. godine je potpisan novi Memorandum o Strategiji dinarizacije. Na taj način su se NBS i Vlada Republike Srbije složile da je proces neophodno ubrzati i da je u okviru utvrđena tri stuba dinarizacije neophodno preduzeti neke dodatne mere i aktivnosti.

Dinarizacija se meri određenim pokazateljima i napredak je postignut. Međutim, problem predstavlja činjenica da rezultati kojima se teži nisu kvantifikovani, a nije identifikovan ni vremenski okvir za koji treba nešto ostvariti. Kratkoročno gledano, određene rezultate je moguće postići i korišćenjem administrativnih mera koje bi zabranile upotrebu strane valute, ali se može postaviti pitanje da li je to dobro rešenje? Da li to dovodi do povećanja poverenja u monetarnu vlast i u domaću valutu? Veliki broj faktora utiče na to koji set mera i aktivnosti je potrebno primeniti kako bi se poverenje u domaću valutu povratilo. Svakako, u velikoj meri to će zavisiti i od dužine pogrešno vođene makroekonomske (monetarne) politike u prethodnom periodu. Za potpuni uspeh pomenute strategije neophodno je da svoj doprinos da i realni sektor privrede tako što će svojom transformacijom doprineti boljem funkcionisanju ekonomije. Brži rast izvoza od uvoza, smanjenje nezaposlenosti, povećanje realnih zarada i veći priliv SDI smanjuju pritisak na inflaciju, stanovništvu to omogućava da u većoj meri troši realno zarađeni novac, dolazi i do većeg deviznog priliva u zemlju, što dovodi do jačanja dinara. Dakle, merama monetarne i fiskalne politike se može doći do kratkoročnih rezultata, a za dugoročnu finansijsku stabilnost od presudnog značaja je jačanje domaće privrede. Samo na taj način postignuti rezultati će biti održivi.

Na neki način napredak je postignut po svim kriterijumima (učešće dinarskih plasmana u ukupnim plasmanima banaka privredi i stanovništvu, učešće dinarskih kredita u novoodobrenim kreditima privredi i stanovništvu, učešće dinarskih depozita u ukupnim depozitima privrede i stanovništva, odnos dinarske i devizne štednje i njihova ročna struktura, učešće dinarskog duga u ukupnom javnom dugu i valutna struktura javnog duga Republike Srbije). Međutim, ukoliko se oni detaljnije analiziraju, dolazi se do zaključka da to još uvek nije dovoljno dobro. Dinarski plasmani i krediti stanovništvu se povećavaju i to je dobro. Nije dobro to što je to uglavnom rezultat povećanja kratkoročnih, gotovinskih kredita. Trebalo bi povećavati ročnost tih sredstava – ići u pravcu subvencionisanih dinarskih stambenih kredita koji bi stanovništvu bili prihvatljivi. Ročna struktura dinarske štednje se blago popravila – produžava se njena ročnost i to je dobro. Nije dobro to što (i dalje) svega 5% ukupne štednje otpada na štednju u dinarima. Samo ovaj podatak dovoljno govori o stepenu poverenja u

domaću valutu. Učešće dinarskog duga u ukupnom javnom dugu se povećava i to je dobro. Nije dobro to što je to još uvek nedovoljan procenat kako bi država u većoj meri eliminisala rizik promene deviznog kursa prilikom sopstvenog zaduživanja.

Da bi proces dinarizacije u potpunosti uspeo neophodna je, u još većoj meri koordinisana akcija svih zainteresovanih strana – Narodne banke Srbije, Vlade Republike Srbije i stanovništva. U teoriji ta želja postoji. Što se stanovništva tiče, značajan korak bi bio kada bi “prestalo da misli u evrima”. Ipak, da bi se to stvarno i desilo, očigledno je neophodno da ostali učesnici daju svoj puni doprinos sprovođenjem u delo započetih reformi.

Reference

1. Dugalić, V., (1998), Kurs dinara u 1999. godini. Poslovna politika – Ekonomska politika, uslovi privređivanja i poslovna politika u 1999. godini, 27. zbornik radova jugoslovenskih ekonomista, Savez ekonomista Jugoslavije i Naučno društvo ekonomista Jugoslavije, Beograd, str. 47-51
2. Dugalić, V. (2017), Strane direktne investicije – trendovi i očekivanja, *Bankarstvo vol 46. br. 3*, Udruženje banaka Srbije, str. 6-13
3. Janković, N. i Stanišić, N., (2014), Uzroci i posledice nezvanične evroizacije u Republici Srbiji, Zbornik radova: Institucionalne promene kao determinanta privrednog razvoja Srbije u 2014. godini, (Leković, V., redaktor), Ekonomski fakultet, Kragujevac, str. 249-267
4. Janković, N. i Dugalić, V., (2019), Najznačajniji makroekonomski efekti evropskog integracionog procesa Republike Srbije, Tematski zbornik radova: Ekonomski efekti tranzicije i restrukturiranja privrede Srbije u funkciji evropskih integracija, (Šapić, S., Kostić, M., Obradović, V., Todorović, V. i Drenovak, M., redaktori), Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, str. 27-37,
5. Martin, V., (2016), Veza između rezultata primene strategije dinarizacije i transmisionog mehanizma monetarne politike u Srbiji, *Ekonomске ideje i praksa*, broj 23, Ekonomski fakultet u Beogradu, str. 35-48
6. Miljković, D. i Vučković, V., (2006), Serbian Foreign Trade, Competitiveness and Exchange Rate Policy, *Agora Without Frontiers: A Quaterly Journal of International Economy and Politics*, The Institute of International Economic Relations, Vol. 12, No. 2
7. Vuković, V., (2011), Dinarizacija: Neizvodljiva strategija. Finansije 1-6. Ministarstvo finansija Republike Srbije, Beograd: 26-47
8. http://bankar.rs/2019/04/02/bivsi-guverner-nbs-dejan-soskic-trebalo-je-mnogo-vise-i-sistematski-raditi-na-dinarizaciji/?fbclid=IwAR3E7PLrQGTq3a1ulXYvf3zpUV3_JVGQ5d5EzvaL3Ek5J31ovdb1saXa270
9. https://www.nbs.rs/internet/latinica/30/Memorandum_Strategija_Dinarizacija_2018.pdf, 1.9.2019. godine
10. <http://ipf.rs/perspektiva-strategije-dinarizacije-finansijskog-sistema-srbije/>, 4.9.2019. godine
11. https://www.nbs.rs/internet/latinica/90/analize/analiza_isplativosti_dinarske_i_devizne_stednje_jun_2019.pdf, 28.10. 2019. godine
12. https://www.nbs.rs/static/nbs_site/gen/latinica/90/dinarizacija/din_06_19.pdf, 28.10. 2019. godine
13. <https://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/bilten%20javne%20finansije/2019/Bilten%20javnih%20finansija%2020176.pdf>, 29.10. 2019. godine

JAVNO-PRIVATNO PARTNERSTVO KAO MODEL FINANSIRANJA PRIVREDNIH AKTIVNOSTI REPUBLIKE SRBIJE

Nikola Makojević* i Marko Savićević**

Aktuelna ekonomska i društvena stvarnost uticale su na neophodnost ekstenzivnijeg angažmana javnog sektora u domenu ulaganja u sadržaje od javnog značaja, poput izgradnje auto-puteva, železnica, škola, mostova, vodovodne infrastrukture, sportsko-rekreativnih centara i sl. Kako bi se izgradili pomenuti sadržaji, potrebno je obezbediti značajna finansijska sredstva. U gotovo svim evropskim i svetskim privredama, realizacija investicionih poduhvata u javnom interesu donedavno je bila u isključivoj nadležnosti države. Međutim, nedostatak finansijskih sredstava za prevazilaženje finansijskog jaza trebalo je nadomestiti na odgovarajući način. Rešenje je pronađeno u partnerstvu javnog i privatnog sektora kroz veću mobilizaciju akumulacije privatnog sektora. Saglasno tome, predmet istraživanja ovog rada je analiza primene različitih oblika javno-privatnog partnerstva kao modela finansiranja privrednih aktivnosti razvijenih zemalja i zemalja u razvoju, sa posebnim akcentom na Republiku Srbiju. Istraživanje ima za cilj da ukaže da je javno-privatno partnerstvo efikasan oblik finansiranja privrednog razvoja u Republici Srbiji u uslovima odsustva neophodnih finansijskih sredstava za različite investicione poduhvate od javnog interesa.

Ključne reči: javno-privatno partnerstvo, finansiranje ekonomskih aktivnosti, infrastrukturni jaz, koncesije

Uvod

U savremenim uslovima koje karakterišu ograničena budžetska sredstva, investiciona ulaganja, usmerena na podstivanje ekonomskog i društvenog razvoja, mogu biti skupa. Usled rastuće potrebe za investicionom izgradnjom, odnosno obezbeđivanjem dobara i usluga od javnog značaja, javila se neophodnost kreiranja pravnog i institucionalnog okvira sa ciljem privlačenja domaćih i inostranih investicija iz privatnih izvora.

Paralelno sa širenjem sfere uticaja javnog sektora u pogledu obezbeđivanja proizvoda i usluga od javnog značaja, javio se problem deficita finansijskih sredstava za pokretanje kapitalnih projekata i prevazilaženje infrastrukturnog jaza. Odsustvo infrastrukturnih projekata može ugroziti privredni rast i dovesti do usporavanja ekonomske aktivnosti. Stoga, predstavnici javnog sektora sve više pokazuju spremnost za uspostavljanje partnerstva sa privatnim preduzetnicima čije finansije, iskustvo, znanje i veštine mogu potpomoći uspešnu realizaciju planiranih projekata.

Javno-privatno partnerstvo (JPP) je perspektivan i održiv vid saradnje u okviru koje javni i privatni sektor ostvaruju korist od udruživanja finansijskih, administrativnih i kadrovskih resursa. Kao novi model finansiranja ekonomskog razvoja u našoj zemlji, JPP ima za cilj premošćavanje jaza između deficita budžetskih sredstava na svim nivoima vlasti i mogućnosti realizacije javnih investicija.

* Vanredni profesor, e-mail: nmakojevic@kg.ac.rs

** Istraživač-pripravnik, e-mail: marko_savicevic@yahoo.com

Rad pored uvoda i zaključka obuhvata četiri logički vezane celine. Nakon pojmovnog određivanja javno-privatnog partnerstva i predstavljanja modaliteta JPP-a, biće analizirana i obrazložena iskustva razvijenih evropskih i svetskih zemalja sa primenom JPP-a. Posebna pažnja biće usmerena na analizu primene koncepta JPP-a u Republici Srbiji i ostalim zemaljama u razvoju.

Pojmovno određivanje javno-privatnog partnerstva

Kako bi se podstakao razvoj javne infrastrukture i obezbedilo plodno tle za pružanje usluga u javnom interesu, ali i neutralisalo usporavanje privredne dinamike, model javno-privatno partnerstva (JPP) je konceptualizovan krajem 1970-tih i početkom 1980-tih godina, da bi nedugo zatim, JPP ostvarilo širu primenu, kako u razvijenim, tako i u zemljama u razvoju (Cvetković, Zdravković, 2012, str. 149.).

Mnogi smatraju da su modeli JPP-a usko vezani za infrastrukturne projekte i da kao takvi, aranžmani JPP-a predstavljaju finansijske modele koji omogućavaju javnom sektoru da korišćenjem privatnog kapitala poveća razvojne mogućnosti oba partnera. Obzirom da oba sektora imaju određene specifične kvalitete, njihovom kombinacijom ostvareni efekti bili bi bolji za sve strane – partnere i korisnike (Hodge, Greve, 2005, str. 4.).

Koncept JPP-a kao savremene forme finansiranja, moguće je definisati na mnoštvo načina. Komisija za privatno finansiranje investicija definiše JPP kao odnos između javnog i privatnog sektora u kome se uz podelu rizika zajednički nastoje ostvariti poželjni rezultati javnih politika (Slijepčević, 2010, str. 92.). Drugim rečima, JPP podrazumeva skup aktivnosti i međusobnih odnosa između javnog i privatnog partnera, koji kroz mobilizaciju resursa nastoje ostvariti zajedničke interese.

Definiciju javno-privatnog partnerstva daju Klijn i Teisman: JPP predstavlja saradnju između javnih i privatnih partnera koja je trajnog karaktera, tokom koje partneri razvijaju zajedničke proizvode i (ili) usluge i međusobno dele rizik, troškove i koristi. U idealnom JPP-u se ukida tradicionalna razlika između javnog i privatnog partnera. Međutim, iako međusobna interakcija između dva sektora traje decenijama, u poslednje vreme fokus je više usmerena na međusobni razvoj i realizaciju proizvoda i usluga od javnog značaja (Klijn&Teisman, 2002, 2.).

S pravom se može reći da JPP predstavlja odgovarajuću alternativu privatizaciji, kroz kombinaciju prednosti javnog i privatnog sektora; shodno tome, neophodnost zaštite životne sredine i društvena odgovornost javnog sektora čvrsto je povezana sa menadžmentom, preduzetničkim duhom, tehnologijom i finansijskim kapacitetima privatnog sektora (Slijepčević, 2010, str. 92.).

Kako bi JPP bilo opravdano i uspešno, ono mora biti korisno za sve učesnike (državu, privatnog partnera, korisnike proizvoda ili usluge), a postupak izbora privatnog partnera transparentan i efiksan. Pored toga, najveći procenat rizika trebala bi da preuzme strana iza koje stoji iskustvo i koja se sa rizikom može najefikasnije nositi – rizik izgradnje, ekonomski rizik (rizik tražnje), finansijski rizici, valutni, ekološki, politički rizik, rizik održavanja, operativni i tehnološki rizik (Slijepčević, 2010, str. 95-97.).

Javno-privatno partnerstvo posledica je ekonomske potrebe javni vlasti da uspostavi direktan partnerski odnos sa privatnim kapitalom. Umesto pribavljanja kapitala kod međunarodnih finansijskih institucija, javni partner kroz različite vidove saradnje sa privatnim preduzetnikom obezbeđuje nedostajuća finansijska sredstva namenjena izgradnji i razvoju infrastrukture i razvoju održivog sistema obavljanja delatnosti od javnog interesa. Kroz ovakav

model saradnje tanji se demarkaciona linija između javnog i privatnog partnera (Cvetković, Sredojević, 2013, str. 13-14.).

Veoma važan rezultat JPP u kome javna strana ne uzima ulogu finansijera jeste ograničenje kreditne izloženosti za javni sektor. Privatni partner u ovom modelu finansiranja nudi celokupnu finansijsku konstrukciju. Privatni sektor ima širi pristup specijalizovanim investicionim fondovima koji su izvor finansiranja projekata. Javni sektor na ovaj način ne menja svoju kreditnu sposobnost, niti podiže svoju zaduženost.

Širi pristup kooperacije između dva sektora omogućava razmatranje javno-privatnih projekata podrške poslovnom i preduzetničkom razvoju, gde lokalni, nacionalni i nadnacionalni (tj. Evropska unija) akteri komuniciraju i saraduju sa socijalnim i ekonomskim akterima na različitim institucionalnim nivoima. Međutim, većina ovih partnerstava se odvija u regionalnom i lokalnom nivou, odnosno bliskom poslovnom okruženju (Vecchi, 2015, str. 5).

Modaliteti JPP-a

Javno-privatno partnerstvo se može uspostaviti različitim ugovornim formama koje obuhvataju aktivnosti finansiranja, projektovanja, dizajniranja, realizacije, operacionalizacije, održavanja i kontrole u domenu izgradnje ili održavanja javne infrastrukture ili obezbeđivanja javnih usluga. Slično tome, Kembel (Campbell) smatra da JPP projekti obično uključuje dizajn, izgradnju, finansiranje i održavanje (a u nekim slučajevima i opreacionalizaciju) javne infrastrukture ili javnog objekta od strane privatnog sektora na osnovu dugoročnog ugovora (Hodge, Greve, 2005, str. 5). Najčešći pojavni oblici JPP su:

- Ugovori po principu „ključ u ruke“ (Turnkey contracts). Reč je o sporazumima prilikom kojih privatni partner preuzima na sebe aktivnosti dizajniranja, finansiranja izgradnje, obezbeđenja funkcionalne opreme i obuke kadra, pre nego što celokupan objekat, koji je predmet ugovora, preda u ruke javnom partneru, odnosno državi. Ovakvi ugovori se sklapaju prilikom značajnih infrastrukturnih i industrijskih projekata poput izgradnje (hidro) elektrana, brana, aerodroma, naftnih bušotina i rafinerija, telekomunikacionih sistema, auto-puteva i sl. Postoji više modela ugovora po ovom principu.
- Izgradnja, posedovanje i upravljanje (Build-Own-Operate – BOO). U okviru ove forme JPP-a, privatni sektor finansira gradnju i upravlja objektom koji ostaje u njegovom vlasništvu.
- Izgradnja, upravljanje i prenos (Build-Operate-Transfer – BOT). Kao oblik koncesije, ova vrsta javno-privatnog partnerstva podrazumeva finansiranje gradnje ili rekonstrukcije kompletnog objekta od strane privatnog entiteta, kao i njegovo korišćenje u utvrđenom vremenskom periodu, nakon kojeg objekat postaje državna svojina.
- Izgradnja, posedovanje, upravljanje i prenos (Build-Own-Operate-Transfer – BOOT). Kod ovog modaliteta privatni partner preuzima na sebe gradnju objekta iz sopstvenih finansijskih izvora, upravlja objektom i ubira prihod od korišćenja istog u definisanom vremenskom periodu. Nakon toga, privatni partner je u obavezi da vlasništvo nad javniom dobrom preda u ruke javnom sektoru.
- Kupovina, izgradnja i upravljanje (Buy-Build-Operate – BBO). U ovom slučaju država ili opština transferiše javno dobro (imovinu) privatniku koji vrši uređivanje objekta i upravlja njime tokom određenog vremenskog perioda.
- Licence (License). Javni sektor, kao davaoc licence, daje dozvolu ili prodaje pravo korisniku licence na korišćenje intelektualne svojine javnog sektora u jasno naznačenom

vremenskom intervalu uz unapred utvrđenu nadoknadu. Pod intelektualnom svojinom se podrazumevaju autorska prava, patenti, zaštitni znak, marka proizvoda, različiti vidovi tehničke pomoći, dobijanje ekskluzivnog prava prodaje, poverljiva tržišna znanja, stručne veštine i sl. (Stojadinović-Jovanović, 2007, str. 98-99.)

- Ugovorno rukovođenje (Management contracting) ili menadžment ugovor. Reč je o posebnom obliku licencnog ugovora između javnog i privatnog partnera gde jedan partner stavlja drugom na raspolaganje svoje stručno znanje i veštine kao i deo upravljačkog osoblja da bi obučili menadžere za efikasniji rad na određenom projektu, uz dogovorenu naknadu.

Pored navedenih, postoji još formi JPP-a. Poseban vid ulaganja predstavljaju koncesije. Koncesije su oblik ulaganja kapitala koje u načelu podrazumeva svojevrsnu dozvolu javne vlasti koja se daje domaćem ili stranom investitoru za obavljanje određene delatnosti po unapred dogovorenim uslovima i dinami. Dozvole za koncesije se daju za iskorišćavanje prirodnih resursa, odnosno dobara u opštem interesu, za izgradnju i korišćenje infrastrukture i sl. (Drobnjak, 2013).

Iskustva razvijenih evropskih i svetskih ekonomija u domenu JPP-a

Sve razvijene tržišne privrede imaju višedecenijsko iskustvo u domenu JPP-a. Sjedinjene Američke Države, kao vodeća svetska ekonomija, predstavljaju plodno tle za JPP, sa dugom istorijom učešća privatnog sektora u realizaciji velikih infrastrukturnih projekata. Ti projekti uključuju izgradnju i održavanje železnice, obezbeđivanje i distribuciju struje i vode, kao i aktivnosti izgradnje i održavanja putne infrastrukture, još iz XIX veka. Stoga pomalo iznenađuje da SAD zaostaju za drugim razvijenim zemljama u korišćenju JPP-a. Uprkos tome, partnerstvo javnog i privatnog sektora je sveprisutno u SAD-u. Recimo, prirodni gas koji teče kroz mrežu cevovoda, distribuirao se gotovo u celini kroz privatnu infrastrukturu. Prirodni gas obezbeđuje oko 23 % potrošnje energije. Stoga programi u koje je uključen privatni partner igraju značajnu ulogu. Pored toga, telekomunikacije su jako važna američka industrija u kojoj je većina infrastrukture u privatnom vlasništvu (Geddes, Foote, 2015, str. 124).

Ozborn (Osborne, 2001) napominje da pored toga što je predmet interesovanja razvijenih evropskih zemalja, poput Velike Britanije, JPP je takođe postalo instrument za pružanje javnih usluga i razvoj civilnog društva u postkomunističkim režimima, kao što je Mađarska. Pored toga, JPP se shvata i kao mehanizam za borbu protiv socijalne isključenosti i unapređenje razvoja zajednice u kontekstu politike Evropske unije. U Sjedinjenim Američkim Državama, JPP je tradicionalno povezano sa obnavljanjem gradova i ekonomskim razvojem gradskih sredina (Hodge, Greve, 2007, str. 547).

Od 90-ih godina XX veka, realizovano je 1.749 JPP projekata u okviru zemalja Evropske unije i dostignuta vrednost iznosila je ukupno 336 milijardi evra. Većina JPP-a sprovedena je u oblasti saobraćaja, pa je ova delatnost u 2016. činila trećinu ulaganja u celoj godini, ispred zdravstvene zaštite i obrazovanja. Međutim, do danas se sredstva EU vrlo malo koristila za JPP. Iako politika Evropske komisije i Komisije za JPP na teritoriji Evropske unije već dugi niz godina podstiče upotrebu JPP-a (preko Strategija Evropa 2020) kao potencijalno efikasno sredstvo za realizaciju projekata, utvrđeno je da su u periodu 2000-2014. godine samo 84 JPP projekta, sa ukupnim troškovima projekta od 29,2 milijardu evra, dobila svega 5,6 milijardi evra od fondova EU. Bespovratna sredstva iz strukturnih i kohezijskih fondova bili su glavni izvor finansiranja (Public Private Partnership in EU, 2018, str. 9).

U Australiji, politika vlade koja je bila usmerena ka uspostavljanju i korišćenju partnerstva sa privatnim sektorom u domenu pružanja javnih zdravstvenih usluga se razvila do te mere da je njihova vlada počela da se strateški opredeljuje za JPP-a kao model po kojem država uspeva da prenese rizik na privatnog partnera. Kao rezultat toga, australijska vlada postala je sklonija razmatranju i uspostavljanju različitih vrsta strateških partnerstava sa privatnim sektorom radi omogućavanja isporuke ključnih infrastrukturnih i pratećih usluga (English, 2005, str. 300-301).

Iskustva Republike Srbije i ostalih zemalja u razvoju sa primenom JPP-a

Međusobna prava i obaveze u postupku realizacije projekta javno-privatnog partnerstva (JPP) u Republici Srbiji, sa ili bez elemenata koncesije, ugovorne strane uređuju javnim ugovorom, čija je sadržina propisana članom 46. Zakona o javno-privatnom partnerstvu „Službeni glasnik Republike Srbije“, broj 88/11, kao i izmenama i dopunama Zakona o JPP broj 15/16 i 104/16. (Član 8, Stav 1, Zakona o JPP i koncesijama, Sl.glasnik RS“ br. 88/2011, 15/2016 i 104/2016). Ovim zakonom je prvi put u pravnom sistemu naše zemlje zaživeo termin „javno-privatno partnerstvo“. Na taj način je omogućeno da se dobra i usluge od javnog značaja realizuju po ovom modelu, uz precizno definisana prava i obaveze ugovornih strana.

Kako bi se obezbedio proizvod, odnosno javna usluga koja je troškovno najefikasnija, često se pristupa nekom od modela JPP jer se na taj način projekat najbrže realizuje, upravljanje rizicima se optimalizuje i obezbeđuje se bolji kvalitet usluge. Zakonska regulativa u Republici Srbiji prepoznaje dva modela JPP-a, a to su ugovorno JPP i institucionalno JPP. Pored toga, postoji i koncesija, kao poseban oblik JPP.



Slika 1 Modeli JPP-a

Izvor: Studija slučaja – Transparentnost projekata JPP-a u Srbiji - Institut za teritorijalni ekonomski razvoj (InTER).

Pošto je pristup kreditima međunarodnih finansijskih institucija postao otežan, angažovanje sredstava privatnih entiteta radi pružanja dobara i usluga u javnom interesu (izgradnja putne infrastrukture, škola, sportsko-rekreativnih centara, deponija) omogućava veći kvalitet i manju cenu kroz smanjenje fiskalnog opterećenja državnog, ali i budžeta opština i gradova (Komisija za javno-privatno partnerstvo Vlade Republike Srbije).

Sve do 2012. godine, u Republici Srbiji nije realizovan nijedan projekat javno-privatnog partnerstva. Odsustvo konzistentnog i razvijenog regulatornog okvira predstavljao je nepremostivu prepreku promociji partnerstva javnog i privatnog sektora. Ipak, inicijalni obrisi saradnje ova dva sektora javili su se tek 2011. godine sa znatnim zakašnjenjem u odnosu na većinu zemalja u okruženju. Paralelno, sa većom transparentnost u radu javne vlasti, 2011. godine je donet zakona o JPP, sa izvesnim izmenama i dopunama sprovedenim 5 godina kasnije.

Do tog momenta, u Republici Srbiji zabeleženo je samo nekoliko primera uspešnog partnerstva, i to na nivoima lokalnih samouprava, u oblasti prikupljanja, skladištenja i prerade komunalnog otpada.

Broj odobrenih projekata bio je skroman sve do početka 2018. godine. Tada je Komisija za JPP dala saglasnost za ukupno 60 predloga projekata. Ukoliko se posmatra 2018. godina, odobrena su 52 projekta, čime je dotadašnji broj odobrenih projekata skoro dupliran. Zahvaljujući izmeni Zakona o komunalnim delatnostima iz 2016. godine, broj odobrenih projekata značajno je povećan, a delatnost se vrši u skladu sa Zakonom i opredeljenim modelom JPP-a. Dodatno, evidentan je došlo do rasta poverenja javnog sektora u ovaj vid partnerstava koje je steklo odgovarajući kredibilitet (Vlašковиć, 2019, str. 16).

Ukupno 65 gradova i opština u Srbiji je dobilo pozitivno mišljenje Komisije za JPP. Grad Beograd je dobio saglasnost za 7 projekata. Pored Beograda, opštine kojima je odobren najveći broj projekata su Pirot (5 projekata), kao i Novi Sad, Topola i Stara Pazova (po 4 projekta). Na republičkom nivou, odobrena su dva projekta koje je podnela Vlada Republike Srbije: davanje koncesije za autoput od Beograda do Požege (E-763) i koncesije na Aerodrom „Nikola Tesla“ u glavnom gradu. Od velikog značaja su i projekti Regionalne razvojne agencije Jug, Specijalne bolnice za psihijatrijske bolesti „Gornja Toponica“ iz Niša, Kazneno–popravnog zavoda Sremska Mitrovica, te Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu (Komisija za javno-privatno partnerstvo Republike Srbije).

Od ukupnog broja odobrenih (112), najveći broj projekata se odnosi na rekonstrukciju i održavanje javne rasvete (37) i delatnost prevoza putnika (33). Ukupno 13 projekata se odnosi na proizvodnju i distribuciju električne energije uz korišćenje principa energetske efikasnosti. Iz oblasti komunalne delatnosti odobreno je 9 projekata, dok se preostali projekti odnose na izgradnju i održavanje javnih garaža, vodovodne i kanalizacione mreže, putne infrastrukture, telekomunikacija, oblasti farmacije, održavanja stambenih zgrada i sl (Transparentnost projekata JPP u Srbiji, str. 17).

Kao rezultat fiskalnih restrikcija u mnogim ekonomijama, koje predstavljaju odgovor na globalnu finansijsku krizu, od vladinih budžeta se nije moglo očekivati da će sami finansirati izgradnju i održavanje infrastrukture u ekonomijama u razvoju. Ipak, učešće privatnog sektora u finansiranju infrastrukturnih projekata u ovim zemljama je i dalje skromna u odnosu na zemlje OECD-a. Iako su finansijska ulaganja privatnog sektora prema infrastrukturnim projektima u zemljama u razvoju porasla na oko 181 milijardu američkih dolara (USD) godišnje, to je manje od 20% aktuelnih agregatnih investicija u infrastrukturu u ovim ekonomijama. Krajem 90-ih godina XX veka i na početku XXI veka, tačnije poslednjih dvadesetak godina, došlo je do značajnog povećanja privatnog učešća u finansiranju infrastrukture. Godišnja ulaganja za infrastrukturne projekte povećana su sa 22 milijarde USD u 1990. godini na 181 milijardu USD u 2012. godini. Najveći procenat ovog rasta od 2000. godine uglavnom se odnosi na energetske i transportni sektor (Moszoro, 2015, str. 19-20.).

Troškovi i rizici sa kojima se suočavaju privatni partneri u JPP infrastrukturnim projektima su visoki, posebno u zemljama u razvoju, gde su ekonomski i finansijski uslovi manje stabilni. Još jedan bitan i opredeljujući preduslov za privlačenje privatnih investitora je institucionalni okvir, koji treba da se karakteriše stabilnošću, vladavinom zakona, transparentnošću, odsustvo korupcije, jasna definisanim imovinskim pravima. Napori za smanjenje ukupne rizičnosti u infrastrukturne investicije i povećanje dostupnosti efikasnih instrumenata za podelu rizika mogu imati značajne implikacije na efikasnost i distribuciju. Istovremeno, treba osigurati da napori za podsticanje učešća privatnog sektora u infrastrukturi nude optimalne koristi, ali ne nameću neprikladan teret za javni sektor. (Moszoro, 2015, str. 21).

Zaključak

Kako bi javno-privatno partnerstvo postalo jedan od pouzdanijih instrumenata finansiranja ekonomskog razvoja u Republici Srbiji, potrebno je usmeriti kreativnu energiju kao jačanju institucionalne kapacitete u predstojećem periodu. Može se konstatovati da je do sada već mnogo učinjeno u ovom domenu i da je JPP kao model finansiranja projekata od javnog značaja u mnogih sektorima i granama sve više prisutan, kako po broju, tako i po vrednosti.

Pozitivni primeri iz ekonomski razvijenijih i naprednijih zemalja (SAD, zemlje Evropske unije), ali i iz zemalja iz neposrednog okruženja (Mađarska, Slovačka), mogu poslužiti kao način upoznavanja sa svim fundamentalnim elementima uspešnog projekta JPP-a. Realizacija projekata kod kojih je stepen rizika nizak i koji se karakterišu troškovnom efikasnošću ima najpovoljnije implikacije na ekonomski razvoj. Nažalost, u praksi, takvih projekata je malo. Shodno tome, opredeljenje nosilaca ekonomske politike treba da ide u pravcu kreiranja jakog, stabilnog i efikasnog institucionalnog ambijenta kao preduslova za generisanje uspešnih partnerstava javnog i privatnog sektora.

Reference

1. Cvetković, P., Sredojević, S. (2013). Javno-privatno partnerstvo – priručnik za sprovođenje na nivou lokalne samouprave. *Stalna konferencija gradova i opština – Savez gradova i opština Srbije & Swiss Agency for Development and Cooperation SDC*.
2. Cvetković, P., Zdravković, U. (2012). Javno-privatno partnerstvo u pravnom sistemu Republike Srbije – polazna razmatranja. *Zbornik radova Pravnog fakulteta, Niš: Univerzitet Niš, LXIII, str. 147-167*.
3. English, M., L. (2005). Using public-private partnerships to deliver social infrastructure: the Australian experience. *The challenge of Public-Private Partnerships – Learning from International Experience*. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA.
4. Geddes, R., Foote, H. J. (2015). Public-Private Partnerships for Transportation: Infrastructure Development in the United States. *Public Private Partnerships for Infrastructure and Business Development*. Edited by STEFANO CASELLI, GUIDO CORBETTA, AND VERONICA VECCHI. Palgrave Macmillan, United States— a division of St. Martin's Press LLC, 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010, p. 121-131.
5. Hodge, G., Greve, C. (2005). Introduction. *The challenge of Public-Private Partnerships - Learning from International Experience*. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK : Northampton, MA, USA.
6. Hodge, G., Greve, C. (2007). Public – Private Partnerships: An International Performance Review. *Essays on Service Delivery and Privatization. Public Administration Review*, p. 545-558.
7. Klijn, Erik-H., Teisman, R. G. (2002). *Institutional and Strategic Barriers to Public-Private Partnership: An Analysis of Dutch Cases*. Paper for the British Academy of Management Conference 2002, 9-11 September 2002, London : Middlesex University.
8. Komisija za Javno-privatno partnerstvo Republike Srbije. (2019). *Izveštaj o radu komisije za javno-privatno partnerstvo Vlade Republike Srbije*. <http://jpp.gov.rs>
9. Moszoro, M., Araya, G., Ruiz-Nuñez, R., Schwartz, J. (2015). What Drives Private Participation in Infrastructure Developing Countries? *Public Private Partnerships for Infrastructure and Business Development*. Edited by STEFANO CASELLI, GUIDO CORBETTA , AND VERONICA VECCHI. Palgrave Macmillan, United States - a division of St. Martin's Press LLC, 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010, p. 19-44.
10. Public Private Partnership in the EU: Widespread shortcomings and limited benefits. Special Report, pursuant to Artical 287 (4), second subparagraph, TFEU, European Court of Auditors. No. 9.

11. Slijepčević, Đ., Ivanić, M., Amović, M. (2010). Javno-privatno partnerstvo u funkciji savremenog društveno-ekonomskog razvoja. *Računovodstvo - Časopis za računovodstvo, reviziju i poslovne finansije & Savez računovođa i revizora Srbije, godina LIV, br. 9-10.*, Beograd, septembar-oktobar 2010, str. 92-99.
12. Stojadinović-Jovanović, S. (2007). *Transnacionalizacija međunarodne trgovine*. Zemun : Prometej.
13. Vecchi, V., Caselli, S., Corbetta, G. (2015). The Public-Private Partnerships' Framework. *Public Private Partnerships for Infrastructure and Business Development*. Edited by STEFANO CASELLI, GUIDO CORBETTA, AND VERONICA VECCHI. Palgrave Macmillan, United States - a division of St. Martin's Press LLC, 175 Fifth Avenue, New York, NY 10010.
14. Vlašković, V., Milenković, M., Majstorović, E., Mijačić, D. (2019). Studije slučaja: Transparentnost projekata JPP u Srbiji. *Institut za teritorijalni ekonomski razvoj (InTER)*.

Internet izvori:

15. <http://jpp.gov.rs/content/Datoteke/izvestaji/%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B0%D1%98%20%D0%BE%20%D1%80%D0%B0%D0%B4%D1%83%20%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%B8%D1%98%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%98%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BD%D0%BE%20%D0%BF%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BD%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%92%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B5%20%D0%A0%D0%B5%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20%D0%A1%D1%80%D0%B1%D0%B8%D1%98%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%202018.%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D1%83.pdf>
16. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javno_privatnom_partnerstvu_i_koncesijama.html
17. <https://www.makroekonomija.org/strane-direktne-investicije/strane-direktne-investicije-instrumenti-eksploatacije/>

CROWDFUNDING KAO MODEL FINANSIRANJA

Dragan Stojković*

Nastankom globalne finansijske krize 2008. godine znatno je otežano finansiranje brojnih projekata, a pre svega poslovnih poduhvata koji se odnose na start up-ove i mala i srednja preduzeća. S tim u vezi, javila se realna potreba za razvojem alternativnih izvora finansiranja, koja je dovela da njihove ekspanzije u narednom periodu. Takođe, stabilan i održiv rast i razvoj online alternativnog finansiranja, koji je usledio nakon krize, može ukazivati i na otpornost ovog načina finansiranja od uticaja šokova koji dolaze sa globalnog finansijskog tržišta. Crowdfunding, kao sve zastupljeniji oblik alternativnog načina finansiranja, predstavlja model prikupljanja kapitala od velikog broja malih ulagača koji se realizuje upotrebom modernih Internet tehnologija. Ovaj model finansiranja je nastao u SAD, gde je i najrazvijeniji, ali je prisutan njegov intenzivan razvoj i u ostalim zemljama sveta.

Ključne reči: kampanje, backer-i, platforme, donacije, nagrade, investicije.

Uvod

Najraniji i najjednostavniji oblici grupnog finansiranja (crowdfunding) potiču još iz XVIII veka. Aleksandar Poup je 1713. godine pomoću grupnog finansiranja objavio prevod Homerove "Ilijade" na engleskom jeziku. Mozart i Betoven su svoje koncerte i izdavanje novih muzičkih zapisa finansirali avansnim plaćanjima zainteresovanih lica. Izgradnja pijadestala Kipa Slobode u Njujorku 1885. godine finansirana je donacijama velikog broja francuskih i američkih građana. Pored navedenih, postoje i primeri novijeg datuma. Britanski rok sastav *Marillion* je 1997. godine prikupio 60 hiljada američkih dolara putem Interneta od svojih obožavalaca u cilju finansiranja američke turneje. Slično njima, britanska kompanija za proizvodnju softverskih rešenja *Trampoline Systems* je u cilju finansiranja softverskog projekta prikupila 260 hiljada funti kapitala putem javnog poziva na Internetu. Takođe, u savremenim uslovima se produkcije filmova sve više finansiraju putem donacija backer-a preko Interneta. Jedan od zanimljivijih primera crowdfunding-a realizovali su obožavaoci SAAB automobila koji su organizovali zajedničku akciju prikupljanja sredstava kako bi ovog proizvođača automobila spasili od bankrota. (Hemer, 2011, 3). Naravno, ovo je samo suženi pregled starijih i novijih primera specifičnih oblika mikrofinansiranja projekata od strane većeg broja pojedinaca.

Počev od kraja devedesetih godina XX veka, crowdfunding se razvijao unutar zajednice Internet korisnika, naročito u oblastima proizvodnje kreativnih i umetničkih formi, kao što su muzička, filmska i video industrija. Dugo vremena crowdfunding je bio relativno nezapažen i predstavljao je više skriveni fenomen karakterističan za prethodno pomenute oblasti. Međutim, crowdfunding aplikacije u oblasti društvenih projekata, kao što su zdravstvena zaštita, pomoć zemljama u razvoju, smanjenje siromaštva, primena novih tehnologija, podrška demokratskim promenama i slično, su vremenom postajale sve transparentnije. U ovim oblastima, prikupljanje sredstava malim donacijama ili sponzorisanjem od strane većeg broja pojedinaca iz različitih Internet zajednica ili organizacija koje su orijentisane ka specifičnim projektima je postalo sve izraženije. Pored finansiranja neprofitnih projekata, crowdfunding je na pragu da postane i jedan od važnijih alternativnih izvora finansiranja preduzetničkih projekata kojima je, zbog njihovog shvatanja da su isuviše kompleksni i rizični, otežan pristup drugim izvorima finansiranja (Hemer, 2011, 4). Crowdfunding se sve više potvrđuje kao efikasna dopuna privatnom kapitalu i venture kapitalu. Poslednjih godina, kreirano je na hiljade platformi koje

* Docent, e-mail: dstojkovic@kg.ac.rs

malim firmama i *start-up*-ovima (ili individualcima sa dobrom idejom) obezbeđuju pristup na hiljadama individualaca koji su spremni da investiraju u biznis ideje. Povećano interesovanje investitora za ulaganja na crowdfunding platformama je dokaz da crowdfunding može da predstavlja legitiman izvor finansiranja u poređenju sa tradicionalnim bankarskim kreditima (Massolution, 2015). S tim u vezi, formirano je na hiljade crowdfunding platformi koje olakšavaju ovaj proces prikupljanja sredstava. Neke od najpoznatijih crowdfunding platformi na globalnom nivou su: Kiva, Kickstarter, IndieGoGo i Spot-us (Hemer, 2011, 3).

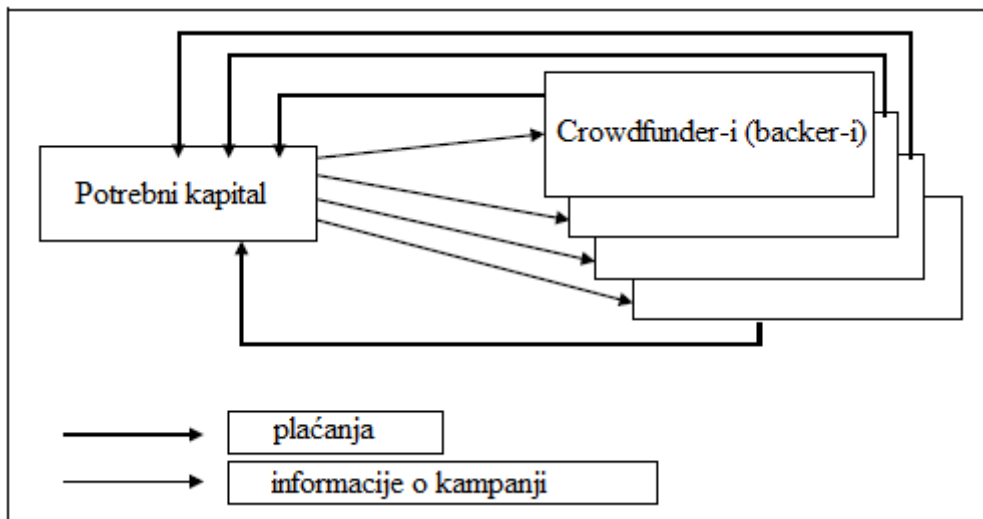
Jednu od najširih definicija crowdfunding-a dali su Lambert & Schwienbacher (2010) prema kojima crowdfunding predstavlja otvoren poziv, pre svega putem Interneta, za prikupljanje finansijskih sredstava, bilo u formi donacija (bez nagrađivanja) ili u zamenu za neki oblik nagrade i/ili glasačkih prava u cilju podrške inicijativama u različite svrhe. Međutim, potpuna definicija crowdfunding-a bi trebalo da uključi ne samo najznačajnije elemente ovog procesa, već i vezu između njih. Prikupljeni kapital i nove investicione mogućnosti predstavljaju rezultat uspešnog spajanja lica koja prikupljaju kapital i investitora. S tim u vezi, crowdfunding se može definisati kao metod uspostavljanja veze između preduzetnika, učesnika kojima je potreban kapital, i novih investitora, odnosno učesnika koji predstavljaju izvor kapitala i spremni su da ga investiraju preko posrednika koji koriste Internet tehnologije (Valanciene & Jegeleviciute, 2013). Intenzivan rast crowdfunding-a tokom prethodne decenije se može pripisati napredovanju web aplikacija i aplikacija za mobilne telefone (Buysere et al., 2012, 9).

Crowdfunding projekti se mogu značajno razlikovati, kako u smislu postavljenih ciljeva, tako i u pogledu veličine. Oni se mogu odnositi na male umetničke projekte, ali i na veće preduzetničke poduhvate koji potražuju milione dolara kao alternativu tradicionalnim izvorima *venture* finansiranja. Međutim, naučno sagledavanje ovog fenomena je na veoma niskom nivou. U naučnoj i široj javnosti se veoma malo zna o dinamici uspešnog crowdfunding projekta, kao i o načinu na koji se crowdfunding razvija. Pored toga, postoje različite neizvesnosti u pogledu dugoročnih implikacija crowdfunding, pre svega u smislu da li postojeći projekti generišu očekivane rezultate. Dakle, ograničenja i izazovi sa kojima se suočava ovaj model finansiranja su u literaturi malo zastupljeni. Drugim rečima, ova rastuća oblast finansiranja preduzetničke aktivnosti je još uvek nedovoljno istražena (Mollick, 2014). Kvantitativna istraživanja su jako retka, a dosadašnje studije su uglavnom fokusirane na modele crowdfunding-a i na uloge osnovnih učesnika u ovom modelu finansiranja. S tim u vezi, osnovni cilj rada jeste ukazivanje na značaj crowdfundinga kao modela finansiranja.

Pojam, vrste i karakteristike Crowdfundinga

Pojam crowdfunding je izveden iz pojma crowdsourcing-a, šireg koncepta koji se upotrebljava od 2006. godine. Crowdsourcing-a se može definisati kao način objedinjavanja kreativnih rešenja veće grupe međusobno udaljenih pojedinaca. S tim u vezi, crowdfunding podrazumeva proces udruživanja finansijske snage grupe pojedinca, u cilju finansiranja malih projekata koji najverovatnije ne bi mogli da budu realizovani korišćenjem tradicionalnih izvora finansiranja (Gerber et al., 2012). Ovaj model finansiranja je posebno pogodan za preduzetnike čiji se biznis nalazi u početnim etapama razvoja, jer crowdfunding omogućava prikupljanje kapitala za poslovne poduhvate koji imaju ograničen pristup tradicionalnim izvorima finansiranja. Finansiranje ovakvih projekata od strane banka je postalo značajno ograničeno nakon globalne finansijske krize, odnosno usled krize finansijskog tržišta i pojačane regulative (Buysere et al., 2016, 19).

Crowdfunding može biti direktni i indirektni. Direktni crowdfunding se odnosi na direktni apel za prikupljanje sredstava koji lica koja prikupljaju sredstva upućuju grupi pojedinaca (backer-i), na primer, na *website*-u kompanije. Uspeh direktnog crowdfunding-a zavisi od toga da li je relativno nepoznato lice koje prikuplja sredstva (preduzetnik) u stanju da se direktno obrati velikom broju pojedinaca putem sopstvenog sajta. S tim u vezi, ne postoji strogo definisana minimalna veličina grupe koja presudno utiče na uspeh crowdfunding-a. Međutim, Howe smatra da bi veličina grupe od 5 hiljada učesnika trebalo da bude dovoljna za uspeh crowdfunding kampanje. Direktni crowdfunding uključuje samo osnovne učesnike u ovom procesu i prikazan je Slikom 1.



Slika 1 Osnovni učesnici u procesu Crowdfunding-a

Izvor: Hemer et al, 2011

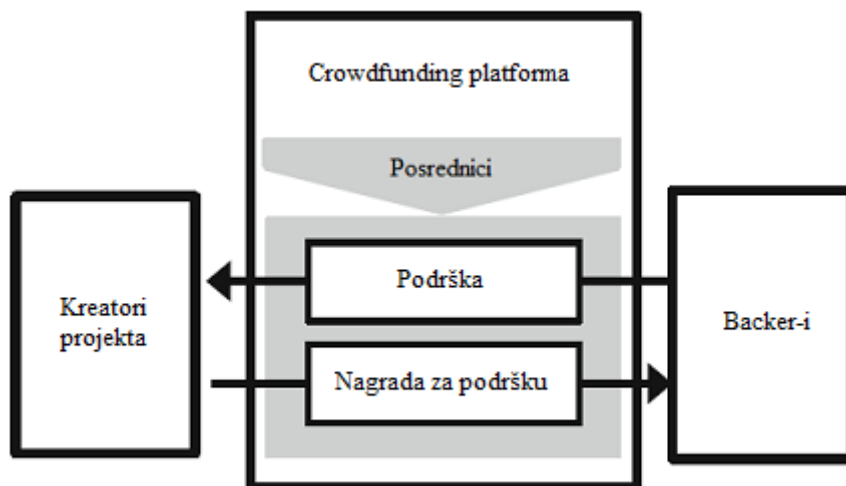
S druge strane, indirektni crowdfunding podrazumeva angažovanje posrednika u procesu prikupljanja sredstava, jer se poziv oglašava korišćenjem elektronskih platformi koje su namenski dizajnirane. Generalno, indirektni crowdfunding uključuje tri grupe stejkholdera: inicijatore projekata koji potražuju sredstva za realizaciju ideje, backer-e koji su voljni da podrže specifični projekat, i platforme koje "uparaju" ove dve strane tako što preuzimaju ulogu posrednika (Buysere et al., 2016, 10). U modernim uslovima poslovanja, većina crowdfunding kampanja se sprovodi indirektnim putem, odnosno korišćenjem usluga posrednika na šta naročito utiče rastući broj elektronskih platformi (Bouncken et al. 2015). Za razliku od tradicionalnih modela prikupljanja sredstava (podnošenje zahteva za dobijanje kredita u bankama ili donacije od strane fondacija) crowdfunding omogućava kreatorima projekata, ljudima kojima su potrebni resursi, da se obrate grupi pojedinca da putem online platformi podrže njihove ideje (Gerber et al. 2012).

Standardizovane online platforme su značajno uticale na rast i razvoj crowdfunding-a kao alternativnog načina prikupljanja kapitala. Ove platforme omogućavaju transparentne mehanizme putem kojih pojedinci ulažu sredstva u firme koje se nalaze u početnoj fazi razvoja. Međutim, platforme se međusobno značajno razlikuju, a neke od ovih razlika utiču na sposobnost preduzetnika da privuku ulagače koji su voljni da podele rizik sa njima (Cumming et al., 2019).

Preduzetnik se u cilju realizacije crowdfunding kampanje angažuje u nekoliko faza, odnosno tipova aktivnosti. Prvo, priprema promotivni materijal za kampanju. Drugo, testira pripremljeni promotivni materijal, aktivnim traženjem povratne reakcije na poruke iz materijala,

kao i angažovanjem ciljne grupe u samom dizajnu materijala. Treće, preduzetnik javno predstavlja projekat svim zainteresovanim licima tokom kampanje, što podrazumeva korišćenje same platforme, ali i e-mail-a, online društvenih medija, kao i offline komunikacione tehnologije i lične zahteve. Zatim, nakon što je kampanja završena, preduzetnik pristupa realizaciji projekta, odnosno vrši se proizvodnja i isporuka očekivanih kompanzacija (Hui et al. 2014). U poslednjoj fazi, preduzetnici mogu poželeti da uzvrate zajednici, tako što će pružiti savete ili će finansirati projekte drugih preduzetnika (Gerber & Hui, 2013).

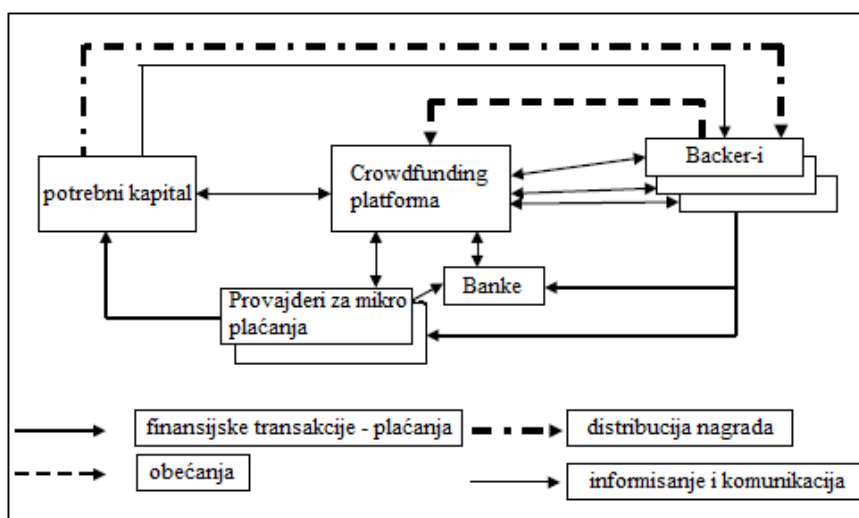
Na Slici 2 su prikazani osnovni principi rada i učesnici u Crowdfunding-u.



Slika 2 Principi rada Crowdfundinga

Izvor: Haas et al, 2014

Procesi na kojima počiva crowdfunding prikupljanje sredstava mogu da budu jako složeni, ukoliko postoji veliki broj backer-a i mikro-finansijskih transakcija. S tim u vezi, inicijatori projekata koji su nedovoljnoiskusni i ne žele da se direktno angažuju u upravljanju crowdfunding procesom skloniji su opciji da celokupno upravljanje prepuste posrednicima (Slika 3).



Slika 3 Proces Crowdfunding-a koji uključuje posredovanje (platformu)

Izvor: Hemer et al, 2011

U skladu sa poreklom crowdfunding fenomena, ove posredničke usluge moraju biti orijentisane ka upotrebi web-a i različitih softvera, pa se upravo zbog toga i nazivaju crowdfunding platformama. Platforme deluju kao neutralni učesnici i olakšavaju sklapanje transakcije između inicijatora projekta i backer-a (crowdfunder-a). U ovom procesu, platforme mogu obavljati različite aktivnosti. Većina platformi nudi samo fizičku (internet) platformu, website-ove za prezentaciju projekata, proverene procedure i softver koji se koristi za prikupljanje finansijskih sredstava. Međutim, postoje i platforme koje ulažu veće napore i pružaju savete, organizuju odnose sa javnošću, ugovaraju sastanke sa provajderima mikro transakcija i tome slično. Pored toga, platforme mogu da ponude i druge usluge, kao što su, konsalting, potraga za investitorima, formiranje pula ulagača i tako dalje.

U procesu primene crowdfunding-a veoma važni ulogu imaju procesi edukacije i obuke, s obzirom da pomažu preduzetnicima da osmisle uspešnu crowdfunding kampanju i identifikuju tip crowdfunding-a koji je najbolji za njihov projekat, kao i backer-ima izaberu odgovarajuću kampanju. Edukativni naponi mogu da uključe i formiranje nacionalnih strategija od strane državnih agencija u cilju istraživanja mogućnosti za primenu crowdfunding-a u kulturnim i drugim kreativnim projektima. Ove strategije mogu da ponude savete za sprovođenje uspešnih kampanja, iskustva preduzetnika iz uspešnih kampanja ili rezultate različitih oblika kampanja sprovedenih u određenim oblastima (Buysere et al., 2012).

Rangiranje oblasti koje se najviše finansiraju putem alternativnih izvora u SAD (Ziegler et al, 2017, 45):

- Nepokretnosti i stambeni objekti,
- Tehnologija,
- Hrana i piće,
- Filmska industrija i industrija zabave,
- Maloprodaja i veleprodaja.

Modeli Crowdfundinga

Backer-i u procesu crowdfunding-a mogu da budu nagrađeni materijalnim putem ili nematerijalnim putem, na primer, određenim oblikom društvenog priznanja. U materijalnom smislu, nadoknada može biti u novčanom izrazu i unapred ugovorena ili u vidu proizvoda i usluga. S druge strane, preduzetnici putem crowdfunding-a prikupljaju sredstva od strane velike grupe pojedinaca, umesto da se oslanjaju na manji broj profesionalnih investitora. Belleflamme et al. (2014) pokazuju da se odluka preduzetnika da li će pojedinačne investitore da "nagradi" u novčanom iznosu, to jest, udelom u profitu, ili ekskluzivnim snabdevanjem proizvodima ili uslugama, bazira na veličini početne investicije u odnosu na veličinu tržišta. Ukoliko je veličina početne investicije mala, preduzetnik će preferirati isporuku proizvoda kao model kompenzacije, a ukoliko je veličina investicije velika, preferiraće učešće u profitu.

U praksi postoji veliki broj različitih oblika grupnog finansiranja, ali je sve njih moguće grupisati prema određenim kriterijuma u najzastupljenije modele. Prema motivu ulaganja backer-a, odnosno tipu kompenzacije, mogu se razlikovati četiri modela crowdfunding-a (Bouncken et al., 2015):

- model zasnovan na donaciji (donation-based),
- model zasnovan na nagradi (reward-based),
- model zasnovan na kreditiranju (lending-based)

- model zasnovan na vlasništvu (equity-based).

Model zasnovan na donaciji. Iako je donacija u suštini altruističkog karaktera, bez obaveze primaoca da pruži zauzvrat neki vid kompenzacije donatoru, uobičajeno je da se u crowdfunding-u donatorima pruži neki vid nagrade za njihovu podršku. Ove nagrade su često samo nematerijalnog karaktera (pismo zahvalnosti, autogram umetnika ili navođenje imena crowdfunder-a na omotu CD-a, pozivnica za projekciju filma ili umetničku izložbu ili davanje neke male uloge donatoru u samom projektu). Neke nagrade su u obliku poklona male vrednosti, kao što su majice izrađene u svrhu promocije projekta i tome slično. U slučaju sponzorstva, inicijator projekta i sponzor se dogovaraju o vidu nagrade koji je inicijator projekta u obavezi da obezbedi. Ove nagrade najčešće imaju oblik marketinga za sponzora. Kod prodaje unapred, donacija je namenjena pružanju podrške u proizvodnji određenog proizvoda (knjiga, film, muzički album, pozorišna predstava, softver i drugo), a zauzvrat se očekuje isporuka prve verzije proizvoda ili usluge. U ovom slučaju, crowdfunding se svodi na naručivanje proizvoda unapred i predstavlja čin kupovine koji se može oporezovati. Dakle, crowdfunding zasnovan na donacijama pomaže neprofitnim organizacijama u smislu finansiranja određenih projekata i osnovnih troškova, ali može pomoći i u finansiranju kreativnih projekata i društveno korisnih projekata.

Model zasnovan na nagradi. Nagradni crowdfunding se najčešće koristi za kreativne poslovne projekte ili manje značajne potrošačke proizvode, gde osnovno prefinansiranje proizvodnje mora biti povezano sa inicijalnim ispitivanjem potražnje. Ukoliko dovoljan broj pojedinaca ulazi u proces pružanja finansijske podrške, preduzetnik ima tržišnu potvrdu ispravnosti povučenih poslovnih poteza.

Model zasnovan na kreditiranju. U ovom slučaju nagrada za ulagača je pripadajuća kamata i isplata glavnice nakon isteka definisanog perioda. Alternativu predstavlja pozajmljivanje na dugoročnoj osnovi sa učešćem u profitu. U ovom slučaju, kreditor je taj koji odobrava rizičnu pozajmicu i ne prima kamate, već, nakon isteka perioda pozajmice, prima iznos koji odgovara određenom procentualnom učešću u profitu projekta. Taj iznos može višestruko da premaši prvobitni iznos pozajmice, ali može da bude i jednak nuli.

Model zasnovan na vlasništvu. Ova varijanta mikroinvestiranja je komplikovanija od svih drugih formi crowdfunding-a. Crowdfunder-i investiraju u vlasnički udeo u kompaniji, a nagrada za preuzeti rizik su akcije kompanije, dividende ili glasačka prava (Hemer, 2011, 19). Vlasnički crowdfunding je oblik finansiranja u kojem preduzetnici upućuju otvoren poziv na Internetu u očekivanju da će privući veliku grupu investitora. Otvoreni poziv i ulaganje se odvijaju na online platformama (na primer, Crowdcube) koje kreiraju uslove potrebne za obavljanje transakcija (zakonski osnov, početni izbor, procesuiranje finalnih transakcija i tako dalje) (Ahlers et al., 2015). Tržište vlasničkog crowdfunding-a je u značajnoj meri oblikovano regulatornim okvirom. S obzirom da podrazumeva prodaju hartija od vrednosti (Bradford, 2012), regulatorni okvir za ovu vrstu crowdfunding-a je strožiji u odnosu na druge oblike, a u mnogim zemljama je bio i zabranjen do pre nekoliko godina. Velika Britanija, Irska, Francuska, Holandija, Švajcarska i Australija su jedine zemlje članice OECD-a u kojima crowdfunding platforme mogu da prodaju akcije malim investitorima (Ahlers et al., 2015).

Potrebno je napomenuti da prva dva modela crowdfundinga ne uključuju finansijske tokove, tako da se zapravo i ne takmiče sa drugim oblicima finansiranja (banke i tržišta). Međutim, treći i četvrti model uključuju finansijske tokove, odnosno predstavljaju modele koji su zasnovani na investicijama (Investment-based models). Takođe, uočava se da razlozi zašto backer-i podržavaju neki projekat (kampanju) mogu biti racionalne i emotivne prirode. Razlozi racionalne prirode odnose se na equity-based i lending-based crowdfunding, jer se kao motiv

ulaganja javlja zarada (racionalni razlog). S tim u vezi, kao finansijeri ovakvih projekata uglavnom se javljaju veći investitori. S druge strane, razlozi emotivne prirode se vezuju za reward-based i donation-based crowdfunding. U ovim slučajevima projekat se uglavnom finansira od strane velikog broja sitnih ulagača.

Prema načinu funkcionisanja crowdfunding platformi, mogu se razlikovati sledeći modeli crowdfundinga (Hemer, 2011, 20):

- Threshold pledge model,
- Model mikrokreditiranja,
- Investicioni ili vlasnički model,
- Holding model,
- Klub model.

Threshold pledge model ili „sve ili ništa“ model je preovlađujući model za projekte koji imaju za cilj prikupljanje kapitala putem donacija, sponzorstva, predprodaje. Ovaj model se zasniva na dogovoru kreatora projekta i platforme o pragu vrednosti (threshold), to jest, sumi koja se mora prikupiti od ulagača, kao i o vremenskom periodu u kojem se ciljani iznos mora prikupiti. Ukoliko se ne prikupi ciljani iznos sredstava, nema priliva sredstava, jer ulagači samo daju obećanje (*pledge*) da će platiti naznačeni novčani iznos, pod uslovom da je prag vrednosti realizovan u naznačenom periodu. U naprednijim modelima, obećana sredstva se uplaćuju na neutralni račun, a platforma upravlja website-om na kojem se može pratiti status projekta, dostignuti iznos sredstava i broj ulagača. Ukoliko se prag vrednosti dostigne u definisanom periodu, sredstva se sa neutralnog računa uplaćuju na račun projekta; u suprotnom, sredstva se transferuju na račune ulagača. Ovaj model se često kombinuje sa modelima pozajmljivanja ili investicionim modelima, kao složenijim modelima.

Modeli mikrokreditiranja. Platforme koje posluju prema ovom modelu su svojvrnsni brokeri koji realizuju kreditne transakcije male vrednosti na peer-to-peer (P2P) osnovi, to jest, od jednog pojedinca ka drugom pojedincu bez direktnog angažovanja banke. Na primer, nemačka platforma Smava prikuplja obećanja o pozajmici (*loan pledges*) od velikog broja pojedinaca za finansiranje privatnih projekata. U skladu sa principom praga vrednosti, ova sredstva se aktiviraju čim je ciljani iznos sredstava dostignut. Smava zatim servisira isplate kamata od dužnika i usmeraca ih ka pojedinačnim ulagačima. U ovom modelu veza između lica koje pozajmljuje i lica koje prima sredstva je anonimna, dok se kod P2P pozajmica podrazumeva lični kontakt između partnera u kreditnom ugovoru.

Investicioni ili vlasnički model. Ovaj model je postao poznat zahvaljujući dvema platformama specijalizovanim za muzičku industriju (SellaBand i Bandstocks). Inicijatori projekta (u ovom slučaju muzičari) i partnerske platforme definišu vremenski period i iznos sredstava koji se mora prikupiti u tom periodu. Ovaj ciljani iznos se zatim deli u hiljade jednakih iznosa koji se putem platforme nude ulagačima kao akcije po određenoj ceni. Nakon toga, vrši se prijem „obećanja“, sve dok se ne realizuje ciljani iznos sredstava, a zatim se ulazi u fazu investiranja.

Holding model. Nekada aktivna britanska muzička platforma Bandstocks i još uvek aktivna francuska platforma WiSeed (specijalizovani za startup-ove) su dopunili prethodno opisani model elementom koji se može nazvati holding. To znači da platforma formira filijalu kao individualni holding za svaki od crowdfunding projekata koji treba da se realizuju. Svaki holding je vlasnik prethodno pomenutih akcija pripisanog projekta i prodaje ih individualnim ulagačima. Dakle, holding je jedini ponuđač hartija od vrednosti za dati projekat, uz druge potencijalne investitore sa drugih tradicionalnih segmenata finansijskog tržišta.

Klub model. U mnogim zemljama javna ponuda hartija od vrednosti je strogo regulisana i zahteva objavljivanje prodajnog prospekta koji mora da bude odobren od strane Komisije za hartije od vrednosti. Procedure uključene u ovaj proces su veoma komplikovane, zahtevaju puno resursa i vremena, pa su nedostupne za male crowdfunding projekte. Kako bi izbegle birokratske prepreke i troškove, neke platforme formiraju zajednicu ulagača iz šire grupe pojedinaca, formirajući na taj način zatvoreni klub pojedinaca, tzv. klub investitora. Regulatorne odredbe u ovom slučaju su znatno fleksibilnije, jer se članovi ovih klubova tretiraju kao kvalifikovani investitori kojima je potrebno manje zakonske protekcije.

Crowdfunding platforme

U modernim uslovima poslovanja, crowdfunding platforme koriste web tehnologije i postojeće sisteme online plaćanja, kako bi olakšale transakcije između kreatora projekta i njihovih finansijera (backer-a). Platforme, kao što su RocketHub, Kickstarter i IndieGoGo stvaraju mogućnosti za svakoga ko ima pristup Internetu da podeli poslovnu ideju na društvenoj mreži i prikupi sredstva za realizaciju svog projekta. Poslovne ideje se značajno razlikuju, od džez muzičara koji traži podršku za turneju, akademika koji traži podršku za objavljivanje knjige, do dizajnera koji ima novu ideju za masku na telefonu (Gerber et al., 2012). Da bi preduzetnik otpočeo crowdfunding kampanju na online platformi, mora da razvije profil projekta, što obično podrazumeva naziv, opis upotrebe sredstava, ciljeve finansiranja, trajanje kampanje i opis kompenzacija. Preduzetnik ove i druge zahteve može da ostvari i online, popunjavanjem odgovarajućih polja u online upitniku, a ukoliko je projekat odobren, platforma ga postavlja na javno dostupnu stranicu gde ulagači mogu da ulažu sredstva (Hui et al. 2014). Poznate crowdfunding platforme formiraju web stranice za projekte, sa analitikom projekta, monitoringom projekta, i tutorialima pre i tokom trajanja kampanje.

Crowdfunding platforme koriste sve dostupne sisteme kako bi olakšali razmenu resursa između preduzetnika i lica koja im pružaju finansijsku podršku, kao što su sistemi plaćanja orijentisani ka upotrebi web-a (Amazon Payments), sistemi poruka, društvene mreže i platforme za deljenje video sadržaja. Za razliku od tradicionalnih metoda prikupljanja sredstava, crowdfunding dozvoljava preduzetnicima da se obrate direktno grupi pojedinaca, ali bez ustupanja vlasništva nad samim projektom.

Crowdfunding platforme mogu poslovati prema modelu „sve ili ništa“ ili prema modelu „zadrži sve“. Model „sve ili ništa“, koji prati Kickstarter, podrazumeva da se sredstva vrate ulagačima ukoliko se ne dostigne ciljani iznos prikupljenih sredstava. Model „zadrži sve“, koji prati RocketHub, dozvoljava preduzetniku da zadrži sva prikupljena sredstva, čak i u slučaju da ciljani iznos sredstava nije dostignut. Kada se crowdfunding kampanja završi, platforma zahteva od preduzetnika da isplati proviziju za pružene usluge, kao i naknadu za obradu plaćanja povezanom sistemu online plaćanja (Gerber & Hui, 2013). S obzirom da se značajan broj kampanja ne realizuje u celosti, veoma je važno odabrati adekvatan model finansiranja. Izbor modela može uticati na sposobnost preduzetnika da prikupi potrebne uloge (*pledges*), ali i na način kako će se rizik preraspodeliti između grupe ulagača, s jedne strane, i preduzetnika, s druge strane. U tom smislu, osnovni problem sa kojim se preduzetnik može suočiti jeste nemogućnost da utvrdi stvarnu vrednost sopstvenog projekta, dok se ulagači susreću sa problemom procene sposobnosti preduzetnika da isporuči obećano (Cumming et al., 2019).

Kickstarter i Indiegogo su crowdfunding platforme uglavnom orijentisane ka nagrađivanju, preko kojih preduzetnici mogu da prikupe kapital, a zauzvrat pojedincima nude nagradu za finansijsku podršku. U većini slučajeva, nagrada je proizvod koji je preduzetnik proizveo korišćenjem novca prikupljenog u kampanji. Kickstarter je najveća crowdfunding platforma na

svetu. Ova platforma je osnovana 2008. godine i ima oko 420 hiljada projekata, od kojih je oko 150 hiljada uspešno finansirano sa ukupnim iznosom prikupljenih sredstava od približno 3,49 milijardi dolara od osnivanja. Samo u prvom kvartalu 2012. godine, Kickstarter je prikupio više od 200 miliona dolara za 20 hiljada različitih projekata, ili 44% ukupnog iznosa sredstava koji su kompanije potraživale online putem (Wortham 2012). Kreiran 2007. godine, Indiegogo je druga najveća svetska crowdfunding platforma (sa više od 800 hiljada projekata i prikupljenim novčanim sredstvima u iznosu od više od 1,3 milijardi dolara od osnivanja). Indiegogo nudi preduzetnicima mogućnost formiranja crowdfunding kampanja orijentisanih ka nagrađivanju u tri oblasti: Kreativno, Inovativno i Društveno, sa definisanim podoblastima (na primer, u oblasti Kreativno, postoji podoblast Dizajn, u oblasti Inovativno postoji podoblast Tehnologija, dok u oblasti Društveno postoji podoblast Životinje). Website je dostupan na engleskom, francuskom, nemačkom i španskom jeziku, ali preduzetnici mogu da budu locirani bilo gde u svetu. Preduzetnici moraju da imaju definisani ciljani iznos sredstava od najmanje 500 novčanih jedinica u bilo kojoj od prihvaćenih valuta (USD, EUR, GBP, CAD ili AUD). Pojedinaac, grupa pojedinaca, poslovni subjekt, neprofitna institucija, zajednica ili verska ili politička organizacija mogu da oglašavaju svoje projekte. Kampanja može da traje do 60 dana prema principu „sve ili ništa“ ili do 120 dana, prema principu „zadrži sve“. Tokom kampanje, platforma prikuplja obećanja od backera. Nakon što se kampanja završi, sredstva se transferišu preduzetniku putem PayPal-a.

Jedna od osnovnih razlika između Indiegogo-a i većine drugih platformi je mogućnost da preduzetnik sam izabere model finansiranja (sve ili ništa ili zadrži sve model). Druge platforme, uključujući i Kickstarter, nude samo mogućnost „sve ili ništa“ modela finansiranja. S druge strane, platforme, kao što su RocketHub, GoFundMe i Sponsume, dozvoljavaju samo „zadrži sve“ model finansiranja. U ovom slučaju, platforma naplaćuje proviziju od 4% za uspešne kampanje, ali je provizija značajno veća u slučaju neuspešne kampanje i iznosi 9%. Na ovaj način, preduzetnik biva kažnjen ukoliko je isuviše ambiciozno postavio ciljani iznos sredstava (Cumming et al., 2019).

Kada potencijalni backer poseti web stranicu aktivnog projekta, može da pristupi svim informacijama koje su značajne za projekat. Pored toga, potencijalni backer-i mogu da vide trenutni status finansiranja projekta, ciljani iznos sredstava, kao i broj dana koji je ostao na raspolaganju do isteka kampanje (Slika 4). Posetilac takođe može da vidi i listu backera, kao i vremenski trenutak u kojem su backeri izvršili uplate (Kuppuswamy & Bayus, 2013).

The image shows a screenshot of a Kickstarter campaign page. At the top, there are navigation links: Home, Updates (2), Backers (240), and Comments (15). The location is Pasadena, CA, and the category is Hardware. The main content area features a video thumbnail of two people working at a desk with laptops. To the right of the video, the campaign statistics are displayed: 240 backers, \$30,638 pledged of a \$50,000 goal, and 16 days to go. A prominent green button reads 'Back This Project' with a '\$1 minimum pledge' below it. Below the button, a note states: 'This project will only be funded if at least \$50,000 is pledged by Sunday Jun 16, 11:11 pm EDT.' At the bottom, the funding period is listed as 'May 17, 2013 - Jun 16, 2013 (30 days)'. Social sharing options for Facebook (832 shares), Twitter, and Embed are visible at the bottom left, along with a 'Remind me' button.

Slika 4 Kampanja na Crowdfunding platformi Kickstarter

Kickstarter je orijentisan ka kreativnim projektima, a website ove platforme definiše projekat kao nešto što je ograničeno i ima svoj početak i svoj kraj. Projekti su klasifikovani u trinaest kategorija: Umetnost, Stripovi, Ples, Dizajn, Moda, Film, Hrana, Igrice, Muzika, Fotografija, Publicistika, Tehnologija i Pozorište. Kickstarter ne prihvata projekte koji su kreirani da prikupe donacije humanitarnog karaktera, za pokriće poslovnih rashoda ili za specifične društvene ciljeve (Kuppuswamy & Bayus, 2013).

Kako bi učestvovali na Kickstarter platformi, pojedinci moraju da pristupe ovoj zajednici (besplatno) izborom anonimnog korisničkog imena. Kao i kod većine online zajednica, informacije o demografskim i ličnim karakteristikama se ne skladište, a članovi zajednice mogu da predlažu projekte za finansiranje, pružaju finansijsku podršku (korišćenjem kreditne kartice i Amazona) ili da diskutuju o projektima. Kickstarter projekte mogu da predlažu samo rezidenti SAD (zbog poreskih razloga), dok ulagači mogu da budu locirani bilo gde u svetu (Kuppuswamy & Bayus, 2013). Da bi koristio Kickstarter, preduzetnik (kreator u Kickstarter terminologiji) formira web stranicu za projekat na platformi na kojoj objašnjava svrhu projekta i specifične ciljeve projekta. Zajedno sa krajnjim rokom za finansiranje projekta, kreator navodi i ciljani iznos finansijskih sredstava. Kreatori mogu da komuniciraju sa potencijalnim ulagačima objavljivanjem periodičnih ažuriranja koje su svima dostupne.

Kuppuswamy & Bayus (2013) su koristili dvogodišnju panel seriju podataka o uspešnim i neuspešnim projektima listiranim na Kickstarter platformi, u cilju empirijske analize uloge društvenih informacija na dinamičko ponačanje individualnih investitora (backer-a). Prema rezultatima ove studije, dodatna finansijska podrška backer-a je u negativnoj korelaciji sa prethodnim nivoom finansijske podrške, to jest, mnogi potencijalni backer-i ne ulažu u projekte koji su već u prošlosti imali značajan nivo podrške, jer pretpostavljaju da će drugi pojedinci pružiti neophodan nivo finansijske podrške. Takođe, kako se projekat bliži krajnjem roku za prikupljanje sredstava, pozivi za podršku se učestalo ažuriraju, s obzirom da kreatori projekta pokušavaju da formiraju finalni poziv za realizaciju postavljenog cilja finansiranja. Pozitivan efekat ažuriranja projekta se odražava u povećanju finansijske podrške projektu u poslednjim etapama procesa finansiranja. Ovo je naročito istinito u slučaju projekata koji uspešno ispunjavaju postavljene ciljeve, s obzirom da će oni verovatnije biti ažurirani u poslednjim nedeljama pre isteka roka za prikupljanje željenog iznosa sredstava i generisati veće uzbuđenje kod skorašnjih backer-a u odnosu na projekte koji značajno zaostaju u realizaciji postavljenih ciljeva.

U SAD najviše platformi vezanih iz alternativne izvore finansiranja imaju Kalifornija (više od 30) i Njujork (između 20 i 30). Ostale države SAD pojedinačno posmatrano imaju manje od 10 platformi ove vrste (Ziegler at al., 2017, 35). Od 2010. godine, crowdfunding je počeo intenzivno da se razvija i u Evropi, naročito u Velikoj Britaniji, Nemačkoj i Holandiji. Ove tri zemlje predstavljaju najzrelija crowdfunding tržišta na teritoriji Evrope (Buysere at al., 2016, 9). Funderbeam je platforma za equity crowdfunding koja se razvila u Estoniji, ali se veoma brzo proširila i na ostale zemlje. Ova platforma omogućava finansiranje malih i srednjih preduzeća, a naročito inovativnih i start up kompanija, koja se suočavaju sa problemom nedostatka kapitala. Funderbeam u u svojoj bazi ima preko 150.000 startup i malih i srednjih preduzeća. Krajem 2016. godine Zagrebačka berza i Funderbeam su, sa ciljem obezbeđivanja finansijske podrške malim kompanijama iz Hrvatske, Slovenije i Srbije, osnovali Funderbeam SEE (South-East Europe).

Regulativni okvir Crowdfundinga

Regulativa predstavlja kritičan element za budući razvoj crowdfundinga. Umesto definisanja rigidnih ograničenja, naročito u prekograničnim transakcijama, akcenat bi trebalo da

bude stavljen na kreiranje uslova za formiranje posrednika (platformi) koji ispunjavaju definisane kriterijume, kao što su operativna i finansijska transparentnost, sigurnost informacija i isplata, funkcionalnost platforme, zaštita potrošača i operativne procedure. Pored toga, potrebno je formirati okvir za samoregulativu i akreditaciju, što bi trebalo da pošalje signal o kredibilitetu učesnika u ovom procesu (Buysere et al., 2012). Takođe, u skladu sa izraženom globalizacijom crowdfunding fenomena, dolazi do sve veće geografske disperzije ovog tipa investicija. S tim u vezi, udaljenost različitih učesnika u ovom procesu može predstavljati jedan od potencijalnih opasnosti. Ključan izazov, u tom smislu, za crowdfunding tržišta predstavlja asimetričnost informacija koja postoji između ulagača i lica koja primaju finansijska sredstva (Agrawal et al., 2015).

Kontinuirano rastuće tržište za crowdfunding, na kojem pojedinci direktno finansiraju druge pojedince ili kompanije bez finansijskog posredovanja, predstavlja potencijalno značajan pul finansijskih sredstava. U skladu sa tim, kreatori regulatornog okvira u mnogim zemljama smanjuju ograničenja za ovaj tip ulaganja u kompanije, a nadzor nad online pozajmicama pojedinaca drugim pojedincima (*peer-to-peer lending*, P2P pozajmice) čine fleksibilnijim. Zagovornici ovog pristupa smatraju da crowdfunding može da izmeni proces investiranja i finansiranja, kao i ulogu finansijskog posredovanja. Međutim, veliki broj istraživača, kao i regulatornih tela, izražavaju zabrinutost u pogledu mogućnosti da investitori budu zloupotrebljeni od strane kreatora pojekata. S tim u vezi, može se konstatovati da crowdfunding tržišta, iako imaju ogroman promet na globalnom nivou, pate od nedostatka inicijative za adekvatno regulisanje, kao i od nedovoljnog poznavanja obrazaca ponašanja učesnika u celokupnom procesu (Hildebrand et al., 2014).

U SAD, stupanjem na snagu JOBS akta o regulaciji finansiranja u mala i start-up preduzeća, vlasnički crowdfunding, koji se odvija preko specijalizovanih brokera i portala registrovanih kod SEC, je dozvoljen za sve pojedince nezavisno od veličine dohotka (Devashis, 2012). Takođe, na posmatranom području je u cilju stimulisanja vlasničkog crowdfunding-a za start up-ove i mala i srednja preduzeća u maju 2016. godine uvedena regulatorna mera pod nazivom Regulation Crowdfunding. Prema ovoj odredbi Zakona o hartijama od vrednosti (Securities Act), mala i srednja preduzeća i preduzeća u početnoj etapi razvoja mogu da prikupe vlasnički kapital u vrednosti do 1,07 miliona dolara godišnje, od akreditovanih i neakreditovanih investitora korišćenjem registrovanih crowdfunding platformi ili brokersko-dilerskih kompanija, pri čemu nisu u obavezi da emisiju vlasničkih hartija od vrednosti registruju kod SEC. Oslobođenje od ove obaveze se može ostvariti ukoliko emitent dostavi podatke o poslovanju kompanije, menadžmentu, finansijskom stanju i drugim materijalnim informacijama koje su značajne za potencijalne ulagače. Kao rezultat uvođenja Regulation Crowdfunding-a, u SAD su postignuti značajni rezultati u oblasti crowdfundinga. Broj pojedinačnih ponuda hartija od vrednosti se povećao za 267%, sa 178 u 2016. godini na 481 u 2017. godini. Prikupljeni vlasnički kapital se povećao za 178%, sa 27,6 miliona dolara u 2016. godini na 49,2 miliona u 2017. godini. Dakle, rezultati pokazuju da vlasnički crowdfunding, iako u začetku, ostvaruje izuzetno visoke stope rasta. Priliv kapitala u emisije hartija od vrednosti je kontinuiran, ali bez znakova abnormalne aktivnosti ili neracionalnog ponašanja investitora. Povećanje broja emisija i investitora dokazuje da postoji potreba za Regulation Crowdfunding odredbom i to kako emitenata koji potražuju kapital tako i investitora koji teže diverzifikaciji portfolija. S obzirom na visoku uspešnost emisija, Regulation Crowdfunding predstavlja održivu alternativu za pristup kapitalu start up-ova i malih i srednjih preduzeća. Projekcije pokazuju da će u periodu od narednih pet godina, na globalnom nivou vlasnički crowdfunding premašiti vrednost od 1 milijarde USD novih emisija vlasničkih hartija od vrednosti. Ovaj proces se može dodatno

stimulisati tako što bi se gornji limit po osnovu prikupljenog kapitala na godišnjem nivou povećao sa 1,07 miliona dolara na neki viši nivo (Review of Crowdfunding Regulation 2017).

U SAD je tokom 2017. godine sprovedena Studija o Industriji alternativnog finansiranja, sa ciljem istraživanja utisaka učesnika na crowdfunding tržištu vezanih za postojeći regulatorni okvir. U ovoj studiji sve crowdfunding platforme su podeljene na vlasnički orijentisane i dužnički orijentisane, dok su neinvesticioni modeli (model orijentisan ka nagradi i model orijentisan ka donacijama) isključeni iz analize. Vlasnički orijentisane platforme su podeljene na platforme koje regulativu posmatraju kao isuviše komplikovanu i rigidnu (36%), i platforme koje smatraju da je regulativa adekvatna (36%). Ovi podeljeni stavovi jasno ukazuju na različita iskustva platformi sa regulatornim rešenjima u poslovanju. Ista situacija se odnosi i na dužnički orijentisane platforme, s obzirom da 24% platformi smatra da je regulativa isuviše komplikovana, dok 31% smatra da je regulativa adekvatna. S druge strane, većina platformi (59% vlasnički orijentisanih i 31% dužnički orijentisanih) smatra da su predložene regulatorne izmene adekvatne i odgovarajuće, što ukazuje na optimistične stavove u pogledu budućih kretanja (Ziegler et al., 2017, 68).

U Evropi, Velika Britanija, Francuska i Švajcarska su zemlje sa najrazvijenijom primenom crowdfunding-a, u smislu broja platformi i sprovedenih kampanja, dok je uspeh u drugim evropskim zemljama manje ili više limitiran. Italija je 2013. godine postala prva evropska zemlja koja je definisala regulatorni okvir za vlasnički crowdfunding, ali sa veoma skromnim uspehom u narednom periodu.

U Srbiji ne postoji posebna regulativa koja se odnosi na oblast crowdfundinga. Međutim, od posebnog interesa je razmotriti propise koji se odnose na devizni priliv sredstava iz inostranstva, imajući u vidu da se u najvećem broju slučajeva crowdfunding odvija preko platformi koje se nalaze u nekoj drugoj zemlji. S tim u vezi, banke od organizatora kampanje uglavnom zahtevaju dodatna pojašnjenja, odnosno podatke i dokumentaciju vezanu za devizni priliv. Takođe, od posebnog značaja su propisi vezani za organizatore crowdfunding kampanja, jer je veoma bitno da organizatori kampanja dobro odrede svoj status. U zavisnosti od njihovog statusa kasnije se određuje i poreski tretman prikupljenih sredstava. U procesu crowdfunding-a, kao organizator kampanje se može pojaviti fizičko ili pravno lice. Kampanju često pokreće fizičko lice i to uglavnom u slučaju realizacije nekog neprofitnog projekta ili start up-a. Međutim, u nekim slučajevima se pri realizaciji projekta pojavi neki profitni interes, pa se organizator kampanje mora registrovati u nekoj od pravnih formi (najčešće d.o.o, preduzetnik ili udruženje). Izbor pravne forme utiče na način registracije, troškove poslovanja, samo poslovanje, obim odgovornosti i poreski tretman. Kada novac od crowdfunding kampanje legne na račun fizičkog lica, može se tretirati kao poklon ili kao ostali prihodi. Ako se tretira kao poklon plaća se porez na poklon (2,5%), a u slučaju da se tretira kao ostali prihodi mora se platiti porez na dohodak (20%). Pored toga, u slučaju da pokretač kampanje sa ukupnim prihodima prelazi godišnji limit za godišnji porez na dohodak građana onda ima obavezu da plaća i dodatnih 10%, odnosno 15% za iznos preko određenog limita. S druge strane, kod pravnih lica koja su organizovana kao udruženja osnovana radi realizacije nekog cilja od opšteg interesa, sredstva koja se prikupe tokom kampanje neće biti oporezovana. Takođe, obaveza plaćanja poreza za organizatora kampanje ne postoji ni u slučaju kada se prikupljena novčana sredstva tretiraju kao donacija. Međutim, kada se organizator kampanje registruje kao d.o.o. ili preduzetnik postoji obaveza plaćanja poreza, odnosno nagrada koju on nudi za sredstva uložena u kampanju se tretira kao avansna prodaja (stopa poreza na dobit pravnih lica iznosi 15%) (Crowdfunding u RS).

Crowdfunding u Srbiji

U regionu zapadne Evrope godišnje se održava nekoliko važnih događaja koji doprinose razvoju crowdfundinga. Neki od značajnijih događaja ove vrste su *Crowdfunding Bootcamps*, *Crowdfunding Academy* i *Belgrade Crowdfunding Convention*. Međutim, ovaj način finansiranja u Srbiji još uvek nije razvijen. U cilju pružanja podrške razvoju crowdfundinga na posmatranom području, kao modela alternativnog finansiranja za društvene preduzetnike, start up-ove, udruženja i pojedince, i druge učesnike, razvijen je program Crowdfunding.rs. Razvoj ovog programa u Srbiji omoćulo je Nemačko savezno ministarstvo za privrednu saradnju i razvoj (BMZ), preko Nemačko - srpske inicijative za održivi rast i zapošljavanje (Crowdfunding u RS).

Najpopularnije crowdfunding platforme u Srbiji, kao i na globalnom nivou, su Indiegogo i Kickstarter. Procenat uspešnosti kampanja na ovim platformama u Srbiji iznosi 3% i 37%, respektivno. S druge strane, u periodu 2012-2016. godina na Indiegogo-u je pokrenuto oko 500, a na Kickstarter-u oko 80 kampanja (Crowdfunding u RS). Pored navedenih, za područje Srbije značajne su još tri platforme: Globalgiving, Fandrejzing.rs i Donacije.rs. Globalgiving je jedna od najpoznatijih svetskih platformi namenjena za realizaciju crowdfunding-a zasnovanog na donacijama. Inače, u odnosu na prethodne dve platforme ona je relativno manja. Fandrejzing.rs je domaća platforma organizovana od strane BelHospice. Platforma Donacije.rs je doživela svoj vrhunac razvoja za vreme poplava na Balkanu i jedna je od popularnijih platformi na posmatranom području.

Tabela 1 Najzastupljenije kategorije Crowdfundinga u Srbiji

INDIEGOGO		KICKSTARTER	
Edukacija	17%	Film	36%
Film	16%	Igre	19%
Preduzetništvo	12%	Muzika	26%
Igre	7%	Tehnologija	19%

Izvor: Crowdfunding u RS

U Srbiji se putem crowdfundinga finansiraju uglavnom umetnički projekti (32%), dok je učešće projekata iz oblasti ljudskih prava, zaštite životne sredine i razvoja tehnologija neuporedivo manje. Nasuprot tome, na razvijenim crowdfunding tržištima tehnologija je jedna od najpopularnijih oblasti u koju se investira.

Tabela 2 Uspeh Crowdfunding kampanja iz Srbije, 2017. godina

	Ukupan broj kampanja	Procenat uspešnosti
INDIEGOGO	500	1,4%
KICKSTARTER	80	37,5%

Izvor: Crowdfunding u RS

Od bivših SFRJ republika najviše prikupljenih sredstava putem crowdfunding-a ostvaruje Slovenija, zatim slede Hrvatska i Srbija. U periodu 2012-2016. godina, prema istraživanju agencije Brodoto, od ukupnog broja pokrenutih crowdfunding kampanja u ovom regionu samo 10% je bilo uspešnih, dok je oko 0,5% stanovništva bilo uključeno u njihovu realizaciju (u Srbiji oko 0,25%). S druge strane, više od 20% stanovništava SAD ulaže novac u ovakve kampanje, pri čemu je oko 3% njih pokrenulo i neki svoj projekat na crowdfunding platformi. Takođe, ubrzani razvoj crowdfundinga prisutan je i u zapadnoevropskim zemljama (Crowdfunding u RS).

Zaključak

Crowdfunding predstavlja alternativu finansiranju koje se realizuje putem usluga profesionalnih finansijskih institucija (banke, poslovni anđeli ili *venture* investitori). Neke od najvažnijih prednosti crowdfundinga u odnosu na druge načine finansiranja jesu brzina realizacije projekta i globalni karakter, pri čemu projekti uglavnom ostaju u 100% vlasništvu njihovih kreatora. Pored toga, crowdfunding predstavlja dobar način testiranja proizvoda i njihove prodaje unapred. Međutim, vođenje crowdfunding kampanje je uglavnom složen i stresan posao. Za uspeh kampanje potrebno je kontinuirano ulagati u promociju, kako bi se privukao što veći broj backer-a. S druge strane, veći broj backer-a podrazumeva i veći broj različitih očekivanja i zahteva, što može dodatno iskomplikovati ovaj proces.

Crowdfunding model finansiranja je u velikoj ekspanziji. Tokom 2017. godine obim ulaganja preko crowdfundinga na globalnom nivou iznosio je 34 mlrd. USD, što je po prvi put više od *venture* kapitala ulaganja. Od ovog iznosa, 25 mlrd. USD odnosi se na crowdfunding zasnovan na pozajmici, 5,5 milijardi USD za nagradni i crowdfunding zasnovan na donaciji i 2,5 milijarde USD na investicioni crowdfunding. Očekivani godišnji rast crowdfundinga na globalnom nivou u periodu od 2018. do 2022. godine iznosi 29% (Crowdfunding u RS).

U Srbiji postoji veliki potencijal za razvoj crowdfundinga, ali je za njegov razvoj potrebna pre svega veća zastupljenost u javnosti. Pored toga, na posmatranom području ne postoji posebna regulativa koja se odnosi na ovu oblast finansiranja. Međutim, i pored uočenih ograničenja, u Srbiji se za sada koriste neinvesticioni modeli crowdfunding-a (donacijski i nagradni).

Reference

1. Agrawal, A., Catalini, Ch. & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, Social Networks, and the Timing of Investment Decisions, *Journal of Economics & Management Strategy*, Volume 24, Number 2, 253–274;
2. Ahlers, G. K. C., Cumming, D. Günther, Ch. & Schweizer, D. (2015). Signaling in Equity Crowdfunding, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 39, 955-980;
3. Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd, *Journal of Business Venturing*, 29, 585–609;
4. Bouncken, R. B., Komorek, M. & Kraus, S. (2015). Crowdfunding: The Current State Of Research, *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 14, No. 3, 407-416;
5. Bradford, S.C. (2012). Crowdfunding and the Federal Securities Laws, *Columbia Business Law Review*, 2001(1), 3-148;
6. Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R. & Marom, D. (2012). *European Crowdfunding*, ISBN 978-3-00-040193-0 dostupno na: http://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2013/06/Framework_EU_CROWDFUNDING.pdf;
7. Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R. & Marom, D. (2016). *A Framework for Crowdfunding in Europe: State of the Art in Theory and Practice*, Eds: Dennis Brüntje & Oliver Gajda, Springer;
8. Cumming, D.J., Leboeuf, G. & Schwienbacher, A. (2019). Crowdfunding models: keep – it - all vs. all – or - nothing, *FinancialManagement*. 1–30. DOI: 10.1111/fima.12262;
9. Crowdfunding u RS (www.crowdfunding.rs);
10. Devashis, M. (2012). The Role Of Crowdfunding In Entrepreneurial Finance, *Delhi Business Review*, Vol. 13, No. 2, 67-72;

11. Gerber, E. M. & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation, *ACM Transactions on Computing - Human Interaction*, Vol. 20, No. 6, Article 34;
12. Gerber, E. M., Hui, J. S. & Kuo, P.-Y. (2012). *Crowdfunding: Why People Are Motivated to Participate*. Retrieved from http://www.segal.northwestern.edu/media/pdf/2012/May/29/segal_report_12-02.pdf.
13. Haas, P., Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2014). An empirical taxonomy of crowdfunding intermediaries, *International Conference on Information Systems (ICIS)*, Auckland, New Zealand;
14. Hemer, J. (2011). A Snapshot on Crowdfunding, *Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research ISI*, Karlsruhe, Working Papers Firms and Region No. R2/2011;
15. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F. & Frey, S. (2011). *Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung, final Report*. Karlsruhe: Fraunhofer ISI.
16. Hildebrand, T., Puri, M. & Rocholl, J. (2014). Adverse Incentives in Crowdfunding, 1-47, dostupno na: <https://pdfs.semanticscholar.org/dfcc/620b6f415929b6c71b2fd0521cf87339496f.pdf>;
17. Howe, J., (2008). *Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving future of business*. Three Rivers Press, New York;
18. Hui, J. S., Greenberg, M. D. & Gerber, E. M. (2014). Understanding the Role of Community in Crowdfunding Work, *ACM*, New York, ISBN: 978-1-4503-2540-0, <http://dx.doi.org/10.1145/2531602.2531715>;
19. Kuppuswamy, V. & Bayus, B. L. (2013). *Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics Of Project Backers in Kickstarter*, dostupno na: https://www.ssc.wisc.edu/~wright/929-utopias-2013/Real%20Utopia%20Readings/Kickstarter%20--%20bayus_paper.pdf;
20. Lambert, T. & Schwienbacher, A. (2010): An Empirical Analysis of Crowdfunding. Online: <http://ssrn.com/abstract=1578175>.
21. Massolution, 2015. Crowdfunding Report (<http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>);
22. Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 29, 1–16;
23. Review of Crowdfunding Regulation 2017, Interpretations of existing regulation concerning crowdfunding in Europe, North America and Israel, *European Crowdfunding Network AISBL*, Brussels, Belgium;
24. Valanciene, L. & Jegeleviciute, S. (2013). Valuation Of Crowdfunding: Benefits And Drawbacks, *Economics And Management*, 18 (1) ISSN 2029-9338 (Online), 39-48;
25. Wortham, J. (2012). "Start-Ups Look to the Crowd," *New York Times*, April 29, http://www.nytimes.com/2012/04/30/technology/kickstarter-sets-off-financing-rush-for-a-watch-not-yet-made.html?_r=1;
26. Ziegler, T., Reedy, E.J., Le, A., Zhang, B., Kroszner, R. S. & Garvey, K., The 2017 Americas Alternative Finance Industry Report, *Cambridge Centre for Alternative Finance*;
27. Zakon o donacijama i humanitarnoj pomoći ("Sl. list SRJ", br. 53/2001, 61/2001 - ispr. i 36/2002 i "Sl. glasnik RS", br. 101/2005 - dr. zakon);
28. Zakon o porezu na dobit pravnih lica, ("Sl. glasnik RS", br. 25/2001, 80/2002, 80/2002 - dr. zakon, 43/2003, 84/2004, 18/2010, 101/2011, 119/2012, 47/2013, 108/2013, 68/2014 - dr. zakon, 142/2014, 91/2015 - autentično tumačenje, 112/2015, 113/2017 i 95/2018);

STRUKTURA PORTFOLIJA PENZIJSKIH FONDOVA U ZEMLJAMA JUGOISTOČNE EVROPE

Stevan Luković*

U radu je izvršena analiza strukture portfolija privatnih penzijskih fondova u pet odabranih zemalja Jugoistočne Evrope (Bugarska, Hrvatska, Rumunija, Slovenija i Srbija), korišćenjem relevantnih pokazatelja koje publikuju nacionalni organi zaduženi za nadzor nad sektorom penzijskog osiguranja. Analiza pokazuje da je portfolio penzijskih fondova u posmatranim zemljama konzervativnog karaktera, sa izraženom orijentacijom na ulaganja u državne obveznice. Ulaganja u akcijski materijal u posmatranim zemljama imaju relativno mali značaj. Alternativne vrste finansijskih instrumenata su slabo zastupljene u strukturi portfolija penzijskih fondova, što se jednim delom može pripisati rigoroznoj državnoj regulativi koja limitira ove oblike ulaganja.

Ključne reči: Dobrovoljni penzijski fondovi, Investicioni portfolio, Zemlje Jugoistočne Evrope

Uvod

Tokom devedesetih godina XX veka, nacionalni penzijski sistemi u državama Jugoistočne Evrope su imali uglavnom slične karakteristike. Penzijski sistemi su obezbeđivali niske, nepromenljive naknade u realnim iznosima, uz malu razliku između minimalnih i maksimalnih penzija. Sistemi su velikodušno uzimali u obzir nedoprinosne periode pri obračunavanju penzija, a praksa prevremenog penzionisanja je bila široko rasprostranjena. Zatim, određene grupe radnika sa privilegovanim položajem imale su koristi od povoljnih uslova u pogledu utvrđivanja starosne granice i radnog staža. Usklađenost sa sistemima socijalne sigurnosti je pogoršana zbog ekonomskih izazova sa kojima su se suočavala preduzeća u državnom vlasništvu tokom tranzicije. U poređenju sa zemljama Zapadne Evrope sistemi su primenjivali visoke stope doprinosa, a nivoi penzijskih naknada su se smanjili tokom vremena zbog nedostatka mehanizama indeksacije. Uprkos ovim teškim okolnostima, penzijski sistemi u državama Jugoistočne Evrope su uspeli da izbegnu neispunjavanje obaveza u pogledu isplate penzijskih naknada. Ipak, u većini država je bilo prisutno značajno kašnjenje i izostajanje isplata, uključujući i Srbiju.

U prethodne dve decenije, penzijski sistemi u zemljama u tranziciji su pretpreli značajne reforme, i to u dva pravca. Prvi pravac, karakterističan ne samo za tranzicione zemlje, već i za razvijene zemlje, odnosi se na parametarske reforme državnog penzijskog sistema u pravcu smanjivanja izdašnosti penzijskih naknada i pooštavanja uslova za penzionisanje. Drugi pravac se odnosi na uvođenje privatnog sektora u nacionalni penzijski sistem, u skladu sa preporukama Svetske banke i trostubnog, a kasnije petostubnog penzijskog modela. U periodu od 1999. do 2007. godine u sedam zemalja Centralne i Jugoistočne Evrope (Bugarska, Hrvatska, Estonija, Letonija, Makedonija, Rumunija i Slovačka) uveden je sistem obaveznih individualnih penzijskih računa, preusmeravanjem određenog dela uplata doprinosa iz javnog penzijskog sistema. Pored toga, treba istaći da su Mađarska (1998. godine) i Poljska (1999. godine) predstavljale prve zemlje u tranziciji koje su uvele drugi stub penzijskog osiguranja.

* Docent, e-mail: slukovic@kg.ac.rs

Do početka Svetske finansijske krize, u većini evropskih zemalja prvi stub penzijskog osiguranja je značajno reformisan, uz uvedeni treći stub penzijskog osiguranja sa karakterom dobrovoljnosti. Iskustva sa uvođenjem drugog stuba penzijskog osiguranja u zemljama u tranziciji su bila različita. U Mađarskoj, usled obaveznosti, penzijski fondovi su u relativno kratkom vremenskom periodu ostvarili ekspanziju, kako u smislu broja članova tako i u pogledu iznosa finansijskih sredstava. U 2010. godini, u cilju smanjivanja fiskalnog pritiska, država je faktički ukinula sistem obaveznih penzijskih računa i 90% kapitala koji je akumuliran u periodu od 1998. do 2010. godine je transferisano u centralni budžet (Freudenberg et al., 2016, str. 9). Time je *de facto* izvršena nacionalizacija privatnih penzijskih fondova. Sličan scenario se odigrao i u Poljskoj gde je država 2011. godine smanjila propisanu stopu doprinosa za članove obaveznih privatnih penzijskih fondova sa 7,3% na 2,3%, a razlika je transferisana u javni penzijski sistem u cilju pokrića deficita (Czepulis-Rutkowska, 2011, str. 228). Začeci sličnog scenarija se mogu uočiti i u Rumunji od početka 2018. godine, s obzirom da su u ovoj zemlji krajem 2017. godine usvojena zakonska rešenja koja otežavaju poslovanje penzijskih fondova i faktički ih „teraju“ sa finansijskog tržišta ove zemlje.

S obzirom da su u većem broju zemalja Jugoistočne Evrope uvedeni obavezni penzijski fondovi kojima upravljaju kompanije za upravljanje penzijskim fondovima, interesantno je utvrditi kakvu investicionu politiku ove kompanije sprovode prilikom ulaganja sredstava u penzijskom fondu na finansijskom tržištu. U radu se analizira struktura portfolija privatnih penzijskih fondova (iz razmatranja je isključen javni sektor, s obzirom da javni penzijski sistemi u ovim zemljama funkcionišu prema principima tekućeg finansiranja) u pet zemalja Jugoistočne Evrope: Bugarska, Hrvatska, Rumunija, Slovenija i Srbija. U tri posmatrane zemlje (Bugarska, Hrvatska i Rumunija) funkcioniše drugi stub penzijskog osiguranja, sa uvedenim individualnim penzijskim računima za sve zaposlene pojedince (kako u privatnom tako i u javnom sektoru). Zaposleni u ovim zemljama su u obavezi da formiraju individualni penzijski račun izborom penzijskog fonda, a u suprotnom ih određena državna agencija po službenoj dužnosti pripisuje odgovarajućem penzijskom fondu. U preostale dve zemlje (Slovenija i Srbija) nisu uvedeni obavezni penzijski fondovi, iako u Sloveniji postoji obaveznost participacije u penzijskim fondovima za zaposlene u javnom sektoru i zaposlene na radnim mestima povećane rizičnosti. U Srbiji postoje dobrovoljni penzijski fondovi u kojima svi pojedinci mogu na dobrovoljnoj osnovi da ulažu u penzijski fond po sopstvenom izboru, zaključivanjem ugovora sa odgovarajućim društvom za upravljanje penzijskim fondovima.

Osnovna zajednička karakteristika penzijskih tržišta posmatranih zemalja se odnosi na veličinu, s obzirom da su u globalnim okvirima ova tržišta zanemarljive veličine. Broj osiguranika u ovim zemljama se ipak razlikuje, u zavisnosti od broja stanovnika i obaveznosti osiguranja. Rumunija prednjači prema broju osiguranika u privatnim penzijskim fondovima sa 7,32 miliona aktivnih osiguranika, dok je u ostalim zemljama taj broj značajno manji (3,7 miliona osiguranika u Bugarskoj, 1,9 miliona u Hrvatskoj, oko 600 hiljada osiguranika u Sloveniji i u Srbiji nešto manje od 200 hiljada). Imajući u vidu relativno mali broj pojedinaca koji participiraju u sistemu privatnog penzijskog osiguranja, pozicija penzijskih fondova u smislu efikasnosti i profitabilnosti poslovanja je nezavidna. Pored malog broja osiguranika koji štede u penzijskim fondovima, stopa doprinosa je postavljena na jako niskom nivou za obaveznu penzijsku štednju u svim zemljama (na nivou od svega nekoliko procenata). Niski nivoi penzijske štednje ne mogu da podrže penzijske naknade ni na nivou od 20% do 30% poslednje ostvarene zarade osiguranika u trenutku penzionisanja (takozvana stopa zamene), što nepovoljno utiče na popularizaciju penzijskih fondova u budućnosti. Pored toga, penzijski fondovi u ovim zemljama predstavljaju relativno „nov“ fenomen, s obzirom da u kontinuitetu posluju od 10 do 15 godina. S tim u vezi, odnos broja aktivnih osiguranika koji regularno uplaćuju doprinose i broja pasivnih

osiguranika koji su se penzionisali je još uvek povoljan, ali će se vremenom, usled smanjenog priliva mladih osiguranika i nepovoljnih demografskih trendova, ovaj odnos sve više smanjivati.

Faktor koji značajno komplikuje poziciju penzijskih fondova je izražena konzervativnost investicione politike. Većina država, naročito sa obaveznim penzijskim fondovima, je formirala izuzetno rigorozna ograničenja u vođenju investicione politike. Ulaganja u rizične, ali visokoprinosne hartije od vrednosti, su značajno limitirana, a u većini zemalja i ulaganja u inostrane hartije od vrednosti. Na taj način, pristup penzijskih fondova akcijskom materijalu, hartijama od vrednosti zemalja u razvoju i alternativnim finansijskim instrumentima je ograničen, što značajno smanjuje stopu prinosa koju penzijski fondovi mogu da generišu u dugom roku.

Imajući u vidu izloženo, cilj rada predstavlja komparativna analiza strukture portfolija privatnih penzijskih fondova u odabranim zemljama u cilju uočavanja sličnosti, razlika i mogućnosti za poboljšanje dugoročne finansijske pozicije penzijskih fondova. Prvi deo rada se odnosi na opis osnovnih karakteristika i sagledavanje strukture portfolija obaveznih privatnih penzijskih fondova u Bugarskoj, Hrvatskoj i Rumuniji. U drugom delu rada se posmatra struktura portfolija penzijskih fondova u zemljama u kojima postoji dobrovoljnost participiranja u privatnim penzijskim fondovima, to jest, u Sloveniji u Srbiji. U poslednjem delu rada su izvedeni odgovarajući zaključci i preporuke za regulatore nacionalnih penzijskih sistema.

Struktura portfolija obaveznih privatnih penzijskih fondova

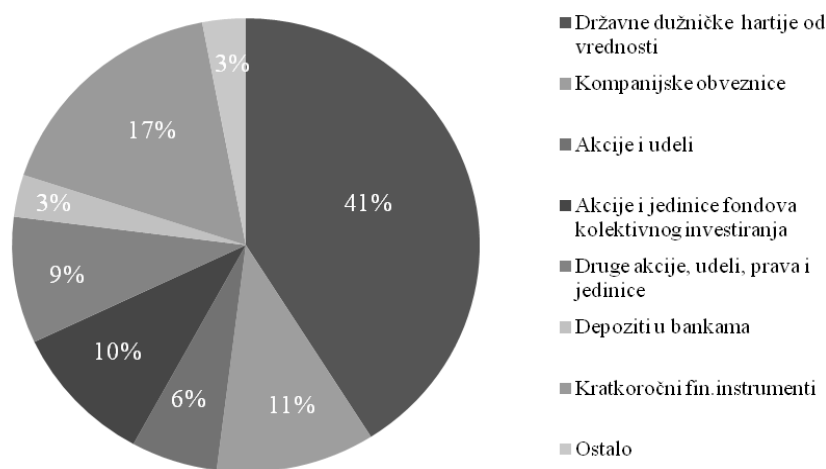
U ovom delu rada je pružen pregled osnovnih karakteristika strukture portfolija penzijskih fondova u zemljama u kojima funkcionišu obavezni penzijski fondovi (Bugarska, Hrvatska i Rumunija). U analizi strukture portfolija, od značaja je učešće različitih vrsta finansijskih instrumenata u portfoliju, stopa prinosa koju ostvaruju penzijski fondovi i regulatorni okvir koji uređuje investicionu aktivnost penzijskih fondova.

Sistem privatnog penzijskog osiguranja u Bugarskoj čini zadovoljavajući broj učesnika, odnosno kompanija za upravljanje penzijskim fondovima. Naime, u Bugarskoj je polovinom 2019. godine poslovalo 27 penzijskih fondova kojima upravlja devet kompanija za upravljanje penzijskim fondovima. Svaka kompanija može da ponudi jedan od pojava oblika penzijskih fondova: univerzalni, profesionalni ili dobrovoljni penzijski fond. Pored toga, svaka kompanija može da ponudi samo jedan univerzalni i jedan profesionalni penzijski fond. Učešće u profesionalnim penzijskim fondovima je obavezno za zaposlene na radnim mestima povećane rizičnosti i takve penzijske planove ne organizuju poslodavci, već zaposleni može da izabere penzijski fond po sopstvenom nahođenju (Impavido, 2008, str. 49). Dobrovoljni penzijski fondovi su u Bugarskoj uvedeni još polovinom 90-ih godina XX veka kao deo sveobuhvatne reforme penzijskog sistema u cilju povećanja penzijske štednje. U 2019. godini je svaka kompanija za upravljanje penzijskim fondovima imala u ponudi univerzalni penzijski fond, profesionalni penzijski fond i dobrovoljni penzijski fond. U ukupnom portfoliju penzijskih fondova, finansijska sredstva u univerzalnim penzijskim fondovima čine 83% ukupnog portfolija penzijskih fondova, dok profesionalni i dobrovoljni penzijski fondovi imaju značajno manje učešće, od 9% i 8%, respektivno.

Kada je reč o univerzalnim penzijskim fondovima, s obzirom na obaveznost učešća svih zaposlenih pojedinaca, broj osiguranih lica je značajno veći nego kod preostale dve kategorije penzijskih fondova. Prema podacima Komisije za finansijsku superviziju Bugarske (Financial Supervision Commission, 2018), krajem 2018. godine univerzalni penzijski fondovi u Bugarskoj su imali oko 3,7 miliona osiguranika, broj osiguranika u profesionalnim penzijskim fondovima

je iznosio oko 300 hiljada, dok je u dobrovoljnim penzijskim fondovima štedelo nešto više od 600 hiljada osiguranika. Treba istaći da su u Bugarskoj formirani i kompanijski penzijski planovi sa dobrovoljnim učešćem, što znači da je poslodavac organizator penzijskog plana i kao takav formira saradnju sa kompanijom za upravljanje penzijskim fondom, ali zaposleni u kompaniji odlučuju da li žele da postanu osiguranici u penzijskom planu.

U skladu sa prethodno iznetim podacima o broju osiguranika, u strukturi ukupne aktive penzijskih fondova u Bugarskoj dominiraju univerzalni penzijski fondovi, čije učešće iznosi približno 87%, dok je učešće profesionalnih i dobrovoljnih penzijskih fondova značajno manje (Financial Supervision Commission, 2017, str. 6). Najveći deo portfolija penzijskih fondova je investiran u dužničke hartije od vrednosti (41%), u kratkoročne finansijske instrumente (17%), kompanijske obveznice (11%) i akcije i udele koje emituju fondovi kolektivnog investiranja (*Collective Investment Schemes*) 10%, što je prikazano na **Slici 1**.



Slika 1 Struktura portfolija obaveznih penzijskih fondova u Bugarskoj, krajem 2018.

Izvor: Financial Supervision Commission, (2017), *Bulgarian Pension Funds' Asset Review*, str. 7

Interesantno je primetiti da je u akcije, kao visokoprinodne hartije od vrednosti u dugom roku, investirano svega 6% ukupne vrednosti investicionog portfolija. Dakle, najveći deo portfolija je investiran u dužničke hartije od vrednosti (državne obveznice i kompanijske obveznice), kao i u kratkoročne finansijske instrumente. S obzirom da ovi finansijski instrumenti donose skromniji prinos, naročito u uslovima dugoročno niskih kamatnih stopa u zemljama Evropske unije, i stopa prinosa obaveznih penzijskih fondova u Bugarskoj nije na zadovoljavajućem nivou. Na **Slici 2** referentni prinos je utvrđen kao prinos portfolija koji čini 35% ulaganja u evropske akcije čiji je reprezent *Stoxx Europe 600 Index*, i 65% ulaganja u državne obveznice koje emituju zemlje Evrozone, čiji je reprezent *S&P Eurozone Sovereign Bond Index*. Kao što se može videti, prinosi univerzalnih i dobrovoljnih penzijskih fondova su niži u odnosu na referentni prinos, što je naročito izraženo nakon Svetske finansijske krize, sa spredom koji tokom vremena postaje sve izraženiji.

Ograničavajući faktor u vođenju investicione politike penzijskih fondova predstavlja regulatorni okvir. Naime, državni organi zaduženi za nadzor penzijskog sistema u Bugarskoj su postavili relativno rigidna ograničenja penzijskim fondovima u vođenju investicione politike (OECD, 2018):

- Za ulaganja u akcije kojima se trguje na regulisanom tržištu – 25%;
- Za ulaganja u akcije kojima se ne trguje na regulisanom tržištu – 0%;

- Za ulaganja u nepokretnosti – 5 %;
- Za ulaganja u državne obveznice – 100%;
- Za ulaganja u privatne investicione fondove – 0%;
- Za ulaganja u bankarske depozite – 25%;
- Za ulaganja u zemlje van područja Evropske unije - 0%, osim u slučaju državnih obveznica i trezorskih zapisa;
- Za ulaganja u akcije pojedinačnog emitenta – 5%;
- Za ulaganja u akcije koje emituje kompanija za upravljanje penzijskim fondovima - 0%.



Slika 2 Prinosi univerzalnih i dobrovoljnih penzijskih fondova u Bugarskoj, period 2004-2018.

Izvor: <https://www.ipe.com/pensions/country-reports/cee/bulgaria-can-investors-rely-on-pensions/10028796.article>

Iako se može reći da je limit za ulaganja u akcije kojima se trguje na berzi postavljen na relativno visokom nivou, u praksi su ulaganja u akcije malo zastupljena u strukturi portfolija. Razlozi za ovu pojavu koji su karakteristični za bugarske penzijske fondove se mogu izložiti i za sve zemlje Jugoistočne Evrope: mali broj javnih ponuda akcijskog materijala, skroman promet na nacionalnim berzama i regulatornim putem limitiran pristup međunarodnim berzanskim tržištima. Pored toga, bugarski penzijski fondovi se suočavaju sa ograničenjima u pogledu ulaganja u alternativne finansijske instrumente koji su generisali značajne stope prinosa u prethodnoj deceniji, kao što su ulaganja u nepokretnosti, privatni kapital ili zemlje u razvoju. Ulaganja u fondove koji investiraju u hartije od vrednosti emitovane u zemljama u razvoju (*Emerging market funds - EMF*) su bila naročito stimulaturna iz perspektive penzijskih fondova, s obzirom da su stope privrednog rasta bile izraženije u ovim zemljama u odnosu na razvijene zemlje Zapadne Evrope, Japan i SAD, naročito nakon Svetske finansijske krize. U poslednjih nekoliko godina, prinosi EMF-ova su bili viši nego prinosi akcija na tržištima razvijenih zemalja.¹ Međutim, u 2018. i u 2019. godini indeksi EMF-ova su imali značajne fluktuacije, izazvane trgovinskim i tehnološkim ratom SAD i Kine.² Uprkos tome, projekcije pokazuju da će ove investicije u narednom periodu i dalje da imaju značajan potencijal rasta vrednosti (MSCI, 2019, str. 9).

¹ <https://finance.yahoo.com/news/pension-fund-managers-poured-emerging-markets-right-tumbled-162434266.html>

² <https://www.skagenfunds.nl/topic/emerging-markets/what-next-for-emerging-market-growth/>

U Hrvatskoj su obavezni penzijski fondovi otpočeli sa funkcionisanjem još 2001. godine. Trenutno, u Hrvatskoj postoje četiri kompanije za upravljanje penzijskim fondovima, a svaki zaposleni pojedinac je član jednog od penzijskih fondova kojima ove kompanije upravljaju, bez obzira da li je fond odabrao samostalno ili je odluku prepustio REGOS-u (Centralnom registru osiguranika). Osiguranici u penzijskim fondovima imaju na raspolaganju tri kategorije penzijskih fondova (A, B i C), koja se razlikuju prema kriterijumima za članstvo (starost, investiciona strategija i ograničenja u pogledu strukture ulaganja). Za kategoriju A penzijskih fondova karakteristična je agresivnija struktura ulaganja, a mogu ih odabrati zaposleni pojedinci koji do odlaska u penziju imaju minimum deset ili više godina. Drugačije rečeno, A penzijski fondovi su namenjeni mlađim osiguranicima. Kada je reč o penzijskim fondovima kategorije B, u njih se mogu učlaniti osiguranici kojima je do penzionisanja ostalo pet ili više godina. Ukoliko ovi pojedinci ne izaberu penzijski fond u propisanom vremenskom roku, Registar osiguranika ih po automatizmu raspoređuje u ovu kategoriju penzijskih fondova. Članovi penzijskog fonda kategorije C mogu postati zaposleni pojedinci koji do penzionisanja imaju pet ili manje godina. Za ove penzijske fondove je karakteristična konzervativnost ulaganja, sa primarnim ciljem očuvanja vrednosti iznosa sredstava na penzijskom računu.

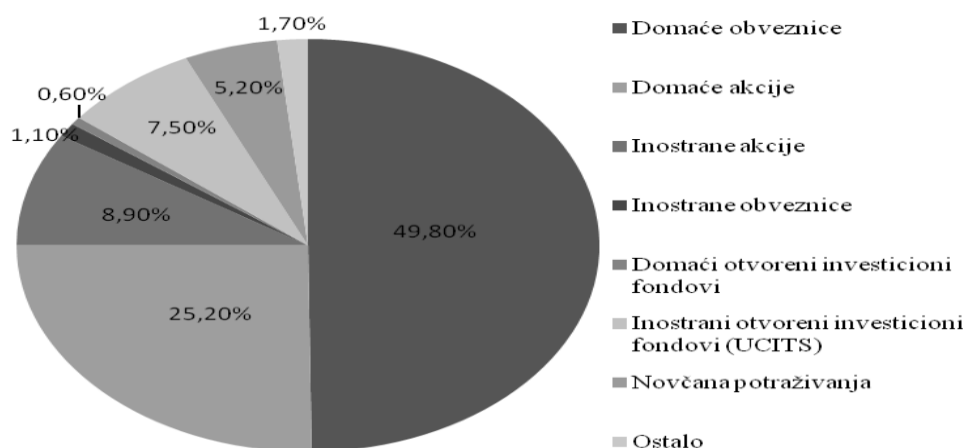
Kada je reč o investicionoj politici penzijskih fondova u Hrvatskoj, uslovljena je kategorijom penzijskog fonda, to jest, da li je reč o penzijskom fondu kategorije A, B ili C, što je prikazano u **Tabeli 1**. S obzirom da agresivnost, odnosno konzervativnost ulaganja penzijskih fondova zavisi od starosti osiguranika, u tom smislu se prati pristup životnog ciklusa osiguranika u oblikovanju investicione strategije. Za relativno mlade osiguranike u penzijskim fondovima kategorije A, investiciona ograničenja u pogledu ulaganja u akcijski materijal su najblaže postavljena, nešto su stroža za osiguranike u penzijskim fondovima kategorije B, dok u penzijskim fondovima kategorije C ova ulaganja nisu dozvoljena. Veliki broj istraživanja pokazuje da su prinosi od akcija u dugom roku superiorniji u odnosu na prinose od obveznica (Jagannathan & Kocherlakota, 1996; Campbell & Viceira, 2002; Siegel, 2008). Iz perspektive osiguranika, mladi osiguranici treba više da investiraju u akcije, jer je vremenski period do trenutka penzionisanja relativno dug, a u tom vremenskom periodu se rizik koji sa sobom nose investicije u akcije može značajno smanjiti. S druge strane, s obzirom da stariji osiguranici nemaju dug vremenski period pred sobom na raspolaganju, ne postoji mogućnost da se smanji rizik ulaganja u akcije. Stoga, ulaganja u akcije nisu adekvatna za starije osiguranike koji su relativno blizu penzionisanja.

Tabela 1 Investiciona ograničenja za obavezne penzijske fondove kategorije A, B i C u Hrvatskoj

	A	B	C
Državne obveznice čiji je emitent Republika Hrvatska, druge zemlje članice Evropske unije ili države članice OECD-a	minimalno 30% portfolija	minimalno 50% portfolija	minimalno 70% portfolija
Akcije čiji su emitenti kompanije iz Hrvatske, drugih zemalja članica EU i država članica OECD-a	maksimalno 55% portfolija	maksimalno 35% portfolija	nije dozvoljeno
Kompanijske obveznice i komercijalni zapisi emitentata iz Hrvatske, drugih zemalja članica EU i država članica OECD-a	maksimalno 50%	maksimalno 30%	maksimalno 10%
Ulaganja u domaćoj valuti	minimalno 40%	minimalno 60%	minimalno 90%

Izvor: <http://mirovinskifondovi.hr/mirovinski-sustav-2/obvezni-mirovinski-fondovi/>

U skladu sa navedenim, suština formiranja tri kategorije penzijskih fondova leži u promeni karaktera investicione strategije kako se bliži trenutak penzionisanja, to jest, sa starenjem pojedinaca, i to u pravcu povećanja konzervativnosti ulaganja. Sa protokom vremena, pojedinci iz kategorije A prelaze u kategoriju B, a zatim u kategoriju C u kojoj ostaju do trenutka penzionisanja. U slučaju da je pojedincu do trenutka penzionisanja ostalo od pet do deset godina, može se odlučiti za izbor kategorije B ili C, ali ne i za kategoriju A. Takođe, mlađi pojedinci se mogu odlučiti i za promenu kategorije penzijskog fonda, iz kategorije A u kategoriju B ili C. Važno je istaći da se sva lica koja se nisu u predviđenom roku opredelila za kategoriju penzijskog fonda razvrstavaju u kategoriju B penzijskog fonda.



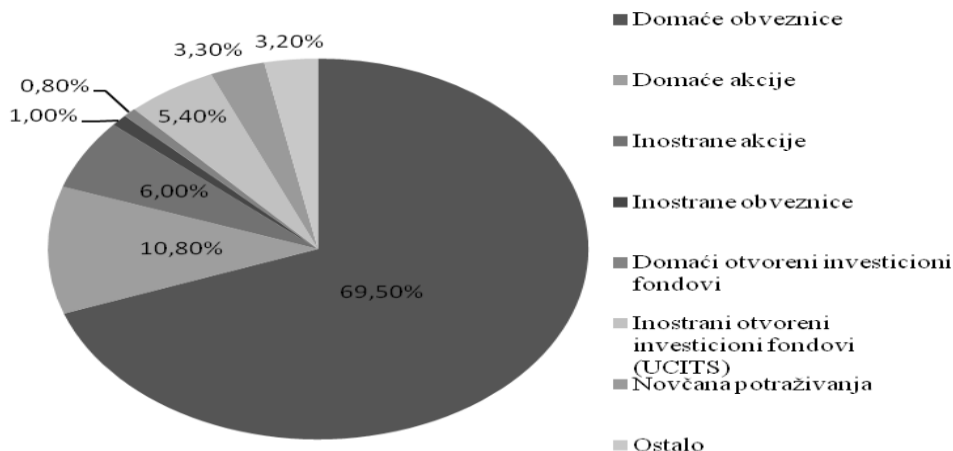
Slika 3 Struktura ulaganja obaveznih penzijskih fondova kategorije A na kraju 2018.

Izvor: Hrvatska agencija za nadzor finansijskih usluga - HANFA, (2018), Izvještaj o radu obveznih mirovinskih fondova za 2018. godinu, str. 5

Prema podacima Hrvatske agencije za nadzor finansijskih usluga (HANFA, 2018a), u dvanaest obaveznih penzijskih fondova u Hrvatskoj je osigurano približno dva miliona osiguranika, koji su raspoređeni u penzijske fondove kategorija, A, B ili C sa različitim strukturama ulaganja. Na Slikama 3, 4 i 5 je prikazana struktura ulaganja obaveznih privatnih penzijskih fondova kategorija A, B i C. Može se primetiti da struktura portfolija prati obrazac životnog ciklusa, u smislu da učešće niskorizičnih hartija od vrednosti, kao što su domaće obveznice, raste kako se povećava starost osiguranika. U fondovima kategorije A, primetna je značajna zastupljenost akcijskog materijala, s obzirom da akcije čine trećinu portfolija (25,2% domaće akcije i 8,9% inostrane akcije). Učešće preostalih vrsta ulaganja je značajno manje (**Slika 3**). Međutim, treba imati u vidu da najveći broj osiguranika štedi u penzijskim fondovima kategorije B, i to približno 98%. Broj članova u penzijskim fondovima kategorija A i C je praktično zanemarljiv. Razlog leži u činjenici da vrlo mali broj osiguranika aktivno učestvuje u izboru penzijskog fonda, to jest, ne vrši izbor u propisanom vremenskom periodu, nakon čega Registar osiguranika po automatizmu osiguranika smešta u penzijski fond kategorije B. U tom smislu, struktura portfolija penzijskih fondova kategorije A se odnosi na isuviše mali broj osiguranika (svega nekoliko hiljada), ali se može očekivati da će ovi fondovi u budućnosti dobiti na značaju, sa povećanjem broja osiguranika koji pristupaju penzijskim fondovima.

Suštinski značaj ima struktura portfolija penzijskih fondova kategorije B, s obzirom na broj osiguranika koji štede u ovim fondovima. Udeo domaćih obveznica u ovim penzijskim fondovima je preovlađujući, dok su ulaganja u domaće i inostrane akcije na značajno nižem nivou od približno 16% (**Slika 4**). Penzijski fondovi kategorije C imaju relativno mali broj

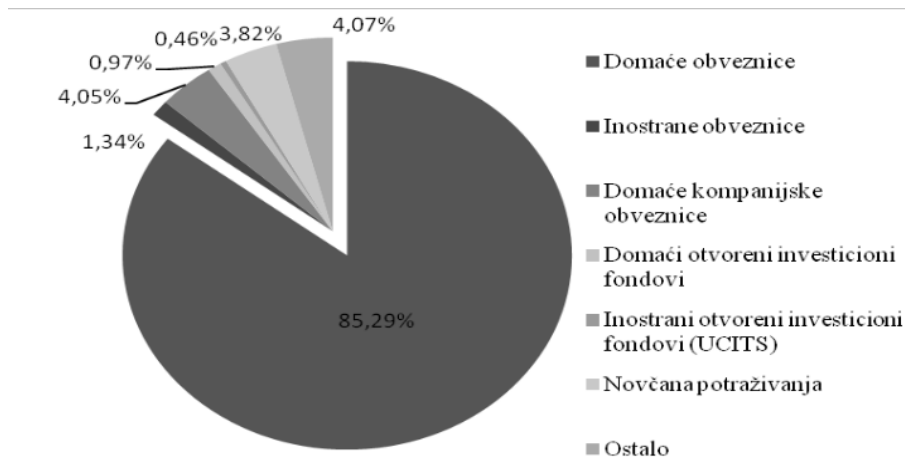
osiguranika koji se nalaze neposredno pred penzionisanjem, a za portfolio ovih fondova je karakteristična potpuna orijentisanost ka dužničkim hartijama od vrednosti (Slika 5).



Slika 4 Struktura ulaganja obaveznih penzijskih fondova kategorije B na kraju 2018.

Izvor: Hrvatska agencija za nadzor finansijskih usluga - HANFA, (2018), Izvještaj o radu obaveznih mirovinskih fondova za 2018. godinu, str. 6

Pored obaveznih penzijskih fondova, u Hrvatskoj postoji i osam otvorenih dobrovoljnih penzijskih fondova, kao i 21 zatvoreni dobrovoljni penzijski fond u kojima je članstvo ograničeno na zaposlene u kompaniji koja je pokrovitelj fonda. Broj članova dobrovoljnih penzijskih fondova je znatno manji u odnosu na obavezne penzijske fondove i iznosi oko 350 hiljada.



Slika 5 Struktura ulaganja obaveznih penzijskih fondova kategorije C na kraju 2018.

Izvor: Hrvatska agencija za nadzor finansijskih usluga - HANFA, (2018), Izvještaj o radu obaveznih mirovinskih fondova za 2018. godinu, str. 7

U Rumuniji trenutno posluje sedam kompanija za upravljanje penzijskim fondovima, a svaka kompanija ima po jedan formiran obavezni penzijski fond. Drugi stub penzijskog osiguranja je u Rumuniji uveden relativno kasno, 2008. godine. Prilikom uvođenja drugog stuba penzijskog osiguranja, u Rumuniji je poslovalo čak 14 kompanija za upravljanje penzijskim fondovima, ali se vremenom broj kompanija prepolovio. U istom periodu, broj osiguranika se

više nego udvostručio, sa 3,2 miliona u 2008. godini na 7,1 miliona osiguranika polovinom 2018. godine.

S obzirom na značajan broj osiguranika, obavezni penzijski fondovi u Rumuniji imaju značajnu ulogu na nacionalnom finansijskom tržištu. U martu 2019. godine, rumunski penzijski fondovi su imali aktivu u vrednosti od 10,2 milijardi evra, sa učešćem od jedne petine u vlasništvu državnih hartija od vrednosti i pozicijom najznačajnijih institucionalnih investitora na nacionalnoj berzi.³ S tim u vezi, značajno je pružiti deskriptivan prikaz strukture ulaganja obaveznih penzijskih fondova u Rumuniji, što je prikazano u **Tabeli 2**. Kao što se može primetiti, ulaganja u državne hartije od vrednosti su imala značajno učešće u strukturi portfolija u celokupnom posmatranom periodu (u 2018. godini približno 57% portfolija). S druge strane, akcije su u 2018. godini imale veće učešće u odnosu na prethodni period (u 2018. godini približno petina portfolija), a naročito u odnosu na 2008. godinu kada su se penzijski fondovi, usled negativnih efekata Svetske finansijske krize, preorijentisali na manje rizične oblike ulaganja. U periodu od 2008. do 2018. godine penzijski fondovi su značajno smanjili izloženost ulaganjima u bankarske depozite, tako da je ovaj vid ulaganja u 2018. godini imao učešće od približno 9%.

Tabela 2 Struktura portfolija obaveznih penzijskih fondova u Rumuniji, u periodu 2008- 2018.

	2018	2008	2012	2015
Bankarski depoziti	9,10%	43,44%	10,17%	3,71%
Državne obveznice	57,52%	44,19%	68,48%	67,33%
Kompanijske obveznice	6,81%	6,74%	5,79%	4,18%
Akcije	19,07%	6,18%	12,65%	18,91%
UCITS (Undertakings for Collective Investments in Transferable Securities)	3,39%	0,33%	1,31%	3,14%
Supranacionalne obveznice	3,43%	-	1,06%	1,06%
Ostalo	0,48%	-	0,54%	1,67%

Izvor: Autoritatea De Supraveghere Financiara, <https://asfromania.ro/csspp/evolutie-indicatori/>

Sa kojim se ograničenjima u investicionoj politici suočavaju penzijski fondovi u Rumuniji? Kao što je prikazano u Tabeli 3, ograničenja za obavezne i dobrovoljne penzijske fondove su slična.

Ova ograničenja su manje rigorozna u odnosu na Bugarsku, s obzirom da obavezni penzijski fondovi mogu da investiraju veći deo portfolija u akcije, kao i u inostrane investicione fondove (UCITS i ETF-ove). Ograničenja za ulaganja u obveznice čiji su emitenti subjekti iz zemalja koje nisu članice EU su takođe liberalnija. S druge strane, ulaganja u privatne investicione fondove, kao i druge oblike alternativnih finansijskih instrumenata, su u najvećoj meri zabranjena. U tom smislu, portfolio rumunskih penzijskih fondova bi mogao da ostvari koristi po osnovu veće diverzifikacije, ulaganjem u alternativne oblike finansijskih instrumenata ili ulaganjem u druge regione. Početkom 2018. godine, državni organi u Rumuniji su usvojili veći paket mera koji se tiče poboljšanja investicionih izgleda za penzijske fondove, formiranjem okvira za ulaganja u infrastrukturu, nelistirane fondove rizičnog kapitala (*private equity funds*), i fondove orijentisane ka ulaganjima u nepokretnosti (*real-estate funds*).

³ <https://www.reuters.com/article/romania-pensions/romanian-pension-funds-ready-to-invest-in-infrastructure-idUSL8N20Y4RD>

Tabela 3 Investiciona ograničenja obaveznih i dobrovoljnih penzijskih fondova u Rumuniji u 2018.

	II stub	III stub
Akcije	maksimalno 50% portfolija	maksimalno 50%
Nepokretnosti	0%	0%
Državne obveznice Rumunije i drugih zemalja članica EU	70%	70%
Državne obveznice trećih zemalja	15%	15%
Municipalne obveznice Rumunije i zemalja članica EU	30%	30%
Kompanijske obveznice (Rumunija, EU)	30%	30%
UCITS i ETF	5%	5%
Privatni investicioni fondovi	0%	10%
Bankarski depoziti	20%	20%
Ulaganje u hartije od vrednosti kompanije za upravljanje penzijskim fondovima	Nije dozvoljeno	Nije dozvoljeno
Investicije u hartije od vrednosti pojedinačnog emitenta	5%	5%

Izvor: OECD, (2018), Annual Survey of Investment Regulation of Pension Funds, OECD Publishing

Struktura portfolija u dobrovoljnim penzijskim fondovima

U ovom delu rada je dat prikaz karakteristika portfolija dobrovoljnih penzijskih fondova u Sloveniji i Srbiji, uz sagledavanje investicionih ograničenja koja se odnose na dobrovoljne penzijske fondove, vrsta hartija od vrednosti koje su zastupljene u portfoliju i stopa prinosa koje generišu penzijski fondovi.

Prve kompanije za upravljanje penzijskim fondovima u Sloveniji su formirane 2001. godine. Početkom 2019. godine u Sloveniji su poslovale tri kompanije za upravljanje penzijskim fondovima. Najveće tržišno učešće ima Skupna pokojninska družba, d.d. koje iznosi približno 50%, dok preostale dve kompanije (Sava, pokojninska družba, d.d. i Pokojninska družba, d.d.) imaju manje učešće, kako u broju osiguranika, tako i u masi uplaćenih doprinosa u 2018. godini.

Tabela 4 Ograničenja u investicionoj politici dobrovoljnih penzijskih fondova u Sloveniji

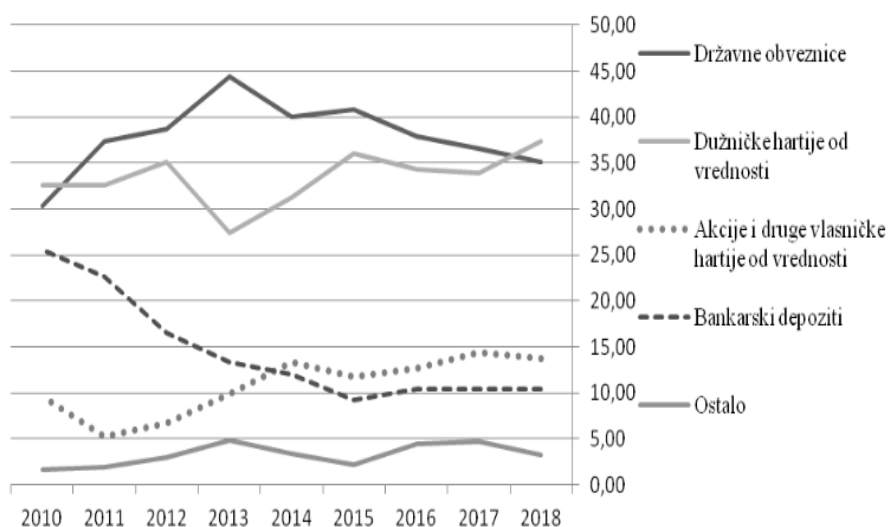
Akcije	100%, a maksimalno 5% u akcije kojima se ne trguje na regulisanom tržištu
Nepokretnosti	20%
Državne obveznice (Slovenija i EU)	100%
Kompanijske obveznice	100%
Investicioni fondovi	100%
Privatni investicioni fondovi	1% za kapital visokog rizika
Bankarski depoziti	100% ; 20% u pojedinačnu bankarsku grupaciju
Strane investicije	Ulaganja u domaće i instrumente iz zemalja EEA (Evropske ekonomske zone)
<i>Self-investment</i>	Ulaganja u akcije kompanije organizatora penzijskog plana - 5%; u slučaju više poslodavaca kao organizatora - 10%
Ulaganja u hartije od vrednosti pojedinačnog emitenta	10% (za akcije i obveznice), 20% (uz garanciju zemlje EEA)

Izvor: OECD, (2018), Annual Survey of Investment Regulation of Pension Funds, OECD Publishing

Privatno penzijsko osiguranje može imati oblik dobrovoljnog penzijskog osiguranja u članjavanjem pojedinaca u penzijske fondove, ili može biti obavezno, ali samo za zaposlene u

javnom sektoru i radnike u privatnom sektoru na radnim mestima sa povećanom rizičnošću. Za ove dve kategorije radnika poslodavac je dužan da formira kompanijski penzijski plan i zaključi ugovorni odnos sa kompanijom za upravljanje penzijskim fondom u koji će poslodavac uplaćivati doprinose za svoje zaposlene. Pored toga, poslodavac za druge kategorije zaposlenih pojedinaca može da formira dobrovoljne kompanijske penzijske planove ili druge vidove kolektivne penzijske štednje (European Commission, 2018, str. 229). Privatno penzijsko osiguranje zaposlenih u javnom sektoru je prepušteno posebnom Fondu za upravljanje penzijama (Kapitalska družba). Prema organizacionoj formi, Kapitalska družba je akcionarsko društvo čiji je jedini akcionar Republika Slovenija (Stanovnik, 2012, str. 318). Faktički, ovo društvo upravlja penzijskim fondovima u kojima su osigurani zaposleni u javnom sektoru i osiguranici na radnim mestima povećane rizičnosti (kapitalni uzajamni penzijski fond, obavezni dopunski penzijski fond i zatvoreni uzajamni penzijski fond za zaposlene u javnom sektoru).

Kada je reč o strukturi portfolija dobrovoljnih penzijskih fondova, može se reći da nije u značajnijoj meri ograničena državnim regulativom. Kao što se vidi u **Tabeli 4**, ograničenja u strukturi portfolija su postavljena jako liberalno, kako u smislu ulaganja u akcije tako i u smislu ulaganja u alternativne oblike finansijskih instrumenata. Za akcije kojima se trguje na berzi ne postoje ograničenja, ali postoji ograničenje za ulaganja u akcije kojima se ne trguje na berzi. Pored toga, za ulaganja u investicione fondove (odnosi se, pre svega na ulaganja u UCITS) ne postoje ograničenja, dok je ograničenje za ulaganja u nepokretnosti postavljeno na najvišem nivou u odnosu na ostale posmatrane zemlje.



Slika 6 Struktura portfolija penzijskih fondova u Sloveniji, u periodu o2010-2018.

Izvor: Agencija za zavarovalni nadzor, (2018), Report of the Insurance Supervision Agency, Ljubljana, Slovenija

Da li se fleksibilnost u državnoj regulativi u oblikovanju investicione politike penzijskih fondova preslikala u strukturi njihovog investicionog portfolija? Kao što se može videti na **Slici 6**, akcije i drugi vidovi vlasničkih hartija od vrednosti u periodu od 2010. do 2018. godine nisu imali značajnije učešće u portfoliju dobrovoljnih penzijskih fondova. Iako je to bilo logično u prvim godinama nakon Svetske finansijske krize, ni deset godina nakon penzijski fondovi ne investiraju značajnije u akcijski materijal. Državne obveznice i drugi oblici dužničkih hartija od vrednosti i dalje imaju primat u strukturi portfolija slovenačkih penzijskih fondova.

Prema Narodnoj Banci Srbije (2019), na tržištu dobrovoljnih penzijskih fondova u Srbiji na kraju četvrtog tromesečja 2018. godine poslovala su četiri društva za upravljanje penzijskim fondovima, koja su upravljala finansijskim sredstvima sedam dobrovoljnih penzijskih fondova. Iako Srbija ima približno 2,1 milion zaposlenih stanovnika, u penzijskim fondovima ugovor o članstvu u četvrtom tromesečju 2019. godine ima oko 200 hiljada osiguranika, što znači da učešće korisnika usluga penzijskih fondova u ukupnom broju zaposlenih iznosi 9%. Tri penzijska fonda (Dunav, Generali Basic, DDOR Garant Ekvilibrio) zbirno imaju 208 hiljada od 273 hiljade ugovora o članstvu zaključenih sa penzijskim fondovima, dok je učešće preostala četiri penzijska fonda značajno manje. Finansijska sredstva koja društva za upravljanje investiraju na finansijskom tržištu su krajem 2019. godine iznosila oko 43 milijarde dinara, odnosno 360 miliona evra.

Kada je reč o strukturi portfolija penzijskih fondova u Srbiji, kao i u slučaju prethodno posmatranih zemalja, penzijski fondovi pretežno ulažu u državne dužničke hartije od vrednosti, i taj trend se ne menja u čitavom periodu nakon 2008. godine (**Tabela 5**). Interesantno je primetiti da su penzijski fondovi u Srbiji deseti deo portfolija investirali u akcije u jeku Svetske finansijske krize u 2010. godini. Međutim, nakon toga, udeo akcija u portfoliju postepeno opada, da bi od 2016. godine počeo da raste, ali je i dalje ispod nivoa od 10%. Korporativne obveznice su u portfoliju penzijskih fondova počele da se pojavljuju tek u 2019. godini, dok su ulaganja u inostranstvu u čitavom desetogodišnjem periodu potcenjena. Ulaganja u investicione fondove (jedna od komponenti pozicije Ostalo u **Tabeli 5**) su zanemarljivog značaja u strukturi portfolija.

Tabela 5 Struktura portfolija dobrovoljnih penzijskih fondova u Srbiji, period 2008. - 2018. godine

	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Državne obveznice	33,7%	18,1%	48,3%	86,8%	82,8%	77,0%	83,6%	83,1%	78,6%
Trezorski zapisi	-	46,7%	21,3%	-	-	-	-	-	-
Akcije	6,3%	11,4%	2,9%	3,9%	4,1%	7,4%	8,5%	8,4%	9,3%
Korporativne obveznice	-	1,0%	1,2%	-	-	-	-	-	3,4%
Depoziti	4,1%	2,8%	4,4%	1,3%	0,5%	1,0%	1,6%	3,1%	3,7%
Ulaganje u inostranstvu	-	0,3%	-	-	-	-	-	0,2%	-
Sredstva na kastodi računu	54,2%	18,7%	15,8%	7,5%	12,2%	13,0%	5,4%	4,4%	4,0%
Nepokretnosti	1,7%	0,9%	0,5%	0,3%	0,2%	0,2%	-	-	0,6%
Potraživanja	0%	-	5,7%	0,1%	0,1%	0,7%	0,2%	0,0%	0,1%
Ostalo	-	-	-	-	-	0,7%	0,6%	0,8%	0,3%

Izvor: Narodna Banka Srbije, (2019), Statistički aneks - septembar 2019, Sektor za nadzor nad obavljanjem delatnosti osiguranja

Prema Zakonu o dobrovoljnim penzijskim fondovima i penzijskim planovima, finansijska sredstva penzijskog fonda se mogu ulagati u državne dužničke hartije od vrednosti, hartije od vrednosti koje izdaju međunarodne finansijske institucije, inostrane državne i korporativne obveznice sa investicionim rejtingom, akcije kojima se trguje na regulisanom tržištu, akcije stranih pravnih lica listirane na berzama zemalja članica EU, odnosno OECD-a i kratkoročne dužničke hartije od vrednosti koje izdaju ili garantuju banke sa sedištem u Republici. Prema istom Zakonu, na strukturu portfolija primenjuju se relativno fleksibilna ograničenja:

- Maksimalno 10% portfolija penzijski fond može da uloži u hartije od vrednosti jednog izdavaoca ili ukupno u hartije od vrednosti dva ili više izdavalaca koji su povezana lica, osim hartija od vrednosti koje izdaje Republika, odnosno Narodna banka Srbije;
- Maksimalno 5% portfolija penzijski fond može da uloži u hartije od vrednosti koje izdaje organizator koji je organizovao penzijski plan koji je pristupio penzijskom fondu;
- Penzijski fond ne može da stekne više od 15% vlasničkog učešća, odnosno akcija sa pravom glasa jednog izdavaoca;
- Penzijski fond ne može da ulaže u hartije od vrednosti koje izdaje 1) društvo za upravljanje, 2) kustodi banka kod koje se vodi račun dobrovoljnog penzijskog fonda, 3) brokersko-dilersko društvo, odnosno ovlašćena banka koja za društvo za upravljanje obavlja poslove posredovanja u trgovanju hartijama od vrednosti i 4) akcionar društva za upravljanje.

Kao što se može videti, ograničenja su postavljena pre svega u vidu sprečavanja i ograničavanja investiranja u hartije od vrednosti povezanih lica i limitiranja investiranja u pojedinačne hartije od vrednosti, a ne u pravcu ograničavanja ulaganja u različite vrste finansijskih instrumenata. I pored toga, u strukturi portfolija dominiraju državne dužničke hartije od vrednosti kao finansijski instrument koji je lako dostupan, utrživ, bezrizičan, i donosi relativno nizak, ali stabilan prinos. Akcije u većini penzijskih fondova nisu uopšte zastupljene u portfoliju, a samo Dunav DPF i Generali Basic penzijski fondovi imaju solidno učešće akcija u portfoliju, od 13% i 11,3%, respektivno.

Posledice konzervativne strukture portfolija u posmatranim zemljama se najbolje mogu uočiti sagledavanjem stope investicionog prinosa u periodu nakon Svetske finansijske krize, što je prikazano u Tabeli 6. Kao što se može primetiti, stope prinosa u dužem nizu godina opadaju u svim posmatranim zemljama, što je posledica preteranog oslanjanja na ulaganja u državne hartije od vrednosti. Kamatne stope na teritoriji Evrope su od 2014. godine na jako niskim nivoima, što je uticalo na opadanje izvršne stope prinosa po kojoj se emituju državne dužničke hartije od vrednosti. Samim time, opala je isplativost ulaganja u ove hartije od vrednosti, što nije bilo praćeno prilagođavanjima strukture portfolija u pravcu ulaganja u alternativne vrste finansijskih instrumenata. S jedne strane, ovaj fenomen ne mora da naškodi penzijskim fondovima imajući u vidu dugoročni investicioni horizont, ukoliko u doglednom vremenskom periodu dođe do rasta kamatnih stopa. Penzijski fondovi nisu u mogućnosti da povećaju ulaganja u domaće akcije, s obzirom da su nacionalne berze uglavnom u lošem stanju. Primera radi, indeks Beogradske berze BELEX15 u dužem nizu godina ostvaruje niske, a u nekim godinama i negativne stope rasta, čime su smanjene mogućnosti za prilagođavanje strukture penzijskih fondova.

Tabela 6 Stope prinosa penzijskih fondova u posmatranim zemljama u periodu 2010-2019.

	Bugarska	Hrvatska	Rumunija	Srbija
2010	6,1%	8,63%	15,63%	9,7%
2012	8,2%	12,42%	6,71%	12,5%
2014	6,7%	11,36%	9,22%	11,4%
2016	3,3%	6,94%	3,74%	7,7%
2017	6,4%	3,06%	3,95%	4,7%
2018	-	1,02%	2,7%	5,5%
2019	-	-	2,82%	6,4%

Izvor: Nacionalne agencije za nadzor sektora penzijskog osiguranja (Financial Supervision Commission, HANFA, Autoritatea De Supraveghere Financiara, Narodna Banka Srbije)

S druge strane, u zemljama u kojima postoje isključivo dobrovoljni penzijski fondovi, pad stope prinosa urušava proces popularizacije štednje u penzijskim fondovima čime se dugoročno narušava proces tranzicije penzijskog osiguranja iz javnog sektora ka privatnom sektoru. Niske stope prinosa u kombinaciji sa niskim stopama doprinosa, ne mogu da generišu zadovoljavajući finansijski rezultat u dugom roku. Prema Antolin (2009), pri stopi doprinosa od 5%, ni pri vrlo optimističnim stopama prinosa do 8% nakon 40 godina štednje stopa zamene ne može da nadmaši nivo od 40% poslednje ostvarene zarade osiguranika. U 2018. godini stopa doprinosa u obaveznim penzijskim fondovima u Bugarskoj i Hrvatskoj je iznosila 5%, a u Rumuniji svega 3,75% (Fultz, Hirose, 2018, str. 304). Jasno je da, s obzirom na niske stope doprinosa, penzijski fondovi ne mogu da generišu penzijske naknade koje će u značajnijoj meri da dopune penzije koje isplaćuje javni penzijski sistem.

Zaključak

Na osnovu prethodno izloženih razmatranja, može se izvesti nekoliko zaključaka. Penzijski fondovi u posmatranim zemljama Jugoistočne Evrope teže formiranju strukture portfolija u kojoj dominantnu ulogu imaju državne dužničke hartije od vrednosti. U kombinaciji sa relativno niskim stopama doprinosa koje su karakteristične čak i za zemlje sa formiranim obaveznim penzijskim fondovima, ne postoji mogućnost za realizaciju zadovoljavajućih nivoa penzijskih naknada za osiguranu populaciju. U takvom ambijentu, država poseže za različitim merama kojima se podriva celokupan proces penzijske štednje u drugom stubu penzijskog osiguranja. Primeri Mađarske, u kojoj je drugi stub penzijskog osiguranja faktički nacionalizovan 2010. godine, Poljske, u kojoj je 2011. godine značajan deo doprinosa preusmeren iz drugog stuba u javni penzijski sistem, i Rumunije, u kojoj su krajem 2017. godine smanjeni doprinosi za obavezne penzijske fondove, jasno govore u prilog nezavidne pozicije u kojoj se nalaze penzijski fondovi u ovim zemljama.

U cilju jačanja pozicije penzijskih fondova u sistemu penzijskog osiguranja u Srbiji, čini se da će insistiranje na primeni trenutnog modela dobrovoljnih penzijskih fondova doneti koristi relativno malom procentu populacije. Adekvatno preoblikovanje pozicije penzijskih fondova zahteva analizu zakonskih rešenja i dinamike regulatornog okvira zemalja u regionu i šire, zemalja Istočne i Centralne Evrope. Penzijske sisteme u ovim zemljama karakteriše izrazita raznolikost različitih rešenja primenjenih u cilju afirmacije privatnog penzijskog osiguranja. Iz tog svojevrsnog društvenog poligona različitih rešenja neophodno je pronaći onaj model koji se najbolje uklapa u obrazac socijalnih, demografskih i ekonomskih karakteristika populacije u Srbiji, čime bi se stimulisao proces penzijske štednje van javnog penzijskog sistema koji funkcioniše na principima tekućeg finansiranja i neodrživ je u dugom roku.

Reference

1. Agencija za zavarovalni nadzor, (2018), Report of the Insurance Supervision Agency, Ljubljana, Slovenija
2. Antolin, P., (2009), Private pensions and the financial crisis: How to ensure adequate retirement income, OECD Journal: Financial Market Trends, Issue 2, OECD Publishing
3. Campbell, J., Viceira, L., (2002), Strategic Asset Allocation: Portfolio Choice for Long-Term Investors, Oxford University Press
4. Czepulis-Rutkowska, C., (2011), National Report – Poland, Hirose, K., (ed.) Pension reform in Central and Eastern Europe in times of crisis, austerity and beyond, International Labour Office

5. European Commission, (2018), Pension Adequacy Report 2018, European Commission Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion
6. Financial Supervision Commission, (2017), Bulgarian Pension Funds' Assets Review, Final Report
7. Freudenberg, C., Berki, T., Reiff, A., (2016), A Long-Term Evaluation of Recent Hungarian Pension Reforms, MNB Working Paper, No. 2016/2, Magyar Nemzeti Bank
8. Fultz, E., Hirose, K., (2018), Bulgaria, Croatia, Estonia, Latvia, Macedonia, Romania, Slovakia, u Ortiz, I., et al. (eds.), Reversing Pension Privatizations Rebuilding Public Pension Systems in Eastern Europe and Latin America, International Labour Organization
9. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga - HANFA, (2018), Izvještaj o radu obveznih mirovinskih fondova za 2018. godinu, HANFA
10. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, (2018a), Godišnje izvješće za 2018. godinu, HANFA
11. Impavido, G., (2008), Efficiency and Performance of Bulgarian Private Pensions, IMF Working Paper, No. 268, International Monetary Fund
12. Jagannathan, R., Kocherlakota, N., (1996), Why Should Older People Invest Less in Stocks Than Younger People?, Quarterly Review, Vol. 20, No. 3, Federal Reserve Bank of Minneapolis
13. Kapitalska družba, (2018), Letno poročilo kapitalske družbe, D.D., za leto 2018
14. MSCI, (2019), The Future of Emerging Markets 30 Years On From the Launch of the MSCI Emerging Markets Index, Research Insights, April 2019, MSCI Inc.
15. Narodna Banka Srbije, (2018), Sektor dobrovoljnih penzijskih fondova u Srbiji - Izveštaj za četvrto tromesečje 2018. godine
16. Narodna Banka Srbije, (2019), Statistički aneks - septembar 2019, Sektor za nadzor nad obavljanjem delatnosti osiguranja
17. OECD, (2018), Annual Survey of Investment Regulation of Pension Funds, OECD Publishing
18. Siegel, J., (2008), Stocks for the Long Run – 4th Edition, McGraw-Hill
19. Stanovnik, T., (2012), Nacionalni izveštaj - Slovenija, u Hirose, K. (ed.), Penzione reforme u Srednjoj i Istočnoj Evropi, Međunarodna organizacija rada
20. Zakon o dobrovoljnim penzijskim fondovima i penzijskim planovima, Službeni glasnik RS, br. 85/2005 i 31/2011

Internet izvori:

21. <https://finance.yahoo.com/news/pension-fund-managers-poured-emerging-markets-right-tumbled-162434266.html>
22. <https://www.skagenfunds.nl/topic/emerging-markets/what-next-for-emerging-market-growth/>
23. Financial Supervision Commission Bulgaria, <https://www.fsc.bg/en/markets/social-insurance-market/statistics/statistics-and-analysis/2018/>
24. <https://www.ipe.com/pensions/country-reports/cee/bulgaria-can-investors-rely-on-pensions/10028796.article>
25. <http://mirovinskifondovi.hr/mirovinski-sustav-2/obvezni-mirovinski-fondovi/>
26. Autoritatea De Supraveghere Financiara, <https://asfromania.ro/csspp/evolutie-indicatori/>
27. <https://www.reuters.com/article/romania-pensions/romanian-pension-funds-ready-to-invest-in-infrastructure-idUSL8N20Y4RD>

**RAČUNOVODSTVENI ASPEKTI
EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

PROCENA KORISTI I TROŠKOVA JAVNIH POLITIKA NA PRIMARNIM TRŽIŠTIMA

Predrag Stančić* i Milan Čupić**

Analiza troškova i koristi je analitički instrument za ocenu uticaja javnih politika na društveno blagostanje. Njena korisnost i pouzdanost su određene sposobnošću analitičara da identifikuje i proceni sve relevantne društvene troškove i koristi koje javne politike izazivaju. S tim u vezi su posebno značajni Kaldor-Hikov kriterijum, koncepti spremnosti plaćanja i oportunitetnog troška i mikroekonomska teorija, kojima se definišu principi za procenu novčanog izraza očekivanih društvenih troškova i koristi. Cilj ovog rada je da se ukaže na pristupe za identifikaciju, klasifikaciju i procenu očekivanih efekata javne politike. Posebna pažnja je posvećena analizi pristupa za procenu troškova i koristi javnih politika na primarnim tržištima, tj. tržištima koja su pod neposrednim uticajem javne politike. U radu se ističe da je za procenu očekivanih efekata javne politike neophodno u obzir uzeti očekivane promene društvenog viška. Promena društvenog viška je mera neto društvene koristi ili promene alokativne efikasnosti korišćenja ograničenih društvenih resursa uslovljena primenom javne politike.

Ključne reči: analiza troškova i koristi, javne politike, društveni višak, oportunitetni trošak, spremnost plaćanja.

Uvod

Analiza troškova i koristi (*Cost-Benefit Analysis - CBA*) je proces ocene i rangiranja alternativnih javnih politika, koji se zasniva na primeni tehnika procene novčane vrednosti njihovog uticaja na društvo. Uticaji javne politike mogu da budu povoljni, kada se označavaju kao društvene koristi, ili nepovoljni, kada se označavaju kao društveni troškovi. Svi uticaji javne politike za sve članove društva treba da budu identifikovani i iskazani u novčanim jedinicama, sa ciljem procene neto društvene koristi, odnosno razlike društvenih koristi i društvenih troškova. Upravo su identifikacija i procena troškova i koristi kritične aktivnosti CBA, koje određuju njen doprinos efikasnoj alokaciji društvenih resursa i racionalnijem donošenju odluka od značaja za društvo. Ovo su, takođe, aktivnosti koje izazivaju filozofske, političke i druge kontroverze, naročito kada je potrebno proceniti novčanu vrednost ljudskog života (rizika njegovog gubitka) ili primeniti metod kontingentnog vrednovanja (metod iskazanih preferencija) koji podrazumeva ispitivanje pojedinaca o iznosu novca koji bi bili spremni da plate za neko netržišno dobro (Hansson, 2007).

Cilj rada je da se ukaže na pristupe za identifikaciju, klasifikaciju i procenu očekivanih efekata javne politike. Posebna pažnja je posvećena analizi pristupa za procenu troškova i koristi javnih politika na primarnim tržištima, tj. tržištima koja su pod neposrednim uticajem javne politike. Predmet analize nisu efekti javne politike na sekundarnim tržištima, tj. tržištima koja su pod posrednim uticajem javne politike (npr. tržište resursa koji se koriste za proizvodnju dobra koji se stvara javnom politikom). S obzirom na njihov značaj za procenu očekivanih efekata javne politike, u radu su predstavljeni Kaldor-Hikov kriterijum, koncepti "spremnosti plaćanja" i oportunitetnog troška, kao i mikroekonomske osnove CBA neophodne za procenu društvenog

* Redovni profesor, e-mail: pstancic@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: mcupic@kg.ac.rs

viška. Rad treba da doprinese dopuni domaće literature u oblasti analize troškova i koristi, a posebno u oblasti procene očekivanih efekata javne politike. Budući da se u radu ukazuje na značaj procene uticaja javnih politika na promene društvenog viška, rad treba da doprinese unapređenju prakse ocene i rangiranja alternativnih javnih politika u Republici Srbiji.

Identifikacija očekivanih efekata alternativnih javnih politika

Kako bi identifikovao očekivane efekte alternativnih javnih politika koji će biti uključeni u CBA, analitičar treba da utvrdi geografski obuhvat politike i relevantne interesne grupe (Weimer and Vining, 2011, pp. 385-387). Zapravo, postavlja se pitanje da li u obzir treba uzeti uticaje koje projekat ima na lokalno, regionalno, nacionalno ili šire okruženje. Odgovor na ovo pitanje, po pravilu, zavisi od obuhvata i vrste politike. Na primer, kod politika šireg obuhvata koje sprovodi centralna državna vlast ili politika u vezi sa saobraćajnicama, u obzir treba uzeti uticaje na što šire okruženje. Sa druge strane, kada su u pitanju politike lokalne vlasti u vezi sa komunalnim otpadom ili vodovodom, u obzir treba uzeti uticaje koje one imaju na lokalno okruženje. Ukoliko politika utiče na emisije štetnih gasova ili ima druge uticaje na životnu sredinu, preporučuje se sagledavanje uticaja koje projekat ima na globalno okruženje (Čupić, 2009, str. 15). Takođe, u obzir je potrebno uzeti uticaje koje analizirana politika ima na druge politike. Na primer, ako analiza pokazuje da je opravdanost projekta izgradnje puta koji povezuje mesta A i B značajno određena projektom izgradnje rehabilitacionog centra u blizini mesta B, tada projekat izgradnje puta treba posmatrati u kontekstu sistema izgradnje puta i rehabilitacionog centra.

U CBA se, po pravilu, uključuju samo efekti koje javna politika ima na relevantne pojedince (*individuals with standing*), a isključuju se uticaji koji nisu od značaja za ljude (npr. uticaj na divlji svet ili kulturno-istorijske spomenike je relevantan samo ako mu ljudi pridaju značaj). Očekivanih efekti javne politike mogu da budu tržišni i eksterni, odnosno mogu se klasifikovati na sledeći način (Fuguitt and Wilcox, 1999, pp. 167-168):

- troškovi tržišnih resursa - odnose se na troškove u vezi sa korišćenjem resursa koji imaju aktivno tržište i čija se cena utvrđuje na tržištu; obično uključuju kapitalne izdatke (npr. ulaganja u stalnu i stalno potrebnu obrtnu imovinu), operativne izdatke (npr. troškovi zarada i materijalnih resursa) i troškove održavanja tokom implementacije javne politike;
- koristi tržišnih dobara - odnose se na povećanje vrednosti dobara stvorenih javnom politikom, a koja se prodaju na tržištu; na primer, očekivane koristi izgradnje brane su veća ponuda električne energije na tržištu, povećanje roda na poljima nizvodno od brane usled bolje prevencije poplava i povećanje kvaliteta splavarenja nizvodno od brane zbog čega su pojedinci spremni da plate više cene preduzeću koje ove sportove organizuje ili je veći broj pojedinaca zainteresovan za splavarenje;
- troškovi tržišnih dobara se odnose na negativne uticaje javne politike na neke pojedince; na primer, brana može umanjiti zadovoljstvo nekih pojedinaca koji više vole da splavare na divljoj reci, zbog čega će oni biti spremni da plate nižu cenu ili neće uopšte biti zainteresovani za splavarenje na reci nakon izgradnje brane;
- eksterni (netržišni) efekti su nekompenzirani dobici ili gubici blagostanja pojedinca koji se ostvaruju izvan tržišta tako da nema uticaja na relativne tržišne cene, pri čemu su relevantni oni eksterni efekti koji uključuju stvarne promene u resursima i dobrima (tehnološke eksternalije); na primer, na akumulacionom jezeru iznad brane mogu bez nadoknade (besplatno) biti dozvoljeni pecanje i sportovi na vodi, što su stvarne mogućnosti za potrošnju koje nemaju tržišnu cenu (eksterne koristi), dok periodično

ispuštanje vode iz akumulacionog jezera može uništiti delove staništa retkih vrsta ptica, što je eksterni trošak za pojedince kojima je stalo do ovih vrsta ptica.

Eksterni efekti ili tehnološke eksternalije se često označavaju problemom nedostajućeg tržišta (*missing market problem*) ili pratećim efektom proizvodnje ili potrošnje za koji ne postoji tržište. Bez obzira na to, svi navedeni tržišni i eksterni efekti se označavaju efektima javne politike na primarnim tržištima i treba da budu uključeni u CBA (Boardman, Greenberg, Vining and Weimer, 2011, p. 115).

U analizu javnih politika ne bi trebalo uključivati monetarne eksternalije (*pecuniary externalities*), koje se odnose na promene tržišnih cena, a ne na stvarne promene u resursima i dobrima (Fuguitt and Wilcox, 1999, p. 168). Na primer, povećanje količine proizvedene električne energije, pod pretpostavkom nepromenjene tražnje potrošača i nepromenjene ponude postojećih elektrana, može usloviti smanjenje cene električne energije. Ovo je monetarna eksternalija jer će korist ostvariti potrošači, a štetu postojeće elektrane, tj. dobitak jedne strane je jednak gubitku druge strane (redistribucija prihoda), dok nivo društvenog blagostanja ostaje nepromenjen. Slično, pad cene električne energije može podstaći neke potrošače prirodnog gasa kao energenta da se preorijentišu na korišćenje električne energije. Ukoliko cena prirodnog gasa padne, to će biti korist za potrošače, a šteta za snabdevače prirodnog gasa, tako da nivo društvenog blagostanja, opet, ostaje nepromenjen (Fuguitt and Wilcox, 1999, pp. 168-169).

Osnovni principi procene novčanih tokova alternativnih javnih politika

U osnovi CBA je Kaldor-Hiksov kriterijum, kojim se utvrđuje zahtev da javnu politiku treba usvojiti samo ako stvara društvene koristi veće od društvenih troškova, tako da dobitnici mogu da obeštete gubitnike, iako do stvarnog obeštećenja ne dolazi (Persky, 2001). Drugim rečima, javnu politiku treba usvojiti ako stvara veće koristi nego troškove za društvo (pozitivne neto društvene koristi), bez obzira na to ko ostvaruje koristi, a ko troškove i bez obzira na to da li su nadoknađeni gubici onima koji ih ostvaruju. Ako je potrebno birati između više međusobno isključivih javnih politika, treba usvojiti onu koja stvara najveće pozitivne neto društvene koristi. Takođe, ako je potrebno doneti odluku o više politika koje utiču jedna na drugu, onda treba usvojiti kombinaciju politika koja maksimira neto društvene koristi (Boardman et al., 2011, pp. 32-33).

U skladu sa Kaldor-Hiksovim kriterijumom, očekivani efekti javne politike se mere novčanim jedinicama, primenom koncepta oportunitetnog troška i spremnosti plaćanja (Weimer and Vining, 2011, p. 388). Oportunitetni trošak je potencijalni dobitak najbolje alternativne politike propušten zbog realizacije izabrane politike, dok spremnost plaćanja (*willingness to pay - WTP*) predstavlja iznos novca koji bi pojedinac morao da plati ili primi u vezi sa politikom kako bi bio indiferentan prema alternativama da se ništa ne promeni i realizacije izabrane politike. Ako politika donosi korist pojedincu, onda njegova WTP ima pozitivnu vrednost i predstavlja spremnost pojedinca da plati određeni novčani iznos kako bi se politika realizovala, dok u suprotnom njegova WTP ima negativnu vrednost i predstavlja novčani iznos koji pojedinac očekuje da primi kako bi pristao na realizaciju politike.

Rezultat CBA je procena neto društvene koristi javne politike, utvrđene kao razlika ukupnih društvenih koristi i troškova javne politike. Mera neto društvene koristi ili promene alokativne efikasnosti je promena društvenog viška uslovljena primenom javne politike. Pri tome, društveni višak predstavlja zbir potrošačevog, proizvođačevog i viška javne uprave, gde je potrošačev višak razlika ukupnih koristi od dobra (spremnost potrošača da plati za dobro) i iznosa koji plaćaju za dobro određeno javnom politikom (proizvod tržišne cene i tražene

količine), proizvođačev višak razlika njegovih ostvarenih prihoda (proizvod tržišne cene i ponuđene količine) i ukupnih varijabilnih troškova (minimalni prihod koji proizvođač očekuje da ostvari kako bi bio spreman da proizvodi dobro), a višak javne uprave razlika javnih prihoda i izdataka (Boardman et al., 2011, pp. 52-62).

Društveni višak je određen krivama ponude i tražnje na primarnim i sekundarnim tržištima pod uticajem javne politike. U odsustvu državne intervencije i uslovima savršene tržišne konkurencije, društveni višak je jednak zbiru proizvođačevog i potrošačevog viška. Kriva tražnje, tada, odražava marginalne društvene koristi, a kriva ponude marginalne društvene troškove, pa su u stanju konkurentne ravnoteže, kada je tražnja jednaka ponudi, neto društvene koristi maksimirane (Boardman et al., 2011, pp. 60-61). Drugim rečima, na savršeno konkurentskom tržištu je postignuta alokativna efikasnost, tako da nije moguće doneti dodatne koristi nekom pojedincu, bez izazivanja dodatnih troškova nekom drugom. Javna politika koja izaziva odstupanje od konkurentne ravnoteže stvara čist gubitak ili gubitak društvenog viška (*deadweight loss*) i smanjuje društveni višak. To znači da intervencija na tržištu ima opravdanja samo ako je tržište nesavršeno, a javna politika tržište približava konkurentskoj ravnoteži i, tako, doprinosi povećanju društvenog viška i smanjenju čistog gubitka, tj. povećanju neto društvenih koristi (Boardman et al., 2011, pp. 61-62).

Procena troškova tržišnih resursa

Resursi iskorišćeni za realizaciju izabrane javne politike ne mogu da budu iskorišćeni za realizaciju neke alternativne javne politike i proizvodnju drugih dobara, tako da je vrednost propuštenih dobara (vrednost resursa potrebnih za realizaciju najbolje propuštene alternative) ili oportunitetni trošak izraz troškova izabrane javne politike. Način procene oportunitetnog troška zavisi od karakteristika tržišta na kojem se trguje resursima. S tim u vezi se ističu tri situacije: 1) tržište je efikasno (nema tržišnih ograničenja), a kupovina resursa za potrebe politike neće imati značajan uticaj na njegovu cenu (marginalni troškovi ostaju nepromenjeni); 2) tržište je efikasno, a kupovina resursa za potrebe politike će imati značajan uticaj na njegovu cenu (marginalni troškovi se smanjuju ili povećavaju) i 3) tržište je neefikasno (Weimer and Vining, 2010, p. 388). Na efikasnom tržištu je tržišna cena dobra jednaka marginalnom društvenom trošku njegove proizvodnje.

Kada je marginalni trošak na efikasnom tržištu konstantan, dodatna jedinica dobra može da bude kupljena po nepromenjenoj ceni, dok je oportunitetni trošak marginalnih jedinica (količina resursa potrebnih za realizaciju politike) jednak ukupnom iznosu (javni izdatak) plaćenom za njihovu nabavku (proizvod cene i količine). Pretpostavka o jednakosti javnog izdatka i oportunitetnog troška je prihvatljiva ako količina resursa pribavljenog za realizaciju politike ne utiče značajno na njegovu ukupnu tražnju (Boardman et al., 2011, pp. 100-102). Na primer, ako lokalna samouprava realizuje projekat povećanja pismenosti, udžbenici pribavljeni na nacionalnom tržištu neće značajno povećati ukupnu tražnju, niti tržišnu cenu udžbenika.

Kada je marginalni trošak na efikasnom tržištu promenljiv, kupovina dodatne jedinice dobra (povećanje tražnje za resursom) će usloviti povećanje ravnotežne cene. Tada, javni izdatak (proizvod količine i nove, više cene resursa) nije jednak oportunitetnom trošku korišćenja resursa za potrebe politike, jer u obzir treba uzeti uticaj promene cene na društveni višak. Drugim rečima, oportunitetni trošak je jednak javnom izdatku umanjenom (uvećanom) za povećanje (smanjenje) društvenog viška na tržištu resursa. Na primer, ako je za izgradnju brane potrebna velika količina betona, povećana tražnja može usloviti povećanje cene. Tada će raniji kupci biti spremni da kupe manju količinu betona po višoj ceni, dok se ukupna tražnja za betonom može povećati zbog nabavki za potrebe politike. Tada će se kupci betona suočiti sa

smanjenjem potrošačevog viška, a snabdevači betonom sa povećanjem proizvođačevog viška (transfer viška od kupaca ka snabdevačima), tako da će se i društveni višak promeniti. U ekstremnom slučaju je moguća savršeno neelastična ponuda, kao kada lokalna samouprava kupuje parcelu za park - ponuda zemljišta je fiksirana pa povećanje tražnje izaziva značajno povećanje tržišne cene (Boardman et al., 2011, pp. 102-104).

Dok je procena javnog izdatka jednostavna, procena društvenog viška može biti veoma teška. Višak može biti procenjen korišćenjem višestruke regresione analize, mada se u praksi često koristi konzervativna procena javnog izdatka kao način za aproksimaciju oportunitetnog troška (Fuguitt and Wilcox, 1999, pp. 178-183). Ako nabavka za potrebe politike ne izazove značajnu promenu tržišne cene, promena društvenog viška će biti mala, tako da javni izdatak za nabavku resursa može biti prihvatljiva aproksimacija oportunitetnog troška. Ako nabavka uslovi značajnu promenu tržišne cene, a može se pretpostaviti da su promene ponude i tražnje potpuno ili približno linearne, onda se oportunitetni trošak resursa može utvrditi kao proizvod nabavljene količine i aritmetičke sredine stare i nove tržišne cene resursa (Boardman et al., 2011, p. 103).

Na neefikasnom tržištu tržišna cena nije jednaka marginalnom društvenom trošku. Neefikasnost može biti uslovljena postojanjem javnih dobara, monopolističkog ili oligopolističkog tržišta, eksternalija, informacionih asimetrija, oporezivanja, subvencija, utvrđenih maksimalnih cena i minimalnih zarada i drugim faktorima. S tim u vezi su značajni sledeći postupci: 1) fiskalna prilagođavanja, 2) prevođenje tržišnih na obračunske cene i 3) procena oportunitetnih troškova zapošljavanja. Ovi postupci su detaljno objašnjeni u ekonomskoj literaturi (Boardman et al., 2011, pp. 104-110; Weimer and Vining, 2010, pp. 391-393) i vodičima, pri čemu je posebno značajan Vodič za analizu troškova i koristi projekata ulaganja, koji je 1997. objavila, a zatim nekoliko puta (1999, 2002, 2008. i 2014) revidirala Evropska komisija (European Commission, 1997; 2014).

Ako su resursi potrebni za realizaciju politike predmet oporezivanja, onda je javni izdatak za njihovu nabavku precenjen (veći od oportunitetnog troška). Sa druge strane, ako proizvođači resursa dobijaju subvencije od države, onda je javni izdatak za nabavku resursa potcenjen. Porezi (direktni i indirektni) i subvencije su transferna plaćanja (predstavljaju transfer kontrole nad određenim resursima sa jedne na drugu društvenu grupu), koja ne predstavljaju stvarne ekonomske troškove, niti koristi za društvo kao celinu, pa ih fiskalnim prilagođavanjima treba isključiti iz procene oportunitetnih troškova resursa (Stančić i Čupić, 2015). Tako, oportunitetni trošak materijalnih resursa treba utvrditi kao razliku tržišne cene resursa i poreza na dodatu vrednost (PDV) – javna uprava plaća PDV sadržan u ceni resursa (transfer od javne uprave ka proizvođačima resursa), ova sredstva se transferišu državi (transfer od proizvođača ka državi) i koriste za finansiranje javne uprave (transfer od države ka javnoj upravi). U nekim situacijama, poreze (ili druga transferna plaćanja) ne treba isključiti iz procene oportunitetnog troška resursa, jer mogu poslužiti kao prilagođavanje za eksternalije. Na primer, porezi u vezi sa emisijom štetnih gasova, koji imaju za cilj da smanje negativne ekološke eksternalije, ne moraju da budu isključeni iz procene oportunitetnog troška resursa, mada treba voditi računa da ne budu dva puta obuhvaćeni - jednom kao porez, a drugi put kao deo ukupnih troškova negativnih eksternalija (Stančić i Čupić, 2015).

Kada tržišne cene materijalnih resursa, zbog neefikasnosti tržišta, ne odražavaju njihove društvene oportunitetne troškove, mogu se koristiti obračunske ili cene u senci (*shadow prices*). U Vodiču EU iz 2014. su za procenu obračunskih cena utvrđena sledeća pravila (European Commission, 2014, p. 46):

- ako su resursi razmenljivi (npr. nafta, gas), tada treba koristiti granične cene¹; tako, ako je resurs uvozni, granična cena je jednaka trošku uvoza (cena nabavke uvećana za troškove prevoza i osiguranja), pri čemu se isključuju carinske i slične takse naplaćene prilikom ulaska resursa na tržište;
- ako su resursi nerazmenljivi (npr. zemljište, usluge), tada su na raspolaganju dve mogućnosti: 1) za manje stavke resursa (npr. posredničke usluge, troškovi upravljanja) treba koristiti standardni konverzioni faktor², koji meri prosečnu razliku svetskih i domaćih cena na određenom tržištu; 2) za veće stavke (npr. zemljište, oprema, građevinski radovi) treba utvrditi pretpostavke primerene konkretnoj politici i tržišnim uslovima, tako da obračunske cene budu prava mera dugoročnih marginalnih društvenih troškova proizvodnje.

Navedena pravila za procenu obračunskih cena se često realizuju primenom konverzionih faktora na troškove izražene u tržišnim cenama. Konverzioni faktor se obično definiše kao odnos između obračunske i tržišne cene, tj. kao faktor kojim treba pomnožiti tržišnu cenu kako bi bili procenjeni novčani tokovi izraženi obračunskim cenama. Procene konverzionih faktora treba da obezbedi nacionalna planska služba, jer bi trebalo da budu isti za sve politike. Ako ovih procena nema, a jasno je da tržišne cene nisu dobra osnova za procenu društvenih oportunitetnih troškova, konverziona faktore treba dosledno proceniti za sve politike ili, makar, tržišne cene umanjiti za poreska opterećenja. U Vodiču EU iz 2014. se navodi sledeća formula za procenu konverzionog faktora za procenu obračunske cene materijala (European Commission, 2014, p. 48):

$$CF = (1 - i)(1 - PDV)$$

gde je *CF* konverzioni faktor, *i* carinska stopa za uvoz materijala, a *PDV* porez na dodatu vrednost.

Neki resursi za potrebe javne politike se moraju nabaviti od monopoliste, koji tržišnu cenu utvrđuje iznad nivoa marginalnih troškova proizvodnje. Nabavke za potrebe politike će usloviti rast tražnje i tržišne cene resursa. Zbog toga će raniji kupci smanjiti količinu nabavki i pretrpeti smanjenje potrošačevog viška. Zbog nabavki za potrebe politike, ukupna tražnja za resursom monopoliste će biti veća nego pre realizacije politike (uprkos smanjenju nabavki od ranijih kupaca), što će, uz povećanje tržišne cene, monopolisti omogućiti povećanje proizvođačevog viška. Budući da je povećanje proizvođačevog viška veće od smanjenja potrošačevog viška, društveni višak se povećava, tako da je oportunitetni trošak manji od javnog izdatka za nabavku od monopoliste. U praksi, međutim, korišćenje javnog izdatka umesto oportunitetnog troška verovatno ne bi izazvalo veoma veliku grešku. Veličina greške zavisi od snage monopoliste (razlike tržišne cene i marginalnog društvenog troška proizvodnje), odnosno stepena elastičnosti tražnje (Boardman et al., 2011, pp. 108-110).

¹ Metod graničnih cena podrazumeva procenu oportunitetnog troška razmene dobra sa razvijenim međunarodnim tržištem, pod pretpostavkom da su međunarodne cene relativno stabilne i da odražavaju ekonomsku vrednost uvezenih dobara bolje nego domaće cene. Razvijen je za potrebe investicione analize u razvijenim zemljama, sa veoma iskrivljenim domaćim cenama.

² Standardni konverzioni faktor (SCF) se utvrđuje na sledeći način: $SCF = (M + X)/(M + X + TM)$, gde je *M* ukupna vrednost uvoza utvrđena po graničnim cenama, *X* je ukupna vrednost izvoza utvrđena po graničnim cenama, dok je *TM* ukupna vrednost uvoznih carina (bez PDV-a). Podaci o *M*, *X* i *TM* su dostupni u nacionalnim statističkim zavodima i/ili Eurostatu, dok SCF treba da proceni odgovarajuća nacionalna planska služba. Ako nacionalna planska služba ne proceni SCF, onda se preporučuje korišćenje pretpostavke da je $SCF = 1$ (European Commission, 2008).

Ako je posebnim zakonom utvrđena minimalna cena rada ili sindikati zaposlenih održavaju zarade iznad tržišne cene rada, ponuda radne snage će biti veća od tražnje za odgovarajući nivo zarade. Često se pretpostavlja da je oportunitetni trošak zapošljavanja nezaposlenih jednak nuli, tj. vreme nezaposlenih nema vrednost. Ovakva pretpostavka je problematična iz najmanje dva razloga:

- mnogi nezaposleni vreme produktivno koriste za traženje posla, čuvanje dece, održavanje kuće i slične aktivnosti;
- čak i kada vreme troše na dokolicu, ona ima vrednost za one koji je koriste.

Zato nezaposleni nisu spremni da rade bez plate (Boardman et al., 2011, p. 106). Sve dok je broj pojedinaca koje politika zaposli manji od broja nezaposlenih, mesečni javni izdatak za zarade će biti jednak proizvodu broja zaposlenih politikom i minimalne zarade, dok će oportunitetni trošak biti jednak razlici javnog izdatka za zarade i proizvođačevog viška koji uživaju novozaposleni. Ovaj višak je odraz činjenice da bi nezaposleni bili spremni da rade za platu manju od minimalne i predstavlja transfer sa javne uprave na zaposlene. Često se kao dobra aproksimacija oportunitetnog troška zapošljavanja koristi polovina javnog izdatka za mesečne zarade (Boardman et al., 2011, p. 108).

U Vodiču EU iz 2014. godine se za procenu oportunitetnog troška zapošljavanja javnom politikom preporučuje korišćenje obračunskih plata, utvrđenih primenom odgovarajućih konverzionih faktora na stvarnu platu, odnosno, korišćenje sledećih pravila (European Commission, 2014, pp. 48-49):

- za radnike sa značajnim iskustvom (ranije su bili angažovani na sličnim poslovima kao u vezi sa politikom), treba pretpostaviti da je obračunska plata približno jednaka stvarnoj plati zaposlenih na realizaciji politike (vrednost konverzionog faktora je blizu jedinice);
- za radnike bez značajnog iskustva, koji u trenutku angažovanja na realizaciji politike nisu imali zaposlenje, treba pretpostaviti da obračunska plata nije manja ili je jednaka vrednosti socijalne pomoći za nezaposlene;
- za radnike bez značajnog iskustva, koji su pre angažovanja na realizaciji politike obavljali neformalne poslove (pomoć kod kuće, građevinski radovi), treba pretpostaviti da je obračunska plata jednaka vrednosti koristi proizvedenih neformalnim poslovima (koristi se prelivaju iz neformalnog u formalni sektor privrede); ova vrednost može da bude procenjena na godišnjem nivou, množenjem tržišne cene rada po danu prosečnim brojem radnih dana po radniku u neformalnom sektoru; ako je tržište proizvoda nesavršeno, dobijeni iznos treba pomnožiti konverzionim faktorom, koji predstavlja odnos domaćih i graničnih cena.

Za regione sa značajnom dugoročnom nezaposlenošću, Florio (Florio, 2006) preporučuje korišćenje sledeće jednostavne formule:

$$SWR = w(1 - t)(1 - u)$$

gde je w stvarna plata (javni izdatak), t je stopa poreza na zarade, a u stopa nezaposlenosti. Ako je stopa nedobrovoljne nezaposlenosti relativno niska, onda iz prethodne formule može da bude isključen izraz $(1 - u)$. Florio je pretpostavio da je stvarna plata umanjena za porez na plate približno jednaka minimalnoj kompenzaciji koju bi nezaposlena osoba zahtevala za ulazak na tržište rada (npr. sa crnog tržišta). Florio upozorava da ovakav pristup potcenjuje obračunske plate i precenjuje ekonomsku isplativost projekta, jer ne uzima u obzir društvene troškove premeštanja radnika (Florio, 2006).

Procena koristi tržišnih dobara

Procena društvenih koristi javne politike se zasniva na primeni koncepta WTP, pri čemu, u vidu treba imati razlike efikasnog i neefikasnog tržišta (slično kao kod procene troškova). Procena je relativno jednostavna kada javna politika utiče na ponudu dobara na efikasnom tržištu – pravilo glasi: koristi politike su jednake neto prihodu od politike uvećanom za promenu društvenog viška na tržištu. Moguće su dve situacije u vezi sa primenom ovog pravila (Weimer and Vining, 2010, p. 393):

- politika neposredno utiče na ponudu dobara; na primer, otvaranje novog javnog obdaništa utiče na neposredno povećanje ponude usluga čuvanja dece, što može usloviti pad cene usluga i povećanje koristi za potrošače;
- politika posredno utiče na ponudu dobara preko promene cene ili dostupnosti resursa za proizvodnju dobara; na primer, projekat povećanja dubine pristaništa kako bi moglo da primi veće i efikasnije brodove, utiče na smanjenje troškova prevoza kabastog tovara u pristanište i iz pristaništa, time i na smanjenje direktnih troškova proizvodnje.

Ako javna politika uslovi neposredno povećanje ponude na efikasnom tržištu, ali dovoljno malo da ne izazove promenu tržišne cene dobra, javna uprava će ostvariti prihod jednak proizvodu prodate količine dobara (povećanje ponude dobara) i nepromenjene tržišne cene. Trošak za kupce koji dobro kupuju jednak je prihodu koji ostvaruje javna uprava i koristima koji kupci uživaju od potrošnje dobra. To znači da nema promene proizvođačevog i potrošačevog viška, tako da je bruto korist od prodaje dobra prihod koji javna uprava ostvaruje po osnovu prodaje dobara (Boardman et al., 2011, pp. 81-82). Ako projekat uslovi značajno povećanje ponude dobara na efikasnom tržištu, tako da se tržišna cena smanji, potrošači će ostvariti povećanje potrošačevog viška. Istovremeno će ostali ponuđači na tržištu ostvariti smanjenje proizvođačevog viška, jer će prodati manju količinu dobara. Prema tome, ukupna (bruto) korist od prodaje dobra proizvedenog zahvaljujući politici je jednaka zbiru ukupnog prihoda od prodaje dobra (proizvod količine dobara prodatog zahvaljujući javnoj politici i nove, niže tržišne cene) i promene društvenog viška (Weimer and Vining, 2010, pp. 393-394).

Dobra proizvedena javnom politikom mogu biti besplatno distribuirana potrošačima. Tada se javnom politikom ne ostvaruju prihodi, ali korist ostvaruju potrošači. Ako bi tržišna cena dobara ostala nepromenjena, onda bi potrošači ostvarili potrošačev višak jednak prihodu koji bi bio ostvaren prodajom dobara na tržištu (Weimer and Vining, 2010, p. 394). Situacija je nešto kompleksnija ako se pretpostavi smanjenje cene dobara. Ako bi dobara bila besplatno distribuirana potrošačima koji bi za dobro bili spremni da plate (WTP) iznos jednak ili veći od nove, niže tržišne cene, onda bi ukupna korist za projekat bila jednaka ukupnoj koristi koja bi bila ostvarena prodajom dobara na tržištu - zbir ukupnog prihoda od prodaje dobara i promene društvenog viška (Boardman et al., 2011, pp. 83-84). Potrošačima dobara mogu da budu distribuirana u količini većoj od one koju bi oni inače bili spremni da plate po novoj ceni. Ako bi oni dobara zadržali, politikom bi bila ostvarena ukupna korist manja od ukupne koristi koja bi bila ostvarena prodajom dobara na tržištu zato što potrošači marginalnu potrošnju dobara vrednuju po ceni nižoj od nove tržišne cene. Ako bi oni dobara prodali na tržištu, njihova korist bi bila jednaka ukupnoj koristi koja bi bila ostvarena prodajom dobara na tržištu (pod pretpostavkom da nema transakcionih troškova) (Weimer and Vining, 2010, pp. 394-395).

Politika može posredno usloviti povećanje ponude na tržištu dobara (dakle, ne povećanjem ponude dobara proizvedenih zahvaljujući politici), ukoliko obezbedi bolje uslove za snabdevače iz privatnog sektora i, tako, smanji njihove marginalne troškove proizvodnje i tržišnu cenu na efikasnom tržištu. Snabdevači iz privatnog sektora će, onda, moći da profitabilno tržištu ponude

više dobara po nižoj tržišnoj ceni. Budući da javna uprava ovom politikom neće ostvariti nikakav prihod od prodaje, korist za projekat je jednak povećanju društvenog viška, budući da, zbog smanjenja tržišne cene i ponude dobra, rastu i potrošačev i proizvođačev višak (Boardman et al., 2011, p. 84).

Ključni problem procene društvenih koristi na neefikasnom tržištu je tačna procena promene društvenog viška. Na primer, politika koja ima za cilj subvencionisanje usluga deratizacije u siromašnom naselju sigurno ima značajne eksterne efekte – jednostavnija kontrola glodara u susednim naseljima. S tim u vezi se može zaključiti da tržišna tražnja potcenjuje društvenu tražnju, tj. da su tržišna cena i tržišna tražnja previše male iz perspektive društva. Politika može usluge deratizacije učiniti dostupnijim za stanovnike siromašnog naselja podelom vaučera čija je vrednost X dinara po jedinici usluge deratizacije. Držaoci vaučera će kupovati usluge deratizacije i, tako, usloviti povećanje tražnje i cene usluga, a plaćaće efektivnu cenu jednaku razlici nove tržišne cene i X dinara. Oni će, tako, ostvariti povećanje potrošačevog viška zbog toga što usluge plaćaju po efektivnoj ceni nižoj od tržišne. Pružaoci usluga će ostvariti povećanje proizvođačevog viška zbog rasta tržišne cene usluga koje pružaju. Stanovnici susednih naselja će, takođe, ostvariti koristi (pozitivne eksternalije) zahvaljujući povećanju tržišne na nivo društvene tražnje. Budući da će iz projekta morati da se plate vaučeri (trošak projekta), neto korist projekta će biti utvrđena oduzimanjem ovog troška od prethodno pobrojanih koristi projekta (Weimer and Vining, 2010, pp. 395-396).

Tipični primeri neefikasnog tržišta dobara su monopol i prirodni monopol. Iako je stav prema monopolima često negativan, u CBA se svako povećanje proizvođačevog viška koje proizlazi iz realizacije javne politike tretira kao korist - monopolisti su deo društva, tako da se koristi za njih moraju uzeti u obzir. Pri tome, na monopolističkom tržištu nije moguće maksimiziranje društvenog viška, kao na slobodno konkurentskom tržištu - na monopolističkom tržištu je količina ponude (potrošnja) manja, a cena dobara viša nego na konkurentskom tržištu. To je izraz čistog gubitka, tj. neto društvenog troška (društveni trošak je veći od društvenih koristi) monopolističkog tržišta (trošak potrošača koji nije pokriven odgovarajućom korišću). Ako bi javnom politikom monopolista bio podeljen na veći broj međusobno konkurentskih preduzeća, dogodile bi se dve stvari: 1) čist gubitak, tj. u istom iznosu bi društveni višak porastao (korist javne politike) i 2) cena dobara bi se smanjila, tako da bi deo proizvođačevog viška monopoliste pripao potrošačima, tj. proizvođačev višak monopoliste bi se smanjio u istom iznosu u kojem bi se potrošačev višak povećao (transfer viška) (Boardman et al., 2011, pp. 85-87).

Karakteristika prirodnog monopola (npr. putevi, mostovi, komunalne usluge) su visoki fiksni u odnosu na varijabilne troškove, tako da su prosečni ukupni troškovi visoki za mali obim aktivnosti, a brzo se smanjuju sa povećanjem obima aktivnosti. Zato je prosečni ukupan trošak prirodnog monopola u dugom roku viši od marginalnog (Boardman et al., 2011, p. 87). S tim u vezi, prirodni monopol može određenu količinu dobara proizvesti sa nižim prosečnim troškovima nego što bi to moglo dva ili više preduzeća. Zato, postojanje prirodnog monopola može imati društveno-ekonomsko opravdanje, pri čemu javnom politikom treba odrediti način njegovog regulisanja. Ako je prirodni monopol put, onda je izraz obima aktivnosti broj automobila koji putem putuje. Ovakav prirodni monopol bi mogao da bude regulisan na jedan od sledeća četiri načina (Boardman et al., 2011, pp. 88-89):

- Preduzeću koje upravlja putem (privatnom ili javnom) se može dozvoliti ostvarenje maksimalnog ukupnog dobitka. Ono to može postići naplatom putarine više od one koja bila naplaćena na konkurentskom tržištu (na konkurentskom tržištu je putarina jednaka marginalnom trošku), što će usloviti manji obim aktivnosti od onog na konkurentskom

tržištu. Zato će deo društvenog viška biti izgubljen, dok će monopolista maksimizirati dobitak.

- Od preduzeća koje upravlja putem se može zahtevati da putarinu utvrdi u visini prosečnog ukupnog troška. Tako će dobitak monopoliste biti eliminisan, dok će društveni višak biti transferisan na potrošače (korisnike puta). Istovremeno će se povećati obim aktivnosti (zbog niže putarine), što će usloviti povećanje društvenog viška (smanjenje čistog gubitka). Ipak, deo čistog gubitka će ostati, jer je putarina i dalje viša od one na konkurentskom tržištu (prosečni trošak je viši od marginalnog).
- Od preduzeća koje upravlja putem se može zahtevati da putarinu utvrdi u visini putarine koja bi bila naplaćena na konkurentskom tržištu – dakle, u visini marginalnih troškova. Tako se u potpunosti eliminiše čist gubitak, tj. maksimiziraju društvene koristi. Međutim, sa ovakvim pristupom je putarina niža od prosečnih ukupnih troškova, tako da preduzeće posluje sa gubitkom, a javna uprava mora da upotrebi novac poreskih obveznika kako bi subvencionisala preduzeće.
- Najčešće se utvrđuje besplatno korišćenje puta, tj. putarina jednaka nuli. Tada se obim aktivnosti dodatno povećava, ali je marginalna korist niža od marginalnog troška, što izaziva pojavu čistog gubitka. Takođe, izgradnja i održavanje puta mora da bude finansirana isključivo od novca poreskih obveznika.

Procena netržišnih uticaja

Javne politike često podrazumevaju proizvodnju dobara kojima se ne trguje na tržištu. S tim u vezi je u teoriji razvijeno više opštih pristupa, mada se najčešće koriste sledeći (Fuguitt and Wilcox, 1999, pp. 187-295; Weimer and Vining, 2010, pp. 396-399):

- Metod hedoničke cene se zasniva na pretpostavci da ponuda netržišnih dobara može uticati na cene dobara kojima se trguje na tržištu. Na primer, cene kuća su određene karakteristikama kuće, ali i lokacije, pre svega, kvalitetom obrazovnih ustanova, sigurnošću i pristupačnošću. Ako su dve kuće iste u svakom smislu, osim u pogledu sigurnosti lokacije, onda se razlike u njihovim cenama mogu pripisati vrednosti koju tržište pridaje sigurnosti lokacije. Ovaj metod se obično koristi za: a) procenu vrednosti života polazeći od odnosa rizika posla i visine zarada zaposlenih, b) procenu koristi od unapređenja kvaliteta vazduha na osnovu razlika u visini zarada između gradova ili razlika u cenama nekretnina, c) procenu vrednosti rizika po zdravlje ili vrednosti kvaliteta javnih škola polazeći od razlika u cenama nekretnina.
- Metod kontingentnog vrednovanja (metod iskazanih preferencija) je neposredan pristup procene koristi od javnih dobara anketiranjem pojedinaca o vrednosti koju bi bili spremni da plate (WTP) kako bi neko dobro stekli. Od ispitanika se traži da zamisle da tržište za određeno dobro postoji (hipotetičko tržište) i da procene svoju WTP za posmatrano dobro na takvom tržištu. Poređenjem demografskih karakteristika anketiranih pojedinaca i ukupne populacije može se proceniti ukupna WTP za odgovarajuću količinu javnog dobra. Ovaj metod je naročito pogodan za procenu koristi od javnih dobara koja se pružaju na nacionalnom nivou (nacionalna odbrana) ili onih koja se ne razlikuju na lokalnom nivou.
- Metod troškova puta (istraživanje aktivnosti ili metod otkrivenih preferencija) podrazumeva anketiranje pojedinaca o njihovom stvarnom ponašanju. Obično se koristi za procene netržišnih koristi u vezi sa posetama nekoj lokaciji sa ciljem korišćenja

rekreacionih resursa (npr. jezero, šuma, kanjon), sakupljanja resursa (npr. drvo za ogrev, voda) ili odlaganja otpada (npr. opasan ili toksični otpad iz domaćinstva, reciklati). Ovaj metod uvažava činjenicu da posetioци određene lokacije moraju da podnesu troškove puta (uključuju troškove ulaska na lokaciju, troškove transporta, utrošak vremena u putu i na lokaciji), te da ovi troškovi određuju broj poseta – troškovi puta i broj poseta su obrnuto srazmerni.

- Metod vrednosti ljudskog života omogućava procenu vrednosti sačuvanog ili izgubljenog ljudskog života, odnosno promene verovatnoće (rizika) nastupanja smrti. Za većinu ljudi je koncept vrednovanja ljudskog života neprihvatljiv – na pitanje o vrednosti ljudskog života, mnogi odgovaraju da je ona bezgraničena ili da ne može da bude utvrđena. Međutim, ekonomisti ne procenjuju suštinsku vrednost ljudskog života, već ukazuju na potrebu pažljivog odlučivanja o alternativnim javnim politikama i korišćenju ograničenih resursa. Oni postavljaju sledeće pitanje: koliko ograničenih resursa treba da bude izdvojeno za spašavanje ljudskih života ili smanjenje rizika koji ugrožavaju živote ljudi?

U Evropskoj uniji se posebna pažnja posvećuje proceni uticaja projekta na klimatske promene, primenom pristupa zasnovanog na Metodologiji karbonskog otiska (*Carbon Footprint Methodology*) Evropske investicione banke. Ovaj pristup uključuje sledeće korake (European Commission, 2014, p. 52): a) procena količine (u tonama godišnje) štetnih gasova koji su, zahvaljujući projektu, dodatno emitovani ili manje emitovani u atmosferu (npr. mereno tonama SO₂ po kilometru pređenog puta); b) procena ukupne SO₂ ekvivalentne emisije, korišćenjem Potencijala globalnog zagrevanja (*Global warming potential*); odnosno, količina emisije određenog gasa staklene bašte, osim SO₂, se konvertuje u SO₂ ekvivalentnu emisiju množenjem faktorom koji odgovara potencijalu tog gasa za globalno zagrevanje; c) procena eksternalija, korišćenjem jediničnog troška SO₂ ekvivalenata, izraženog u evrima po toni; Evropska investiciona banka je utvrdila cenu od 25 evra po toni SO₂ ekvivalenata za 2010. (za centralni scenario), ali je predvidela njen rast u visini od jednog evra godišnje do 2030. godine, kada će dostići 45 evra (u evrima iz 2006. godine).

Zaključak

Analiza troškova i koristi se može označiti ekonomskim pristupom koji ekonomisti koriste kako bi međusobno, sa birokratama u javnoj upravi ili građanstvom raspravljali o poželjnosti ili isplativosti javnih politika. Njome se koristi i troškovi javne politike izražavaju u novčanim jedinicama i međusobno upoređuju sa ciljem procene očekivanog uticaja javne politike na društveno blagostanje. Zato su dve ključne aktivnosti analize troškova i koristi identifikovanje i vrednovanje efekata javne politike. U radu je istaknuto da su očekivani efekti javne politike na primarnim tržištima troškovi tržišnih resursa, koristi tržišnih dobara, troškovi tržišnih dobara i eksterni efekti. Iako su eksterni efekti izraz nekompenziranih dobitaka ili gubitaka blagostanja pojedinca koji se ostvaruju izvan tržišta tako da nemaju uticaja na relativne tržišne cene, oni se označavaju efektima javne politike na primarnim tržištima i treba da budu uključeni u analizu.

U osnovi analize troškova i koristi je Kaldor-Hiksov kriterijum, kojim se utvrđuje zahtev da javnu politiku treba usvojiti ako stvara veće koristi nego troškove za društvo, bez obzira na to ko ostvaruje koristi, a ko troškove i bez obzira na to da li su nadoknađeni gubici onima koji ih ostvaruju. U skladu sa Kaldor-Hiksovim kriterijumom, očekivani troškovi javne politike se mere novčanim jedinicama primenom koncepta oportunitetnog troška, dok se za procenu društvenih koristi primenjuje koncept spremnosti plaćanja. Za vrednovanje troškova i koristi, takođe, je

značajna procena očekivane promene društvenog viška, koji je uslovljen potrošačevim, proizvođačevim i viškom javne uprave. U radu je istaknuto da se za procenu eksternih efekata može koristiti više pristupa, od kojih su najznačajniji metodi hedoničke cene, kontingentnog vrednovanja, troškova puta i vrednosti ljudskog života.

Literatura

1. Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R. and Weimer, D. L. (2011). *Cost-Benefit Analysis: Concepts and Practice*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
2. Čupić, M. (2009). *Cost-benefit analiza*. Kragujevac: Business Start-up centre Kragujevac.
3. Del Bo, C., Fiorio, C. and Florio, M. (2011). Shadow Wages for the EU Regions. *Fiscal Studies*, 32(1), 109-143.
4. European Commission. (1997). *Guide to Cost-benefit Analysis of Major Projects in the Context of EC Regional Policy*. Brussels: Directorate General for Regional Policy.
5. European Commission. (2008). *Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects*. Brussels: Directorate General for Regional Policy.
6. European Commission. (2014). *Guide to Cost-benefit Analysis of Investment Projects*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
7. Florio, M. (2006). Cost-Benefit Analysis and the European Union Cohesion Fund: On the Social Cost of Capital and Labour. *Regional Studies*, 40(2), 211-224.
8. Florio, M., & Sirtori, E. (2013). *The Social Cost of Capital: Recent Estimates for the EU Countries*. Centre for Industrial Studies Milano Working Paper No. 03/2013.
9. Fuguitt, D. and Wilcox, S. J. (1999). *Cost-Benefit Analysis for Public Sector Decision Makers*. Westport, Connecticut: Quorum Books.
10. Hanson, S. O. (2007) Philosophical Problems in Cost-Benefit Analysis. *Economics and Philosophy*, 23 (2): 163-183
11. Persky, J. (2001) Cost-Benefit Analysis and the Classical Creed. *Journal of Economic Perspectives*, 15 (4): 199-208.
12. Stančić, P., Čupić, M. (2015) Ocena društveno-ekonomske opravdanosti projekata po metodologiji Evropske Unije. U: Jakšić, M., Stojanović-Aleksić, V., Mimović, P. (ur.), *Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj Uniji*. Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu: 361-370.
13. Weimer, D. and Vining, A. R. (2011). *Policy Analysis: Concepts and Practice*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

INSTITUCIJE ZA BORBU PROTIV PREVARA U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI

Dragomir Dimitrijević* i Jasmina Bogićević**

Prevare u poslovanju kompanija ne stvaraju samo gubitke kompanijama, već i široj društvenoj zajednici, ako su u pitanju multinacionalne kompanije gubici zbog finansijskih prevara se mogu osetiti i u mnogobrojnim zemljama istovremeno. Iz navedenih razloga potrebno je doneti odgovarajuća zakonska rešenja i obučiti specijalizovane istraživače prevara. Ti istraživači u praksi, od zemlje do zemlje, imaju drugačije nazive (istraživači prevara, forenzičke računovođe, forenzički revizori i slično), ali za sve njih je karakteristično da je potrebno da poseduju znanja iz različitih oblasti (računovodstva, revizije, zakonodavstva, psihologije) kako bi mogli uspešno da sprovedu proces otkrivanja i sprečavanja prevara. Sva ova znanja su rezultat dugogodišnje obuke, prakse i usavršavanja u različitim institucijama i udruženjima za borbu protiv prevara. Upravo su ove institucije, posebno institucije koje deluju na teritoriji Evropske unije, predmet razmatranja u ovom radu sa ciljem ukazivanja na potrebu osnivanja i razvoja ovakvih institucija u Republici Srbiji. Cilj rada je da se ukaže na neophodnost institucionalizacije obuke i usavršavanja forenzičkih računovođa u Republici Srbiji, sa namerom otkrivanja i sprečavanja prevara u svim vrstama kompanija, bez obzira na veličinu, delatnost i vlasničku strukturu.

Ključne reči: prevare, forenzičke računovođe, institucije za borbu protiv prevara

Uvod

Do pojave finansijskih skandala (Enron, Worldcom, Parmalat) postojalo je samo nekoliko mlađih računovođa koji su bili angažovani na polju revizije prevara. Lica specijalizovana na tom polju sticala su iskustvo u obavljanju revizije pre nego što bi započeli privatnu praksu. Međutim, od 2000. godine došlo je do promena na polju obuke računovođa po pitanju prevara. Forenzičko računovodstvo je doživelo naglu ekspanziju 80-ih godina 20. veka. Razvoju ove discipline doprineli su razvoj informatičke tehnologije (bez upotrebe računara nemoguće je analizirati veliki broj podataka), globalizacija poslovanja, ali i pojava sve većeg broja finansijskih skandala. Kako raste primena i područje rada forenzičkog računovodstva mnogi fakulteti u svetu redizajnirali su svoje računovodstvene programe u cilju pružanja dodatne edukacije studentima zainteresovanim za karijeru forenzičkog računovođe. Pored fakulteta, razne obuke za sticanje licence ovlašćenog forenzičkog računovođe pružaju najveće profesionalne računovodstvene i revizorske institucije. Forenzičke računovođe rade u većini računovodstvenih organizacija, a njihovo znanje se koristi za istraživanje prevara, za sve vrste podrške sudskim postupcima, za specijalne revizije, pa čak i u terorističkim istragama. Forenzičke računovođe rade širom poslovnog sveta od korporacija do javnih službi. Ono što karakteriše forenzičkog računovođu je stručno znanje i iskustvo, profesionalni skepticizam i umreženi način logičkog rasuđivanja. (Bešvir, 2010, 74)

* Vanredni profesor, e-mail: dimitrijevicd@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, e-mail: jasminab@kg.ac.rs

Karakteristike, motivi i vrste prevara u poslovanju

Prevare nisu nikakva novina, prevare postoje od kada postoji i čovek. Međutim, prevare u poslovanju kompanija su manipulacije koje stvaraju gubitke na različitim nivoima i zato je potrebno stvoriti uspešan mehanizam za sprečavanje ovih prevara. U širem smislu prevara može obuhvatiti bilo koju kriminalnu radnju zarad sticanja koristi koja upotrebljava obmanu kao njen osnovni način izvršenja (Wells, 2004, 4). Ne postoji precizna pravna definicija prevare. Ovaj termin se koristi za opisivanje postupaka kao što su obmana, podmićivanje, krivotvorenje, iznuda, korupcija, krađa, kovanje zavere, pronevera, nezakonito prisvajanje, davanje netačnih podataka, skrivanje materijalnih činjenica. Prevare je namerna obmana učinjena radi ostvarenja određenog cilja, ili kako bi se nanela šteta drugom licu (Stančić, Dimitrijević i Stančić, 2013, 1884). Iza ostvarenja prevara uvek se krije skriveni motiv pojedinca ili više ljudi. Ukoliko je kompanija izvršilac prevare onda se očekuje da će sama kompanija ostvariti određenu korist (skok cene akcija, povoljnije kredite, privlačenje investitora itd.), ali i da će lica koja su omogućila kompaniji da to ostvari takođe ostvariti određene koristi (povećanje primanja, bonuse, akcije, beneficije itd.) (Slović, 2016, str. 93). Da bi se razumela svrha i značaj prevara potrebno je najpre napraviti distinkciju između prevare i greške. Iako im je posledica ista, prezentacija netačnih finansijskih informacija, između grešaka i prevara postoji značajna razlika. Prevaru, za razliku od greške, karakteriše postojanje svesne namere za ostvarenja nekih posebnih ciljeva i izvršenje manipulacije. Nezavisno od pojavnog oblika, prevaru po pravilu karakterišu nekoliko bitnih elemenata: netačno iskazivanje činjenica bitnih za donošenje poslovnih odluka; postojanje svesti pojedinaca o tome da su prezentovani podaci lažni; lice koje prima informacije kao pouzdane i relevantne za poslovno odlučivanje i nastanak štete u poslovanju kao posledica svega prethodno navedenog. (Škarić-Jovanović, 2009, 25)

Postoji različiti kriterijumi klasifikacije prevara, kao što su prema počiniocima i oštećenim društvenim kategorijama (kriminalne radnje zaposlenih, kriminalne radnje rukovodstva, investicione prevare, prevare prodavaca, prevare kupaca i ostale prevare), prema odredbama krivičnog zakonodavstva, prema računovodstvenim ciklusima (ciklus prodaje i naplate, ciklus kupovine i plaćanja, ciklus platnih lista i kadrova, ciklus zaliha i skladištenja i ciklus pribavljanja kapitala) i prema načinu izvršenja prevare (Petković, 2010, 16-24). Ipak prevare se najčešće klasifikuju u tri grupe i to: *korupcija, otuđivanje imovine i lažiranje finansijskih izveštaja*. Rezultati studije Udruženja ovlašćenih istražitelja prevara (Association of Certified Fraud Examiners - ACFE), koja se obavlja na svake dve godine za kompanije koje posluju na teritoriji SAD-a, ukazuju da je otuđivanje imovine oblik prevare koji se najčešće javlja, ali da je srednja vrednost pojedinačne štete kod otuđivanja imovine najmanja. Sa druge strane, lažiranje finansijskih izveštaja predstavlja prevaru koja se najređe ostvaruje, ali je najdominantniji oblik prevare sa aspekta srednje vrednosti pojedinačne štete. Prethodno navedene činjenice prikazane su u Tabeli 1., i to za prethodna tri istraživanja tokom perioda od 2014.-2018. godine.

Tabela 1 Klasifikacija, procenat učestalosti i srednja vrednost štete od prevara

Tip prevare	Procenat učestalosti			Srednja vrednost štete		
	2014.	2016.	2018.	2014.	2016.	2018.
Otuđivanje imovine	85.4%	83.5%	89%	130.000\$	125.000\$	114.000\$
korupcija	36,8%	35,4%	38%	200.000\$	200.000\$	250.000\$
Lažiranje finansijskih izveštaja	9,0%	9,6%	10%	1 mil.\$	975.000\$	800.000\$

Izvor: Autori na osnovu izveštaja Udruženja ovlašćenih istražitelja prevara (ACFE)

Lažni finansijski izveštaji se sastavljaju sa ciljem prikazivanja lažnog finansijskog položaja, uspešnosti i novčanih tokova kompanija (Dimitrijević, 2015, 137). Oni postoje od kada postoji finansijsko izveštavanje, jer se njima postižu određeni kratkoročni materijalni ciljevi menadžmenta ili vlasnika. Udruženje ovlašćenih istražitelja prevara (ACFE) definiše lažno finansijsko izveštavanje kao „namerno lažno prikazivanje materijalnih činjenica ili računovodstvenih podataka koje dovodi do toga da korisnik finansijskih informacija, koje su prezentovane u okviru finansijskih izveštaja, donese pogrešne odluke“ (Zabihollah, 2002, 2). Najčešće štete koje prevare u finansijskim izveštajima stvaraju uključuje: manipulaciju, falsifikovanje ili prepravku računovodstvene evidencije ili pratećih dokumenata, koji se koriste u pripremi finansijskih izveštaja; netačna (lažna) predstavljanja ili namerna izostavljanja značajnih događaja ili transakcija iz finansijskih izveštaja i namerno pogrešnu primenu računovodstvenih pravila (Stefanović, 2000, 4). **Korupcija** se može odrediti kao radnja nuđenja, obećavanja, davanja, neposrednog ili posrednog iznuđivanja, zahtevanja, prihvatanja i primanja poklona i drugih koristi koja je povezana sa izvršavanjem dužnosti od strane lica zaposlenih u privatnom ili javnom sektoru, kada takva radnja predstavlja kršenje njihovih dužnosti proisteklih iz njihovog položaja, a u nameri sticanja protivpravne imovinske koristi za sebe ili za druge (Petković, 2010, 124). **Otuđivanje imovine** se uglavnom sprovodi zarad otuđivanja resursa kompanije za svoje lične potrebe.

Sociolog Donald Cressey je tokom 50-tih godina prošlog veka obavio istraživanje u cilju pronalazjenja odgovora na pitanje šta to motiviše pojedinca da ostvari prevaru. Istraživanje je sproveo intervjuisanjem oko 200 lica koja su bila osuđena za prevaru na teritoriji SAD-a. Na osnovu rezultata istraživanja zaključio je da svaku prevaru odlikuju tri zajednička faktora: *pritisak, mogućnosti i opravdanje* (Singleton and Singleton, 2010, 13). Ove tri komponente čine trougao prevare. *Pritisak* se odnosi na potrebe koje su prouzrokovane događajima iz privatnog života počinioca prevare. Razlozi mogu biti pohlepa, poboljšanje životnog standarda, razni poroci, želja za posedovanjem moći i sl. Većina pritiska uključuje finansijsku potrebu. Pritisci kao podsticajni činioci prevara mogu biti podeljeni u četiri grupe: finansijski pritisci, poroci, pritisci na radnom mestu i ostali pritisci. Osnovni faktor koji stvara *mogućnosti prevare* jeste slabost interne kontrole. Mogućnosti za izvršenje prevara su velike u kompanijama u kojima ne postoji ili je slabo primenjen sistem interne kontrole. Skoro svaka prevara uključuje *opravdanje* njenog izvršenja. Mogu se navesti nekoliko uobičajenih opravdanja koja koriste počinioci prevara: firma mi duguje novac, ja samo pozajmljujem novac – vratiću ga nazad, niko neće biti povređen, ja zaslužujem više, to je urađeno u dobroj nameri, sredićemo papire čim izađemo iz finansijskih poteškoća, nešto mora biti žrtvovano – ili moje poštenje ili moja reputacija (Coenen 2008, 10).

Forenzičko računovodstvo - sredstvo borbe protiv prevara

Revizori u svom radu imaju ograničenja (pre svega rad na uzorku i nemogućnost da sagledaju sve potrebne informacije), pa ne mogu da imaju realnu sliku o postojanju prevara u finansijskim izveštajima. Osnovni zadatak eksterne revizije nije otkrivanje grešaka i prevara u finansijskim izveštajima, već utvrđivanje da li su ti izveštaji sastavljeni u skladu sa standardima finansijskog izveštavanja (Stančić, Dimitrijević i Stančić, 2013, 1888). Iz prethodno navedenog razloga javila se potreba za forenzičkim računovodstvom. Forenzičke računovođe moraju da poseduju širi spektar znanja i veština (pored računovodstva, moraju da poseduju znanje iz oblasti poreske politike, prava, finansija i rada sa ljudima), ali i da imaju mnogo veća zakonska ovlašćenja u procesu otkrivanja i sprečavanja prevara. Prema Udruženju ovlašćenih istražitelja kriminalnih radnji, (ACFE), forenzičko računovodstvo se definiše kao korišćenje računovodstvenih veština u potencijalnim ili stvarnim civilnim ili krivičnim sporovima, uključujući opšteprihvaćene računovodstvene i revizijske principe; radi utvrđivanja propuštenog dobitka, prihoda, imovine ili

štete, procene internih kontrola, prevare i uključivanje svega drugog, što zahteva računovodstvena ekspertiza, u pravni sistem (Vidaković, 2014, 19).

Zadaci forenzičkih računovođa su da analiziraju, interpretiraju, sumiraju i prezentuju međusobno povezane poslovno-finansijske pozicije, tako da budu razumljive i na odgovarajući način potkrepljene. Forenzičke računovođe učestvuju u sledećim aktivnostima: istraživanju i analiziranju dokaza o počinjenoj prevari; razvijanju kompjuterizovanih aplikacija koje će poslužiti u analizama i prezentacijama o finansijskim dokazima; prezentacijama rezultata istraživanja u vidu izveštaja i kompletiranja dokumentacije i asistiranju u pravnim postupcima, uključujući svedočenja na sudu u ulozi svedoka-stručnjaka, te pripremanju vizuelnih sredstava, koja će služiti kao dokaz na suđenju (Stojanović i Dimitrijević, 2015, 4). Prevare u finansijskim izveštajima, iako su najčešći, nisu jedini razlog angažovanja forenzičkih računovođa. Oblasti koje su najčešće predmet istraživanja forenzičkog računovodstva su: prevare u finansijskim izveštajima; prevare sa zaposlenima; prevare sa porezima; bankrotstvo; organizovani kriminal i terorizam i procena vrednosti kompanijama (Stojanović i Dimitrijević, 2015, 5). Pristup i metode koje koriste forenzičke računovođe u otkrivanju prevara su različiti, ali celokupna istraga forenzičkog računovođe mora da prodje kroz sledeće faze:

- početak istrage (angažovanje forenzičara, definisanje ciljeva istrage),
- analiza kroz teoriju prevare,
- plan sakupljanja dokaza,
- prikupljanje dokaza,
- analiza prikupljenih dokaza i
- izrada izveštaja o nalazima forenzičkog računovođe. (Mumirović, 2011, 19)

Da bi forenzičar počeo istragu, potrebno je da postoji dojava ili sumnja o nekoj prevari. Računovođe koje rade na slučaju moraju da poseduju osnovanu sumnju u postojanje prevare. Ukoliko ne poseduju konkretne informacije o prevarama forenzičar pristupa teoriskoj analizi prevara. Forenzičari-računovođe predlažu metode i dolaze do pretpostavki o tome na koji način je izvršena prevara, kroz šeme i znake upozorenja. Sledeći korak je plan sakupljanja dokaza. Prikupljanje dokaza se vrši kroz ispitivanje računovodstvenih evidencija, transakcija koje mogu da navedu na prevaru, dokumenata i drugih podataka korisnih za analizu. Nakon sakupljenih podataka, pristupa se razgovoru sa licima za koje se sumnja da su uključeni u prevaru. Ti razgovori treba da se vode tako da lica koja su izvršila prevaru ne posumnjaju u namere razgovora sa njima. Na kraju, forenzičari rezultate svoje istrage izlažu u izveštajima. Takvi izveštaji moraju da budu relevantni, objektivni i istiniti, jer forenzičke računovođe mogu da budu pozvani na sud u svojstvu sudskog veštaka, svedoka ili lica koje je uključeno u otkrivanje prevare (Dimitrijević i Danilović, 2017, 315). Najčešće opšte tehnike koje se koriste za analizu finansijskih izveštaja kompanija, a koje upotrebljavaju i forenzičke računovođe pri otkrivanju prevara, su:

- **Horizontalna analiza** – putem ove analize forenzičke računovođe upoređuju određene stavke iz finansijskih izveštaja iz tekućeg perioda sa istim stavkama iz prethodnog perioda;
- **Vertikalna analiza** – ovom analizom upoređuju se procentualni udeli pojedinih stavki u finansijskim izveštajima;
- **Analiza odnosa (ratio analysis)** – stavki u finansijskim izveštajima u području profitabilnosti, likvidnosti, solventnosti, aktivnosti i stvaranja vrednosti (za više informacija videti Hopwood et al., 2009).

Institucije za borbu protiv prevara u svetu

Širom sveta postoje mnogobrojne institucije koje se bore protiv prevara putem edukacije istražitelja prevara, pomaganjem državnim organima da se donesu i implementiraju odgovarajuća zakonska rešenja za sprečavanje i otkrivanje prevara ili publikacijom raznih oblika izveštaja i priručnika sve sa ciljem informisanja što više ljudi o opasnostima prevara i potrebi njihovog blagovremenog otkrića i sprečavanja. Od zemlje do zemlje razlikuju se zakonska ovlašćenja ovih institucija. Negde su ovo samo državne institucije, a u pojedinim zemljama postoje i privatne i državne koje međusobno tesno saraduju. Takođe, postoje zemlje, među kojima je i Republika Srbija, gde ne postoje institucije čiji je primarni zadatak otkrivanje prevara, već u pojedinim državnim organima postoje sektori koji imaju delimična zakonska ovlašćenja za otkrivanje prevara. Problem je što niko od tih sektora ili agencija nema potpuna zakonska ovlašćenja ili imaju ovlašćenja samo za kontrolu državnih kompanija i institucija. Iz navedenih razloga u daljem tekstu su opisane najvažnije institucije za borbu protiv prevara koje su osnovane i koje deluju najviše na teritoriji SAD-a zbog činjenice da su u okviru SAD-a u prethodnom periodu i sprovedene neke od najvećih finansijskih prevara (Enron, Worldcom).

Joe Wells i njegovi saradnici su 1988. godine osnovali **Udruženje ovlašćenih istražitelja prevara (Association of Certified Fraud Examiners - ACFE)**. To je bio san dvojice pionira u suzbijanju prevara Donald-a Dressey-a i Edwin-a Sutherland-a koji su Wells i njegovi prijatelji pretvorili u stvarnost. Udruženje je globalna, profesionalna organizacija posvećena suzbijanju prevara koja broji preko 30.000 članova u više od 100 zemalja. Od svog osnivanja ovo udruženje je postalo glavni izvor informacija vezanih za prevare i obuke na tom polju. Stručnu podršku pri otkrivanju i sprečavanju prevara nudi svima onima koji se bore protiv takvih nedozvoljenih radnji. Udruženje ima sedište u Ostinu, u Teksasu, i redovno zapošljava 50 saradnika. Program za ovlašćenog istražitelja prevara je međunarodno priznat postupak akreditovanja pojedinaca koji poseduju specijalizovane veštine neophodne za otkrivanje, istraživanje i sprečavanje prevara. Svojim članovima dodeljuje stručni naziv Ovlašćeni istražitelj prevara (Certified Fraud Examiners - CFE) (Dimitrijević, 2018, 85). Udruženje nudi svojim članovima razne oblike obrazovanja o prevarama (seminari, konferencije), izdaje publikacije i stručne knjige uglednih autora iz tog područja. Takođe, ovo udruženje podržava visokoškolsko obrazovanje iz oblasti forenzičkog računovodstva i za te programe nudi odgovarajuće studijsko gradivo. Do sada su članovi ovog udruženja učestvovali u mnogim istragama finansijskih skandala širom sveta. Mnogi stručnjaci tvrde da je Udruženje vodeća istražna organizacija u oblasti finansija danas u svetu (Singleton and Singleton, 2010, 83-84).

Organizacija koja je takođe veoma bitna za proces sprečavanja prevara je **Američki koledž forenzičkih ispitivača (The American College of Forensic Examiners - ACFE)**. ACFE je nezavisno, naučno i profesionalno multidisciplinarno društvo koje pokriva veliki broj forenzičkih disciplina ili sličnih oblasti uključujući i forenzičko računovodstvo. Svrha ACFE je da svojim članovima obezbedi kontinuirano usavršavanje iz oblasti forenzičkog računovodstva i savetovanja na mnogim profesionalnim poljima. ACFE je kroz edukaciju i obuku podigao standarde na viši nivo. Jedan od sertifikata koji izdaje ACFE je Ovlašćeni forenzički računovođa (Cr.FA). Uloga forenzičkog računovođe zahteva specijalizovanu obuku i veštine koje uglavnom nisu deo tipične i formalne obuke računovođa. Forenzičke računovođe su profesionalna lica koja jedinstvenu mešavinu obrazovanja i iskustva primenjuju na računovodstvene, revizorske i istražiteljske veštine radi razotkrivanja istine, formiranja pravnih mišljenja i pružanja pomoći u istrazi. Forenzičke računovođe mogu biti angažovane kod pružanja podrške u sporovima (pružanje pomoći za određene slučajeve, prvenstveno kod izračunavanja ili procene ekonomske štete ili sličnih pitanja) i za istraživačko računovodstvo (pravne aktivnosti). Program za sticanje zvanja Ovlašćenog forenzičkog računovođe pruža usavršavanje i obuku koja pokriva širok

spektar veština, sposobnosti i znanja neophodnih kod angažovanja forenzičkih računovođa. Visok nivo kvaliteta je zagarantovan i zahtevom da polaznik mora imati zvanje Ovlašćenog javnog računovođe (CPA) da bi mogao da stekne sertifikat Ovlašćenog forenzičkog računovođe (Singleton, and Singleton, 2010, 84).

Komitet za finansiranje organizacija Treadway komisije (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission - COSO) - je dobrovoljno udruženje američkih kompanija osnovano 1985. godine. Početkom 90-tih godina 20. veka ovo udruženje je odlučilo da kreira jedinstvene opšte priznate standarde i metode za opšti koncept interne kontrole kao važne komponente za odbranu od prevara. COSO je objavilo program interne kontrole (COSO model) u pet tačaka: okruženje kontrole, procena rizika, delovanje kontrole, informacije i komunikacije i nadzor. COSO je tokom 1999. godine izradilo izveštaj o lažiranju finansijskih izveštaja u razdoblju od 1987. do 1997. godine (Fraudulent Financial Reporting: 1987-1997, An Analysis Public Companies) u kojem je analizirano preko 200 kompanija uključenih u lažiranje finansijskih izveštaja. Ta analiza je pokazala da je u oko 72% slučajeva prevara bilo uključeno rukovodstvo, a u 43% i šefovi računovodstva (Dimitrijević, 2018, 86). COSO model je dopunjen 2003. godine i objavljen 2004. godine. Novi model sadrži osam sastavnih elemenata koji predstavljaju okvir za efikasno sprovođenje interne kontrole a samim tim sprečavanje prevara, i to: interno okruženje – menadžment je odgovoran za svest o riziku prevare u celoj kompaniji kako kroz pisana uputstva tako i kroz svoje ponašanje; postavljanje cilja – ciljevi se moraju definisati i vrednovati prema sadržaju rizika; identifikacija događaja – svaki zaposleni bi trebalo da dojavu rizik prevare koji je prepoznao; procena rizika – menadžment treba da proceni mogući rizik; reakcija na rizik – reakcija na rizik zavisi od vrste i visine rizika prema proceni menadžmenta; delovanje interne kontrole – kontrole moraju otkriti sve značajne identifikovane rizike; informacije i komunikacija – primenom novih informacijskih medija raste opasnost od pojave novih vrsta mogućih rizika koje moraju biti otkrivene novim vrstama kontrole i praćenje izvršenja kontrola (za više informacija videti: <http://www.coso.org>).

Institucije za borbu protiv prevara u Evropskoj Uniji

Osnovni cilj ovog rada je da ukaže na neophodnost stvaranja posebnih institucija za borbu protiv prevara u Republici Srbiji, a obzirom da je Republika Srbija geografski ali i ekonomsko-politički tesno povezana sa Evropskom Unijom, poseban akcenat u ovom delu će biti na institucijama koje se na teritoriji Evropske Unije bore protiv prevara.

Evropska kancelarija za borbu protiv prevara (Office Européen de Lutte Anti-Fraude - OLAF) je nezavisni evropski istražni ured za borbu protiv prevara i prekookenskog kriminala osnovan 1999. godine. OLAF ima ovlašćenja za sprovođenje istraga u zemljama Evropske Unije, i ostalim zemljama koje na to obavezuju sporazumi sa Evropskom Unijom, sa ciljem sprečavanja prevara, korupcije i drugih nelegalnih aktivnosti koje utiču na interese Evropske Unije. OLAF predstavlja nezavisnu službu EU, čiji je zadatak da otkriva i preuzima mere za otklanjanje svih vrsta prevara, korupcija i drugih protivzakonitih radnji, odnosno da sprovodi borbu protiv svakog vida finansijskih zloupotreba i korupcije. Od svog osnivanja, OLAF je primio više od 7.000 individualnih pritužbi na zloupotrebu finansijskih sredstava, što je rezultiralo u otvaranju preko 3.000 slučajeva, pritužbi, od kojih je trećina zvanično zatvorena uz tzv. preporuke za otklanjanje nedostataka. Istraživanja OLAF-a dovela su do povraćaja više od 1 milijarde € poreskih obveznika EU. Međutim, ne mogu se samo ovi statistički podaci uzeti u obzir prilikom ocenjivanja rada navedene službe. Naime, istraživanja su pokazala da je trenutno na mnogo nižem nivou korupcija u okviru institucija EU, nego na nacionalnom nivou, kada je reč o percepciji stanovništva, upravo zahvaljujući postojanju ove institucije (<http://www.poreskauprava.gov.me/pretraga/101295/>

Kancelarija-Evropske-komisije-za-borbu-protiv-prevara-i-nepravilnosti-OLAF.html, preuzeto dana 18.06.2019. godine). OLAF saraduje sa istražnim organima kao i pravosudnim i upravnim telima zemalja na čijoj teritoriji deluje, uključujući i ostale zemlje koje nisu članice EU. U OLAF-u je zaposleno gotovo 500 službenika za borbu protiv prevara, korupcije i svih drugih nezakonitih aktivnosti, uključujući zloupotrebe sa finansijskim posledicama unutar ustanova EU. OLAF svake godine istražuje nekoliko stotina slučajeva prevara u kojima su sredstva EU zloupotrebljena (Dimitrijević, 2018, 86).

OLAF istražuje predmete povezane s prevarom, korupcijom i drugim kaznenim delima koja utiču na finansijske interese EU. Budžetom EU finansira se niz programa i projekata koji poboljšavaju život građana zemalja EU i šire. Nepravilno korišćenje sredstava iz budžeta EU ili utaja poreza kojima se finansira budžet Unije direktno šteti evropskim građanima i dovodi u pitanje čitav evropski projekat. OLAF je jedino telo EU ovlašćeno za otkrivanje, istraživanje i suzbijanje prevara sa sredstvima EU. OLAF ispunjava svoje zadatke:

- provođenjem nezavisnih istraga o prevarama i slučajevima korupcije povezanim sa sredstvima EU kako bi osigurao da se sav novac poreskih obveznika EU dodeljuje projektima kojima se otvaraju radna mjesta i podstiče rast u Evropi;
- doprinosom jačanju poverenja građana u institucije EU istraživanjem teških povreda dužnosti osoblja EU i članova institucija EU, i
- razvijanjem dobre politike borbe protiv prevara na teritoriji EU (https://ec.europa.eu/anti-fraud/about-us/mission_hr, preuzeto dana 18.06.2019. godine).

Kada se govori o delokrugu rada, OLAF može istraživati navodne prevare ili druge ozbiljne nepravilnosti koje mogu negativno uticati na javna sredstva EU; prihode i rashode EU ili imovinu institucija EU kao i navodnu tešku povredu dužnosti članova ili osoblja institucija i tela EU. Sa druge strane OLAF *ne može* istraživati navodne prevare koje nemaju finansijski uticaj na javna sredstva EU (takve slučajeve istražuje **državna policija**); navodnu korupciju koja ne uključuje članove ili osoblje institucija i tela EU i navodnu neovlašćenu upotrebu logotipa EU ili imena institucija EU. Moguća prevara se organima OLAF-a može prijaviti anonimno, uz detaljne informacije i dokumentaciju ako je dostupna. Sa predstavnicima OLAF-a se može komunicirati na bilo kojem od 24 službena jezika EU. Prijava se može podneti na sedeće načine:

- **Internetom, putem sistema za obaveštavanje o prevarama** (anonimno, uz siguran prenos dokumenata);
- **Internetom, putem web-obrasca** (nije anonimno, odnosno traži se ime i adresa elektronske pošte te nema mogućnosti za slanje dokumenata);
- Prijava poštom (https://ec.europa.eu/anti-fraud/olaf-and-you/report-fraud_hr, preuzeto dana 18.06.2019. godine).

Sistem za suzbijanje prevara (Anti Fraud Coordinating Structures - AFCOS) – je sistem putem kojeg se sprovodi koordinacija zakonodavnih, upravnih i operativnih aktivnosti sa ciljem zaštite finansijskih interesa Evropske Unije i pomoći i podrške OLAF-u. AFCOS mrežu čine predstavnici Ministarstva pravosuđa, Ministarstva unutrašnjih poslova, Uprave za javne nabavke, Ministarstva finansija i Državne revizije. Kao primer zemlje u kojoj se može prikazati kako se vrši koordinacija u okviru AFCOS mreže može se navesti Hrvatska kao najnovija članica EU. U Hrvatskoj je u okviru Ministarstva finansija osnovano Samostalno odeljenje za suzbijanje nepravilnosti i prevara kao jedinica za koordinaciju između tela AFCOS-a. Ovo odeljenje je nadležno za koordinaciju zakonodavnih, upravnih i operativnih aktivnosti između tela u AFCOS sistema sa ciljem zaštite finansijskih interesa EU, pa samim tim i veza za neposrednu saradnju sa

OLAF-om. U okviru ovog odeljenja osnovani su i Odsek za prikupljanje i analizu podataka i izveštavanje o nepravilnostima i Odsek za praćenje postupanja po prijavljenim nepravilnostima i koordinaciju sa nadležnim telima (https://ec.europa.eu/anti-fraud/investigations/afcos_en, preuzeto dana 18.06.2019. godine).

Sistem za borbu protiv prevara u Republici Srbiji

U Republici Srbiji ne postoji jedna institucija koja se na državnom nivou bori protiv prevara, već više državnih institucija koje je direktno ili indirektno uključeno u ovu borbu. Ta činjenica je i dovela do situacije da nijedna od ovih institucija nema potpuna ovlašćenja da istraži prevanu, već svaka u okviru svojih ovlašćenja istražuje i dokazuje prevanu. Jedan od glavnih problema je česti nedostatak komunikacije između ovih institucija, nemogućnost da zajednički i koordinirano izvrše kontrolu poslovanja kompanija što vrlo često dovodi da se počinioci prevara ne kazne ili da se prevana ne otkrije.

Da bi se objasnio sistem za borbu protiv prevara u Republici Srbiji mora se objasniti uloga i ovlašćenja svake od institucija koja je direktno ili indirektno uključena u ovaj sistem. Mora se krenuti od istražnih organa policije koji su osnov sistema. U okviru Ministarstva unutrašnjih poslova posluje **Služba za suzbijanje kriminala** koja je organizaciona jedinica Uprave kriminalističke policije u sedištu Ministarstva, uspostavljena 2006. godine. U svom sastavu Služba ima tri odeljenja koja se bave prevencijom i suzbijanjem pojavnih oblika privrednog i opšteg kriminala i nasilja u porodici koje predstavljaju ključne oblasti rada Službe. U Odeljenju za suzbijanje privrednog kriminala postoje četiri Oseka: Odsek za suzbijanje privrednog kriminala u oblasti zaštite proizvodnje, životne sredine i istraživanja požara i havarija, Odsek za suzbijanje privrednog kriminala u oblasti vanprivrede i usluga, Odsek za suzbijanje privrednog kriminala u oblasti finansija, ostalih novčanih tokova i falsifikovanja novca i Odsek za suzbijanje privrednog kriminala u oblasti prevara, privrednog poslovanja i intelektualne svojine (<http://www.mup.gov.rs>, preuzeto dana 29.06.2019. godine). Još jedan organ policije koji je uključen u borbu protiv prevara jeste **Služba za borbu protiv organizovanog kriminala (SBPOK)**, koja je organizaciona jedinica Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Srbije i Uprave kriminalističke policije, osnovana 2001. godine. Kroz svoje specijalizovane jedinice SBPOK se bavi suzbijanjem svih do sada uočenih oblika organizovanog kriminala: krijumčarenje narkotika, trgovina ljudima i ilegalne migracije, krijumčarenje oružja i eksploziva, međunarodno krijumčarenje kradenih motornih vozila, otmice, iznude, ucene sa elementima organizovanog kriminala, pranje novca, korupcija, falsifikovanje novčanica, prevare sa platnim karticama, visokotehnološki kriminal (krivična dela u vezi zloupotreba računarskih sistema, zloupotreba i kršenja prava intelektualne svojine, dečja pornografija). U svojim istragama Služba za borbu protiv organizovanog kriminala blisko saraduje sa Tužilaštvom za organizovani kriminal i Posebnim odeljenjem za organizovani kriminal Višeg suda u Beogradu, pod čijom koordinacijom i postupa u skladu sa svojim policijskim ovlašćenjima. (<http://www.mup.gov.rs>, preuzeto dana 29.06.2019. godine).

Veoma bitna institucija za borbu protiv prevara u Republici Srbiji je Republičko javno tužilaštvo i u okviru njega **Tužilaštvo za organizovani kriminal**. Značaj ovog sektora tužilaštva u borbi protiv prevara došao je do izražaja donošenjem Zakona o organizaciji i nadležnosti državnih organa u suzbijanju organizovanog kriminala terorizma i korupcije koji je stupio na snagu tokom 2018. godine. Ovaj zakon stavlja poseban akcenat na procesuiranje koruptivnih i finansijskih krivičnih dela i primenjuje se radi otkrivanja, krivičnog gonjenja i suđenja za: 1) krivična dela organizovanog kriminala; 2) krivično delo ubistvo predstavnika najviših državnih organa; 3) krivična dela protiv službene dužnosti; 4) krivična dela protiv privrede; 5) krivično delo

terorizam, i 6) krivična dela protiv državnih organa (<https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-organizaciji-i-nadleznosti-drzavnih-organa-u-suzbijanju-organizovanog-kriminala-terorizma-i-korupcije.html>, preuzeto dana 29.06.2019. godine). Ovim zakonom su specijalizovani tužioci za borbu protiv korupcije i finansijskih prevara raspoređeni u četiri regionalna odeljenja viših javnih tužilaštava u Beogradu, Novom Sadu, Nišu i Kraljevu. Na čelu nove organizacione mreže je Tužilaštvo za organizovani kriminal sa sedištem u Beogradu, koje će procesuirati krivična dela "visoke korupcije", u kojima imovinska vrednost prelazi 200 miliona dinara. Zakon predviđa i uvođenje finansijskih forenzičara koji će svojim stručnim znanjima pomagati tužiocima u istrazi, prikupljanju dokaza i njihovom predstavljanju pred sudom. Zadatak finansijskih forenzičara biće da pomažu javnom tužiocu da odluči najpre ima li mesta pokretanju krivičnog postupka, a potom i da pribavi što kvalitetnije dokaze i da ih uspešno predstavi pred sudom. Zakon predviđa da je finansijski forenzičar državni službenik koji poseduje posebna stručna znanja iz oblasti finansija, računovodstva, revizije, bankarskog, berzanskog i privrednog poslovanja, a koji je završio i specijalizovanu obuku u Pravosudnoj akademiji iz oblasti krivičnog prava (<https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-organizaciji-i-nadleznosti-drzavnih-organa-u-suzbijanju-organizovanog-kriminala-terorizma-i-korupcije.html>, preuzeto dana 29.06.2019. godine). Tužilaštvo se bavi krivičnim delima kao što su: utaja poreza i zloupotreba ovlašćenja položaja, zloupotrebama u vezi sa javnom nabavkom, zloupotreba monopolističkog položaja, prouzrokovanje stečaja, odavanje poslovne tajne, falsifikovanje novca, falsifikovanje hartija od vrednosti, pravljenje, nabavljanje i davanje drugom sredstava za falsifikovanje i pranje novca. Takođe, Zakon je dodao i osam novih krivičnih dela kojim se ovo Tužilaštvo bavi: prevara, pronevera, zloupotreba zastupanja u obavljanju privredne delatnosti, zloupotreba poslova upravljanja i nadzora u obavljanju privredne delatnosti, zloupotreba u postupku privatizacije, primanje mita, davanje mita u obavljanju privredne delatnosti. Posebna odeljenja viših javnih tužilaštava za prvih godinu dana primene Zakona o organizaciji i nadležnosti državnih organa u suzbijanju organizovanog kriminala, terorizma i korupcije postupala su po krivičnim prijavama podnetim protiv 10.684 lica, pri čemu je optuženo 681 lice. Za prvih godinu dana primene novih zakonskih rešenja doneto 448 presuda, od čega su 444 osuđujuće, a većinu presuda prate zatvorske kazne. Danas postoji razvijena mreža oficira za vezu iz 13 relevantnih institucija i da je svako od njih prošao specijalizovanu obuku, pa tako, organi krivičnog gonjenja neuporedivo lakše i brže dolaze do potrebnih podataka, informacija i razjašnjenja (<https://www.pravniportal.com/primena-zakona-o-organizaciji-i-nadleznosti-drzavnih-organa-u-suzbijanju-organizovanog-kriminala-terorizma-i-korupcije/>, preuzeto dana 29.06.2019. godine).

Razmatrajući celokupan sistem za borbu protiv prevara neophodno je razmotriti ulogu internih i eksternih revizora u ovom procesu. Nažalost u Republici Srbiji ne postoji zakonsko rešenje koje bi primoralo kompanije da imaju organizovano odeljenje interne revizije u svom poslovanju. Drugačija situacija je u javnom sektoru gde postoji zakonska obaveza uvođenja interne kontrole u javnim institucijama. Ipak, mora se napomenuti da na papiru postoji zakonska obaveza, ali u praksi interna kontrola u javnim institucijama nema prava ovlašćenja u vezi otkrivanja i sprečavanja prevara koja bi trebalo da ima na osnovu zakonskih rešenja kao što imaju slične institucije u drugim zemljama. Kada bi se zakonski nametnulo rešenje da sve kompanije imaju internu reviziju to bi sigurno smanjilo prostor za ostvarivanje prevare, jer je praksa pokazala da je postojanje i uspešna primena interne revizije najbolja tehnika za sprečavanje prevara. Sa druge strane, u Republici Srbiji postoji zakonska obaveza da srednje i velike kompanije budu predmet eksterne revizije. Problem se javlja u činjenici da revizori nemaju ovlašćenja da istražuju prevaru. Ukoliko u svom radu naiđu na signale koji ukazuju na postojanje prevara oni mogu samo da prijave nadležnim sudskim organima. Ipak, praksa je pokazala da mnogi revizori posluju i kao konsultanti istim kompanijama u kojima vrše proces revizije, što stvara sukob interesa i onemogućava revizorima da objektivno rade svoj posao. Ujedno veliki problem je što za obavljeni

posao revizije revizore plaća kompanija čije poslovanje kontrolišu, što se u praksi pokazalo kao potencijalna velika prepreka u objektivnosti revizora.

Bitan element u borbi protiv prevara u Republici Srbiji je **Državna revizorska institucija**. Državna revizorska institucija je osnovana 2005. godine Zakonom o Državnoj revizorskoj instituciji. Ova institucija je samostalan i nezavisan državni organ. Za obavljanje poslova iz svoje nadležnosti odgovorna je Narodnoj skupštini Republike Srbije. U svom radu obavlja reviziju, na osnovu sprovedene revizije sastavlja izveštaje, donosi podzakonske akte, daje savete korisnicima budžetskih sredstava, daje preporuke za izmenu postojećih zakona, usvaja standarde revizije, saraduje sa međunarodnim računovodstvenim i revizorskim organizacijama. Subjekti revizije su svi direktni i indirektni korisnici budžetskih sredstava i to organizacije obaveznog socijalnog osiguranja, budžetski fondovi, Narodna banka Srbije, javna kompanijama, privredna društva koje je osnovao direktni ili indirektni korisnik budžetskih sredstava ili ima učešće u kapitalu tog društva. Revizija može obuhvatiti i bespovratna davanja i garancije, političke stranke, korisnike sredstava Evropske Unije i korisnike ostalih donacija i pomoći međunarodnih organizacija (Dimitrijević and all, 2018, 433). Državna revizorska institucija vrši sledeće vrste revizije:

- **Reviziju finansijskih izveštaja** – koja obuhvata ispitivanje dokumenata i izveštaja radi prikupljanja dovoljnog broja dokaza za izražavanje mišljenja da li finansijski izveštaji subjekta revizije istinito i objektivno prikazuju njegovo finansijsko stanje, rezultate poslovanja i novčane tokove, kao i da li su isti sastavljeni u skladu za opšteprihvaćenim standardima i propisima;
- **Reviziju pravilnosti poslovanja** - ispitivanje finansijskih transakcija i odluka u vezi sa primanjima i izdacima, radi utvrđivanja da li su odnosne transakcije izvršene u skladu sa zakonom, drugim propisima, datim ovlašćenjima, i za planirane svrhe;
- **Reviziju svrshodnosti poslovanja** - ispitivanje trošenja sredstava iz budžeta i drugih javnih sredstava, radi sticanja dovoljnog, adekvatnog i pouzdanog dokaza za izveštavanje da li su sredstva od strane subjekta revizije upotrebljena u skladu sa načelima ekonomije, efikasnosti i efektivnosti kao i u skladu sa planiranim ciljevima (<https://www.dri.rs/o-nama/nadleznosti.341.html>, preuzeto 29.06.2019. godine).

Zaključak

Uspešan sistem za borbu protiv prevara u jednoj državi zahteva rad velikog broja institucija i njihovu međusobnu efikasnu saradnju. Otkriti i sprečiti prevare na vreme nije lak zadatak, zahteva koordinaciju i državnog i privatnog sektora, zahteva dugogodišnju obuku adekvatnog kadra, donošenje i implementaciju odgovarajućih zakonskih rešenja, davanje potrebnog ovlašćenja kontrolnih organima kao i uspostavljanje adekvatnih institucija za borbu protiv prevara. U praksi su se zemlje različito organizovale u borbi protiv prevara. Neke su uspostavile jednu instituciju kao glavnog nosioca u ovoj borbi i kojoj ostale kontrolne institucije pomažu i odgovaraju. S druge strane, postoje zemlje koje imaju više različitih institucija koje međusobno koordiniraju u sistemu protiv prevara. U takvim sistemima je potrebna veoma tesna saradnja različitih institucija iz oblasti policije, tužilaštva, sudstva ali i ostalih državnih i privatnih institucija koje su neophodne za uspešnu borbu protiv prevara.

U Republici Srbiji ne postoji jedna institucija čiji je primarni zadatak borba protiv prevara, već više institucija koje imaju zajednički cilj. Organi policije, pre svega Službe za suzbijanje kriminala i njenih odeljenja, Službe za borbu protiv organizovanog kriminala i ostale službe Ministarstva unutrašnjih poslova zajedno sa Republičkim javnim tužilaštvom i u okviru njega Tužilaštvom za organizovani kriminal, predstavljaju glavni i prvi instrument Vlade Republike Srbije u borbi

protiv svih oblika prevara. Od 2018. godine i donošenjem Zakona o organizaciji i nadležnosti državnih organa u suzbijanju organizovanog kriminala terorizma i korupcije osnivaju se četiri specijalizovana odeljenja tužioca za borbu protiv korupcije i finansijskih prevara koji u svom sastavu imaju finansijske forenzičare, stručnjake za borbu protiv prevara čiji je zadatak da pomažu javnom tužiocu da odluči najpre ima li mesta pokretanju krivičnog postupka, a potom i da pribavi što kvalitetnije dokaze i da ih uspešno predstavi pred sudom. Ovo je tek početak u borbi protiv prevara, ali ipak daje dobre rezultate jer za prvih godinu dana primene novih zakonskih rešenja doneto 448 presuda, od čega su 444 osuđujuće, a većinu presuda prate zatvorske kazne. U borbi protiv prevara u Republici Srbiji treba napomenuti veliki značaj koji bi trebalo da imaju interni revizori u javnim službama. Ovaj vid kontrole na osnovu zakonskih rešenja postoji u javnom sektoru, ali je praksa pokazala da još uvek nema pravi uticaj u sistemu otkrivanja i sprečavanja prevara, kao i da postoji još uvek otpor prema razvoju ove discipline u Republici Srbiji. Takođe, veliku ulogu u celokupnom sistemu ima i Državna revizorska institucija koja veoma uspešno godinama unazad analizira poslovanje svih direktnih i indirektnih korisnika budžetskih sredstava i ukazuje na mnoge nepravilnosti i eventulne prevare u poslovanju ovih institucija. Sve ovo ukazuje da u Republici Srbiji postoje organi koji se trude da na vreme otkriju i spreče prevare, da samim tim spreče i velike finansijske gubitke, ali je praksa pokazala da je veliki problem komunikacija između ovih institucija, kao i nedostatak potrebnih zakonskih ovlašćenja za detaljnu istragu u vezi postojanja prevara u poslovanju.

Literatura

1. Bešvir, B. (2010), Forenzična revizija, RRIF, br. 8, Zagreb, str. 73-76.
2. Coenen T., (2008), Essentials of Corporate Fraud, New York: John Wiley & Sons, Inc;
3. Dimitrijević, D., (2015), Otkrivanje i sprečavanje manipulacija u bilansu stanja i izveštaju o novčanim tokovima, Ekonomski horizonti, Volumen 17, broj 2, Kragujevac: Ekonomski fakultet u Kragujevcu, str. 137-153;
4. Dimitrijević, D. i Danilović, M., (2017), Otkrivanje prevara u kompanijama u Republici Srbiji primenom Beneish-ovog modela, Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici, 37/2017, vol. 53, Ekonomski fakultet u Subotici Univerzitet u Novom Sadu, str. 311-325;
5. Dimitrijević, D., Janjić, V. and Conić, N., (2018) Domain and restrictions of the state audit institution of the Republic of Serbia, Conference proceedings / 5rd International Scientific Conference Contemporary Issues in Economics, Business and Management - EBM 2018, Faculty of Economics, University of Kragujevac, pp. 431-443;
6. Dimitrijević, D., (2018), Forenzičko računovodstvo – instrument otkrivanja i sprečavanja prevara, Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet;
7. Hopwood, W., Leiner, J. & Young, G., (2009), Forensic Accounting, New York: McGraw-Hill/Irwin;
8. Muminović S. (2011), Forenzičko računovodstvo – potreba ili pomodarstvo, Revizor, 14(54), 9-25;
9. Petković, A. (2010), Forenzička revizija: kriminalne radnje u finansijskim izveštajima, Novi Sad: Proleter;
10. Singleton, T. and Singleton, A. (2010), Revizija, kriminalne radnje i forenzičko računovodstvo, Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije;
11. Slović, J. (2016), Metode i tehnike za sastavljanje i alati za otkrivanje obmanjujućih finansijskih izveštaja, zbornik radova „Forenzička revizija“, str. 93., preuzeto sa sajta: http://www.forensic-audit.org/uploads/1/4/6/3/14634014/zbornik_forenzicka_revizija.pdf, dana 17.06.2019.
12. Stančić, P., Dimitrijević, D. i Stančić V., (2013), Forenzičko računovodstvo – odgovor profesije na prevare u finansijskim izveštajima, Teme, br. 4, Niš: Univerzitet u Nišu, str. 485-505;

13. Stojanović, D. i Dimitrijević, D., (2015), Uloga i značaj forenzičkog računovodstva u Srbiji u procesu pristupanja Evropskoj Uniji, zbornik radova: Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji, Ekonomski fakultet u Kragujevcu, 371-381.
14. Stefanović, R., (2000), Sprečavanje i otkrivanje lažnog finansijskog izveštavanja, Računovodstvo 11/2000, Beograd: Savez računovođa i revizora Srbije, str. 3-11;
15. Škarić-Jovanović, K., (2009), Forenzičko računovodstvo – instrument zaštite interesa računovodstvene javnosti, Računovodstvo, revizija i finansije u uslovima globalne krize, Banja Vrućica: Savez računovođa i revizora Republike Srpske, str. 11-31;
16. Vidaković S., (2014), Forenzička revizija, Sremska Kamenica: Fakultet poslovne ekonomije Univerzitet Edukons.
17. Wells, J., (2004), Corporate Fraud Handbook, New York: John Willey&Sons;
18. Zabihollah, R., (2002), Financial Statement Fraud – Prevention and Detection, New York: John Wiley & Sons, Inc.;
19. <http://www.coso.org>;
20. <https://www.dri.rs/o-nama/nadleznosti.341.html>, preuzeto 29.06.2019. godine
21. https://ec.europa.eu/anti-fraud/about-us/mission_hr, preuzeto dana 18.06.2019. godine;
22. <http://www.mup.gov.rs>;
23. <https://www.paragraf.rs/propisi/zakon-o-organizaciji-i-nadleznosti-drzavnih-organa-u-suzbijanju-organizovanog-kriminala-terorizma-i-korupcije.html>, preuzeto dana 29.06.2019. godine
24. <http://www.poreskauprava.gov.me/pretraga/101295/Kancelarija-Evropske-komisije-za-borbu-protiv-prevara-i-nepravilnosti-OLAF.html>, preuzeto dana 18.06.2019. godine;
25. <https://www.pravniportal.com/primena-zakona-o-organizaciji-i-nadleznosti-drzavnih-organa-u-suzbijanju-organizovanog-kriminala-terorizma-i-korupcije/>, preuzeto dana 29.06.2019. godine

RAZVOJ I UNAPREĐENJE REVIZORSKIH USLUGA I USLUGA OSIGURANJA U REPUBLICI SRBIJI KAO PREDUSLOV USPEŠNIH EVROPSKIH INTEGRACIJA

Biljana Jovković* i Vladimir Stančić**

Razvoj tercijalnog sektora u privrednom sistemu svake zemlje ima značajnu ulogu u dinamiziranju ukupnih privrednih kretanja. Pružanje usluga osiguranja imovine i lica deo je finansijskog sistema i važno je obezbediti regulativu ove oblasti u skladu sa evropskim standardima. Obavljanje transakcija na finansijskom tržištu podrazumeva raspolaganje validnim informacijama u koje je moguće pouzdati se. Ovaj kvalitativni aspekt obezbeđuje profesija eksterne, nezavisne revizije koja stvara neophodan aspekt sigurnosti u istinitost finansijskih izveštaja. S obzirom da obavlja ovako važnu funkciju u postizanju optimuma u alokaciji kapitala u društvu, profesija revizije treba biti adekvatno uređena. Zakonska i profesionalna regulativa profesije revizije u Republici Srbiji treba biti harmonizovana sa regulatornim okvirom, što je neohodan preduslov na putu evropskih integracija. U radu je sagledana regulativa eksterne revizije i uloga koju profesionalno udruženje Komora ovlašćenih revizora ima u Republici Srbiji u procesu razvoja ove delatnosti. Iako revizija ima značajnu ulogu u funkcionisanju osiguranja imajući u vidu da obezbeđuje nezavisno, kompetentno mišljenje o istinitosti finansijskih izveštaja ovih važnih učesnika na finansijskom tržištu, nije zanemarljiva uloga koju osiguranje ima za profesiju revizije. Razmotren je opseg usluga osiguranja koje koristi profesija revizije. Regulativa tržišta osiguranja u Republici Srbiji usaglašava se redovno sa regulativnim okvirom koji se primenjuje u zemljama gde je ovaj uslužni segment daleko razvijeniji. Primena Direktive Solvency II koja je na snazi u Evropskoj uniji od 2016. godine takođe je analizirana u radu jer se Republici Srbiji fazno inkorporira u postojeću regulativnu.

Ključne reči: delatnost osiguranja, regulativa osiguranja, revizorske usluge, finansijski izveštaji, mišljenje revizora

Uvod

Nastanak revizije kao nezavisne funkcije verifikacije prezentiranih informacija u finansijskim izveštajima u situaciji odvojenosti akcionara od upravljanja sopstvenim kapitalom bio je neminovan. Revizija kao nezavisna funkcija ispitivanja istinitosti i objektivnosti iskazanih bilansnih pozicija u finansijskim izveštajima preduzeća nastoji da nadomesti nastali gap poverenja u njihovu verodostojnost. Dajući nezavisno i kompetentno mišljenje o kvalitetu finansijskih izveštaja proteklog izveštajnog perioda, revizor pokušava da neutrališe i minimizira informacioni rizik kojem su izloženi svi oni koji ih koriste. Revizija nije sama sebi cilj. Revizija je sredstvo pomoću koga se jedno lice uverava od strane drugog lica u kvalitet, stanje ili status nekog predmetnog pitanja koji je ovo drugo lice ispitivalo. Nastaje kao potreba usled toga što prvo pomenuto lice sumnja u kvalitet, stanje ili status relevantnog predmetnog pitanja i nije lično u stanju da otkloni sumnju ili nedoumicu. (Ljubisavljević, 2000., str. 15)

U situaciji podvojenosti funkcije vlasništva i funkcije upravljanja kapitalom do koje je došlo razvojem organizacije akcionarskih preduzeća, kakva su većinom osiguravajuća društava, značaj raspolaganja istinitim i objektivnim poslovnim informacijama za potencijalne investitore, kao i sadašnje i potencijalne osiguranike, postaje sve veći, posebno imajući u vidu rastuću moć menadžera. S obzirom da ovu ulogu u smanjenju informacionog jaza obezbeđuje funkcija eksterne revizije, važno

* Vanredni profesor, e-mail: bjovkovic@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: vstancic@kg.ac.ra

je adekvatno je urediti. Obavljanje revizije regulišu zakonski propisi i profesionalna regulativa, o čemu se u Republici Srbiji stara profesionalno udruženje Komora ovlašćenih revizora. Formiranje ovog tela izvršeno je 2009. godine i u proteklom decenijskom periodu svojim radom neprestano je vršilo usaglašavanje sa promenom regulative u zemljama u kojima je profesija revizije na znatno višem nivou. Osiguranje ima za cilj pružanje zaštite od nastanka nekog ekonomski štetnog događaja. Osnovna delatnost kojom se bave osiguravajuća društva jeste naknada šteta nastalih od rizičnih događaja u životnom i neživotnom osiguranju. Nadzor nad poslovanjem ovog dela finansijskog sektora vrši Narodna banka Srbije, koja se stara o harmonizaciji postojeće regulative i primeni Direktivi Solvency II.

Obavljanje revizije i pružanje usluga osiguranja neophodno je kontinuirano unapređivati kako bi se postigla usaglašenost sa regulatornim okvirom koji je na snazi u Evropskoj uniji, čijem članstvu teži RS. Uspešnost ovih napora predmet je analiziranja u radu.

Podaci koji su korišćeni i prezentirani u radu preuzeti su sa sajta Komore ovlašćenih revizora (www.kor.rs/registri_preduzeca.asp), Narodne banke Srbije (www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html) i Agencije za privredne registre (<http://pretraga2.apr.gov.rs/ObjedinjenePretrage/Search>). Vreme pregleda ovih sajtova je jun 2019. godine. Osnovni podaci o revizorskim preduzećima preuzeti su sa sajta Komore ovlašćenih revizora. Prikupljeni podaci sistematizovani su i obrađeni u Microsoft Excel programu radi tabelarnog i grafičkog prikaza.

Rad se osim uvodnih i zaključnih razmatranja sastoji od tri dela. Najpre se u radu kritički razmatra regulativa revizije u prethodnom periodu u našoj zemlji uz naglašavanje ključnih odrednica na tok razvoja ove profesije u proteklom periodu. U revizorskoj profesiji prisutno je korišćenje usluga osiguranja od odgovornosti za izneto mišljenje što je analizirano u nastavku. U poslednjem naslovu razmotreno je stanje regulative sektore osiguranja i neophodna prilagođavanja koja sprovodi NBS kako bi postojeći regulatorni okvir uskladila sa zahtevima Solvency II, koja je od 2016. godine na snazi u Evropskoj uniji.

Unapređenje regulative revizije kao preduslov uspešnog razvoja revizorske profesije

U Republici Srbiji, usluge revizije finansijskih izveštaja obavljaju licencirani ovlašćeni revizori zaposleni u okviru preduzeća za reviziju ili kao samostalni revizori. Licencirani revizori koji osnivaju preduzeća za reviziju moraju biti zaposleni u njemu neograničeno sa punim radnim vremenom. Obezbeđenje istinitih i objektivnih informacija u svrhu donošenja ispravnih poslovnih odluka je osnovni cilj finansijskog izveštavanja. Da bi bili korisni i pouzdani, finansijski izveštaji preduzeća treba da budu blagovremeni i podvrgnuti profesionalnoj reviziji (Stefanović, 2007, p. 1).

Pre donošenja samostalnog Zakona o reviziji (Zakon o reviziji, Sl. Glasnik 62/2013) na snazi je bio jedinstven zakon koji je uređivao oblast računovodstva i revizije. Zakon o računovodstvu i reviziji (Zakon o računovodstvu i reviziji, Sl. Glasnik 46/2006 i 111/2009) uređivao je oblast revizije u delovima: I Osnovne odredbe, Interna revizija član 29, X Revizija finansijskih izveštaja članovi od 37-49, XI Komora ovlašćenih revizora član 50-59, XII Nadzor koji je uređivao kontrolu nad radom preduzeća za reviziju, članovi 63-69. Radi unapređenja revizorske profesije i pružanja kvalitetnijih usluga revizije 2013. godine zakonodavac je razdvojio uređenje računovodstva i revizije u dva zasebna zakona.

Zakonom o reviziji je osnovni regulatorni okvir koji uređuje oblast eksterne nezavisne revizije u RS. U profesionalnoj oblasti, reviziju uređuju Međunarodni standardi revizije i Kodeks profesionalne etike revizora. Prema ovom Zakonu koji je na snazi revizorske usluge pružaju: (Zakon, 2013, član 4)

- 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.

Velika i srednja pravna lica kao i 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 su obveznici revizije u Republici Srbiji (Zakon, 2013., član 21). Osim donošenja samostalnog zakona čiji je predmet uređenja samo oblasti revizije ključni momenat za razvoj profesije nezavisne revizije u profesionalnim krugovima smatra se osnivanje Komore ovlašćenih revizora. Pre njenog osnivanja revizorska profesija je u profesionalnom organizovanju bila integrisana u okviru Saveza računovođa i revizora Srbije.

Komora ovlašćenih revizora je profesionalna organizacija koja okuplja licencirane ovlašćene revizore zaposlene u preduzećima za reviziju, kao i samostalne revizore i sama 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. Osnivanje Komore izvršeno je prema Zakonom o računovodstvu i reviziji („Službeni glasnik RS“ br. 46/2006) novembra 2006. godine, radi unapređenja i razvoja računovodstvene i revizorske profesije, primene međunarodne računovodstvene i revizorske regulative i harmonizacije sa tom regulativom. Sa radom je počela 2009. godine (Ljubisavljević, Jovković, 2016., 453) Organi Komore jesu Skupština, Savet, Nadzorni odbor i Disciplinska komisija. Model osnivanja Komore ovlašćenih revizora zasniva se na iskustvima i rešenjima komora i instituta u ovoj oblasti vodećih zemalja zapadne Evrope i zemalja koje su u skorije vreme pristupile EU.

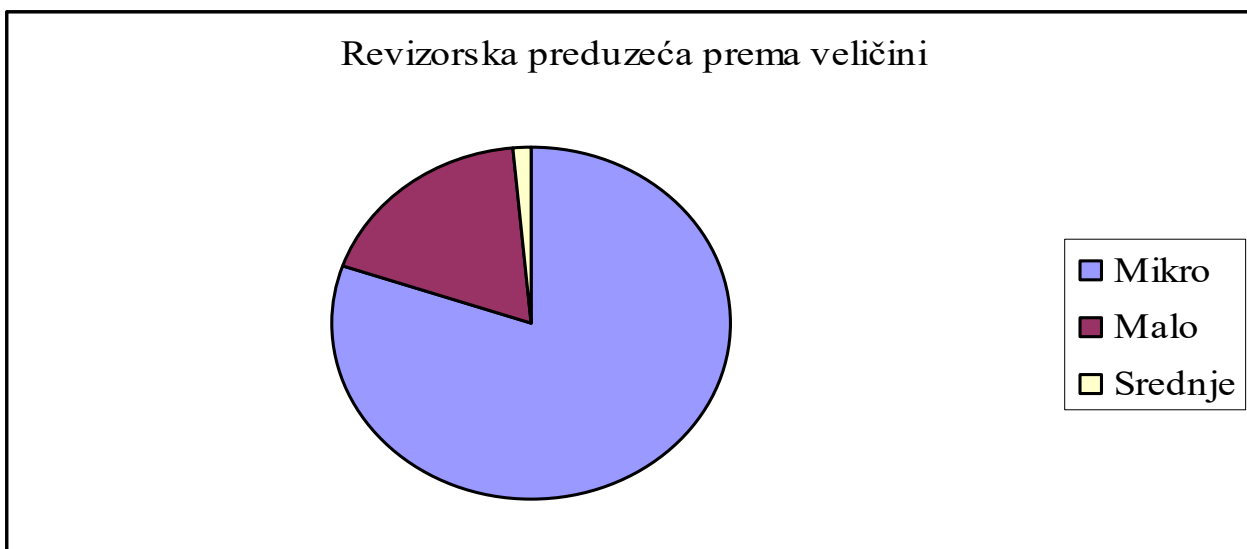
Komora je navedenim zakonom dobila značajna ovlašćenja, odnosno određene poslove Komora obavlja kao poverene, poput sledećih (Zakon, 2013., član 47):

- donosi program po kome će se vršiti obuka i ispitivanje kandidata i izdaje sertifikate za sticanje profesionalnih zvanja ovlašćeni revizor i ovlašćeni interni revizor;
- utvrđuje pravila za kontinuirano profesionalno usavršavanje, u skladu sa međunarodnim zahtevima za profesionalno osposobljavanje i u skladu sa Zakonom o računovodstvu i reviziji;
- propisuje uslove za sticanje, produžavanje i oduzimanje licenci za obavljanje poslova revizije ovlašćenim revizorima za rad na poslovima revizije finansijskih izveštaja, u skladu sa Zakonom o računovodstvu i reviziji;
- izdaje, produžava i oduzima licence za obavljanje poslova revizije finansijskih izveštaja ovlašćenim revizorima i vodi registar izdatih licenci ovlašćenim revizorima za obavljanje poslova revizije finansijskih izveštaja;
- vodi registre izdatih sertifikata za profesionalna zvanja;
- utvrđuje kriterijume i vrši nostrifikaciju profesionalnih zvanja stečenih u inostranstvu.

Pored ovih poslova Komora, u okviru svoje delatnosti, prati primenu Međunarodnih računovodstvenih standarda i Međunarodnih standarda revizije, prati proces harmonizacije računovodstvene i revizorske regulative sa međunarodnom profesionalnom regulativom, utvrđuje kriterijume za obrazovanje cena revizorskih usluga preduzeća za reviziju. Značajni su napori Komore

u unapređenju saradnje sa međunarodnim profesionalnim organizacijama u oblasti računovodstva i revizije. Ministarstvo finansija vrši nadzor nad radom Komore u izvršavanju poverenih poslova.

Revizorske usluge preduzećima u Republici Srbiji pruža ukupno 67 preduzeća pravne forme društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.), (www.kor.rs/registri_preduzeca.asp). Dominantno učešće imaju mikro preduzeća 53 (79.10%), zatim slede mala preduzeća 13 (19.4%) 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 br. 1: Revizorska preduzeća prema veličini

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu podataka preuzetih sa www.apr.rs

U Republici Srbiji poslove interne revizije obavlja ukupno 149 licenciranih internih revizora, dok poslove eksterne revizije obavlja 308 licenciranih ovlašćenih revizora. Uslove kontinuirane edukacije za održavanje licenci u dvogodišnjem periodu nije ostvarilo 38 ovlašćenih revizora kojima su istekle licence (www.kor.rs/registri_izdatih_sertifikatai.asp).

U svrhu zaštite integriteta i kvaliteta profesije eksterne revizije, što je u skladu sa razvojnim procesima ove delatnosti u evropskim zemljama, Komora ovlašćenih revizora oduzela je dozvolu za rad revizorskim kućama koje su odstupile od profesionalnih standarda i obavljala poslove revizije finansijskih izveštaja suprotno pravilima struke (Tabela br. 1).

Tabela br. 1 Spisak revizorskih preduzeća kojima je prestala da važi dozvola za obavljanje poslova revizije finansijskih izveštaja

R.b.	Naziv revizorske kuće	R.b.	Naziv revizorske kuće
1.	Erste revizija MG d.o.o.	4.	PAN revizija d.o.o.
2.	NDP d.o.o.	5.	Peterhof audit d.o.o.
3.	Pan audit d.o.o.	6.	Stanojevic auditing d.o.o.

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu obelodanjenih informacija na sajtu https://www.kor.rs/registri_preduzeca.asp, vreme pregleda april 2019.

Zbog neispunjenosti propisanih zakonskih uslova navedenim preduzećima trajno je oduzeta dozvola za rad i izbrisani su iz registra Agencije za privredne registre. Osim izrečenih mera trajnog oduzimanja dozvola za rad preduzećima iz prethodne tabele, Komora izriče i privremene mere kojim se ograničava rad revizorskim kućama na navedeno vreme u meri. Suština ovih postupaka Komore je

u disciplinovanju revizorskih kuća da svoje usluge pružaju profesionalno. Istovremeno, ovim merama čuva se ugled profesije u Republici Srbiji i postiže da profesija po kvalitativnim karakteristikama aproksimira profesiji u Evropskoj uniji. U narednoj tabeli dat je pregled revizorskih kuća i mera koje su im izrečene.

Tabela br. 2 Pregled izrečenih mera društvima za reviziju i samostalnim revizorima

Revizorsko društvo	Izrečena mera Komore	datum
FULL REVIZIJA Surčin MILINKOVIĆ AUDIT d.o.o. Beograd	Oduzima se dozvola za obavljanje revizije na period od pet godina.	14/08/2018
BOJIĆ REVIZIJA d.o.o. Šabac ABSOLUTE AUDIT d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/06/2017
"Rosh Audit" d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/06/2017
FINREVIZIJA d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	21/12/2016
AUDITOR d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	21/12/2016
DIJ-AUDIT d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/09/2016
"STANIŠIĆ-AUDIT" d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/09/2016
ACA professional audit company d.o.o. Beograd	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/06/2016
Libra Audit d.o.o. Novi Sad	Nalaže se otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada.	23/06/2016
REVIZIJA doo Beograd	Oduzima se dozvola za obavljanje revizije na period od pet godina.	15/01/2016

Izvor: (http://www.kor.rs/registri_preduzeca.asp) Vreme pregleda mart 2019.

Od ukupno 12 izrečenih mera preduzećima za reviziju dve se odnose na najstrožiji oblik kažnjavanja a to je oduzimanje dozvole na pet godina, što spada u meru pred trajno oduzimanje dozvole za rad. Otklanjanje nepravilnosti utvrđenih u postupku kontrole rada naloženo je ukupno u deset pregleda Komore uz ostavljen rok za navedena usklađivanja. Predmet kontrole Komore ovlašćenih revizora nije samo rad revizorskih kuća. Profesionalno obavljanje dodeljenih poslova obaveza je svih revizora. Ukoliko ne poštuju pravila struke ovlašćenim revizorima može biti izrečena mera oduzimanje licence privremeno ili trajno. Pregled izrečenih mera Komore ovlašćenim revizorima u prethodnom periodu dat je u tabeli koja sledi.

Tabela br. 3 Pregled izrečenih mera licenciranim ovlašćenim revizorima.

Godina	Izrečena mera ovlašćenih revizora	Broj mera
2018.	Oduzima se licenca za obavljanje revizije na period od pet godina.	1
2018.	Oduzima se licenca za obavljanje revizije na period od dve godina.	1
2017.	Ovlašćenom revizoru izriče se javna opomena.	5
2017.	Ovlašćenom revizoru uslovno se oduzima licenca za obavljanje revizije na period od dve godine.	6
2016.	Ovlašćenom revizoru uslovno se oduzima licenca za obavljanje revizije na period od dve godine.	5
2016.	Ovlašćenom revizoru izriče se javna opomena.	6
2016.	Oduzima se licenca za obavljanje revizije na period od pet godina.	2
	Σ Ukupno	26

Izvor: Kalkulacija autora na osnovu raspoloživih podataka (http://www.kor.rs/registri_preduzeca.asp) Vreme pregleda mart 2019.

Tokom 2016. godine izrečen je najveći broj mera ovlašćenim revizorima u posmatranim godinama analize, ukupno 13 od 26 mera što čini polovinu od izrečenih mera u ovom periodu. U poslednjoj posmatranoj godini izrečene su samo dve mere oduzimanja licence na period od dve i pet godina. S obzirom da se broj izrečenih mera iz godine u godinu smanjuje može se zaključiti da revizori svoj rad

obavljaju savesnije i odgovornije. Spremnost Komore da profesiju revizije kontinuirano nadgleda, disciplinuje revizore da svoj rad obavljaju sa dužnom pažnjom i u skladu sa relevantnom regulativom, što se može smatrati bitnim preduslovom za usaglašavanje sa evropskim tekovinama u ovoj oblasti. Sedišta preduzeća za reviziju pretežno su u Beogradu. Manji broj njih osnovan je u drugim gradovima u RS: Novom Sadu, Kragujevcu, Šapcu, Zrenjaninu i dr. U periodu od 2014-2018. godine osnovana su 14 novih preduzeća od toga jedno je u stranom vlasništvu. Najveći broj novoosnovanih preduzeća imaju jednog ili dva osnivača.

Korišćenje uloga osiguranja u revizorskoj profesiji

Prema odredbama Zakona o reviziji „Društvo za reviziju dužno je da se osigura od odgovornosti za štetu koju učini pravnom licu kod koga obavlja reviziju, odnosno trećem licu u slučaju povrede ugovora o reviziji, odnosno povrede pravila obavljanja revizije“ (Zakon, 2013, član 18). Ova vrsta osiguranja obuhvata osiguranje građansko-pravne odgovornosti revizora za eventualne finansijske štete prouzrokovane trećim licima izražavanjem mišljenja u izveštaju o reviziji. Finansijske štete se ne odnose na povredu tela ili zdravlja nekog lica kao ni oštećenje ili uništenje stvari. Osiguranjem se pokriva odgovornost za finansijske štete koje su pričinjene korisnicima izveštaja o reviziji usled grešaka ili propusta u vršenju profesionalne delatnosti revizora kao i šteta koje su pretrpeli korisnici izveštaja usled povrede propisa ili standarda koji regulišu obavljanje profesije revizije.

Iznos najniže sume osiguranja na osnovu koje se plaća premija osiguranja za pojedinačni osigurani slučaj za svaku poslovnu godinu utvrđuje se kao veći iznos od sledećih iznosa: (Zakon, 2013, član 18)

- od najviše cene za usluge revizije na osnovu pojedinačnog ugovora o reviziji pomnoženo sa 15;
- od zbira cena za usluge revizije na osnovu svih ugovora o reviziji, pomnoženo sa 2,5.

Pojedinačni osigurani slučaj je šteta nastala u vezi sa pojedinačnim izveštajem o reviziji.

Osiguravač koji osigurava ovu odgovornost garantuje za čistu imovinsku štetu koju od osiguranika potražuje treća osoba i za koju je osiguranik odgovoran. Obavljanjem svakodnevnih revizorskih aktivnosti prisutna je potencijalna opasnost da revizor nenamerno ugrozi interese trećih lica usled povrede pravila struke. Zaključenjem polise osiguranja od profesionalne odgovornosti revizor obezbeđuje naknadu štete trećem licu koji bi mogao da ga tuži za nesavesno obavljanje profesionalnih aktivnosti i time zaštiti revizorsku kuću koja bi u slučaju gubitka spora morala da nadoknadi gubitak tužiocu. Osiguravajuće društvo bi isplatilo naknadu štete onima koji revizora prema zakonu smatraju odgovornim za pretrpljenu štetu. Zahvaljujući postojanju institucije osiguranja revizorske kuće se štite od eventualnih i nepredviđenih gubitaka koji bi mogli nastati usled pokretanja sudskog spora protiv njih. Ugovaranjem osiguranja revizorske kuće rizik od profesionalne odgovornosti prenose na osiguravajuća društva uz plaćanje premije osiguranja. Na taj način revizorske kuće nepoznate iznose potencijalnih budućih zahteva za odštetu usled nepoštovanja standarda u obavljanju revizorskih usluga prevode u poznate iznose mesečnih iznosa premije osiguranja. Zahvaljujući postojanju ove vrste osiguranja revizorske kuće su u mogućnosti da limitiraju poslovni rizik kome su obavljanjem ove profesije izloženi.

U sve većoj meri osiguranje od profesionalne odgovornosti je obavezno kao jedan od preduslova za bavljanje nekom delatnošću. Ovakvom regulativom nastoji se prvenstveno zaštititi osobe koje koriste usluge profesionalaca (advokata, revizora, računovođa, posrednika u osiguranju, lekara, projektanta, detektiva, arhitekta, inženjera, stomatologa i sl.) obzirom da štete prilikom nastanka osiguranog slučaja mogu biti velike. Ovakav vid osiguranja omogućava nadoknadu štete koju osiguranik prouzrokuje naručiocu usluge usled stručne greške nastale prilikom obavljanja registrovane delatnosti, a osiguraniku da ga ispunjenje zakonske obaveze naknade štete materijalno

ne ugrožava i ne ometa njegovo redovno poslovanje. Predmet osiguranja je odgovornost osiguranika zbog stručnih grešaka pri obavljanju registrovane delatnosti osiguranika i njegovih zaposlenih. Osiguranim slučajem smatra se jedna ili više radnji ili propusta koje proizlaze iz izveštaja pojedinačno obavljene revizije jednog preduzeća za određeno obračunsko razdoblje, obuhvatajući bilans stanja, bilans uspeha i izveštaj o novčanim tokovima. Ukoliko iz istog posla, propusta ili greške osiguranika proističe više odštetnih zahteva smatra se da je nastao jedan osigurani slučaj bez obzira na broj odštetnih zahteva. Obzirom da je revizija postupak ispitivanja i ocene finansijskih izveštaja kao i podataka i metoda koji se primenjuju pri sastavljanju finansijskih izveštaja radi davanja stručnog mišljenja o realnosti i objektivnosti stanja imovine, kapitala, obaveza i rezultata klijenta revizije prisutan je revizorski rizik kao mogućnost iznošenja pogrešnog mišljenja u izveštaju revizora o istinitosti i objektivnosti finansijskih izveštaja. Kada govorimo o profesionalnoj odgovornosti revizora predmet osiguranja je zakonska odgovornost revizorske kuće prema korisnicima revizorskog izveštaja za čistu imovinsku štetu nastalu pri obavljanju ugovorene revizije. Čista imovinska šteta je šteta koja je nastala radnjom ili propustom revizora u sastavljanju revizije. Osiguranjem se obuhvata odgovornost za štete čiji je uzrok radnja ili propust nastao za vreme trajanja osiguranja, ukoliko te štete nisu nastale po isteku dve godine od prestanka osiguranja. U odsustvu osiguranja naplata pune štete od odgovornog lica - revizorske kuće može da dovede do njene materijalne propasti što je društveno neopravdano obzirom da revizija kao profesija obavlja društveno korisne aktivnosti. Osim plaćanja odštete, tužba protiv revizorske firme može takođe narušiti njen ugled po pitanju kvaliteta i dovesti do zatvaranja revizorskog preduzeća. Revizorske kuće se ne osiguravaju zato da bi drugome nanele štetu, već da zaštite sebe u slučaju da oni nekome i pored profesionalne pažnje (koncept dužne pažnje) prouzrokuju štetu. Revizor je u obavezi da ugovornu obavezu prema klijentu revizije obavlja uz poštovanje dužne pažnje i profesionalne obaveze izvršava uvažavajući zahtev pažnje dobrog stručnjaka što predstavlja strožiji profesionalni zahtev.

Institucija osiguranja stvara sigurnost na strani oštećenih lica obzirom da u slučaju osiguranja štetu nadoknađuje osiguravajuće društvo što je za oštećenog povoljnija i sigurnija alternativa nego da se obeštećenje zahteva od tuženog koji se može usled velikog iznosa odštete naći u finansijskim teškoćama. Oštećeno lice može dobiti naknadu pretrpljene štete od osiguravača bez vođenja sudskog spora sa osiguranikom čime se sam postupak obeštećenja čini jednostavnijim i ekonomičnijim. Nastupanjem osiguranog slučaja nastaje najvažnija obaveza osiguravača isplata naknade iz osiguranja koja je kod ove vrste osiguranja limitirana visinom pretrpljene štete i visinom sume osiguranja. Osnovna obaveza osiguranika – preduzeća za reviziju je ugovaranje osiguranja od profesionalne odgovornosti sa osiguravajućim društvom i plaćanje ugovorene premije. Krajnji rok osiguranja za revizorske kuće je vezan za datum izdavanja mišljenja pravnom licu (momenat dostavljanja izveštaja o izvršenoj reviziji klijentu – korisniku ugovorenih usluga revizije finansijskih izveštaja). Pre iznošenja mišljenja o finansijskim izveštajima revizor nije mogao pričiniti imovinsku štetu korisnicima pa se od njega i ne zahteva osiguranje od profesionalne odgovornosti. Sa dostavljanjem izveštaja o izvršenoj reviziji nastaje obaveza osiguranja.

Ovu zakonsku obavezu na početku uvođenja obavezne revizije finansijskih izveštaja u našoj zemlji dosta revizorskih kuća nije poštovalo. Poslednjih godina sve je veći broj revizorskih kuća koje se osiguravaju od posledica koje bi mogle nastati obavljanjem profesionalnih dužnosti. Ovakva tendencija pozitivno utiče na razvoj osiguranja i samim tim privredni rast u zemlji kroz veći kvantum investiranja društava osiguranja kao i na razvoj same revizorske profesije što za posledicu ima unapređenje transparentnosti u radu privrednih društava obveznika revizije. Poslednjim Zakonom o reviziji predviđena je novčana kazna u iznosu od 300 000 do 3 000 000 dinara za privredni prestup ukoliko se preduzeće za reviziju ne osigura od rizika odgovornosti za štetu koju može da prouzrokuje pogrešno izraženo mišljenje licenciranog ovlašćenog revizora (Zakon, 2013, član 99).

Prisutne su stroge zakonske odredbe o odgovornosti revizora i u drugim zemljama gde je profesija revizije razvijenija nego kod nas kao i u zemljama iz okruženja. U SAD štete koje proizlaze iz revizorskog rada odnose se na odgovornost prema trećim stranama po običajnom pravu i saveznom zakonu o vrednosnim papirima. Kada se utvrdi da je optuženi revizor znao za prevaru ili je u njoj učestvovao zahteva se solidarna odgovornost za nastalu štetu. U Nemačkoj i donekle u Austriji postoji izričita granica revizorovog maksimalnog izlaganja šteti. Tako je u Nemačkoj ograničena odgovornost revizora na 4 miliona evra za tužbe o profesionalnim greškama napravljenim tokom pružanja usluga revizije. U zemljama kao što su Holandija i Danska revizori mogu potpisati ugovore sa svojim klijentima uz određivanje svoje odgovornosti. U Francuskoj postoji dobro zasnovan sistem zajedničkih revizija u kojima se bar dva statutarna revizora imenuju na godišnjim sastancima javnih preduzeća i izveštaj revizora mora biti potpisan od strane oba revizora. U Velikoj Britaniji Zakonom o preduzećima revizorske firme imaju solidarnu odgovornost slično saveznom zakonu o vrednosnim papirima u SAD što znači da revizore tužioci mogu tužiti za celokupan iznos štete čak i ako nisu primarno odgovorni za greške u finansijskim izveštajima. Poslednjih godina revizorska profesija Velike Britanije sprovodila je kampanje da uveri vladu da promeni zakone o odgovornosti revizora na proporcionalnu odgovornost ili najmanje ugovorno ograničenje odgovornosti. Profesija u Velikoj Britaniji traži fiksiranje granice na osnovu višestrukog iznosa revizorske naknade jer bi revizorska naknada bila razumna osnova za veličinu, rizik i složenost klijenta što bi istovremeno osiguralo kvalitet revizije bez ugrožavanja opstanka revizorske firme. Još uvek nije došlo do značajnijih promena u definisanju odgovornosti revizora u ovoj zemlji. Institut ovlašćenih računovođa Škotske (ICAS) u najvećoj meri se zalaže za uspostavljanje proporcionalne odgovornosti kao najefikasnije i najpravednije dugoročno rešenje problema stepena odgovornosti revizora za pretrpljene gubitke korisnika revizorskog mišljenja. U Republici Hrvatskoj revizorska društva i samostalni revizori država članica Evropske unije i drugih država ne mogu dobiti dozvolu Komore za obavljanje usluga revizije ako nisu ugovorili osiguranje od odgovornosti za štetu kod osiguravača u Republici Hrvatskoj. Osiguranim slučajem smatra se svaki pojedinačno određen propušten oblik pravne zaštite ili učinjena pogreška kojom se trećim osobama prouzrokuje šteta. Za štetu koju bi revizorsko društvo moglo pričiniti obavljanjem usluga revizije bankama, penzionim i investicionim fondovima i osiguravajućim društvima propisan je minimalni iznos pokrića po štetnom događaju u iznosu od tri miliona kuna. U 2018. godini Hrvatske kompanije su na reviziju potrošile ukupno 18 miliona evra, a na poreski konsalting 5 miliona evra.

Revizorsko tržište kod nas i u okruženju je u sponu usled porasta zainteresovanosti stranih investitora za ulaganja u naša preduzeća a kao osnovna informacija koja se tom prilikom zahteva jesu revidirani finansijski izveštaji. Usluge internacionalnih revizorskih kuća „Big Four“ koristila je četvrtina kompanija sa liste top 500 srpskih firmi dok su ostali angažovali lokalne revizorske kuće. Cena usluge revizije domaćih revizorskih preduzeća je znatno niža ali da bi neko preduzeće dobilo angažman u inostranstvu poželjno je da angažuje renomiranu revizorsku kuću u procesu revizije svojih izveštaja. U sektoru osiguranja u 2018. godini 73% revizorskog tržišta zauzele su tri od četiri velike revizorske firme.

Regulativa sektora osiguranja kao preduslov uspešnih integracija

S obzirom da su osiguravajuća društva značajni učesnici finansijskog tržišta i ubrajaju se u finansijski sektor nije iznenađujuća pojačana regulativa od strane države upravo u ovoj oblasti. Nastanak i dejstvo Svetske ekonomske krize 2008. godine imalo je velikog odraza na izmenu postojeće regulative u osiguranju. Narodna banka Srbije doprinosi očuvanju i jačanju stabilnosti finansijskog sistema kroz obavljanje funkcije regulatora i supervizora najvećeg dela finansijskog sektora Republike Srbije, uključujući i sektor osiguranja. Nakon bankarskog, sektor osiguranja je drugi po važnosti segment finansijskog sektora u RS, sa ukupnom premijom od 98 evra po glavi stanovnika i učešćem ukupne premije u bruto domaćem proizvodu sa 2,0% u 2017. godini (Global economic prospects, 2018.,

p. 124). Na kraju 2018. godine na tržištu je poslovalo 20 društva, od čega 16 društava za osiguranje i četiri društva za reosiguranje (www.nbs.rs/nadzor-osiguranja). Prema vlasničkoj strukturi kapitala društava su u većinskom stranom vlasništvu, pre svega iz Evropske unije. Najveći broj društava u Republici Srbiji su zavisna društva grupa iz Austrije, Slovenije, Italije, Francuske i Hrvatske.

Narodna skupština Republike Srbije je 18. decembra 2014. godine usvojila novi Zakon o osiguranju kojim je izvršeno usklađivanje domaće regulative sa okvirom Solvency I, uz implementaciju određenih zahteva Solvency II. Izmene Solvency II u Evropskoj uniji izvršene su tokom 2014. godine, ali nisu bili doneti akti i mere za njenu implementaciju. Zakon o osiguranju počeo je da se primenjuje 27. juna 2015. godine, do kada je Narodna banka Srbije donela 14 odluka, a Vlada Republike Srbije uredbu kojima se bliže uređuju pojedina pitanja značajna za obavljanje delatnosti osiguranja čime su obezbeđeni preduslovi za razvoj i unapređenje delatnosti osiguranja i zaštitu korisnika usluga osiguranja u RS. Zakonom o osiguranju i podzakonskim aktima koji su doneti na osnovu ovog zakona uređeno je osnivanje društva i početak obavljanja delatnosti, tj. izdavanje dozvole za obavljanje poslova osiguranja u skladu sa zahtevima Solvency II. Propisani su uslovi za obavljanje delatnosti osiguranja i uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja. Uspostavljena su pravila za vrednovanje imovine i obaveza društva, pre svega tehničkih rezervi za pokriće svih obaveza iz ugovora o osiguranju i adekvatnosti kapitala. Predviđena je liberalizacija sektora osiguranja putem slobode osnivanja ogranaka i slobode pružanja usluga osiguranja od dana pristupanja RS Evropskoj uniji. Implementirani su zahtevi Solvency II u pogledu obaveza društava da, pre zaključenja ugovora o osiguranju i za vreme njegovog važenja, adekvatno informišu ugovarača osiguranja uz propisivanje minimalnog sadržaja takvog obaveštenja. Prvi put je predviđena i mogućnost vršenja supervizije grupe društava. Reorganizacija i likvidacija društava su u značajnoj meri uređene u skladu sa pravilima koja se primenjuju i u Evropskoj uniji (Zakon o stečaju i likvidaciji banaka i društava za osiguranje koji je Narodna skupština Republike Srbije usvojila 3. februara 2015. godine). Prema važećem Zakonu o osiguranju delatnost osiguranja mogu obavljati: društva za osiguranje kao akcionarska društva i društva za uzajamno osiguranje. (Zakon, 2014, član 20.)

Usvojenom Strategijom za implementaciju Solvency II u RS, koju je jula 2016. godine usvojila NBS, predviđena je njena fazna implementacija u domaćem sektoru osiguranja: (Strategija, www.nbs.rs)

- Faza I – analiza usklađenosti;
- Faza II – procena efekata i
- Faza III – usklađivanje regulatornog okvira

Analiza usklađenosti Solvency II i regulative osiguranja u RS izvršena je u okviru prve faze implementacije Direktive. Ova faza trajala je do kraja prvog tromesečja 2017. godine. Rezultati analize identifikuju domaće propise koje je potrebno izmeniti/dopuniti, odnosno nove propise koje je potrebno doneti kako bi se postigla njihova puna usklađenost sa Solvency II. Takođe, izvršena je analiza mogućnosti isključenja primene direktive Solvency II na mala društva i analiza spremnosti i kapaciteta društava za impementaciju Solvency II.

Detaljnijom gep analizom utvrđeno je da je izvršeno potpuno usklađivanje s petinom i delimično usklađivanje s desetinom odredaba Direktive Solvency II. Utvrđeno je da je najveći nivo usklađenosti postignut u okviru kvalitativnih zahteva drugog stuba. Prvi stub Solvency II nije implementiran, te je potrebno izvršiti usklađivanje s novim kvantitativnim zahtevima, koji, pre svega obuhvataju pravila za obračun tehničkih rezervi za utvrđivanje solventnosti, kao i obračun adekvatnosti kapitala. Analizom je utvrđeno da će usklađivanje sa zahtevima trećeg stuba, koji se odnose na izveštavanje supervizora i objavljivanje unapred utvrđenih informacija od strane društava, biti značajnije u fazi implementacije nego pri samom usklađivanju regulative. Potrebno je uspostaviti okvir supervizije grupe u skladu s novim pravilima i uskladiti zahteve koji se odnose na prestanak rada društva u okviru Evropske unije. Članom 4. Direktive predviđeno je isključenje zahteva Solvency II na tzv. mala društva

koja zadovoljavaju propisane uslove, a koja mogu da posluju unutar jedne zemlje i čija dozvola za rad se ne tretira kao „evropski pasoš“. Analizom je ustanovljeno da bi sva društva u RS bila obuhvaćena zahtevima Solvency II i da, prema raspoloživim informacijama, u režimu malih društava ne bi bilo nijedno postojeće društvo. Analiza spremnosti i kapaciteta društava za implementaciju Solvency II obuhvatila je analizu dosadašnje implementacije drugog stuba i analizu sveobuhvatne spremnosti društava za implementaciju Solvency II. Analiza implementacije drugog stuba sagledana je kroz uspostavljanje ključnih funkcija i kvaliteta sopstvene procene rizika i solventnosti društava (ORSA), pri čemu je utvrđeno da u ovom segmentu postoji adekvatan nivo spremnosti i kapaciteta za implementaciju Solvency II. Analizom sveobuhvatne spremnosti društava za implementaciju Solvency II utvrđeno je da je sektor osiguranja u RS značajan akcenat stavio na implementaciju Solvency II i da većina društava smatra da će Solvency II imati pozitivan efekat na njihovo poslovanje. U društvima smatraju da zaposleni nemaju dovoljno znanja o Solvency II i da postoji velika potreba za unapređenjem kapaciteta, uz očekivanu podršku matičnih kompanija iz Evropske unije i Narodne banke Srbije. Određen broj društava, kao deo grupa iz Evropske unije, već ima određena iskustva u primeni Solvency II, pri čemu društva ističu kompleksnost prvog stuba koji se odnosi na kvantitativne zahteve.

U okviru druge faze – procena efekata, izvršiće se procena efekata implementacije Solvency II na sektor osiguranja u Republici Srbiji. Ova faza će trajati do kraja prvog polugodišta 2021. godine. Procena efekata implementacije će obuhvatiti i sprovođenje kvantitativnih studija uticaja zahteva prvog stuba Solvency II na adekvatnost kapitala i tehničke rezerve društava i sektora osiguranja u celini. U definisanom periodu biće sprovedene najmanje dve kvantitativne studije uticaja, i to: – Prva kvantitativna studija uticaja (QIS 1) – sprovedena je u toku 2018. godine sa ciljem testiranja uticaja kvantitativnih zahteva prvog stuba Solvency II na adekvatnost kapitala i tehničke rezerve društava na pojedinačnoj osnovi prema podacima društava sa stanjem na dan 31.12.2017. godine, kao i ocene nivoa spremnosti i kapaciteta društava za implementaciju kvantitativnih zahteva Solvency II i definisanje ključnih područja za dalje unapređenje postojećeg regulatornog okvira. Druga kvantitativna studija uticaja (QIS 2) sprovedi se tokom 2019. godine prema podacima društava na dan 31.12.2018. godine, sa ciljem testiranja efekata pune primene kvantitativnih zahteva prvog stuba Solvency II na adekvatnost kapitala i tehničke rezerve društava. Vršiti se procena mogućnosti za faznu implementaciju pojedinih zahteva prvog stuba, kao i za dodatnu ocenu stepena napretka spremnosti i kapaciteta društava za implementaciju Solvency II. Nakon definisanja predloga za implementaciju zahteva prvog stuba Solvency II moguće je sprovođenje i dodatnih kvantitativnih studija uticaja u toku 2020. i 2021. godine u cilju daljeg testiranja i poboljšanja predloga i rokova za faznu implementaciju Solvency II, kao i daljeg unapređenja spremnosti i kapaciteta društava za primenu novog regulatornog okvira.

Izrada nacrti i predloga propisa neophodnih za uspostavljanje novog regulatornog okvira za obavljanje poslova osiguranja i reosiguranja u RS vršiće se na osnovu rezultata detaljne analize usklađenosti i sprovedenih kvantitativnih studija uticaja. Ova faza će obuhvatiti izradu nacrti (izmena i dopuna) Zakona o osiguranju, najkasnije do kraja prvog polugodišta 2021. godine, i pratećih podzakonskih akata, najkasnije do kraja 2021. godine, kojima će se transponovati okvir Solvency II u RS u delu koji se odnosi na obavljanje poslova osiguranja i nadzor društava za osiguranje. Takođe, najkasnije do kraja trećeg tromesečja 2021. godine biće izrađen i nacrta (izmena i dopuna) Zakona o stečaju i likvidaciji banaka i društava za osiguranje kojim će se transponovati okvir Solvency II u delu koji se odnosi na reorganizaciju i likvidaciju/stečaj društava za osiguranje u RS. Krajnji rezultat ove faze je sačinjavanje nacrti i predloga propisa kojima će se obezbediti puno usklađivanje sa zahtevima Solventnosti II, s tim da će se pojedine odredbe te regulative primenjivati od datuma pristupanja RS Evropskoj uniji.

Odlukom o sistemu upravljanja u društvu za osiguranje prvi put su u RS utvrđeni kvalitativni zahtevi Solvency II koji obuhvataju ključne funkcije (upravljanje rizicima, sistem internih kontrola,

aktuarska funkcija i interna revizija), ORSA- u (društva su prvi put izvršila sopstvenu procenu rizika i solventnosti u 2015. godini) i poveravanje poslova trećim licima. Odlukom o sadržini mišljenja ovlašćenog aktuara utvrđena je obaveza davanja mišljenja o tehničkim rezervama, premiji i reosiguranju prema zahtevima Solvency II u pogledu sadržaja mišljenja aktuarske funkcije. Odlukom o uslovima i načinu vršenja nadzora nad poslovanjem društva za osiguranje i drugih subjekata nadzora u delatnosti osiguranja utvrđeni su zahtevi u pogledu uspostavljanja supervizije zasnovane na proceni rizika u skladu sa Smernicama EIOPA-e o procesu supervizije. Odlukom o sprovođenju odredaba Zakona o osiguranju koje se odnose na izdavanje dozvole za obavljanje poslova osiguranja i pojedinih saglasnosti Narodne banke Srbije detaljno su regulisani zahtevi u pogledu podobnosti lica koja upravljaju/nadziru društva, za sticanje kvalifikovanog učešća u društvu, u skladu sa Solvency II i Smernicama EIOPA-e, pri čemu su zahtevi u pogledu podobnosti za aktuarsku funkciju usklađeni sa kriterijumima Solvency II, kroz Odluku o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenog aktuara. Pojedini elementi kvantitativnih zahteva I stuba Solvency II, kao što su kvalitet podataka, segmentacija, poređenje sa iskustvom i adekvatnost tehničkih rezervi, propisani su Odlukom o tehničkim rezervama.

Zbog prirode osiguranja i njemu svojsvene kompleksnosti, prilikom donošenja poslovnih odluka i preduzimanja poslovnih aktivnosti potrebno je tržišnim subjektima omogućiti bolju dostupnost informacija. Transparentnost i dostupnost informacija neophodni su preduslovi za uspostavljanje i funkcionisanje tržišnih mehanizama i tržišne discipline. Veća potreba za transparentnošću osiguravajućih društava u odnosu na druge privredne subjekte postoji usled kompleksnosti poslovanja osiguravajućih organizacija koja proističe iz mogućnosti nastanka sistemskih i operativnih grešaka u proceni budućih prihoda i rashoda društva pod dejstvom raznih faktora. Posebno otežavajući faktor predstavlja postojanje znatne vremenske distance između predviđanja obaveza i njihovog nastupanja. Izražena je potreba da sva zainteresovana lica i finansijska javnost budu upoznati sa okolnostima koje karakterišu tržište osiguranja i da raspolažu sa potpunim i kvalitetnim informacijama o osiguravajućim društvima. Od raspoloživosti kvalitetnim informacijama zavisi pravovremeno i pravilno donošenje odluka. Informacije treba da budu sveobuhvatne, kvalitetne i pouzdane kako bi investitorima bilo omogućeno da donesu poslovne odluke o tome u koje će društvo uložiti svoj kapital. Osiguranici su zainteresovani za kvalitetne i pouzdane informacije kako bi bili uvereni u izvesnost naplate svojih potraživanja ukoliko ona nastanu prema osiguravajućem društvu, ili naplate izvesnih potraživanja od strane korisnika osiguranja ako govorimo o životnom osiguranju.

Nesumljivo, nezavisna revizija doprinosi smanjenju informacionog rizika kome su korisnici finansijskih izveštaja osiguravajućeg društva izloženi, dajući potrebni kredibilitet informacijama sadržanim u izveštajima koje priprema menadžment. Na ovaj način, delujući na povećanje pouzdanosti prezentiranih finansijskih izveštaja revizija doprinosi uspostavljanju tržišnih mehanizama i opšte svesti o ulozi finansijskog sektora i osiguranja kao veoma bitnih segmenata ekonomije i potencijalnih pokretača privrede.

Zaključak

Nezavisni revizor iznošenjem mišljenja u revizorskom izveštaju potvrđuje ili osporava kredibilitet obelodanjenih finansijskih izveštaja sugerišući na taj način potencijalnim i sadašnjim investitorima i osiguranicima finansijsku sigurnost i stabilost osiguravajuće kompanije. Zahvaljujući postojanju obaveze vršenja revizije finansijskih izveštaja obeshrabruje se eventualna namera menadžmenta osiguravajućih društva da vrše finansijske obmane ili prezentuju lažne finansijske izveštaje. Značaj obavljanja revizije u delatnosti osiguranja dodatno je naglašen u činjenici da su osiguravajuće kompanije društva kapitala većinski finansirane stranim kapitalom čije ulaganje je bilo uslovljeno obavljanjem revizije finansijskih izveštaja. Propisana je obaveza postojanja pozitivnog mišljenja

revizora za kompanije u čije akcije ulažu osiguravajuća društva pa se revizija pojavljuje kao dodatni filter sigurnosti plasmana osiguravajućih društva i zaštiti interesa osiguranika.

Revizija kao profesija nastoji da udovolji zahtevima korisnika svojih usluga implementirajući nove metode revizorskih provera sa ciljem poboljšanja kvaliteta revizorskog procesa pa samim tim i nivoa kredibiliteta koji obezbeđuje finansijskim izveštajima. Unapređenje procesa revizije i prilagođavanje promenjenim zahtevima korisnika revizijskih usluga treba da bude kontinuirana aktivnost koja se neminovno mora sprovoditi i u perspektivi. U tom smislu razvoj i usaglašavanje regulative profesije revizije stajace u funkciji daljeg razvoja kako delatnosti osiguranja tako i ukupnog finansijskog sistema.

Ključni regulatorni događaj za stabilnost i razvijenost sektora osiguranja imalo je donošenje Zakona o osiguranju 2004. godine kada je Narodna banka Srbije preuzela nadzor nad radom sektora od Ministarstva za finansije. Značajna izmena postojeće regulative usledila je 2014. godine sa ciljem usaglašavanja našeg regulatornog okvira sa evropskom regulativom u procesa pridruživanja Republike Srbije EU. U Evropskoj uniji počela je da se primenjuje Direktiva Solvency II od 1. januara 2016. godine. Izvršni odbor NBS usvojio je na sednici 7. jula 2016. godine Strategiju za implementaciju Solventnosti II u RS. U Zakonu o osiguranju koji je u primeni planirana je fazna implementacija Solventnosti II zasnovana na nivou uklađenosti sa evropskom regulativom: faza I – analiza usklađenosti, faza II – procena efekata i faza III – usklađivanje regulatornog okvira. Aktivnosti na usaglašavanju regulative tržišta sektora osiguranja u našoj zemlji usmerene su upotpunosti na obezbeđenju harmonizacije regulative sa evropskim tekovinama.

Do sada je ostvareno značajno približavanje sektora osiguranja u Republici Srbiji sektoru osiguranja u Evropskoj uniji, što se posebno ogleda u pravilima kojima se uređuje obavljanje delatnosti osiguranja, ulasku na domaće tržište i poslovanju zavisnih društava lica iz Evropske unije, transferu specifičnih znanja iz matičnih kompanija, razvoju novih proizvoda osiguranja u Republici Srbiji, kontinuiranom razvoju životnih osiguranja, kao i unapređenju nivoa zaštite korisnika usluga osiguranja.

Dalje približavanje sektora osiguranja Republike Srbije nivou razvoja ovog sektora u Evropskoj uniji zavisice od opšte ekonomske situacije i daljeg unapređivanja regulatornog okvira i prakse osiguranja u Republici Srbiji.

Reference

1. Global economic prospects, World Bank, January 2018., Global insurance reiveiew 2017 and outlook 2017/18, Swiss re, November 2018, World insurance in 2017, Swiss re, Sigma No 3/2018, jun 2019
2. Ljubisavljević, S. (2000), *Uloga eksternog revizora u okruženju*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac
3. Ljubisavljević, S., Jovković, B. (2016), *Revizija finansijskih izošetaja*, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Kragujevac
4. Sektor osiguranja u Srbiji - Izveštaj za 2018. godinu, Narodna banka Srbije, www.nbs.rs/nadzorosiguranja/izvestaj_za_2018._godinu, pregled jun 2019. godine.
5. Solvency II: an integrated risk approach for European insurers, Sigma No. 4/2016., Zurich, Swiss Re, 2016. p. 8, www.swissre.com/sigma pregled jun 2017.
6. Stefanović, R. (2007), *Čitanje bilansa stanja*, prevod sa engleskog, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
7. Wyman, O., Stanley, M., „Solvency II: Quantitative & Strategic Impact“, 2010. izvor: www.morganstanley.com/views/perspectives/strategic_impact.pdf/ pregled jun 2019.
8. Zakon o osiguranju, "Sl. glasnik RS", br. 55/2004, 70/2004 - ispr., 61/2005, 61/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 101/2007, 63/2009 - odluka US, 107/2009, 99/2011, 119/2012, 116/2013 i 139/2014 - dr. zakon

9. Zakon o računovodstvu i reviziji, Sl. Glasnik 46/2006 i 111/2009
10. Zakon o reviziji, Sl. Glasnik 62/2013
11. www.kor.rs/registri_preduzeca.asp
12. www.nbs.rs/internet/cirilica/60/60_2/index.html
13. www.nbs.rs/internet/latinica/60/60_5/strategija_solventnost_II.pdf
14. [www.nbs.rs/nadzor osiguranja](http://www.nbs.rs/nadzor_osiguranja)
15. <http://pretraga2.apr.gov.rs/ObjedinjenePretrage/Search>

IZAZOVI PRIMENE PROGRAMSKOG BUDŽETIRANJA

Mirjana Todorović* i Vesna Janjić**

Sastavni deo reforme i unapređenja upravljanja javnim finansijama se odnosi na unapređenje budžetskog procesa koje je fokusirano na identifikovanje prioriteta i optimizaciju potrošnje kako bi se podstakao privredni rast i pružile kvalitetnije usluge javne uprave. Jedan od alata unapređenja budžetskog procesa jeste programski budžet, kao oblik budžeta performansi. Programski budžet, prikazujući informacije o rashodima i izdacima po programima, programskim aktivnostima i projektima, ima za cilj da obezbedi efikasniju i efektivniju alokaciju i trošenje javnih sredstava. Istovremeno, treba da doprinese većoj odgovornosti za trošenje javnih sredstava, smanjenju političkog uticaja na budžetski proces i kreiranju veće vrednosti za javnost. Iako je programski budžet u značajnoj meri zaživeo i zastupljen je u praksi njegovu primenu prate brojni problemi i izazovi. Otuda, osnovni cilj postavljen ovim radom je da se identifikuju i analiziraju ključni problemi u primeni programskog budžetiranja, sa osvrtom na primenu u Republici Srbiji. U radu je primenjena kvalitativna metodologija istraživanja zasnovana na deskriptivnoj analizi. Na bazi relevantne literature, koja sadrži teorijske stavove i rezultate empirijskih istraživanja, biće izneti opšti zaključci o razmatranom predmetu istraživanja.

Ključne reči: javne politike, javna potrošnja, programski budžet, programi, ishodi, vrednost za javnost

Uvod

Proces budžetiranja treba posmatrati kao mehanizam za uspostavljanje ravnoteže između ograničenih javnih resursa, sa jedne strane i rastućih javnih potreba za nematerijalnim uslugama i materijalnim dobrima, sa druge strane. „Ograničeni“ i „rastući“ neizbežno dovode do konfliktne situacije, čije rešavanje u pravcu obezbeđenja veće efikasnosti upotrebe javnih resursa i obezbeđenja transparentnosti budžeta je dovelo do razvijanja različitih pristupa budžetiranju. Jedan od njih je programsko budžetiranje.

Ključne ideje programskog budžetiranja jesu rezultati, ciljevi i svrha, efektivnost, planiranje, racionalizacija i analiza (Swain, Reed, 2015). Programsko budžetiranje odražava zapravo, šta građani žele od javnih organizacija. To su pozitivni rezultati ili učinci, što kvalitetnije usluge, smanjenje kriminala, smanjenje zagađenja i sl. Otuda, programsko budžetiranje jeste najrasprostranjenija tehnika budžetiranja učinaka (Robinson, 2013, 239). Kao oblik budžeta performansi (učinaka), programski budžet treba da da odgovor na pitanja *kako uraditi više sa manje, kako kreirati kvalitetne javne usluge kada je budžet ograničen ili se smanjuje, kako odrediti prioritete i napraviti vezu sa resursima, kako obezbediti visoke standarde u domenu transparentnosti i odgovornosti javnih finansija*. Odnosno, programsko budžetiranje treba da doprinese povećanju efikasnosti i efektivnosti u alokaciji i trošenju javnih resursa.

Ideja programskog budžetiranja nije nova. U vezi sa reformom lokalne vlasti u Njujorku se pominje 1917. godine. Naime, Opštinski biro za istraživanja grada Njujorka je isticao da javni budžet treba da uključi detaljan pregled onoga što treba uraditi (aktivnosti) i specifikaciju troškova za te aktivnosti. Programsko budžetiranje je dobilo na popularnosti kao inovativna

* Vanredni profesor, e-mail: mtodorovic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: vesnajanjic64@gmail.com

tehnika budžetiranja početkom 60-ih dvadesetog veka u SAD. Naime, Robert McNamara je kao sekretar odbrane SAD preneo model programskog budžetiranja iz fabrike automobila Ford, gde je kao predsednik kompanije uveo sistem koji je značajno unapredio performanse (West, 2011). Od tada do današnjih dana programski budžet je evoluiralo i doživeo ekspanziju. Međutim, njegovu primenu prate brojni izazovi. Otuda, osnovni cilj postavljen ovim radom je upravo identifikovanje i analiza mogućnosti i ograničenja primene programskog budžetiranja. Aktuelni momenat vezan za Republiku Srbiju (RS) i usvajanje programskog budžeta u 2015. godini predstavlja dodatni podsticaj za sprovođenje ovog istraživanja.

Strukturu rada, pored uvoda i zaključka, čine četiri dela. U prvom delu se razmatraju najvažnije karakteristike programskog budžetiranja iz perspektive poređenja sa tradicionalnim budžetiranjem. Drugi deo rada se bavi procesom i efektima primene, dok se u trećem analiziraju ključni problemi primene. Četvrti deo rada je posvećen analizi trenutnog stanja i mogućnostima unapređenja budžetskog procesa u RS.

Karakteristike programskog budžetiranja

Tradicionalno i programsko budžetiranje imaju različite ciljeve, formu i informacionu moć. Različita je organizacija izrade budžeta, kao i vreme potrebno za njihovo donošenje. Njihovo poređenje, će otuda predstavljati dobru osnovu za identifikovanje najvažnijih karakteristika programskog budžetiranja (Pregled 1).

Dve su ključne karakteristike tradicionalnog (inkrementalnog, linijskog) budžetiranja, jedna je suštinska (kvantitativna), a druga formalna. U kvantitativnom smislu, tradicionalno budžetiranje podrazumeva da sadašnje odluke u vezi sa planiranjem javnih rashoda predstavljaju linearnu funkciju odluka u prošlosti (Lane, 2000). Iz formalne, tj. tehničke perspektive budžet se predstavlja u tačno određenoj formi, gde se rashodi prikazuju u formi linijskih stavki sa jasno uočljivom alokacijom resursa na određene korisnike. Prema tome, tradicionalno budžetiranje podrazumeva donošenje odluka o visini javnih rashoda u odnosu na realizovane rashode u prošlosti. Sredstva se alociraju po budžetskim linijama (objektima trošenja). Linijskim budžetiranjem se više vodi računa o pravilnoj budžetsko - računovodstvenoj formi evidentiranja poslovnih događaja, a manje o potrebi da se nosiocima vlasti i korisnicima javnih usluga pruže potrebne informacije za donošenje odluka u cilju sticanja pravog uvida u finansijske efekte izabranih ciljeva i rezultata upravljanja javnim finansijama (Kristić, 2012). Jedina mera uspeha tradicionalnog budžetiranja je stepen izvršenja budžeta u finansijskom smislu. Nema fokusa na rezultate i ishode, već na inpute. Tradicionalno budžetiranje ne podstiče štednju i efikasnost. Naprotiv, ustaljeno je mišljenje da *"ako se uštedi, onda će se u budućnosti izgubiti"* i da će to značiti da se *„uzima od uspešnih i daje manje uspešnim"*.

S druge strane, programskim budžetiranjem rashodi i izdaci se razvrstavaju prema programima, aktivnostima, njihovim ciljevima i rezultatima koji se postižu angažovanjem svih predviđenih resursa, a ne samo prema ekonomskim i organizacionim kategorijama. Nesporno je, dakle, da se programski budžet zasniva na učincima i ishodima. Programski budžet je međufunkcionalni jer podrazumeva angažovanje više departmana (funkcija) istovremeno, a ne fokusira se na pojedinačne departmane.

Za razliku od linijskog pristupa budžetiranju, u kojem se mogu utvrditi mesto, vrsta ili oblast trošenja budžetskih sredstava ali ne i kako će sredstva biti potrošena, u programskom budžetiranju se javlja još jedna važna kategorija - nosilac troškova. Na to kako će sredstva biti potrošena ukazuju budžetski programi i projekti na koje se vrši alociranje aktivnosti i troškova radi ostvarivanja određenog strateškog cilja. Na taj način, budžetski programi i projekti postaju

ključni nosioci informacija u sistemu vršenja javne vlasti. Njima se integrišu različiti elementi koji treba da stvore jedinstveni upravljački sistem u javnoj upravi i pruži sadržajna informaciona podrška. Međutim, kako bi kreirane informacije imale stvarnu upotrebnu vrednost neophodan je viši nivo znanja i razumevanja ovog tipa budžeta od strane svih učesnika u budžetskom procesu.

Pregled 1 Poređenje programskog i linijskog budžeta

PROGRAMSKI BUDŽET	LINIJSKI BUDŽET
Rashodi se prikazuju prema programskoj klasifikaciji	Rashodi se prikazuju prema ekonomskoj klasifikaciji
Programski budžet prikazuje svrhe rashoda i kakvi se rezultati ostvaruju	Nadležnosti se prepoznaju preko funkcionalne klasifikacije
Rashodi i izdaci se određuju prema uže definisanim nadležnostima korisnika	Nadležnosti budžetskih korisnika se finansiraju preko ekonomske klasifikacije
Uređenje namene i načina trošenja budžetskih sredstava sa prepoznatljivim nosiocem troškova	Uređenje mesta, vrste ili oblasti trošenja budžetskih sredstava
Akcent na učinku, rezultatima i efektima utrošenih budžetskih sredstava	Akcent na finansijskom izveštavanju i ekonomičnosti trošenja budžeta
Transparentniji i razumljiviji za građane	Nedovoljno transparentan za građane
Menadžment pristup upravljanju budžetskim finansijama u javnoj upravi	Institucionalni pristup upravljanju budžetskim finansijama u javnoj upravi

Izvor: Autori

Očigledno je da programski budžet klasifikuje rashode i izdatke prema uže definisanim nadležnostima korisnika budžeta, odnosno prikazuje:

- u koje konkretne svrhe se sredstva troše,
- na koji način je takva potrošnja povezana sa srednjoročnim ciljevima i
- kakvi se rezultati ostvaruju.

U programskom budžetu akcent je na učinku mera i aktivnosti finansiranih iz budžeta, a korisnici budžeta mogu da koriste informacije o učinku kako bi se procenila efektivnost i efikasnost potrošnje i utvrdili prioriteta. Prema tome, fokus je na realizaciji postavljenih ciljeva, na postignutim rezultatima i efektima, odnosno na očekivanoj efikasnosti budžetskih ulaganja u okviru postojećih budžetskih ograničenja.

Na bazi svega mogu se identifikovati ključne prednosti programskog budžeta u odnosu na linijski:

- postoji jedinstveni okvir za utvrđivanje prioriteta i bolje utvrđivanje prioriteta rashoda i izdataka,
- unapređuje koordinaciju javnih politika, postavljenih ciljeva i rezultata,
- inkorporira strategijsko i srednjoročno planiranje,
- transparentniji i razumljiviji,
- omogućava uočavanje neefikasnog trošenja,
- doprinosi unapređenju javnih usluga kroz procenu odnosa njihove cene i kvaliteta.

Proces javnog budžetiranja je determinisan faktorom vremena o čemu svedoči i precizno definisan budžetski kalendar. Operativna jednostavnost tradicionalnog budžetiranja čini ovaj pristup izuzetno prihvatljivim za svrhe kratkoročnog godišnjeg planiranja (Lane, 2000, 75). Prisutna jednostavnost u smislu donošenja i kontrole, zasnovanost na načelu kontinuiteta, obezbeđenje uporedivosti podataka i operativne stabilnosti doprinose da tradicionalno

budžetiranje opstaje u praksi iako mu se upućuju brojni prigovori. Zanimljiva je izreka Alena Ščika (Allen Schick, 2013) da će rat između inkrementalista i svih drugih biti završen, kada svi drugi shvate da su inkrementalisti pobedili. Vreme će pokazati da li će tako zaista i biti.

Proces i efekti primene programskog budžetiranja

Proces programskog budžetiranja obuhvata tri faze. Prva je faza planiranja, kako bi se utvrdilo na koje potrebe društva treba odgovoriti. Druga je programiranje, kojim se definišu višegodišnji programi koji doprinose realizaciji postavljenih ciljeva. Treća faza se odnosi na izradu budžeta (budžetiranje) za predviđene aktivnosti u okviru programa.

Prva faza, *planiranje* aktivnosti se mora realizovati u skladu sa definisanim nadležnostima organizacija javne uprave, ali i strateškim ciljevima države, sektorskim strategijama, akcionim planovima, ciljevima postavljenim programima i programskom strukturom i sl. Povećanje efikasnosti trošenja javnih resursa upravo nastaje kao rezultat procesa budžetiranja usmerenog na jasno definisane ciljeve (Morgan et al., 2015). Rezultati ili ishodi planiranih aktivnosti treba da budu u neposrednoj vezi sa ciljevima, na način da predstavljaju doprinos njihovom ostvarenju.

Programiranje, kao drugi korak, predstavlja srce programskog budžetiranja, što je njegoa ključna razlika u odnosu na druge pristupe budžetiranju. Ova faza podrazumeva pretvaranje postavljenih ciljeva u programske kategorije, odnosno prikazivanje javnih rashoda u formi programske klasifikacije. Analiza isplativosti (*cost-effectivness* analiza) treba da omogući donošenje ponekad i teških odluka šta treba da uđe u program (Hitch, 1996, 258). Suština je u tome da se razmišlja o aktivnostima i rashodima u kontekstu njihovog doprinosa definisanim ciljevima.

Zapravo, programsko budžetiranje u celini je poput identifikovanja problema kao dela većeg (šireg) problema i traženja rešenja za taj veći problem (Bandy, 2015). Njegova ključna snaga je u prepoznavanju dugoročnih ciljeva i pomaganju organizacijama da ove ciljeve ostvare na održiv način putem dugoročnih planova i programa. Dugoročno (strategijsko) planiranje u javnoj upravi treba da omogući da se ograničeni javni resursi koriste na način da donesu najviše društvene koristi i u krajnjem, društveno blagostanje. Programsko budžetiranje se upravo zasniva na strateškim planskim dokumentima i ne može se implementirati na pravi način ukoliko nema polazište u strateškim dokumentima. Faza programiranja omogućava uspostavljanje veze između strateškog planiranja i operativnog, godišnjeg budžetiranja. Otuda, od ove faze suštinski zavisi realizacija strateških ciljeva. Kreiranje veze između planiranja i programiranja je od ključnog značaja, jer se time obezbeđuje da politika vodi programe, programi prate raspoložive resurse (finansijska ograničenja), a programi vode projekte (Allen, Tommasi, 2004, 202).

U fazi *budžetiranja* procenjuju se troškovi neophodni za realizaciju planiranih aktivnosti u određenom vremenskom periodu. Imajući u vidu nesklad između ograničenih resursa i rastućih potreba u ovoj fazi treba preispitati sve programe, sagledati značajnost i odrediti prioritete u odnosu na realno očekivane prihode.

Kao rezultat ovog procesa nastaje programski budžet koji prezentuje budžetske informacije po programima, koji imaju zajednički strateški cilj i programskim aktivnostima. Na ovaj način koncipiran budžetski proces se može okarakterisati kao veoma racionalan, budući da rezultira u višegodišnjim, kontinuiranim finansijskim planovima usmerenim ka efikasnijem trošenju javnih sredstava i stvaranju učinaka u skladu sa postavljenih ciljevima, što zajedno doprinosi kreiranju vrednosti za javnost. Reč je o vrednosti koju organizacije javne uprave stvaraju svojim delovanjem, dok je javnost određuje s obzirom na svoje preferencije. Vrednost za javnost nije

jednostavno izraziti. Da bi neko dobro ili usluga imali vrednost za javnost, nije dovoljno da su oni samo poželjni za javnost, već da su građani spremni nečega da se odreknu kako bi nešto drugo stekli ili koristili (*willingness to pay*) (Čupić, 2019).

Programski budžet omogućava efikasnije upravljanje javnim finansijama i vođenje javnih politika, ali i bolje identifikovanje prioriteta u društvu (Coombs, Jenkins, 2002). Veza između programskog budžeta i javnih politika je očigledna. Pomenuti programi, programske aktivnosti i projekti ukazuju na ciljeve javnih politika. Istovremeno, ukazuju na pokazatelje učinka, što omogućava sagledavanje i praćenje rezultata sprovođenja javnih politika. Pomeranjem fokusa sa praćenja različitih kategorija troškova koji nastaju u pružanju određenih javnih usluga i obavljanja javnih delatnosti, na rezultate, učinke i ishode zbog kojih ti troškovi nastaju (Kabok, 2016, 117-130) povećava se efikasnost javne uprave u kreiranju vrednosti za javnost (*Uputstvo za izradu programskog budžeta*, Ministarstvo finansija RS). Kao posledica, omogućava se bolje upravljanje učinkom javne uprave, veća odgovornost korisnika budžeta, uspostavljanje snažnijih veza između godišnjeg budžeta, utvrđivanja prioriteta rashoda i izdataka i sprovođenja javnih politika. Kvalitetni sistemi merenja učinaka poboljšavaju transparentnost i komunikaciju između različitih nivoa vlasti, a samim tim i jačaju poverenje javnosti i građana. Konačno, ostvaruje se pozitivan uticaj na čitav budžetski proces, na ukupnu efikasnost i efektivnost korišćenja sredstava, ali se i smanjuje obim političkog uticaja na raspodelu budžetskih sredstava.

Iz perspektive javne administracije programsko budžetiranje takođe, pruža određene prednosti. Prvo, usmerava pažnju menadžera na efektivnost administrativnog osoblja. Ono je i osmišljeno da pomogne menadžerima da unaprede efektivnost svojih organizacija, naročito onih koje imaju brojne organizacione jedinice koje pružaju različite usluge. Drugo, proces formulisanja ciljeva omogućava organizaciji da periodično revidira šta zapravo želi da postigne usled promena eksternog okruženja. Jasno formulisani ciljevi omogućavaju da društvena zajednica sagleda vezu između onoga što vlada želi da postigne, kako se ti ciljevi transformišu u konkretne aktivnosti i programe i onoga što nastaje kao rezultat. Praktično objektiviziranje namera kroz programski budžet daje podršku njegovom usvajanju i odobravanju, čime zapravo, postaje ugovor kojim se stvara obaveza za njegovo izvršenje. Treće, programsko budžetiranje omogućava određivanje troškova usluga i relativni značaj aktivnosti koje realizuju zaposleni u organizaciji. Prikazivanjem ciljeva, programskih aktivnosti i planiranog iznosa finansijskih sredstava za njih jasno se ukazuje šta je važno i zašto. Ovo je posebno važno za programe od kojih se očekuje "*da sami sebe finansiraju*" kroz naplaćivanje provizije (cene) neke usluge.

Ograničenja i problemi primene programskog budžetiranja

Problemi u vezi sa implementacijom programskog budžetiranja postoje na više nivoa. Može se govoriti o problemima koji su povezani sa neadekvatnom pripremom za primenu, o operativnim problemima koji nastaju u toku procesa budžetiranja, ali i o problemima koji su povezani sa samom suštinom i karakteristikama programskog budžetiranja. Nezavisno od uzroka svi ovi faktori, negativnog dejstva, čine programsko budžetiranje neefektivnim. Njihovo identifikovanje, analiza i otklanjanje su od presudnog značaja za uspešnu primenu programskog budžetiranja.

Jedna od pozitivnih karakteristika programskog budžetiranja jeste da omogućava inkorporiranje strateških ciljeva u operativno planiranje. Međutim, nije uvek jednostavno u praksi povezati stratejsko sa operativnim planiranjem. Predstavnicima vlasti, pa i građanima daleko je bliži budžet kao operativni plan delovanja u jednogodišnjim vremenskim intervalima. Problem nastaje i otuda što se predstavnici vlasti biraju u određenim, najčešće srednjoročnim političkim ciklusima, tako da su moguće, a često i poželjne izmene u kursu politike koje se vode.

Tome treba pridodati i promene u potrebama ili očekivanjima građana. Sve to zajedno može uticati na izmenu strategijskih ciljeva, što treba da prate i promene programa, programskih struktura i aktivnosti do nivoa operativnog budžetiranja na godišnjem nivou.

Često se ističe da je srednjoročno planiranje suviše "fluidno" (Đokić, 2014), a da programskom budžetu nedostaje konkretnost. Programi se uglavnom predstavljaju opisno i kroz ciljeve koje treba postići, a programske aktivnosti su prilično široko postavljene. Takođe, struktura neophodnih rashoda za realizaciju navedenih aktivnosti nije očigledna ni jasna. Kao rezultat može doći do neracionalne potrošnje resursa, a problem se usložnjava usled otežane kontrole. Veoma je teško ili čak nemoguće porediti i kontrolisati programe različitih organizacija istog nivoa vlasti. Odgovor se može tražiti u reviziji svrsishodnosti, ali je i tu otvoreno pitanje stvarnih dometa.

Nepostojanje detaljnih istorijskih podataka po stavkama kao kod tradicionalnog budžetiranja može zamagliti (prikriti) česte promene podprograma i informacija o efikasnosti programskih operacija. Ovo se može desiti u velikim organizacijama, gde se pod programom zapravo, široko posmatrano, mogu podrazumevati gotovo sve aktivnosti svih jedinica. Problem može nastati i usled loše centralne koordinacije kada različiti delovi institucije imaju različito razumevanje planiranja, programiranja i budžetiranja (Đokić, 2014). Promene u nekim organizacionim jedinicama mogu da budu značajne kroz vreme, ali to neće biti prikazano kroz budžetski proces, niti će se uočiti kroz reviziju, zato što se naziv programa i potrošeni iznos novaca ne menjaju previše tokom tog vremena.

Suštinski problem sa budžetiranjem i budžetom, nezavisno od pristupa, je taj što se često više shvata kao ovlašćenje ali ne i obaveza. Budžetske pozicije bi trebalo shvatiti kao ovlašćenje, ali još više kao odgovornost i obavezu za određeno trošenje, koje je dodeljeno određenoj organizaciji javne uprave u tačno određenom iznosu za određeni period vremena. Međutim, prisustvo različitih interesa i interesnih grupa, pregovaranja i lobiranja, jasno ukazuju na snažno prisustvo političkog faktora u procesu budžetiranja, što često rezultira u postojanju ovlašćenja za trošenje, a znatno manje odgovornosti i obaveza u vezi sa tim. Programsko budžetiranje rešenje traži u definisanju indikatora rezultata. Međutim, važno pitanje se odnosi na merenje učinaka, i to koje učinke i kako ih meriti. Efekata neće biti ukoliko se učinci definišu sa namerom da se opravdaju veća trošenja javnih sredstava ili produžavanja finansiranja nekih programa. Neophodno je da postoje strogi uslovi u vezi sa određivanjem pokazatelja učinaka. Takođe, usled nepostojanja adekvatnih povratnih informacija gubi se mogućnost unapređenja sistema planiranja i izvršenja budžeta u budućnosti. Isto tako, postavlja se pitanje cene merenja učinaka i da li kreirane informacije imaju dovoljnu upotrebnu vrednost da opravdaju trošenja za potrebe njihovog kreiranja. Prema tome, potencijalni doprinos transparentnosti i odgovornosti za trošenje budžetskih sredstava ne mora biti ostvaren.

Sa druge strane, treba istaći ograničenja vezana za političke posledice trošenja javnih sredstava u formi programskih aktivnosti. Programom se jasno ukazuje koja se usluga pruža i ko je ciljna grupa. Otuda, teže je sprovesti redukcije budžeta nego kod tradicionalnog (*line-item*) budžetiranja. Dva su razloga tome. Prvi, jasno se vidi ko su gubitnici ukoliko dođe do rezanja budžeta (npr. smanjenje broja zaposlenih - odloženi efekat posledica, naknadno se vide). Drugi, rezanje budžeta je teže sprovesti zato što programski budžet prepoznaje i predstavlja odgovor na integrisanost i povezanost čitave organizacije. Eliminisanje ili redukcija nekog dela utiče na sve druge, zato treba sprovoditi neku vrstu predplaniranja. Suština bi bila u tome da se na bazi informacija iz programskog budžetiranja, koje ukazuju na neefektivnost pojedinih programa, javna sredstva realociraju. Međutim, evidentnu povećanu transparentnost ne prate akcije, tj. odluke. Usled toga potencijal programskog budžetiranja da omogući budžetske uštede postaje ograničen.

Brojna istraživanja pokazuju da budžetiranje performansi nije jednostavno implementirati, da zahteva ekstenzivnu pripremu, pravu strategiju, kao i odlučnost i istrajnost političkih aktera koji žele ovakav budžet (*Performance budgeting*, European Parliament). Po nekim mišljenjima budžetiranje performansi je osuđeno na neuspeh, zato što je budžetiranje po svojoj prirodi politički, a ne racionalni proces i područje javnog upravljanja, što "učinci" nisu visoko na listi prioriteta političkih aktera, što se resursi uglavnom alociraju po inerciji, a ne na bazi objektivnih kriterijuma.

Osvrt na primenu programskog budžetiranja u Republici Srbiji

Proces javnog budžetiranja u Republici Srbiji (RS) je regulisan Ustavom, nizom zakona i podzakonskih akata kojima se uređuje postupanje svih učesnika u budžetskom procesu. Iako u ovom radu nije cilj detaljno navoditi i analizirati celokupan regulatorni okvir, ipak treba istaći već pomenuti Ustav, kojim se definiše da RS, autonomne pokrajine i jedinice lokalne samouprave (JLS) imaju budžete (Službeni glasnik RS 98/2006), ali i systemske zakone, poput Zakona o budžetskom sistemu, Zakona o lokalnoj samoupravi, Zakona o finansiranju lokalne samouprave, kao i posebne zakone kojima se uređuju način i uslovi finansiranja pojedinih nadležnosti (Zakon o kulturi, Zakon o obrazovanju, Zakon o zdravstvenoj zaštiti i sl.). Pored toga, važni su i sektorski zakoni koji uređuju finansiranje pojedinih oblasti, poput Zakona o planiranju i izgradnji, Zakona o zaštiti životne sredine, Zakona o porezu na imovinu i sl. Posebno važnu ulogu imaju brojna uputstva, kao podzakonski akti, kojima se bliže definišu budžetska pitanja. Poznavanje celokupnog regulatornog okvira je neophodan uslov za realizaciju svih procedura vezanih za pripremu, usvajanje i izvršenje budžeta, ali i determinanta uspešnosti budžetskog procesa.

Kada je reč o programskom budžetiranju, Zakonom o budžetskom sistemu predviđeno je da se od 2015. godine primenjuje ovaj koncept sa ciljem povećanja efikasnosti i efektivnosti korišćenja budžetskih sredstava. U vezi sa primenom ovog zakona, kreirano je Uputstvo za pripremu programskog budžeta i druga podzakonska akta. Takođe, inicijalno usvojena programska klasifikacija je izmenjena 2017., a primenjuje se od 2018. godine. Budžetski informacioni sistem koji je razvijen u 2016. godini omogućio je efikasnije i jednostavnije unošenje finansijskih planova, kao i jednostavniji proces analize i objedinjavanja finansijskih planova budžetskih korisnika. Pozitivna strana je i postojanje zakonske obaveze objavljivanja programskih informacija i izveštavanja o učincima na internet stranicama budžetskih korisnika, što treba da doprinese transparentnosti (*Izveštaj o sprovođenju programa reforme upravljanja javnim finansijama 2016-2020*, Ministarstvo finansija). Iako postoji prostor za unapređenje, može se istaći da postojeći regulatorni okvir pruža mogućnosti za efikasno i efektivno planiranje budžeta. Ipak, druga strana medalje se odnosi na rezultate implementacije programskog budžetiranja.

Istraživanje sprovedeno 2013. godine u okviru projekta "Jačanje lokalne samouprave u Srbiji" je pokazalo da su budžeti JLS kreirani sa fokusom na troškove, a ne na usluge i njihov kvalitet, ne mere se učinci i ne ocenjuju rezultati rashoda, nema direktne veze između utrošenih sredstava, ciljeva i ostvarenih rezultata (Branjas, Stošić, Dedeić, 2013, 349). Uvođenje programskog budžeta imalo je za cilj da se ovi i slični problemi prevaziđu, odnosno da se prilagodi javna potrošnja procesu strategijskog planiranja i upravljanja, obezbedi nosiocima vlasti neophodan instrumentarij i procedure za praćenje i evaluaciju sprovođenja strateških planova, omogućiti istovremeno praćenje ostvarenja rezultata i trošenja sredstava, te povezivanje potrošnje sa srednjoročnim ciljevima (*Uputstvo za izradu programskog budžeta*, Ministarstvo finansija). U konačnom programsko budžetiranje je trebalo da doprinese unapređenju kvaliteta donetih odluka, naročito onih koje se tiču institucionalne odgovornosti korisnika budžeta,

putem kojih oni komuniciraju sa okruženjem, odnosno zainteresovanim stranama (Lapčević, 2018, 177).

Imajući u vidu da se programsko budžetiranje u RS nalazi u početnoj fazi razvoja (svega četiri godine od uvođenja) ni očekivani rezultati primene se nisu značajnije ispoljili. Takođe, uvođenje i primenu programskog budžetiranja je pratilo puno problema na više nivoa, od individualnog nivoa svakog pojedinca uključenog u proces budžetiranja, organizacija javne uprave, postojećeg sistema javnih finansija, do neposrednih nosilaca političke vlasti. Na individualnom nivou ključni problemi su potrebno vreme, budući da je programsko budžetiranje kompleksniji i zahtevniji pristup, a drugo potrebna znanja. Ovo su između ostalih, ključni faktori zbog kojih je postalo očigledno da organizacije javne uprave (korisnici budžetskih sredstava) nemaju dovoljno kapaciteta za efektivnu primenu programskog budžetiranja. Ograničenost kapaciteta na lokalnom nivou dovela je do usvajanja liste programa lokalnih budžeta i njihovih učinaka. Ovo je direktno otežalo uključivanje novih ideja kroz nove programe i programske aktivnosti. Sa druge strane, organizaciona inertnost i nezainteresovanost menadžmenta javne uprave i nosioca političke vlasti, takođe su predstavljali ograničavajuće faktore za primenu.

Praksa pokazuje da se u RS može više govoriti o *“primeni programske klasifikacije nego programskog budžetiranja”*. Uvođenje programske klasifikacije od 2015. godine zapravo i nije podrazumevalo potpunu zamenu postojećeg okvira klasifikacija, već samo njihovu dopunu. Međutim, programska klasifikacija kao oblik planiranja javnih rashoda predstavlja srž programskog budžetiranja i ona ne bi trebalo da se izjednačava sa samim konceptom budžetiranja. Programsko budžetiranje je mnogo kompleksniji sistem od jednostavne klasifikacije, te uključuje daleko šire shvatanje i implikacije. Problem je daleko širi, budući da programska klasifikacija nije standardizovana, poput funkcionalne ili ekonomske. Česte ili neadekvatne izmene programske klasifikacije se takođe, mogu negativno odraziti na proces i ishode budžetiranja.

Jedan od ključnih efekata primene programskog budžeta u razvijenim ekonomijama jeste povećana transparentnost trošenja javnih sredstava. Programsko budžetiranje treba da doprinese većoj i konkretnijoj odgovornosti javnih menadžera, budući da poreski obveznici mogu lakše i očiglednije sagledati rezultate trošenja javnih sredstava. Prema istraživanju iz 2018. godine, sprovedenom u RS, utvrđeno je da ispitanici ne smatraju da programski budžet povećava transparentnost, odnosno alokativnu efikasnost budžetske potrošnje. U istom istraživanju, čak 70% ispitanika je smatralo da informacije o učincima nemaju posebnu svrhu, već da je njihovo kreiranje rezultat postojanja formalne zakonske obaveze. Ovo dodatno ukazuje da na planu suštinskog razumevanja programskog budžetiranja od strane onih koji bi trebalo da budu nosioci njegove primene u RS nisu napravljeni pomaci (Lapčević, 2018, 312). Sve zajedno sugerise na to da se programsko budžetiranje više prihvata samo deklarativno, a ne suštinski, budući da efekti činjenice da se *„nešto više zna“* izostaju. Ne samo da nema efekata od raspolaganja novim budžetskim informacijama, nego se ističe da nije ni potrebno *„da se previše zna“*. Tome u prilog govore iskustva prakse i stavovi da programsko budžetiranje *„nije zaživelo u praksi kao upravljački alat, da se ne koristi za donošenje odluka o alokaciji javnih sredstava, te da se ne koristi za ocenjivanje uspešnosti i merenje uspeha“*.

Uvođenje programskog budžetiranja zahteva organizacione i upravljačke promene kako bi budžet mogao da da rezultate zbog koji se i uvodi. Reforma javnih finansija i javne uprave, kao i načina upravljanja su definitivno neophodne. Pitanja političke volje, političkih konflikata i političkih izbora snažno utiču na proces budžetiranja, rezultirajući u odlukama koje često nisu u skladu sa ovim konceptom budžetiranja. Otuda, treba govoriti i o edukaciji javnih menadžera i nosioca političke vlasti, ali i svih učesnika u budžetskom procesu.

Imajući sva navedena, ali i druga brojna ograničenja, treba istaći da su veliki napori učinjeni i da se čine kako bi došlo do pomaka u ovoj sferi, te da rešenja svakako treba tražiti u boljim vertikalnim i horizontalnim komunikacionim tokovima, daljem unapređenju regulatornog okvira, spremnosti za učenjem, kulturološkim promenama, prihvatanju odgovornosti i većoj fleksibilnosti svih učesnika u budžetskom procesu. Konačno, da bi se moglo reći da je programsko budžetiranje uvedeno neophodno je da postoji jedan zaokruženi sistem srednjoročnog planiranja, adekvatne programske klasifikacije, utvrđivanja neophodnih programskih informacija, izveštavanje o učincima programa i delovanja na bazi svega toga.

Zaključak

Programski budžet, kroz fokus na društvene potrebe, ciljeve, programe i njihove ishode nudi rešenja za brojne probleme koji se javljaju u vezi sa trošenjem javnih sredstava i upravljanjem javnim finansijama. Ipak, praksa pokazuje da primenu programskog budžetiranja prate brojni izazovi. Iskustvo brojnih zemalja pokazuje da programsko budžetiranje ne postiže očekivane efekte primene, te da ovaj pristup budžetiranju nije zaživeo u punoj meri. U pokušaju da se identifikuju uzroci tome, kao i potencijalna rešenja, treba ukazati na različite perspektive ključnih interesnih grupa u procesu budžetiranja.

Ukoliko se postave pitanja za koga se budžet priprema i u čijem interesu treba da bude koncipiran, logično bi bilo da odgovor treba da glasi za građane i društvo u celini. Iz te perspektive najviše interesa za programski budžet treba da imaju građani – poreski obveznici. Programski budžet jasnije ukazuje građanima na ciljeve koji se žele postići, resurse koji se troše, svrhu postojanja različitih institucija i njihove performanse. Međutim, izostaje odgovor na pitanja šta i kako građani čine ili treba da čine sa saznanjima koja im nudi programski budžet.

Sa druge strane, iz perspektive nosioca procesa budžetiranja (organizacije javne uprave i javna administracija) ovaj tip budžeta predstavlja manje željeno rešenje. Javna administracija je manje fleksibilna, kao i svi veliki sistemi, a programsko budžetiranje zahteva više vremena, stručnosti i značajne promene u funkcionisanju. Uvođenje programskog budžeta zahteva promenu svesti i poslovne kulture većine budžetskih korisnika, sa promenom fokusa sa administriranja i kontrole na upravljanje učinkom, tj. rezultatima. Kao spona između građana i nosioca političke vlasti, javna administracija se često pretvara u izvršioce formalnih zahteva nosioca vlasti, bez suštinskih promena u načinu delovanja i shvatanja prave suštine.

Budući da programski budžet treba da doprinese efikasnije trošenju budžetskih sredstava, može se postaviti i pitanje motivisanosti i političke volje da se ovaj instrument u potpunosti primeni. Stvarnost, nezavisno o kojoj državi se govori, je takva da je proces budžetiranja politički obojen, motivisan samoodržanjem i postizanjem interesa određenih interesnih grupa. Prema tome, neophodno je da programski budžet bude prihvaćan na političkom nivou, ali isto tako da se koristi kao instrument upravljanja, planiranja, kontrole i ocene rezultata.

U svetlu stavova i interesa pomenutih različitih zainteresovanih strana jasno je da nije lako dati odgovor na pitanje da li je programsko budžetiranje prihvatljiva tehnika budžetiranja i da li može biti u potpunosti primenjena u praksi, naročito u RS.

Reference

1. Allen, R., Tommasi, D. (2004). *Creating Change Together-Upravljanje javnim izdacima-Priručnik za zemlje u tranziciji*. Retrieved 2019. from Sigma: <http://www.sigmaxweb.org/publications/documents/39367695.pdf>, p. 202.

2. Bandy, G. (2015). Financial management and accounting in the public sector. NY: Routledge.
3. Branjas, Z., Stošić, I., Dedeić, P. (2013). Budžetska praksa u jedinicama lokalne samouprave u Srbiji - stanje i perspektive. Treća internacionalna naučna konferencija "Ekonomija integracija" znanjem od recesije ka prosperitetu.
4. Coombs, H., Jenkins, E. (1991). Public Sector Financial Mangement. United Kingdom: Chapman and Hall, Llandybie.
5. Čupić, M. (2019). Finansijsko upravljanje javnom upravom i vrednost za javnost. U: Zbornik radova sa 23. Međunarodnog kongresa „Jačanje kredibiliteta računovodstvene profesije kao imperaiv zaštite javnog interesa“ (str. 317-331), Banja Vrućica: Savez računovođa i revizora Republike Srpske.
6. Đokić, K. (2014). Programsko budžetiranje u sektoru bezbednosti. Program Evropske unije Podrška civilnom društvu 2013., Beogradski centar za bezbednosnu politiku
7. Hitch, C. (1996). Management Problems of Large Organizations. Operations Research, 44.
8. Izveštaj o sprovođenju programa reforme upravljanja javnim finansijama 2016-2020 za period januar-decembar, 2018. - https://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/strategije/2019/izvestaj_times.pdf
9. Лагчевић, М. (2018). Савремене буџетске технике у функцији унапређења система јавних финансија. Крагујевац: Правни факултет, Докторска дисертација, <http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/10959/Disertacija.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
10. Kabok, J. (2016). Komparativna analiza linijskog i programskog budžetiranja na primeru visokog obrazovanja u Republici Srbiji. Megatrend revija, 13(1),117-130.
11. Kistić, S. (2012). Programski budžet - naredni korak u razvoju budžetskog sistema u Srbiji. Makroekonomske analize i trendovi, 215/2012, 35-36.
12. Lane, J. E. (2000). The Public Sector: Concepts, Models and Approaches. London: Sage Publications.
13. Morgan, D., Robinson, K., Strachota, D., Hough, J. (2015). Budgeting for Local Governments and Communities. NY: Routledge.
14. Performance budgeting - a menas to improve EU spending (2018). European Parliament, <http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html>
15. Schick, A. (2009). Performance Budgeting and Accrual Budgeting: Decision Rules or Analytic Tools?. in: Evolutions in Budgetary Practice: Allen Schick and the OECD Senior Budget Officials (pp. 379-402), OECD
16. Swain, J., Reed, B. (2010). Budgeting for Public Managers. New York: Routledge.
17. West, W. (2011). Program budgeting and the performance movement - The Elusive Quest for Efficiency in Government. Washington D.C: Georgetown university press.

Regulativa

18. Zakon o budžetskom sistemu (Službeni glasnik RS 54/2009, 73/2010, 101/2010, 101/2011, 93/2012, 62/2013, 63/2013., 108/2013, 142/2014, 68/2015, 103/2015, 99/2016, 113/2017, 95/2018 i 31/2019).
19. Zakon o lokalnoj samoupravi (Službeni glasnik RS 129/2007, 83/2014, 101/2016 i 47/2018).
20. Zakon o finansiranju lokalne samouprave (Službeni glasnik RS 62/2006, 47/2011, 93/2012, 99/2013, 125/2014 -95/2015, 83/2016, 91/2016, 104/2016, 96/2017, 89/2018. i 95/20).
21. Uputstvo za izradu programskog budžeta, februar 2014. godine (ažurirano u novembru 2016. godine), <https://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/budžetski%20korisnici/2017/Uputstvo%20za%20pripremu%20programskog%20budžeta.pdf>
22. Ustav Republike Srbije, član 92 (Službeni glasnik RS 98/2006).

RAČUNOVODSTVO FER VREDNOSTI U EVROPSKOJ UNIJI I REPUBLICI SRBIJI

Nemanja Karapavlović i Vladimir Obradović**

Cilj istraživanja u radu je da se ispita zastupljenost računovodstva fer vrednosti u regulatornim okvirima i praksama finansijskog izveštavanja u Evropskoj uniji i Republici Srbiji. Ispitivanje se zasniva na analizi (1) standarda finansijskog izveštavanja merodavnih za izveštajne entitete u Evropskoj uniji i Republici Srbiji i (2) rezultata ranijih empirijskih istraživanja koja su za predmet imala upotrebu fer vrednosti, prevashodno za naknadno merenje određenih značajnih pozicija izveštaja o finansijskom položaju. Istraživanje u radu pokazalo je, pre svega, da je fer vrednost samo jedan od mernih atributa, tj. osnova merenja sredstava i obaveza, u savremenom finansijskom izveštavanju. Iako su merodavne verzije Međunarodnih standarda finansijskog izveštavanja u Evropskoj uniji i Republici Srbiji u izvesnom smislu različite, situacije u kojima se fer vrednost primenjuje ili je njena primena dopuštena se u značajnoj meri podudaraju. S druge strane, fleksibilnost računovodstvene direktive Evropske unije, sa kojom je uglavnom kompatibilan Međunarodni standard finansijskog izveštavanja za male i srednje entitete, može imati za posledicu različite prakse upotrebe fer vrednosti između izveštajnih entiteta u zemljama članicama Evropske unije koji primenjuju nacionalne propise zasnovane na računovodstvenoj direktivi i izveštajnih entiteta u Republici Srbiji koji primenjuju Međunarodni standard finansijskog izveštavanja za male i srednje entitete. Rezultati ranijih empirijskih istraživanja pokazuju da sastavljači finansijskih izveštaja u Evropskoj uniji i Republici Srbiji pokazuju slične preferencije u situacijama kada mogu da biraju između fer vrednosti i istorijskog troška kao osnove merenja.

Ključne reči: fer vrednost, računovodstvo fer vrednosti, Međunarodni standardi finansijskog izveštavanja (IFRS), računovodstvena direktiva Evropske unije

Uvod

Jedan od najznačajnijih aspekata finansijskog izveštavanja opšte namene je merenje (procenjivanje, vrednovanje, odmeravanje). Značaj merenja za finansijsko izveštavanje objašnjava se time što taj proces, zajedno sa procesom priznavanja, direktno determiniše prikazani finansijski položaj i uspeh izveštajnog entiteta. Merenje je proces dodeljivanja novčanih iznosa, tj. vrednosti, priznatim pozicijama finansijskih izveštaja. Problem merenja sredstava i obaveza ispoljava se u vidu: (1) početnog (inicijalnog) merenja i (2) naknadnog merenja, pri čemu prilikom naknadnog merenja ne mora biti korišćen merni atribut (osnova merenja) koji je korišćen prilikom početnog merenja istog sredstva ili obaveze. Izbor mernog atributa je, inače, neizbežna pretpostavka merenja, zato što se često istom sredstvu, odnosno istoj obavezi, mogu dodeliti različite vrednosti. Izbor mernog atributa treba da bude u skladu sa fundamentalnim kvalitativnim karakteristikama finansijskih informacija (relevantnost i verodostojnost) i prirodom tih informacija, u smislu da li se one prikazuju u izveštaju o finansijskom položaju i/ili izveštaju o uspehu, tj. periodičnom rezultatu (IFRS Foundation, 2018; Ernst & Young, 2018). Problem merenja prihoda i rashoda ispoljava se samo u vidu početnog merenja, s obzirom na karakter njihovog priznavanja.

* Docent, e-mail: nkarapavlovic@kg.ac.rs

** Vanredni profesor, e-mail: vobradovic@kg.ac.rs

Savremeno finansijsko izveštavanje se karakteriše upotrebom više mernih atributa, tj. upotrebom mešovitog sistema (modela) merenja. Iako je do danas razvijeno više osnova merenja sredstava i obaveza za potrebe redovnog finansijskog izveštavanja, u aktuelnoj verziji Konceptualnog okvira za finansijsko izveštavanje Međunarodnog odbora za računovodstvene standarde (International Accounting Standards Board – IASB), koja je objavljena u martu 2018. godine, osnove merenja su sistematizovane u dve grupe, i to: (1) istorijski trošak i (2) tekuća vrednost. Jedna od varijanti tekuće vrednosti, zajedno sa upotrebom vrednosti (za sredstva), iznosom za izmirenje (za obaveze) i tekućim troškom, jeste fer (poštena) vrednost (International Accounting Standards Board, 2018, paragrafi 6.4-6.22). Prilikom razvoja aktuelne verzije Konceptualnog okvira, IASB je razmatrao mogućnost uvođenja jedinstvene osnove merenja svih sredstava i obaveza. Međutim, zaključeno je da različite osnove merenja mogu pružiti korisnicima finansijskih izveštaja korisne informacije u različitim okolnostima (Ernst & Young, 2018), što opravdava postojanje i upotrebu više osnova merenja. Osim toga, rastuća upotreba fer vrednosti se opravdava time da taj merni atribut u nekim slučajevima bolje ispunjava kvalitativne karakteristike finansijskih izveštaja u odnosu na neke druge merne attribute, a ne ciljem da se fer vrednost uvede za merenje svih sredstava i obaveza. Fer vrednost nije „lek za sve bolesti“, jer i druge osnove merenja mogu da doprinesu da se ostvare željene kvalitativne karakteristike (Barth, 2007, 7) u nekim okolnostima.

U radu je, najpre, pažnja posvećena suštini računovodstva fer vrednosti. Nakon toga, predmet razmatranja je zastupljenost tog računovodstva u regulatornom okviru finansijskog izveštavanja Evropske unije (EU), a zatim i u regulatornom okviru finansijskog izveštavanja Republike Srbije. Na kraju, ukazuje se na ključne sličnosti i razlike u pogledu zastupljenosti računovodstva fer vrednosti u EU i Republici Srbiji.

Suština računovodstva fer vrednosti

Fer vrednost je varijanta tekuće vrednosti u današnjem mešovitom modelu merenja. Tekuće vrednosti su oni merni atributi koji odražavaju ekonomske uslove koji preovlađuju na dan izveštavanja (Lennard, 2007, 116). Suština fer vrednosti, kao mernog atributa u finansijskom izveštavanju, jeste da ona treba da reprezentuje tekuće tržišne cene sredstava i obaveza. Odražavajući tekuće tržišne cene sredstava i obaveza, koje se formiraju na osnovu konsenzusa svih tržišnih učesnika u pogledu ekonomskih karakteristika sredstava i obaveza (uz uzimanje u obzir pretpostavki o novčanim tokovima, marže profita i rizika), kao i uvažavajući shvatanje da tržišne cene uključuju sve raspoložive informacije koje su neophodne učesnicima na tržištu radi uočavanja razlike između pozicija sredstava i obaveza koje, na prvi pogled, izgledaju slično (ili, alternativno, radi obezbeđenja da slične stavke ne izgledaju različito), upotreba fer vrednosti u finansijskom izveštavanju treba da rezultira realnijim prikazivanjem ekonomske stvarnosti. Osim toga, smatra se da finansijski izveštaji sastavljeni na osnovu fer vrednosti njihovim korisnicima obezbeđuju potpunije, relevantnije i verodostojnije informacije, čime se unapređuje proces donošenja odluka (Stefanović, 2002, 24). Značaj poznavanja tekućih tržišnih cena sredstava i obaveza jednostavno se objašnjava time da je bolje znati koliko nešto sada vredi nego koliko je vredelo u nekom momentu u prošlosti (Knutson, 1993, prema: CFA Institute Centre for Financial Market Integrity, 2007). Merenje sredstava i obaveza, a posledično i sopstvenog kapitala (neto imovine), po fer vrednosti, obezbeđuje da se iskaže realan finansijski položaj preduzeća.

U prošlosti je bilo više pokušaja definisanja fer vrednosti (videti, na primer: Cairns, 2007, 11-12). Zbog uočenih nedostataka definicija (Storey, 2007, 2.108; Whittington, 2015, 218), dolazilo je do njihovih izmena i/ili formulisanja novih. Prema danas važećoj definiciji, koju zastupaju dva

najuticajnije regulatora finansijskog izveštavanja na globalnom nivou, IASB i Odbor za standarde finansijskog računovodstva (Financial Accounting Standards Board – FASB) SAD, fer vrednost je „cena koja bi bila ostvarena prodajom sredstva ili plaćena u cilju transfera obaveze u redovnoj transakciji između tržišnih učesnika na dan merenja“ (IASB, 2016, paragraf 9; FASB, 2018, paragraf 5). Jednostavno rečeno, fer vrednost je izlazna vrednost utvrđena na dan izveštaja o finansijskom položaju iz perspektive tržišnih učesnika (Wilson, 2007, 200). Prilikom utvrđivanja izlazne vrednosti, sastavljači finansijskih ne treba da se fokusiraju na likvidacionu vrednost, već da uzmu u obzir going-concern princip (Bachert, 2012, 21), tj. koncept trajnosti poslovanja.

Generalno, cilj merenja po fer vrednosti je utvrđivanje tržišnih izlaznih cena (Barth, 2010, 124) sredstava i obaveza, tj. njihova procena u odsustvu stvarnih transakcija preduzeća, uz simuliranje, u meri u kojoj je to moguće, karakteristika i funkcionisanja relevantnog tržišta i uz isključenje faktora prinude nad tržišnim učesnicima (Benston, Bromwich, Litan & Wagenhofer, 2006, 262). Bez obzira na to što se u njenoj osnovi nalazi tržišna cena, fer vrednost se ne može poistovetiti sa tržišnom cenom. Naime, tekuće tržišne cene sredstava i obaveza su samo jedna osnova za utvrđivanje fer vrednosti. Ukoliko se za merenje sredstava i obaveza koriste njihove tekuće tržišne cene na aktivnom tržištu, radi se o tzv. „mark-to-market“ računovodstvu, tj. prvom nivou merenja fer vrednosti. Drugi nivo merenja je, takođe, zasnovan na tržišnim cenama, ali sličnih ili uporedivih sredstava i obaveza, kako na aktivnom, tako i na neaktivnom tržištu, zbog nepostojanja aktivnog tržišta za konkretno sredstvo ili obavezu. Zajednička karakteristika prethodnih situacija je da se fer vrednost utvrđuje na osnovu tzv. „vidljivih“ tržišnih inputa. Međutim, kada ne postoji aktivno tržište i, samim tim, ne postoje uočljivi tržišni inputi, za merenje fer vrednosti se koriste tehnike vrednovanja zasnovane na projekciji tokova gotovine, riziku, diskontnoj stopi i sl. To je treći nivo merenja fer vrednosti, u literaturi poznat kao „mark-to-model“ računovodstvo (Stojanović, 2016, 76) ili „mark-to-estimates“ računovodstvo (Benston et al., 2006, 266). Razumljivo, bilo bi idealno kada bi postojale tekuće tržišne vrednosti svih sredstava i obaveza, što jasno reprezentuje stav da „ne postoji finansijski analitičar koji ne bi želeo da zna tržišnu vrednost pojedinačnih sredstava i obaveza“ (Knutson, 1993, prema: CFA Institute Centre for Financial Market Integrity, 2007). Međutim, u nedostatku takvih tržišnih cena, fer vrednost se utvrđuje na druge načine, koji uključuju prosuđivanje (procenu).

Fer vrednost, kao merni atribut, suštinski je opredeljujući element računovodstva fer vrednosti. Penman (2007, 36) navodi sledeća obeležja računovodstva fer vrednosti:

- izveštaj o finansijskom položaju je primarno sredstvo za pružanje informacija vlasnicima,
- pošto se sva sredstva i obaveze mere po fer vrednosti, knjigovodstvena vrednost sopstvenog kapitala je jednaka njegovoj tržišnoj vrednosti, što znači da je P/B ratio (price-to-book ratio) jednak jedinici, uz napomenu da navedeno važi samo ako su obuhvaćena sva sredstva i sve obaveze, što zahteva priznavanje i interno stvorenog goodwill-a,
- periodični rezultat, u smislu ukupnog rezultata (dobitka ili gubitka), predstavlja ekonomski rezultat, budući da odražava promenu vrednosti sopstvenog kapitala tokom perioda,
- rezultat tekućeg perioda se ne može koristiti za predviđanje budućih periodičnih rezultata, što nije zabrinjavajuće jer izveštaj o finansijskom položaju pruža osnovu za to predviđanje,
- periodični rezultat je dobar indikator rizika ulaganja u sopstveni kapital i

- periodični rezultat omogućava ocenu sposobnosti menadžmenta da stvori vrednost za vlasnike.

Da bi se govorilo o računovodstvu fer vrednosti u pravom smislu, sve pozicije sredstava i obaveza treba da budu merene po fer vrednosti, pri čemu se misli na: (1) njihovo merenje prilikom početnog priznavanja i (2) njihovo merenje nakon početnog priznavanja, tj. na dan izveštavanja. Upotreba fer vrednosti samo za inicijalno merenje ili samo za naknadno merenje nije karakteristika računovodstva fer vrednosti u pravom smislu. Efekti promena fer vrednosti sredstava i obaveza treba da budu obuhvaćeni preko dobitka/gubitka ili ostalog ukupnog rezultata (Barth & Taylor, 2010, 27). S obzirom na odlike savremenog finansijskog izveštavanja, jasno je da čisto računovodstvo fer vrednosti još uvek ne postoji. Pored toga što potpuna i dosledna primena računovodstva fer vrednosti podrazumeva da se sva sredstva i sve obaveze mere po fer vrednosti, neophodno je „da za svako sredstvo (uključujući interno stvoreni goodwill) i svaku obavezu postoje tržišta na kojima važe iste cene za sve učesnike“ (Obradović, 2016, 143). U tom slučaju, izveštaji o finansijskom položaju svih kompanija bi bili direktno uporedivi i podaci prikazani u njima bi omogućili na tržištu zasnovanu procenu potencijala generisanja gotovine preduzeća (Walton, 2011, 59). Da bi fer vrednost postala jedinstveni merni atribut, da bi se ostvarila uporedivost u pomenutom smislu, ali i da bi se povećala konzistentnost merenja u finansijskom izveštavanju, potrebno je da fer vrednost uvek može pouzdano da se utvrdi. Kompletna tržišta sa savršenom konkurencijom za svako sredstvo i svaku obavezu omogućila bi pouzdano utvrđivanje fer vrednosti, koja bi odgovarala jedinstvenoj tržišnoj ceni. Međutim, u stvarnosti tržišta nisu kompletna i savršena, tako da je jedinstvena tržišna cena za svako pojedinačno sredstvo i svaku pojedinačnu obavezu često nedostupna. Bitan uzrok nesavršenosti tržišta je informaciona asimetrija (Whittington, 2010, 104-106).

S obzirom na to da u realnosti tržišta nisu savršena i da često ne postoje tzv. „vidljivi“ inputi za utvrđivanje fer vrednosti, potpuna i dosledna primena računovodstva fer vrednosti još uvek je teorijska konstrukcija koju trenutno nije moguće ostvariti u praksi kompanija, naročito nefinansijskih. Pored toga, uporedivost fer vrednosti se narušava i kada za određeno sredstvo ili obavezu ne postoji tržište, pa se fer vrednost mora utvrditi primenom modela vrednovanja. U toj situaciji, svako preduzeće može da primeni model vrednovanja na sebi svojstven način, što za posledicu može imati različite fer vrednosti za istu stavku. U literaturi (Škarić-Jovanović, 2010, 21) se ističe da se računovodstvo fer vrednosti, u svojoj čistoj formi, primenjuje uglavnom kod otvorenih investicionih fondova, s obzirom na to da se njihova imovina sastoji samo iz finansijskih sredstava.

Računovodstvo fer vrednosti u Evropskoj uniji

Generalno, unutar EU postoji onoliko regulatornih okvira finansijskog izveštavanja koliko ima i država članica. Uloga institucija EU se sastoji u definisanju granica u kojima države članice razvijaju svoje sisteme finansijskog izveštavanja, pri čemu je državama ostavljen značajan stepen slobode. Glavne oblasti u kojima se manifestuju razlike između nacionalnih regulatornih okvira finansijskog izveštavanja unutar EU su: (1) opseg primene IFRS i (2) sadržina nacionalnih standarda (propisa) koji važe za one kompanije koje ne primenjuju IFRS (Obradović & Karapavlović, 2015, 417).

Realizujući Akcioni plan finansijskih usluga (Financial Services Action Plan), Evropska komisija je u 2001. godini objavila predlog da, počev od januara 2005. godine, sve kompanije čije se hartije od vrednosti kotiraju na regulisanim tržištima kapitala unutar EU primenjuju pune

IFRS prilikom sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja. Evropski parlament i Ministarski savet EU, u junu 2002. godine, usvojili su ovaj predlog, pri čemu je zemljama članicama EU dopušteno da obavezu primene punih IFRS prošire i na kompanije koje se ne kotiraju na regulisanim tržištima kapitala u EU, kao i na pojedinačne finansijske izveštaje (Obradović, 2016, 260). Pomenuti zahtev evropskih vlasti, koji se smatra značajnim podsticajem za širu primenu IFRS u Evropi (Whittington, 2005, 127), može se označiti kao minimalan, u smislu da mora biti ispoštovan od strane svih država članica. Države članice su iskoristile pravo da prošire opseg primene punih IFRS, ali su to učinile na različite načine (Obradović, 2016, 260).

Ugradnja IFRS u regulatorni okvir EU nije samo formalnost. Naime, procedura usvajanja dokumenata koji čine IFRS ne podrazumeva samo njihovo prevođenje, nego i postupak odobravanja (Spasić & Denčić-Mihajlov, 2018, 93), nakon kojeg dokument može biti: (a) usvojen u originalnoj (neizmenjenoj) formi, što se najčešće i događa, (b) usvojen uz modifikacije ili (c) odbačen (Obradović & Karapavlović, 2015, 418). U kontekstu primene fer vrednosti, posebno je značajna modifikacija IAS (International Accounting Standard) 39 – Finansijski instrumenti: priznavanje i merenje. Izmene ovog standarda, izvršene u 2003. i 2004. godini, kojima je IASB, između ostalog, proširio upotrebu fer vrednosti prilikom merenja finansijskih instrumenata, izazvale su negativne reakcije evropskih vlasti. Evropska komisija je predložila usvajanje modifikovane verzije ovog standarda, uz eliminisanje spornih odredaba u vezi sa računovodstvom hedžinga i upotrebom fer vrednosti. Modifikovani IAS 39 je usvojen, čime je upotreba fer vrednosti ograničena samo na situacije u kojima se ona može pouzdano utvrditi (Obradović, 2016, 256). Ovo nije jedini primer neusaglašenih stavova EU i IASB-a. Interesantan je i slučaj iz 2008. godine, kada je EU primorala IASB da izmeni pravila reklasifikacije u IAS 39. Značajno je primetiti da je predmet sporenja u oba navedena slučaja standard kojeg odlikuje primena fer vrednosti (Nobes, 2015, 161-162).

IFRS 13 – Merenje po fer vrednosti je u regulatorni okvir EU ugrađen u neizmenjenoj formi. Evropska savetodavna grupa za finansijsko izveštavanje (European Financial Reporting Advisory Group – EFRAG) je, na osnovu analize prihvatljivosti ovog standarda na nivou EU, zaključila da će isti (1) imati pozitivan uticaj na razumljivost, pouzdanost i uporedivost finansijskih izveštaja, (2) doprineti „vernem i poštenom“ izveštavanju i (3) doprineti ostvarenju opšteg dobra u EU, predloživši Evropskoj komisiji (kao organu sa najvišim autoritetom za donošenje odluke o usvajanju ili odbacivanju standarda), usvajanje IFRS 13 (European Commission, 2012). IFRS 13 ne određuje u kojim situacijama treba da se koristi fer vrednost kao merni atribut, već kako se ona utvrđuje i šta u vezi sa njom treba obelodaniti u kontekstu izvršenih merenja. Dakle, ovim standardom nisu propisane kategorije sredstava i obaveza za čije merenje se može ili mora koristiti fer vrednost. Odgovor na pitanje za koje kategorije sredstava i obaveza se može ili mora koristiti taj merni atribut nalazi se u drugim standardima koji čine IFRS (Karapavlović, 2018, 113).

Fer vrednost se u nekim standardima javlja kao obavezna osnova merenja, a u nekim standardima samo kao opcija. U nekim slučajevima fer vrednost se javlja u modifikovanom obliku, u smislu da se ne iskazuje kao takva u finansijskim izveštajima, već se koriguje (npr. umanjuje za procenjene troškove prodaje, otpisa ili gubitke usled obezvređenja). Kada se IFRS posmatraju u celini, uočava se da se upotreba fer vrednosti zahteva ili dopušta u kontekstu (Cairns, 2007, 14-22): (1) merenja transakcija (i pripadajućih sredstava, obaveza i stavki sopstvenog kapitala) prilikom inicijalnog (početnog) priznavanja u finansijskim izveštajima, (2) alokacije početnog iznosa, po kojem je transakcija priznata, na njene sastavne delove, (3) naknadnog merenja (merenja nakon početnog priznavanja) sredstava i obaveza i (4) utvrđivanja nadoknadivog iznosa sredstava.

Kao najznačajniji slučajevi upotrebe fer vrednosti prilikom inicijalnog priznavanja u finansijskim izveštajima, mogu se izdvojiti slučajevi merenja (videti šire u: Karapavlović, 2018, 114-118):

- nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalnih ulaganja stečenih u zamenu za nenovčano sredstvo ili sredstva ili kombinaciju novčanih i nenovčanih sredstava, pod uslovom da transakcija ima komercijalnu suštinu i da se fer vrednost može pouzdano utvrditi,
- prihoda u slučajevima kada kupac obeća da će svoju obavezu izmiriti u formi nenovčanih sredstava, ukoliko se fer vrednost može razumno utvrditi,
- nenovčanih državnih davanja,
- finansijskih instrumenata,
- bioloških sredstava, pri čemu se fer vrednost umanjuje za procenjene troškove prodaje (pod uslovom da je moguće utvrditi fer vrednost),
- nekretnina, postrojenja i opreme prilikom inicijalne (prve) primene IFRS u nekom entitetu,
- primljenih ili stečenih proizvoda ili usluga, pod uslovom da ispunjavaju uslove za priznavanje kao sredstva, po osnovu transakcija zasnovanih na plaćanju akcijama i
- sredstava stečenih i obaveza preuzetih u poslovnoj kombinaciji, u knjigovodstvu sticaoca.

Najznačajniji primeri primene fer vrednosti prema IFRS za alokaciju početnog iznosa, po kojem je složena transakcija priznata, na njene sastavne delove, u vezi su sa IAS 32 – Finansijski instrumenti: prikazivanje i IFRS 3 – Poslovne kombinacije (Cairns, 2007, 17). Prema IAS 32, složeni finansijski instrumenti (na primer, konvertibilne obveznice), podvajaju se na dve komponente koje se posebno priznaju u finansijskim izveštajima, pri čemu se jedna priznaje kao finansijska obaveza, a druga kao deo sopstvenog kapitala. U tom procesu, prvo se utvrđuje fer vrednost komponente koja se tretira kao obaveza, koja je jednaka fer vrednosti sličnog finansijskog instrumenta koji nema povezanu komponentu sopstvenog kapitala. Drugi korak je utvrđivanje fer vrednosti komponente koja se priznaje kao deo sopstvenog kapitala. Ona se dobija kada se od fer vrednosti celog finansijskog instrumenta oduzme fer vrednost komponente tretirane kao finansijska obaveza, pri čemu je fer vrednost celog finansijskog instrumenta uobičajeno jednaka iznosu primljenih sredstava u trenutku njegovog emitovanja (Melville, 2017, 178-179). Poslovna kombinacija, kao transakcija ili drugi događaj u kome sticalac dobija kontrolu nad jednim ili više poslovanja, nije samo primer primene fer vrednosti u kontekstu početnog priznavanja, već i složene transakcije u kojoj se koristi fer vrednost. Naime, utvrđivanje fer vrednosti neto imovine, koja proističe iz razlike između fer vrednosti ukupnih stečenih sredstava i fer vrednosti ukupnih preuzetih obaveza, važan je uslov za korektnu primenu IFRS 3.

U vezi sa upotrebom fer vrednosti za naknadno merenje sredstava i obaveza prema IFRS, karakteristični su primeri merenja (videti šire u: Karapavlović, 2018, 120-123):

- nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalnih ulaganja, pri čemu se fer vrednost umanjuje za akumulirani otpis i akumulirane gubitke usled obezvređenja (opcija),
- sredstava po osnovu plana definisanih primanja nakon prestanka zaposlenja,
- ulaganja po osnovu planova definisanih primanja, pri čemu, ukoliko se fer vrednost ne može utvrditi, potrebno je obelodaniti razloge zbog kojih se odustalo od upotrebe iste,

- ulaganja u zavisne, pridružene i zajednički kontrolisane entitete u pojedinačnim finansijskim izveštajima (opcija),
- finansijskih sredstava koja će biti prodana pre roka dospeća, obaveza namenjenih trgovanju i finansijskih derivata,
- investicionih nekretnina (opcija),
- bioloških sredstava različitih od plodonosnih biljaka (pod uslovom da se može utvrditi),
- netekućih sredstava ili grupe netekućih sredstava klasifikovanih za prodaju, pri čemu se umanjuje za očekivane troškove prodaje, ukoliko je, nakon pomenutog umanjenja, niža od njihove knjigovodstvene vrednosti, i
- sredstava sa pravom korišćenja, ukoliko se radi o investicionim nekretninama merenim po modelu fer vrednosti i ostalim nekretninama, postrojenjima i opremi merenim po modelu revalorizacije.

Nadoknadivi iznos sredstva se utvrđuje ako se ispitivanjem utvrdi da postoje indikatori da je ono obezvređeno, osim u slučaju gudvila, nematerijalnih ulaganja sa neodređenim vekom trajanja i nematerijalnih ulaganja koja nisu postala raspoloživa za upotrebu, kod kojih se jednom godišnje ispituje da li je došlo do obezvređenja bez obzira na to da li su uočeni indikatori obezvređenja. Nadoknadivi iznos je fer vrednost sredstva umanjena za troškove otuđenja ili njegova upotrebna vrednost, u zavisnosti od toga koja je viša, dok se obezvređenje sredstva priznaje onda kada je njegov nadoknadivi iznos niži od njegove knjigovodstvene vrednosti (Walton, 2011, 95).

Navedeni primeri upotrebe fer vrednosti prema IFRS odnose se samo na punu verziju ovih standarda finansijskog izveštavanja. Skraćena verzija IFRS, tj. IFRS za male i srednje entitete, takođe, propisuje upotrebu fer vrednosti u više slučajeva, ali njihovo razmatranje u kontekstu ovog dela rada nije relevantno zato što taj standard još uvek nije usvojen u EU. Naime, iako računovodstvena direktiva EU (sa oznakom 2013/34/EU), doneta u junu 2013. godine, ne zabranjuje eksplicitno primenu IFRS za male i srednje entitete, isti još uvek nije ugrađen u regulatorni okvir EU, jer, prema mišljenju nadležnih institucija u EU, on ne bi pojednostavio finansijsko izveštavanje malih i srednjih entiteta (Kaufhold, 2015, 1950). S obzirom na to da primena IFRS za male i srednje entitete nije eksplicitno zabranjena direktivom EU, to znači da države članice EU mogu u svoje nacionalne standarde finansijskog izveštavanja da ugrade odredbe skraćene verzije IFRS koje nisu u suprotnosti sa pomenutom direktivom, kao što su to, na primer, učinile Irska i Švedska (Obradović & Karapavlović, 2015, 419).

Računovodstvena direktiva EU nije standard, već postavlja okvir u kome države članice mogu da definišu sopstvene (nacionalne) standarde. Kompanije u EU sa pravnom formom društva kapitala koje ne primenjuju IFRS, kao osnovu finansijskog izveštavanja koriste nacionalne propise (standarde) bazirane na ovoj direktivi EU (Obradović & Karapavlović, 2015, 418-419). Direktiva, između ostalog, sadrži opšta načela (principe) finansijskog izveštavanja. Jedno od načela je da se stavke priznate u godišnjim finansijskim izveštajima mere u skladu sa principom nabavne vrednosti ili cene koštanja (European Parliament and Council, 2013, L 182/30). To znači da je, generalno, za merenje pozicija finansijskih izveštaja merodavan istorijski trošak. Međutim, računovodstvena direktiva EU daje pravo zemljama članicama da propišu ili dopuste: (1) revalorizaciju netekućih sredstava i (2) procenjivanje određenih pozicija sredstava i obaveza po fer vrednosti (European Parliament and Council, 2013, L 182/30-182/32).

Odstupajući od gorepomenutog principa nabavne vrednosti ili cene koštanja, države članice EU mogu, za sva preduzeća ili za određene vrste preduzeća, da zahtevaju ili dopuste merenje netekućih sredstava po revalorizovanim iznosima, tj. po modelu revalorizacije (član 7). Ukoliko

se nacionalnim regulatornim okvirom zahteva ili dopušta revalorizacija netekućih sredstava, potrebno je istim propisati pravila za njeno sprovođenje.

Odstupanje od principa nabavne vrednosti ili cene koštanja se može uočiti i u članu 8 računovodstvene direktive EU. Ovim članom se predviđa da države članice mogu, za sva preduzeća ili za određene vrste preduzeća, da zahtevaju ili dopuste (1) merenje finansijskih instrumenata, uključujući i derivativne, po fer vrednosti i (2) merenje određenih kategorija sredstava različitih od finansijskih instrumenata po iznosima koji se utvrđuju uz oslanjanje na fer vrednost. Primenu pomenutih opcija države EU mogu da ograniče na konsolidovane finansijske izveštaje.

Finansijski instrumenti koji se, prema pomenutoj direktivi EU, mogu meriti po fer vrednosti su (a) obaveze koje se drže kao deo portfolija namenjenog trgovanju i (b) izvedeni (derivativni) finansijski instrumenti. Merenje po fer vrednosti se ne može primeniti na (1) nederivativne finansijske instrumente koji se drže do roka dospeća, (2) zajmove i potraživanja koji nisu namenjeni trgovanju i (3) ulaganja u zavisne, pridružene i zajednički kontrolisane entitete, vlasničke instrumente kapitala koje je emitovalo preduzeće, ugovore za potencijalnu naknadu u okviru poslovne kombinacije i ostale finansijske instrumente sa posebnim karakteristikama. Države članice mogu dopustiti ili zahtevati priznavanje, merenje i obelodanjivanje o finansijskim instrumentima u skladu sa IFRS.

Prema računovodstvenoj direktivi EU (član 8, stav 7), u slučaju finansijskih instrumenata za koje se može pouzdano identifikovati tržište, fer vrednost je njihova tržišna vrednost. Ukoliko nije moguće pouzdano utvrditi tržišnu vrednost određenog finansijskog instrumenta, ali jeste moguće utvrditi tržišne vrednosti njegovih sastavnih delova ili sličnih finansijskih instrumenata, fer vrednost treba odrediti na bazi odnosnih tržišnih vrednosti. U slučaju finansijskih instrumenata za koje se ne može pouzdano identifikovati tržište, fer vrednost proističe iz opšteprihvaćenih modela i tehnika vrednovanja, pod uslovom da takvi modeli i tehnike obezbeđuju njenu razumnu procenu. Navedeni načini merenja finansijskih instrumenata u velikoj meri su slični sa tri nivoa hijerarhije fer vrednosti prema IFRS 13. Finansijski instrumenti koji se ne mogu meriti ni na jedan od prethodno opisanih načina, mere se u skladu sa principom nabavne vrednosti u meri u kojoj je to moguće.

U kontekstu razmatranja o primeni fer vrednosti, posebno su interesantne situacije u kojima se sastavljači finansijskih izveštaja suočavaju sa izborom između fer vrednosti i neke druge osnove merenja (prevashodno istorijskog troška). Ponašanje sastavljača finansijskih izveštaja u takvim situacijama, tj. izbor računovodstvenih politika u vezi sa merenjem, predmet je brojnih empirijskih istraživanja, kojima je sagledana zastupljenost fer vrednosti u praksi. U nastavku su dati najznačajniji rezultati nama dostupnih empirijskih istraživanja koja su se manje ili više odnosila na evropske kompanije. Istraživanje koje je obuhvatilo 300 evropskih kompanija (uključujući i dvadeset ruskih kompanija) koje primenjuju IFRS, između ostalog, pokazalo je da većina tih kompanija primenjuje model istorijskog troška za naknadno merenje nekretnina, postrojenja i opreme, dok manji broj kompanija, prevashodno onih iz Francuske i Velike Britanije, primenjuje model zasnovan na fer vrednosti (Lourenço, Sarquis, Branco & Pais, 2015). Opredeljenje malog broja kompanija za primenu modela zasnovanog na fer vrednosti prilikom naknadnog merenja nekretnina, postrojenja i opreme potvrđeno je i istraživanjem (Cairns, Massoudi, Taplin & Tarca, 2011) koje je obuhvatilo 228 kotiranih kompanija iz Velike Britanije i Australije (po 114). Naime, nijedna od analiziranih kompanija ne primenjuje model zasnovan na fer vrednosti za postrojenja i opremu, što znači da se fer vrednost eventualno primenjuje samo u kontekstu naknadnog merenja nekretnina. Slični rezultati dobijeni su i istraživanjem koje je sprovedeno na uzorku od 200 kompanija u EU (The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW), 2007), kojim je, pored toga, otkriveno da nijedna ispitana

kompanija ne koristi model revalorizacije za naknadno merenje nematerijalnih ulaganja, dok se oko 28% kompanija koje poseduju investicione nekretnine opredelilo za njihovo naknadno merenje po modelu fer vrednosti. Istraživanjem fokusiranim na vezu između disperzije vlasništva i izbora između istorijskog troška i fer vrednosti u kontekstu naknadnog merenja investicionih nekretnina, koje se odnosi na period od 2009. do 2013. godine (Mäki, Somoza-Lopez & Sundgren, 2016), utvrđeno je da se oko 80% posmatranih kompanija iz EU opredelilo za fer vrednost, a oko 20% kompanija za istorijski trošak. Inače, u kompanijama obuhvaćenim ovim istraživanjem, investicione nekretnine čine više od polovine ukupnih sredstava.

Računovodstvo fer vrednosti u Republici Srbiji

IFRS su počeli da se primenjuju u Republici Srbiji 2004. godine. Aktuelni regulatorni okvir finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji karakteriše se koegzistencijom (1) IFRS (pune verzije), (2) IFRS za male i srednje entitete (skraćene verzije IFRS) i (3) Pravilnika o načinu priznavanja, vrednovanja i prezentacije i obelodanjivanja pozicija u pojedinačnim finansijskim izveštajima mikro i drugih pravnih lica, koji praktično predstavlja nacionalni standard i čije donošenje je u nadležnosti ministra finansija (Obradović, Čupić & Dimitrijević, 2018, 50).

Shodno aktuelnom Zakonu o računovodstvu iz 2013. godine, punu verziju IFRS treba da primenjuju (a) velika preduzeća, kao i (b) finansijske institucije, (c) preduzeća koja sastavljaju konsolidovane finansijske izveštaje (matična preduzeća), (d) preduzeća čije se hartije od vrednosti kotiraju na javnom tržištu kapitala (berzi) i preduzeća koja se nalaze u postupku pripreme za kotiranje, bez obzira na njihovu veličinu. Navedene kategorije preduzeća, u suštini, mogu ili moraju da koriste fer vrednost u istim situacijama kao preduzeća u EU koja primenjuju punu verziju IFRS, a koje su razmatrane u prethodnom delu rada. Republika Srbija nema proces odobravanja IFRS svojstven EU, što znači da su merodavne originalne verzije standarda koje se smatraju važećim nakon objavljivanja njihovih prevoda u službenom glasilu. Međutim, u prošlosti je bilo primera specifičnih i indirektnih modifikacija nekih odredaba IFRS, zbog kojih Republika Srbija spada u zemlje koje ne slede originalnu, već modifikovanu verziju IFRS (Obradović & Karapavlović, 2015, 422), ali se modifikacije nisu odnosile na merenje po fer vrednosti.

U vezi sa praksama merenja imovinskih pozicija u Republici Srbiji u situacijama kada se, pored fer vrednosti, može koristiti neka druga osnova merenja, značajna su tri empirijska istraživanja. Predmet jednog istraživanja (Obradović & Karapavlović, 2014, 38-50) jesu informacije o nekretninama (različitim od investicionih), postrojenjima i opremi obelodanjene u napomenama uz finansijske izveštaje 300 preduzeća u Republici Srbiji za 2013. godinu. Analiza načina merenja ovih kategorija netekućih sredstava nakon početnog priznavanja pokazuje da je istorijski trošak primarna osnova. U 61% posmatranih preduzeća merenje svih stavki nekretnina, postrojenja i opreme vrši se po modelu istorijskog troška. Model revalorizacije, kao model zasnovan na fer vrednosti, primenjuje 19,33% preduzeća, a 11,67% primenjuje mešoviti model, u smislu da se fer vrednost uglavnom koristi za nekretnine, dok se pozicije postrojenja i opreme naknadno mere po modelu istorijskog troška. Istraživanjem je otkriveno da 8% posmatranih preduzeća nije obelodanilo koji model naknadnog merenja nekretnina, postrojenja i opreme primenjuje. Drugo istraživanje (Obradović, 2018, 723) fokusiralo se na prakse finansijskog izveštavanja o nematerijalnim ulaganjima na uzorku od 100 preduzeća u Republici Srbiji na osnovu njihovih finansijskih izveštaja za 2016. godinu. Analiza naknadnog merenja nematerijalnih ulaganja različitih od gudvila otkriva dominaciju modela troška. Naime, 67 preduzeća u uzorku primenjuje model troška, dva navode da primenjuju model revalorizacije, dok jedno navodi da model revalorizacije primenjuje za neke pozicije nematerijalnih ulaganja, a

model troška za ostale. Nemali broj preduzeća (24) nije obelodanio po kom modelu meri nematerijalna ulaganja. Treće, najsvieobuhvatnije istraživanje (Karapavlović, 2018, 262-267), sprovedeno na uzorku od 500 preduzeća u Republici Srbiji, a na osnovu finansijskih izveštaja za 2014, 2015. i 2016. godinu, između ostalog, pokazuje da je model istorijskog troška dominantan za merenje nekretnina koje nisu investicione, postrojenja i opreme. Naime, u proseku 52,45% analiziranih preduzeća pomenute pozicije meri po nabavnoj vrednosti umanjenoj za akumulirani otpis i eventualne gubitke zbog umanjenja vrednosti. Model zasnovan na fer vrednosti, tj. model revalorizacije, prisutan je kod 16,21% analiziranih preduzeća u proseku. Istim istraživanjem otkriveno je da, od preduzeća koja poseduju investicione nekretnine, prosečno 32,27% iste meri po modelu istorijskog troška, a prosečno 46,51% po modelu fer vrednosti.

Srednji entiteti u Republici Srbiji mogu da biraju između pune i skraćene verzije IFRS, a mali entiteti primenjuju skraćenu verziju IFRS. Skraćena verzija IFRS, koju je IASB doneo u 2009. godini, u Republici Srbiji usvojena je u 2013. godini, a njena modifikovana verzija iz 2015. godine u 2018. godini. Usvajanje modifikovane verzije standarda, sa ne baš malim zakašnjenjem, jer je IASB označio 1. januar 2017. godine kao datum kada izmene stupaju na snagu, pri čemu je entitetima ostavio mogućnost da pre tog roka počnu sa primenom izmenjenog standarda (Obradović, 2016, 166), dovelo je do nepoklapanja verzije merodavne u Republici Srbiji sa aktuelnom verzijom IFRS za male i srednje entitete. Pomenuti problem je donekle ublažen mišljenjem Ministarstva finansija iz 2016. godine, prema kome entiteti koji imaju „mogućnost i neophodne kapacitete“ mogu primeniti izmenjeni IFRS za male i srednje entitete i pre nego što se objavi prevod istog (Ministarstvo finansija Republike Srbije, 2016, 155). U datom kontekstu, od posebnog značaja je činjenica da stara (prvobitna) verzija IFRS za male i srednje entitete (iz 2009. godine) nije dopuštala model revalorizacije za naknadno merenje nekretnina različitih od investicionih, postrojenja i opreme, dok aktuelna (izmenjena) verzija istog standarda to dopušta, čime su ublažene razlike u odnosu na punu verziju IFRS, tj. IAS 16. Ipak, i nakon izmena IFRS za male i srednje entitete, zadržala su se određena odstupanja istog od pune verzije IFRS, pri čemu se najznačajnija preostala odstupanja koja tangiraju upotrebu fer vrednosti sastoje u tome što se prema IFRS za male i srednje entitete (IASB, 2015):

- nematerijalna ulaganja različita od gudvila naknadno mere samo po modelu troška, što znači da nije dopuštena revalorizacija tih nematerijalnih ulaganja i
- investicione nekretnine naknadno mere po modelu fer vrednosti, od koga se odstupa ukoliko se fer vrednost ne može pouzdano utvrditi ili ako bi njeno utvrđivanje zahtevalo neprihvatljive troškove ili napore.

Prethodnom treba dodati da je izmenama IAS 16 – Nekretnine, postrojenja i oprema i IAS 41 - Poljoprivreda u 2014. godini uvedena kategorija plodonosnih biljaka (bearer plants), koje se računovodstveno tretiraju isto kao nekretnine različite od investicionih, postrojenja i oprema (što znači da se naknadno mere po modelu troška ili modelu revalorizacije), a ne kao druga biološka sredstva (koja se generalno mere po fer vrednosti umanjenoj za troškove prodaje). Ipak, pomenuta kategorija bioloških sredstava nije uvedena u modifikovani IFRS za male i srednje entitete, što znači da je nastala nova razlika između punih i skraćenih IFRS, koja upravo tangira primenu fer vrednosti (jer se plodonosne biljke prema skraćenim IFRS i dalje mere kao ostala biološka sredstva - po fer vrednosti umanjenoj za troškove prodaje).

Sličnosti između pune i skraćene verzije IFRS u pogledu upotrebe fer vrednosti odnose se na nekretnine različite od investicionih, postrojenja, opremu, ostala biološka sredstva (različita od plodonosnih biljaka), finansijske instrumente, ulaganja u pridružene i zajednički kontrolisane entitete, plaćanja zasnovana na akcijama, naknade zaposlenima, utvrđivanje nadoknadivog

iznosa prilikom ispitivanja obezvređenja imovine i državna davanja (IASB, 2015; Melville, 2017, 427-429).

Mikro entiteti i preduzetnici imaju pravo da biraju između skraćene verzije IFRS i pravilnika ministra finansija. Oni koji se opredele za pravilnik, ne mogu model revalorizacije (model zasnovan na fer vrednosti) koristiti za nekretnine različite od investicionih, postrojenja i opremu, s obzirom na to da je za njihovo naknadno merenje propisan samo model istorijskog troška. Naknadno merenje investicionih nekretnina u suštini se podudara sa zahtevima skraćene verzije IFRS. Osim toga, fer vrednost se koristi za biološka sredstva (pod uslovom da se može pouzdano utvrditi, pri čemu se umanjuje za procenjene troškove prodaje), finansijske instrumente čije promene vrednosti se uključuju u dobitak/gubitak i zalihe poljoprivrednih proizvoda kao rezultat sopstvenih bioloških sredstava entiteta (pri čemu se umanjuje za troškove prodaje u momentu ubiranja, odnosno sakupljanja). U Republici Srbiji upravo preovlađuju preduzeća koja po veličini spadaju u kategoriju mikro entiteta. Naime, prema Godišnjem biltenu finansijskih izveštaja za 2018. godinu, koji publikuje Agencija za privredne registre Republike Srbije (2019), od ukupnog broja pravnih lica u realnom sektoru, u periodu od 2016. do 2018. godine, mikro pravna lica su u proseku zastupljena sa približno 89%. To znači da preduzeća kojih bročano ima najviše nisu u obavezi da primenjuju ni skraćenu verziju IFRS, već se mogu opredeliti za pravilnik ministra finansija, prema kome je upotreba fer vrednosti manje zastupljena u odnosu na punu i skraćenu verziju IFRS. Osim toga, značajno je napomenuti da eksterni korisnici finansijskih izveštaja mikro entiteta koji primenjuju pomenuti pravilnik nisu u mogućnosti da sagledaju koje osnove merenja su zastupljene u tim entitetima, zato što takvi entiteti publikuju samo bilans stanja i bilans uspeha, ali ne i napomene uz finansijske izveštaje u kojima se, između ostalog, navode primenjene računovodstvene politike.

Sličnosti i razlike u primeni računovodstva fer vrednosti u Evropskoj uniji i Republici Srbiji

Zajednička karakteristika regulatornih okvira finansijskog izveštavanja EU i Republike Srbije je postojanje više od jedne osnove finansijskog izveštavanja. U EU to su puna verzija IFRS i računovodstvena direktiva EU, tj. nacionalni propisi zasnovani na njoj, a u Republici Srbiji to su puna verzija IFRS, skraćena verzija IFRS i pravilnik ministra finansija. Iako oba pomenuta regulatorna okvira odlikuje to što se primenjuje puna verzija IFRS, razlike se javljaju u merodavnim verzijama tog seta standarda i kategorijama entiteta koji ih moraju ili mogu primenjivati.

Razlike u pogledu merodavnih verzija punih IFRS u EU u Republici Srbiji javljaju se usled (a) izmena IFRS u postupku njihovog odobravanja u EU i (b) derogiranja njihovih pojedinih odredbi podzakonskim aktima u Republici Srbiji, o čemu je bilo reči u ranijim izlaganjima, ali i usled (c) kašnjenja sa objavljivanjem prevoda novih i izmenjenih standarda i tumačenja u Republici Srbiji i (d) odlaganja početka njihove primene u EU.

Kašnjenje sa objavljivanjem prevoda karakteristično je za dosadašnju primenu IFRS u Republici Srbiji i ono značajno doprinosi da se verzija IFRS koja se primenjuje u Republici Srbiji udalji od one koja se primenjuje u EU, gde se, uprkos komplikovanoj proceduri usvajanja, novi i izmenjeni standardi i tumačenja ažurnije ugrađuju u regulatorni okvir finansijskog izveštavanja. Na primer, IASB je u 2014. godini objavio IFRS 9 – Finansijski instrumenti, koji i te kako tangira primenu fer vrednosti i donosi značajne promene u odnosu na IAS 39 – Finansijski instrumenti, označivši 1. januar 2018. godine kao datum početka njegove primene. Institucije EU usvojile su pomenuti standard u novembru 2016. godine (European Commission, 2016), čime su stvoreni

uslovi da njegova primena u EU otpočne na dan koji je IASB naveo. S druge strane, prevod ovog standarda u Republici Srbiji nije objavljen ni do polovine 2019. godine. Drugi interesantan primer odnosi se na pomenute izmene IAS 16 – Nekretnine, postrojenja i oprema i IAS 41 – Poljoprivreda, koje je IASB, takođe, izvršio u 2014. godini, a koje su stupile na snagu 1. januara 2016. godine. Institucije EU usvojile su izmene IAS 16 i IAS 41 u 2015. godini, dok u Republici Srbiji ni do polovine 2019. godine zvanični prevodi izmenjenih tangiranih standarda (IAS 16 i IAS 41) nisu publikovani. Ranije pomenutim Mišljenjem ministarstva finansija, omogućeno je izveštajnim entitetima u Republici Srbiji da primenjuju nove i izmenjene IFRS, uključujući IAS 16 i IAS 41, i pre nego što se objave zvanični prevodi (Ministarstvo finansija Republike Srbije, 2016, 155). Pored toga, prema Zakonu o bankama (član 50), banke su dužne da pri sastavljanju godišnjih finansijskih izveštaja primenjuju IFRS od dana koji je IASB odredio kao dan početka njihove primene. Iako je pomenutim zakonskim i podzakonskim aktima ublažen problem nastao kašnjenjem zvaničnih prevoda, stvoren je jedan novi – otvoren je prostor za koegzistenciju dveju verzija punih IFRS: starih i aktuelnih punih IFRS (Obradović, 2018a, 235), čije razlike sa aspekta primene fer vrednosti, kao što su pokazali prethodni primeri, nisu beznačajne.

Karakterističan primer odlaganja početka primene IFRS u EU odnosi se na grupu od pet novih i revidiranih standarda u vezi sa ulaganjima u zavisne, pridružene i zajednički kontrolisane entitete (IFRS 10-12 i IAS 27-28), koje je IASB objavio u 2011. godini, pri čemu je 1. januar 2013. godine označio kao datum početka njihove primene. Ipak, institucije EU su odlučile da primena ovih standarda u EU počne 1. januara 2014. godine (Obradović, 2016, 257).

Empirijska istraživanja izvršena u EU i Republici Srbiji ukazuju na slične preferencije sastavljača finansijskih izveštaja u situacijama kada oni mogu da biraju između fer vrednosti i drugog mernog atributa (prevashodno istorijskog troška). Naime, istraživanja pokazuju da je istorijski trošak još uvek dominantan merni atribut u slučaju naknadnog merenja nekretnina različitih od investicionih, postrojenja, opreme i nematerijalnih ulaganja, pri čemu je fer vrednost sve više zastupljena u slučaju naknadnog merenja nekretnina koje nisu investicione. Kada se radi o naknadnom merenju investicionih nekretnina, fer vrednost se primenjuje više od istorijskog troška, ali ta dominacija nije toliko izražena kao dominacija istorijskog troška u odnosu na fer vrednost u slučaju naknadnog merenja nekretnina različitih od investicionih, postrojenja, opreme i nematerijalnih ulaganja.

Ranija izlaganja pokazuju da je opseg primene pune verzije IFRS, posmatrano sa aspekta kategorija entiteta za koje su oni merodavni, u Republici Srbiji širi u odnosu na minimalni zahtev postavljen na nivou EU. Naime, u Republici Srbiji pune IFRS obavezno primenjuju kotirane kompanije, i to ne samo prilikom sastavljanja konsolidovanih finansijskih izveštaja (što je minimalni zahtev u EU), već i prilikom sastavljanja pojedinačnih izveštaja, kao i sve velike kompanije, matične kompanije i finansijske institucije, nezavisno od toga da li se kotiraju na organizovanom tržištu kapitala, dok srednje kompanije mogu da odaberu ove standarde. Tome treba dodati da novousvojeni Zakon o računovodstvu, koji stupa na snagu 1. januara 2020. godine, dodatno proširuje opseg primene punih IFRS. Naime, prema tom zakonu, i mali i mikro entiteti imaju pravo da odaberu pune IFRS, kao jednu od ponuđenih opcija. Prema istom dokumentu, preduzetnici se više ne svrstavaju automatski u mikro entitete, već se njihovo razvrstavanje vrši na bazi kriterijuma koji važe za ostale profitne entitete. To znači da će preduzetnici koji se svrstavaju u velike imati obavezu da slede pune IFRS, dok će ostali preduzetnici moći da ih izaberu kao jednu od ponuđenih opcija. S druge strane, sve zemlje EU proširile su opseg primene punih IFRS, ali svaka od njih je to učinila na sebi svojstven način (Obradović, 2016, 260-264).

Odredbe skraćene verzije IFRS uglavnom nisu u suprotnosti sa odredbama računovodstvene direktive EU. To znači da je finansijsko izveštavanje entiteta u Republici Srbiji

koji poštuju skraćenu verziju IFRS (mali entiteti, srednji i mikro entiteti ukoliko tako odaberu) uglavnom u skladu sa direktivom EU, tako da je i računovodstvo fer vrednosti zastupljeno kod njih uglavnom kompatibilno sa istom direktivom. Ipak, računovodstvena direktiva EU je veoma fleksibilan dokument, što se jasno uočava iz činjenice da je u njoj često zastupljena sintagma „države članice mogu dopustiti ili zahtevati“. Iz tog razloga, prakse upotrebe fer vrednosti u preduzećima koja ne primenjuju punu verziju IFRS mogu se značajno razlikovati, ne samo između zemalja EU, već i između Republike Srbije i pojedinačnih zemalja EU.

Zaključak

Fer vrednost je značajan, ali ne i jedini merni atribut (osnova merenja) u današnjem (mešovitom) modelu merenja u finansijskim izveštajima. Ukoliko bi se u standardima, a time i u praksi finansijskog izveštavanja, ostvario potpuni zaokret (od istorijskog troška kao dominantne osnove merenja u prošlosti) ka fer vrednosti, u smislu merenja po istoj svih sredstava i svih obaveza, kako prilikom početnog priznavanja (inicijalno), tako i u kontekstu naknadnog merenja (merenja nakon početnog priznavanja), periodični rezultat bi odražavao promenu fer vrednosti neto imovine tokom obračunskog perioda. Da li i kada će se to dogoditi, ne može se precizno reći. Osim toga, da li će se fer vrednost u budućnosti koristiti manje ili više u EU i Republici Srbiji, zavisi od toga (1) da li će evropske vlasti proširiti primenu IFRS iznad postojećeg minimuma (konsolidovani finansijski izveštaji kotiranih kompanija), (2) kako će se razvijati propisi zemalja članica EU kojima se konačno definiše opseg primene punih IFRS u zemljama EU, tj. kojima se taj opseg proširuje u odnosu na pomenuti minimum, (3) da li će merodavne institucije Republike Srbije promeniti opseg primene punih i sažetih IFRS i kakva će biti dalja sudbina pravilnika ministra finansija, (4) kako će se menjati puni i sažeti IFRS sa aspekta opsega primene fer vrednosti, tj. sa aspekta obaveze ili mogućnosti merenja po fer vrednosti, (5) da li će se na nivou EU usvojiti IFRS za male i srednje entitete i kako će se razvijati računovodstvena direktiva EU, kao i nacionalni propisi zemalja članica EU zasnovani na njoj, danas merodavni za društva kapitala koja ne primenjuju pune IFRS, (6) da li će se usvojiti i da li će se i u kojoj meri na nivou EU modifikovati novi i revidirani IASB-ovi standardi i tumačenja koji tangiraju primenu fer vrednosti i (7) da li će u Republici Srbiji da se ažurno objavljuju prevodi novih i izmenjenih IASB-ovih dokumenata (što do sada nije bio slučaj).

Zajedničku karakteristiku regulatornih okvira finansijskog izveštavanja u EU i Republici Srbiji predstavlja primena punih IFRS, čiji je opseg primene, generalno, veći u Republici Srbiji. Bez obzira na to što su merodavne verzije IFRS u EU i Republici Srbiji u izvesnom smislu različite, situacije u kojima se fer vrednost primenjuje ili je njena primena dopuštena se u značajnoj meri podudaraju. Iako je primena pune verzije IFRS u Republici Srbiji šira u odnosu na minimalni zahtev u EU, entiteti kojih u Republici Srbiji bročano ima najviše (mikro entiteti) nisu u obavezi da primenjuju ni skraćenu verziju IFRS, već se mogu opredeliti za pravilnik ministra finansija (nacionalni standard), prema kome je upotreba fer vrednosti manje zastupljena u odnosu na punu i skraćenu verziju IFRS. S druge strane, fleksibilnost računovodstvene direktive EU, sa kojom je, upravo zbog te fleksibilnosti, IFRS za male i srednje entitete pretežno kompatibilan, može imati za posledicu različite prakse upotrebe fer vrednosti, ne samo između pojedinih zemalja članica EU, već i u odnosu na izveštajne entitete u Republici Srbiji koji primenjuju skraćenu verziju IFRS. Različitost praksi u pomenutom smislu, tj. zastupljenost računovodstva fer vrednosti u zemljama EU, mogla bi se sagledati analizom nacionalnih propisa pojedinih država članica i empirijskim istraživanjima u tim državama, što prevazilazi okvire ovog rada i predstavlja preporuku za neka buduća istraživanja. Rezultati ranije izvršenih empirijskih istraživanja koja su za predmet imala analizu upotrebe fer vrednosti, pre svega za

naknadno merenje nekih pozicija izveštaja o finansijskom položaju, pokazuju da sastavljači finansijskih izveštaja u EU i Republici Srbiji pokazuju slične preferencije u situacijama kada mogu da biraju između modela merenja zasnovanog na fer vrednosti i modela zasnovanog na istorijskom trošku.

Republika Srbija trenutno nije članica EU. Njen ulazak u EU podrazumevao bi, između ostalog, prelazak sa originalne verzije IFRS na „IFRS usvojene na nivou EU“. To, generalno, neće osetno uticati na primenu fer vrednosti za entitete koji već primenjuju punu verziju IFRS, pod uslovom da u međuvremenu ne dođe do udaljavanja „IFRS usvojenih na nivou EU“ od originalnih IFRS, što je malo verovatno. Ukoliko, do ulaska Republike Srbije u EU, skraćena verzija IFRS ne bude usvojena u EU, Republika Srbija će morati da kreira sopstveni standard za male i srednje entitete uvažavajući računovodstvenu direktivu EU (Obradović & Karapavlović, 2015, 424). Fleksibilnost pomenute direktive, ako se ne smanji njenim izmenama u međuvremenu, kao i pretežna kompatibilnost IFRS za male i srednje entitete sa istom, takođe pod uslovom da se ne smanji u međuvremenu, omogućiće da se kreira nacionalni standard koji ne mora da bude značajno različit od IFRS za male i srednje entitete, koji se danas primenjuje u Republici Srbiji. S obzirom na to, ulazak Republike Srbije u EU ne mora (mada može) da donese značajne promene u primeni fer vrednosti kod onih entiteta koji ne primenjuju pune IFRS. Dok ne postane članica EU, Republika Srbija nije u obavezi da poštuje propise ustanovljene na nivou EU. Ipak, kao kandidat za punopravno članstvo, Republika Srbija treba da vodi računa o usklađenosti svoje regulative finansijskog izveštavanja sa regulativom EU (Obradović & Karapavlović, 2015, 424). Zbog toga, ne treba isključiti mogućnost da konačno usaglašavanje finansijskog izveštavanja u Republici Srbiji sa regulatornim okvirom EU nastupi pre pristupanja EU.

Reference

1. Agencija za privredne registre Republike Srbije (2019). *Godišnji bilten finansijskih izveštaja za 2018. godinu* (prezentacija godišnjeg biltena), dostupno na: https://apr.gov.rs/upload/Portals/0/GFI%202019/Prezentacija_BILTEN_SI2018.pdf (12.07.2019)
2. Bachert, K. (2012). *Fair Value Accounting: Implications for Users of Financial Statements*. Frankfurt: Peter Lang.
3. Barth, M. & Taylor, D. (2010). In defense of fair value: Weighing the evidence on earnings management and asset securitizations. *Journal of Accounting and Economics*, 49(1-2), 26-33.
4. Barth, M.E. (2007). Standard-setting measurement issues and the relevance of research. *Accounting and Business Research*, Special Issue: International Accounting Policy Forum, 7-15.
5. Barth, M.E. (2010). Comments of Pannellists, EAA symposium: Wanted foundations of accounting measurement. *Abacus*, 46(1), 120-127.
6. Benston, G.J., Bromwich, M., Litan, R.E. & Wagenhofer, A. (2006). *Worldwide Financial Reporting: The Development and Future of Accounting Standards*. Oxford: Oxford Scholarship Online.
7. Cairns, D. (2007). The use of fair value in IFRS. In: Walton, P. (Ed.), *The Routledge Companion to Fair Value and Financial Reporting* (pp. 9-23). Abingdon, Oxon: Routledge.
8. Cairns, D., Massoudi, D., Taplin, R. & Tarca, A. (2011). IFRS fair value measurement and accounting policy choice in the United Kingdom and Australia. *The British Accounting Review*, 43(1), 1-21.
9. CFA Institute Centre for Financial Market Integrity (2007). *A Comprehensive Business Reporting Model: Financial Reporting for Investors*, dostupno na: <https://www.cfainstitute.org/-/media/documents/article/position-paper/comprehensive-business-reporting-model.ashx> (03.07.2019)

10. Ernst & Young Global Limited (2018). *Applying IFRS: IASB issues revised Conceptual Framework for Financial Reporting*, dostupno na: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-conceptual-framework-april2018/\\$FILE/ey-applying-conceptual-framework-april2018.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-applying-conceptual-framework-april2018/$FILE/ey-applying-conceptual-framework-april2018.pdf) (01.07.2019)
11. European Commission (2012). *Endorsement of the IFRS 13 Fair Value Measurement: Introduction, background and conclusions*, dostupno na: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/effect-study-ifrs13_en.pdf (05.07.2019).
12. European Commission (2016). Commission Regulation (EU) 2016/2067. *Official Journal of the European Union*, L 323/1-L 323-164.
13. European Parliament and Council (2013). Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council. *Official Journal of the European Union*, L 182/19-L 182/76.
14. Financial Accounting Standards Board (2018). *Accounting Standard Codification 820 – Fair Value Measurement*. FASB: Norwalk.
15. IFRS Foundation (2018). *IFRS Conceptual Framework: Project Summary*, dostupno na: <https://www.ifrs.org/-/media/project/conceptual-framework/fact-sheet-project-summary-and-feedback-statement/conceptual-framework-project-summary.pdf> (01.07.2019)
16. International Accounting Standards Board (2015). *International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities*. London: IFRS Foundation.
17. International Accounting Standards Board (2016). *IFRS 13 – Fair Value Measurement*. London: IFRS Foundation.
18. International Accounting Standards Board (2018). *Conceptual Framework for Financial Reporting*. London: IFRS Foundation.
19. Karapavlović, N. (2018). *Merni atributi u finansijskom izveštavanju i periodični rezultat preduzeća* (neobjavljena doktorska disertacija). Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
20. Kaufhold, G. (2015). Compatibility of the IFRS for Small and Medium-sized Entities and the new EU-Accounting Directive. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 63(6), 1945-1951.
21. Lennard, A. (2007). Between a rock and hard place? In: Walton, P. (Ed.), *The Routledge Companion to Fair Value and Financial Reporting* (pp. 115-122). Abingdon, Oxon: Routledge.
22. Lourenço, I.C., Sarquis, R., Branco, M.C. & Pais, C. (2015). Extending the Classification of European Countries by their IFRS Practices: A Research Note. *Accounting in Europe*, 12(2), 223-232.
23. Mäki, J., Somoza-Lopez, A. & Sundgren, S. (2016). Ownership Structure and Accounting Method Choice: A Study of European Real Estate Companies. *Accounting in Europe*, 13(1), 1-19.
24. Melville, A. (2017). *International Financial Reporting: A Practical Guide* (Sixth Edition). Harlow: Pearson Education Limited.
25. Ministarstvo finansija Republike Srbije (2016). Bilten: službena objašnjenja i stručna mišljenja za primenu finansijskih propisa, 56(11).
26. Nobes, C. (2015). IFRS Ten Years on: Has the IASB Imposed Extensive Use of Fair Value? Has the EU Learnt to Love IFRS? And Does the Use of Fair Value make IFRS Illegal in the EU? *Accounting in Europe*, 12(2), 153-170.
27. Obradović, V.M. (2016). *Međunarodni standardi finansijskog izveštavanja: globalni jezik računovođa*. Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
28. Obradović, V. (2018). Finansijsko izveštavanje o nematerijalnim ulaganjima u Republici Srbiji. U: Ivanović, V., Zlatanović, D., Nikolić, J., Kalinić, Z., Jovković, B., Janković, N. (Ur.), *Implikacije ekonomije znanja za razvojne procese u Republici Srbiji* (str. 713-725). Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
29. Obradović, V. (2018a). Međunarodni standard finansijskog izveštavanja za male i srednje entitete u Republici Srbiji. *Ekonomski horizonti*, 20(3), 229-242.

30. Obradović, V., Čupić, M., Dimitrijević, D. (2018). Application of International Financial Reporting Standards in the Transition Economy of Serbia. *Australian Accounting Review*, 28(1), 48-60.
31. Obradović, V. & Karapavlović, N. (2014). Finansijsko izveštavanje o nekretninama, postrojenjima i opremi u Srbiji. *Računovodstvo*, 58(11-12), 38-50.
32. Obradović, V. & Karapavlović, N. (2015). Standardi finansijskog izveštavanja u Evropskoj uniji i Srbiji – komparativna analiza. U: Jakšić, M., Stojanović-Aleksić, V., Mimović, P. (Ur.), *Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji* (str. 415-425). Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
33. Penman, S.H. (2007). Financial reporting quality: is fair value a plus or a minus? *Accounting and Business Research*, Special Issue: International Accounting Policy Forum, 33-44.
34. Pravilnik o načinu priznavanja, vrednovanja i prezentacije i obelodanjivanja pozicija u pojedinačnim finansijskim izveštajima mikro i drugih pravnih lica, *Službeni glasnik Republike Srbije*, br. 118/2013, 95/2014.
35. Spasić, D. & Denčić-Mihajlov, K. (2018). *Merdžeri i akvizicije: izazovi za finansijsko izveštavanje i upravljanje*. Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
36. Stefanović, R. (2002). Poštena vrednost: suština, upotreba i implikacije. *Računovodstvo*, 47(7-8), 23-28.
37. Stojanović, R. (2016). Koncept fer vrednosti *versus* koncept nabavne vrednosti. *Računovodstvo*, 60(2), 66-87.
38. Storey, R.K. (2007). The Framework of Financial Accounting Concepts and Standards. In: Carmichael, D.R., Whittington, O.R., Graham, L. (Ed.), *Accountants' Handbook Volume One: Financial Accounting and General Topics* (Eleventh Edition) (pp. 2-1-2-120). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
39. Škarić-Jovanović, K. (2010). Održanje kapitala pri primeni koncepta fer vrednosti. U: Mikerević, D. (Ur.), *Zbornik radova sa 14. Kongresa Saveza računovođa i revizora Republike Srpske – Uloga finansijske i računovodstvene profesije u prevazilaženju krize u realnom i finansijskom sektoru* (str. 15-41). Banja Vrućica: Savez računovođa i revizora Republike Srpske.
40. The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (2007). *EU Implementation of IFRS and the Fair Value Directive: A report for the European Commission*. London: ICAEW Financial Reporting Faculty.
41. Walton, P. (2011). *An Executive Guide to IFRS: Content, Costs and Benefits to Business*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
42. Whittington, G. (2005). The Adoption of International Accounting Standards in the European Union. *European Accounting Review*, 14(1), 127-153.
43. Whittington, G. (2010). Measurement in Financial Reporting: Overview of the Central Thesis. *Abacus*, 46(1), 104-110.
44. Whittington, G. (2015). Fair Value and IFRS. In: Jones, S. (Ed.), *The Routledge Companion to Financial Accounting Theory* (pp. 217-235). Abingdon, Oxon: Routledge.
45. Wilson, A. (2007). The relevance and reliability of fair value measurement. In: Walton, P. (Ed.), *The Routledge Companion to Fair Value and Financial Reporting* (pp. 196-209). Abingdon, Oxon: Routledge.
46. Zakon o bankama, *Službeni glasnik RS*, br. 107/2005; 91/2010 i 14/2015.
47. Zakon o računovodstvu, *Službeni glasnik RS*, br. 62/2013 i 30/2018.
48. Zakon o računovodstvu, *Službeni glasnik RS*, br. 73/2019.

INTEGRISANI PROCES UPRAVLJANJA ZAŠTITOM ŽIVOTNE SREDINE

Dejan Jovanović* i Snežana Ljubisavljević**

Negativni uticaji poslovanja preduzeća na životnu sredinu, kao i sve stroži regulatorni zahtevi nameću menadžmentu obavezu da pronađe način za efikasno upravljnje zaštitom životne sredine. Za postizanje navedenog menadžment može da koristi brojne alate ekološkog menadžmenta. Upravo ovaj rad ima za cilj da ukaže na sinergetski efekat upotrebe različitih alata ekološkog menadžmenta u procesu upravljanja zaštitom životne sredine. Polazeći od navedenog u radu su primenjeni metodološki postupci i tehnike svojstveni društvenim naukama, tj. kvalitativna metodologija bazirana na proučavanju i deskriptivnoj analizi definisanog cilja istraživanja. Na bazi iskustava iz raspoložive literature i svetske prakse izveden je zaključak da se najbolji rezultati u procesu upravljanja zaštitom životne sredine postižu upotrebom dva ili više alata, odnosno integrisanom upotrebom alata ekološkog menadžmenta.

Ključne reči: preduzeće, upravljanje zaštitom životne sredine, alati ekološkog menadžmenta, sinergetski efekat.

Uvod

Tokom poslednjih decenija uticaj industrijskih organizacija na životnu sredinu je postao očigledan. Na globalnom nivou to je dovelo do toga da mnoga preduzeća ulažu sve svoje napore u traženju instrumenata upravljanja koji im omogućavaju da smanje negativan uticaj na životnu sredinu, kao i da poboljšaju svoju eko-efikasnost (Jovanović i Janjić, 2018). Naime, primena novog pravnog pristupa, koji je sve zastupljeniji u svetu, a koji podrazumeva da za nastalu ekološku štetu zagađivač odgovara već zbog same činjenice što se bavi rizičnim delatnostima po životnu sredinu i što njegove aktivnosti i kod urednog i regularnog poslovanja predstavljaju potencijalnu ekološku opasnost (Petrović, 2012, 108-111) dovela je do toga da se pitanjima upravljanja zaštitom životne sredine posvećuje sve veća pažnja u preduzeću.

Rana integracija sistema zaštite životne sredine u preduzeće, odnosno proaktivni ekološki menadžment, omogućava preduzeću bolji pristup resursima i mogućnostima u odnosu na njegove konkurente. Dakle, efikasno upravljanje zaštitom životne sredine dovodi do sprečavanja i smanjivanja zagađenja, doprinosi povećanju konkurentске prednosti, snižavanju ekoloških troškova i ispunjavanju sve većih očekivanja javnosti od preduzeća. Da bi preduzeće moglo da ostvari navedeno neophodno je da pravovremeno sagleda uticaje preduzeća na životnu sredinu, kao i životne sredine na preduzeće. Za redukovanje negativnih uticaja poslovanja na životnu sredinu preduzeća koriste različite alate upravljanja zaštitom životne sredine. Imajući u vidu da većina alata ima svoje prednosti i nedostatke, najbolji efekti na polju upravljanja zaštitom životne sredine se postižu integrisanom upotrebom dva ili više alata.

Polazeći od navedenog rad ima za cilj da ukaže na sinergetski efekat upotrebe različitih alata ekološkog menadžmenta u procesu upravljanja zaštitom životne sredine. Naime, uključivanjem različitih alata u proces upravljanja zaštitom životne sredine menadžment uspostavlja direktnu vezu između ciljeva zaštite životne sredine preduzeća i njegove profitabilnosti.

U radu je korišćen metod deskripcije kako bi se obrazložili stavovi o neophodnosti upravljanja zaštitom životne sredine. Takođe, polazeći od raspoložive literature i analiziranih

* Docent, e-mail: djovanovic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: ljubisavljevic@kg.ac.rs

rezultata različitih istraživačkih studija sprovedenih u svetu, metodi analize, indukcije i sinteze su korišćeni za izvođenje zaključaka o širim, društvenim problemima upravljanja zaštitom životne sredine, dok je metod dedukcije poslužio za prilagođavanje zaključaka usmerenih ka ispitivanju uloge i značaja integrisane upotrebe alata u procesu upravljanja zaštitom životne sredine i postizanja eko-efikasnosti. Imajući u vidu navedeno, u radu će biti prvo ukazano na principe upravljanja zaštitom životne sredine, zatim na različite alate ekološkog menadžmenta i na kraju će biti istaknuti sinergetski efekti upotrebe dva ili više alata u procesu upravljanja zaštitom životne sredine.

Principi upravljanja zaštitom životne sredine

Prema starom i još uvek aktuelnom shvatanju, u većini preduzeća, privreda i životna sredina su u osnovi u suprotnosti. Po ovom shvatanju smatra se da zaštita životne sredine znači smanjenje profitabilnosti za preduzeća i povećanje troškova za potrošače sa jedne strane, dok sa druge strane profitabilnost preduzeća podrazumeva iskorišćavanje i uništavanje prirodnih dobara. Za ostvarenje održivog razvoja potrebno je da preduzeća donose odluke, imajući istovremeno na umu očuvanje životne sredine i efikasno poslovanje. To znači da su životna sredina i preduzeća isprepleteni, ali ne kao suprotstavljene strane, nego kao partneri u opštoj težnji za boljim kvalitetom življenja i društvenog blagostanja (Jovanović, 2017).

Ukoliko preduzeće sprovodi dobru ekološku politiku, to je prvenstveno zasluga menadžmenta preduzeća (Rondinelli & Vastag, 2000) koji ima razvijenu ekološku svest, osećaj odgovornosti za sprovođenje zakonskih propisa i jasno definisanu strategiju upravljanja zaštitom životne sredine. Naime, od menadžera se sve više zahteva da upravlja preduzećem na način koji koristi društvu u celini, odnosno da efikasno upravlja zaštitom životne sredine. Upravljanje zaštitom životne sredine, odnosno ekološki menadžment podrazumeva primenu sistemskog i holističkog pristupa u zaštiti, upravljanju i obnavljanju životne sredine i ekosistema (Jovanović i Ljubisavljević, 2017). Uvažavajući navedeno, kao i brojne definicije ekološkog menadžmenta date u literaturi, čini se značajnim istaći određenje ekološkog menadžmenta kao dela sistema upravljanja koji uključuje organizacionu strukturu, odgovornosti, praksu, procedure, procese i resurse namenjene da se postigne i održi određeno ekološko ponašanje koje može da smanji uticaje prouzrokovane od strane aktivnosti preduzeća na životnu sredinu (Cramer, 1998, 162; Martin, 1995, 3). Ekološki menadžment se na taj način usmerava na koordinaciju i integraciju mnogih disciplina unutar svake organizacije kreirajući tako troškovno efikasne sisteme koji će voditi aktivnosti u skladu sa ekonomskim, ekološkim, društvenim, pravnim, etičkim i kulturnim zahtevima (Jovanović i Ljubisavljević, 2017). Međutim, postizanje navedenog pretpostavlja uvažavanje određenih principa na kojima se zasniva upravljanje zaštitom životne sredine.

U literaturi iz oblasti menadžmenta ne postoji jedinstven spisak principa koje treba uvažavati u procesu upravljanja zaštitom životne sredine. Neki od principa ekološkog menadžmenta, najčešće navođeni u literaturi, koji pomažu u procesu donošenja odluka u preduzeću su (Tomić, 2012, 125-126):

Princip oportunitetnog troška se odnosi na vrednost najpovoljnije neiskorišćene alternative. Ovaj princip podrazumeva da ta vrednost treba biti razmatrana uvek kada se oskudni resursi stavljaju u upotrebu. Koristi od njihovog korišćenja moraju biti veće od oportunitetnog troška.

Princip dugoročne perspektive uključuje korišćenje dugoročnog pristupa u ocenjivanju ekološke politike. Smanjenje zagađenja zahteva najmanje 5-10 godina za izgradnju sistema za kontrolu smanjenja zagađenja.

Princip internizacije eksternih troškova ima za cilj da se ekološki ishodi korišćenja inputa i stvaranja outputa, kada se stvaraju štetni efekti, u potpunosti uključe u kalkulaciju troškova i koristi zagađivača.

Princip naplate zagađenja ima istu svrhu kao i prethodni princip samo što je on konfrontiran ekonomskim instrumentima politike životne sredine. Ovaj princip određuje način na koji zagađivač treba da podnese štete koje je i prouzrokovao.

Princip međuzavisnosti polazi od toga da su u sistemu životne sredine svi podsystemi međusobno povezani i zavisni, pa se stoga od menadžera zahteva uzimanje u obzir interaktivnih odnosa u ekosocijalnom sistemu.

Princip globalizacije se odnosi na to da problemi životne sredine zahtevaju globalno razmatranje prilikom rešavanja.

Princip pravednosti polazi od toga da bi ekološku politiku trebalo koristiti kao određenu protivtežu tržišnim principima radi ublažavanja njihovog negativnog dejstva. Korišćenje tržišnog mehanizma doprinosi produbljivanju disproporcija u razvoju privrede, kao i sve većih socijalnih razlika.

Ekološka paradigma kao nova društvena regulacija odnosa između preduzeća i životne sredine postavlja pred menadžment preduzeća etičko stanovište o poštovanju prirode i života uopšte. U tom smislu menadžment preduzeća treba da se u procesu upravljanja zaštitom životne sredine pridržava navedenih principa¹ i koncepata jer će na taj način ostvariti brojne prednosti, kao što su smanjenje troškova, smanjenje rizika po životnu sredinu, unapređenje javnog imidža, obezbeđenje poštovanja propisa i dr. Za postizanje navedenih prednosti menadžment koristi alate ekološkog menadžmenta.

Alati upravljanja zaštitom životne sredine u funkciji smanjenja negativnih ekoloških uticaja

Imajući u vidu prednosti koje ostvaruju preduzeća implementacijom ekološkog menadžmenta nameće se zaključak da vredi ulagati u proces upravljanja zaštitom životne sredine. Za uspešno upravljanje zaštitom životne sredine preduzeće može da koristi brojne alate i na taj način upravlja ekološkim i socijalnim aspektima poslovanja.

Devedesetih godina XX veka Međunarodna organizacija za standardizaciju (International Organization for Standardization - ISO) prepoznala je potrebu za standardizacijom u području alata za upravljanje zaštitom životne sredine i 1993. godine je obrazovala komisiju za pisanje standarda koji se odnose na alate ekološkog menadžmenta (Environmental Management Tools and Techniques, 2011, 18). Alati upravljanja zaštitom životne sredine koji se najčešće pominju u literaturi i praksi preduzeća su:

- ekološki upravljački sistemi;
- upravljanje životnom sredinom procenom ekološkog uticaja;
- upravljanje životnom sredinom procenom životnog ciklusa proizvoda;
- upravljanje životnom sredinom putem označavanja proizvoda;
- upravljanje životnom sredinom korišćenjem indikatora ekoloških performansi i

¹ U literaturi se, takođe navodi i sledeća klasifikacija principa ekološkog menadžmenta: princip zagađivač plaća, princip korisnik plaća, princip predostrožnosti, princip efikasnosti i efektivnosti, princip odgovornosti, princip učešća i princip proporcionalnosti (Jovanović, 2017).

- upravljanje životnom sredinom pomoću ekološkog računovodstva i ekološke revizije.

Ekološki upravljački sistemi predstavljaju deo celovitog sistema upravljanja koji uključuje organizacionu strukturu, aktivnosti planiranja, odgovornosti, postupke, procese i sredstva za razvijanje, uvođenje, postizanje, praćenje i održavanje politike zaštite životne sredine. Ekološki upravljački sistemi su stvoreni na osnovu nacionalnih standarda (npr. britanski BS 7750) i međunarodnih standarda (ISO 14000), kao i smernica ekološke politike (npr. EVRO-EMAS). Standard BS 7750 pod nazivom „Specifikacija za ekološke menadžment sisteme“ (Specification for Environmental Management Systems) ima za cilj da svakom preduzeću pruži mogućnost da svoj sistem upravljanja dopuni društveno verifikovanim i javno priznatim sistemom ekološkog menadžmenta koji polazi od jasne formulacije ekološke strategije i ekološke politike, kao i ciljeva preduzeća. Ekološki upravljački sistem – EMAS (Eco-Management and Audit Scheme – EMAS) je inicijativa Evropske unije, koja ima za cilj podsticanje kontinuiranog poboljšanja zaštite životne sredine u javnim i privatnim organizacijama (Rahbek, 2007). EMAS funkcioniše na način da minimizira verovatnoću nastanka događaja koji bi mogao imati negativni uticaj na životnu sredinu. Za razliku od BS 7750, EMAS se ne odnosi na preduzeće u celini, već na sasvim određenu lokaciju preduzeća. Cilj uvođenja i implementacije EMAS je poboljšanje ekoloških performansi preduzeća. S obzirom da o životnoj sredini u preduzeću treba da vode računa, kako menadžeri, tako i zaposleni, to je uspeh EMAS uslovljen njihovom motivisanošću da učestvuju u procesu upravljanja zaštitom životne sredine (Freimann & Walther, 2002, 100-102). Ekološki standardi serije ISO 14000 omogućavaju efikasno ekološko upravljanje na različitim organizacionim nivoima. Kao i kod prethodno navedenih ekoloških upravljačkih sistema (BS 7750 i EMAS) bitna odrednica ISO standarda je da su oni dobrovoljni. Serija standarda ISO 14000 pokriva dve ključne oblasti vrednovanja sistema ili organizacije. Prva oblast su tzv. organizaciona pitanja, a druga oblast su proizvodi, usluge ili procesi.

- Implementacijom ekoloških upravljačkih sistema preduzeća ostvaruju sledeće prednosti (Petrović, 2012, 110-111):
- smanjenje verovatnoće ekološki relevantnih akcidenata i neregularnih stanja u preduzeću i smanjenje rizika time prouzrokovanih šteta, zbog povećane kontrole;
- smanjenje rizika materijalne odgovornosti za ekološke štete nastale u normalnom pogonu zbog mogućnosti dokumentovanog dokazivanja regularnog i urednog pogona, postrojenja i
- poboljšanje opšteg imidža kompanije i njene pozicije na tržištu, pogotovu u slučaju zvanične sertifikacije.

Upravljanje životnom sredinom procenom uticaja na životnu sredinu (Environmental impact assessment – EIA) je postupak ocenjivanja prihvatljivosti nameravanog projekta sa aspekta njegovog uticaja na životnu sredinu. To je preventivna mera zaštite životne sredine koja se sprovodi u ranoj fazi priprema za nameravani projekat. Procena uticaja na životnu sredinu identifikuje moguće uticaje na životnu sredinu, predlaže mere za ublažavanje negativnih uticaja i predviđa da li će biti značajnih nepovoljnih uticaja na životnu sredinu, čak iako se sprovedu mere za njihovo ublažavanje (Cakić et al., 2008). U užem smislu procena uticaja na životnu sredinu obuhvata analizu uticaja emisije zagađujućih materija iz postrojenja u životnu sredinu, a u širem smislu obuhvata veći broj aspekata gradnje novih postrojenja, uključujući i procenu socioloških učinakana na lokalno stanovništvo. To znači da prvi korak u procesu upravljanja zaštitom životne sredine treba da bude akcija dodele pravih aktivnosti (projekata) na pravo mesto pomoću korektnog alata ekološkog menadžmenta, odnosno procene uticaja na životnu sredinu (Hugo, 2004, 267). U literaturi se najčešće navode sledeći primarni ciljevi procene uticaja na životnu sredinu:

- da minimizira ili izbegne negativne uticaje na životnu sredinu pre nego što se oni jave;
- da treba da pomogne u donošenju odluka, pružajući objektivne informacije o ekološkim posledicama akcija, planova i projekata;
- da treba da obezbedi ispravne, sveobuhvatne podatke za informisanje i planiranje;
- da omogući analizu planova i ciljeva kako bi se osigurale maksimalne koristi za životnu sredinu i projekat, a negativni efekti sveli na minimum;
- da predloži rešenja za probleme koji mogu nastati kroz interakciju životne sredine i projekta i sl.

U direktivi Evropske unije navodi se da procena uticaja na životnu sredinu treba svaki predloženi projekat (aktivnost) da identifikuje, opiše i na odgovarajući način proceni direktne i indirektno uticaje na: ljude, floru i faunu, zemljište, vodu, vazduh, klimu, zatim na materijalna dobra i kulturno nasleđe, kao i na njihovu međusobnu interakciju (Črnjar & Črnjar, 2009).

Procena životnog ciklusa proizvoda (Life Cycle Assessment – LCA) je analitički instrument koji postavlja okvir za analizu uticaja proizvoda na životnu sredinu. Procena uključuje ceo životni ciklus proizvoda, procesa ili aktivnosti, koje se odnose na: ekstrakciju i preradu sirovina; proizvodnju, transport i distribuciju; upotrebu, ponovnu upotrebu, održavanje, reciklažu i krajnje odlaganje. Osnovni cilj procene uticaja je identifikovanje i uspostavljanje veze između životnog ciklusa proizvoda i usluga i potencijalnih uticaja na životnu sredinu. Procena životnog ciklusa proizvoda analizira sve i/ili više faza životnog ciklusa proizvoda, uzima u obzir različite uticaje tih faza na životnu sredinu i prirodne resurse, ocenjuje, analizira i interpretira rezultate. Na taj način, preduzeću procena životnog ciklusa proizvoda pomaže da odluči do kog nivoa je potrebno „ugraditi“ problematiku zaštite životne sredine u proces odlučivanja o karakteristikama proizvoda koji se procesira, odnosno o vrstama usluga koje preduzeće obavlja. Procene uticaja životnog ciklusa proizvoda na životnu sredinu se temelje na logičnom konceptu, da ako su poznati svi uticaji proizvoda i usluga na životnu sredinu, menadžment preduzeća će doneti odluke koje će dovesti do poboljšanja ekonomskih i ekoloških performansi, odnosno do smanjenja negativnog uticaja preduzeća na životnu sredinu. Takođe, procena životnog ciklusa može da pomogne u (Črnjar & Črnjar, 2009, 290-291):

- utvrđivanju mogućnosti za poboljšanje zaštite životne sredine od uticaja proizvoda u različitim fazama njihovog životnog ciklusa;
- informisanju različitih ciljnih grupa koje odlučuju u industriji, vladi i nevladinim organizacijama;
- izboru odgovarajućih pokazatelja (indikatora) učinka zaštite životne sredine, uključujući i postupke merenja zagađenja;
- marketingu, s obzirom da se koristi kao markentiški alat (npr. primena „eko“-obeležavanja);
- ostvarivanju finansijskih koristi; zahvaljujući proceni životnog ciklusa proizvoda preduzeća identifikuju područja u kojima dolazi do najvećih uticaja na životnu sredinu; ti se uticaji mogu smanjiti povećanjem efikasnosti korišćenja materijalnih i energetske inputa.

Ekološko označavanje proizvoda² (eco labeling) je postupak u oblasti uvođenja ekoloških oznaka na proizvode koji zahteva od proizvođača da isključe neke sastavnice iz proizvoda ili

² Pored termina ekološko označavanje, u literaturi i zvaničnim dokumentima primenjuju se i termini ekološki znak, ekoznak, eko-oznaka, kao i termini usvojeni od strane Instituta za standardizaciju, označavanje o zaštiti životne sredine i oznaka o zaštiti životne sredine.

tehnološkog procesa, da ambalažu koriste višestruko, da obnove ili recikliraju proizvode na kraju njihovog ciklusa. Eko-oznake se dodeljuju proizvodima od strane privatnih ili javnih organizacija kako bi se potrošači informisali o uticajima proizvoda na životnu sredinu. Ukoliko potrošači imaju razvijenu svest o zaštiti životne sredine, oni mogu biti spremni da plate premiju za proizvod koji ima eko-oznak (Bruce & Laroia, 2007). Sa gledišta proizvođača, proizvodnja i distribucija proizvoda sa eko-oznakom podrazumeva da se stimuliše proizvodnja kojom se najviše štede prirodni resursi, koriste prirodni materijali i oni koji se mogu reciklirati, isključuje ili minimizira upotreba potencijalnih štetnih materija. Črnjar i Črnjar (2009, 296) navode sledeća tri osnovna cilja ekoloških-oznaka:

- očuvati i zaštititi životnu sredinu (primarni cilj);
- podsticati ekološku inovativnost i
- razviti potrošačevu svest o ekološkim pitanjima.

Eko-označavanje je alat preduzeća u procesu upravljanja zaštitom životne sredine koji pomaže potrošačima da razlikuju proizvode i podstiče proizvođače da proizvode proizvode koji ne ugrožavaju životnu sredinu. Preduzeća ostvaruju veliki broj prednosti sprovođenjem eko-označavanja, kao što su: zaštita i bezbednost ljudi, laka identifikacija ekoloških proizvoda, kontrola uticaja na životnu sredinu, jednostavan monitoring, kontinuirano poboljšanje, održiva proizvodnja i potrošnja, ostvarenje konkurentske prednosti i sl. (Bonsi et al., 2008, 407-410).

Vrednovanje ekoloških performansi (Environmental Performance Evaluation) predstavlja interni proces i alat upravljanja koji je projektovan tako da omogući neprekidno upravljanje pouzdanim i poverljivim informacijama u cilju utvrđivanja da li ekološke performanse preduzeća ispunjavaju kriterijume postavljene od strane menadžmenta preduzeća. U okviru međunarodnog standarda ISO 14031 - Vrednovanje ekoloških performansi sledi se model upravljanja „planiranje-izvršenje-provera-delovanje“ (Plan-Do-Check-Act). Indikatori ekoloških performansi će takođe, olakšati komunikaciju sa stejkholderima preduzeća. Kroz primenu indikatora ekoloških performansi dobija se set podataka za informisanje i pomoć vladama, koordinatorima razvoja, planerima i donosiocima odluka u praćenju njihovog učinka prema održivosti životne sredine. Indikatori ekoloških performansi, takođe, pomažu menadžmentu preduzeća da proceni stanje sopstvenog učinka životne sredine i da identifikuje područja koja zahtevaju poboljšanje. Indikatori ekoloških performansi treba da budu razvijeni tako da pružaju dobre osnove za donošenje odluka. Oni ne bi trebali da služe preduzeću samo da ga obaveste da li je ono što preduzeće radi dovelo do održivosti ili nije, već treba da razviju i sintetizuju naučne i tehničke podatke u korisne informacije za donosiocima odluka pri rešavanju sadašnjih i budućih političkih pitanja. Ostvarivanje ciljnih nivoa ekoloških performansi je pretpostavka za ostvarivanje ciljeva održivog razvoja preduzeća i društva uopšte, a adekvatan sistem indikatora ekoloških performansi osnova efektivne i efikasne kontrole i usmeravanja uspeha u realizaciji ekološke strategije. Prema tome, indikatori ekoloških performansi su osnova za kontrolu ekološke strategije preduzeća. Upravljanje životnom sredinom korišćenjem indikatora ekoloških performansi može dovesti do značajnih poslovnih koristi, kao i koristi za životnu sredinu, koje se mogu sintetizovati na sledeći način (Petrović i dr., 2012, 10):

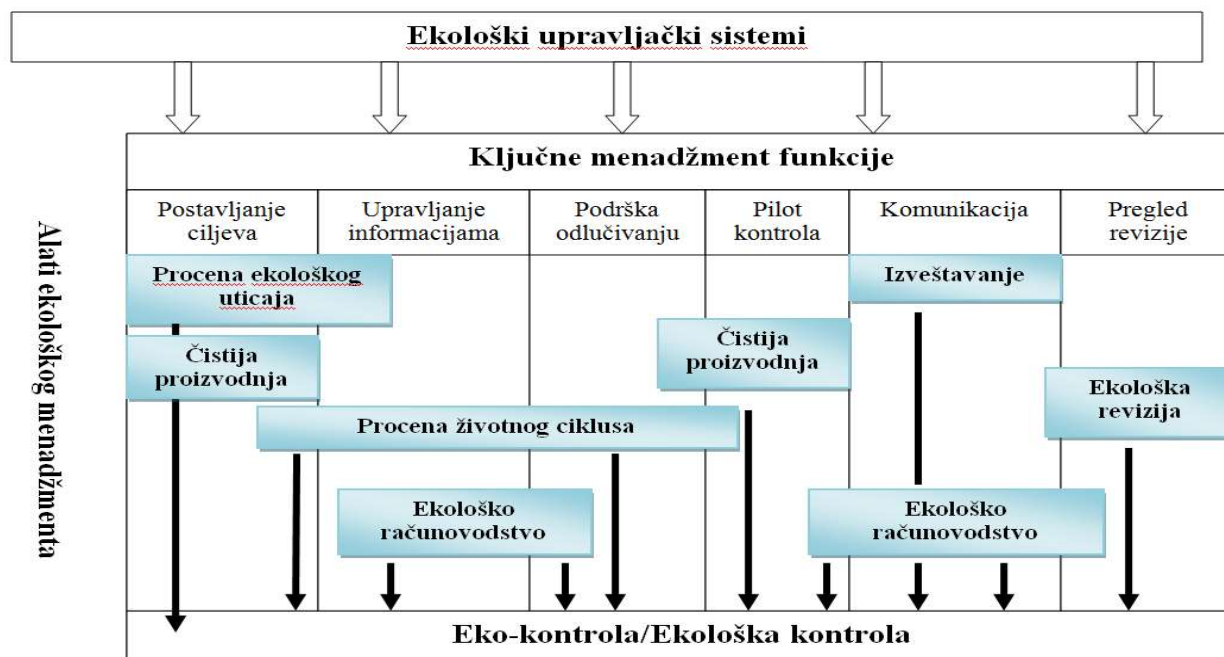
- ušteda troškova i produktivnost;
- poboljšanje prodaje;
- status preferiranog dobavljača;
- povećana atraktivnost za investitore;
- inovacije proizvoda i usluga;
- zapošljavanje.

Ekološko računovodstvo je alat upravljanja zaštitom životne sredine koji pruža jasnu sliku o troškovima materijala, energije, eksternih i internih negativnih uticaja na životnu sredinu, kao i o sastavu štetnih emisija i otpadaka u tehnološkom procesu. Dakle, uz pomoć njega preduzeće vodi evidenciju o vrednosti utrošenih prirodnih resursa, odnosno prouzrokovanih šteta u odnosu na ostvarenu dobit (Črnjar & Črnjar, 2009, 284). U korporativnom procesu odlučivanja računovodstvo obezbeđuje finansijske informacije menadžmentu potrebne za planiranje i evaluaciju performansi preduzeća. Često su to finansijske posledice akcije koje određuju prihvatljivost projekta. Odluke koje će imati uticaj na životnu sredinu verovatno će imati i finansijski uticaj, stoga se ne razlikuju od drugih odluka. Kao rezultat toga može se očekivati da će računovodstvo biti podstaknuto da se zainteresuje za evaluaciju odluka i stoga će biti uključeno u proces upravljanja zaštitom životne sredine (Wilmshurst & Frost, 2001, 136). Uloga računovodstva može se posmatrati kao dvodimenzionalna: interna, odnosi se na izveštajno-informacionu usmerenost na menadžment preduzeća i eksterna koja se odnosi na obelodanjivanje ekonomskih informacija za eksterne korisnike izveštaja. Prema tome, računovodstveni informacioni sistem može da obezbedi okvir za pripremu ekoloških informacija kako bi se omogućilo uspešno upravljanje preduzeća usmereno ka smanjenju negativnih uticaja na životnu sredinu i poboljšanje ekoloških performansi. Menadžeri su na osnovu informacija koje kreira ekološko računovodstvo u poziciji da efikasno procenjuju ekonomske uticaje ekoloških performansi koje generišu aktivnosti preduzeća. Verodostojne i pouzdane informacije o performansama poslovanja preduzeća su od ključnog značaja za efikasno upravljanje uticajima na životnu sredinu. Navedene informacije se objavljuju u okviru godišnjeg izveštaja, kao sastavni deo izveštaja o održivom razvoju ili u vidu zasebnog izveštaja o zaštiti životne sredine. Da bi se stejkholderi preduzeća mogli osloniti na ove informacije potrebno je sprovesti nezavisnu verifikaciju predmetnog izveštaja, odnosno ekološku reviziju. Ekološka revizija može biti u jednom od brojnih oblika (Certified Management Accountant, 1996) sa primarnim ciljem da identifikuje ključna pitanja, proceni saglasnost, identifikuje i vrednuje moguće rizike, pružajući na taj način povratne informacije za unapređenje ekoloških strategija i programa i procenu sposobnosti (u smislu održivosti i troškova) za smanjivanje uticaja na životnu sredinu.

Sinergetski efekat integrisane upotrebe alata upravljanja zaštitom životne sredine

Integrisana upotreba alata upravljanja zaštitom životne sredine u poslovanju preduzeća, odnosno kroz lanac vrednosti, podrazumeva odbacivanje konvencionalnog pristupa praćenja materijalnih tokova, kao serije nezavisnih poslovnih aktivnosti, odnosno upotrebe samo jednog alata u ekološkom menadžmentu, i povezivanje procesa nabavke, proizvodnje i distribucije u jednu zaokruženu celinu integrisanjem dva ili više alata a sve sa ciljem da negativni ekološki uticaji budu svedeni na minimum, a ekološke i ekonomske performanse budu na što višem nivou. Realizacija ovakvih inicijativa zahteva znatno širu perspektivu posmatranja procesa upravljanja, duž čitavog lanca vrednosti. Teško je očekivati da će postojanje i primena jednog alata upravljanja zadovoljiti sve napred navedene principe ekološkog menadžmenta.

Upravo, težnja za efikasnim upravljanjem zaštitom životne sredine i uspešna realizacija ekološke strategije usmerene na unapređenje ekoloških i ekonomskih performansi predstavljala je podsticaj za integrisanu primenu različitih alata upravljanja i put ka redukciji negativnih uticaja poslovanja na životnu sredinu. Dakle, redukovanje ekoloških uticaja ili njihovo održavanje unutar željenih okvira, zahteva veoma pažljivo upravljanje integrisanom upotrebom dva ili više različitih alata. Na taj način stvara se sinergetski efekat, tj. rezultat upravljanja će biti veći od pojedinačne primene svakog alata. Na slici 1 učinjen je pokušaj da se polazeći od ključnih menadžment funkcija ukaže na sinergetski efekat upotrebe različitih alata u procesu upravljanja zaštitom životne sredine.



Slika 1. Integrisani proces upravljanja zaštitom životne sredine

Izvor: Modifikovano prema: Schaltegger, S. & Burritt, R. L. (2000). Contemporary Environmental Accounting Issues, Concepts and Practice. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, p. 381.

Na slici 1 može se uočiti da u zavisnosti od toga koja menadžment funkcija se posmatra zavisi koji od alata ekološkog menadžmenta će imati najveći značaj i glavnu ulogu u tom momentu. Naime, kada je u pitanju postavljanje ciljeva procena ekološkog uticaja i procena životnog ciklusa imaju najveći značaj. To su preventivne mere zaštite životne sredine koje se sprovode u ranoj fazi priprema za nameravani projekat. Sistemski pregled životnog ciklusa proizvoda i procena ekološkog uticaja mogu biti od pomoći menadžeru preduzeća kada određuje granice svog potencijalnog uticaja na ekonomske i ekološke performanse ili granice uticaja drugih aktera na poslovni sistem. Navedeno ukazuje da su ova dva alata, a posebno procena životnog ciklusa proizvoda povezana sa ostalim alatima ekološkog menadžmenta, i to ekološkim performansama i ekološkim označavanjem proizvoda. U ekološko označavanje proizvoda se može uključiti procena životnog ciklusa. Na primer, sve nacionalne šeme ekološkog označavanja u Evropskoj uniji koriste procenu životnog ciklusa kao temelj za uspostavljanje kriterija koje proizvodi moraju ispuniti ako žele ostvariti pravo na ekološku oznaku. Međutim, postizanje navedenog u velikoj meri je zavisno od ekološkog računovodstva koje obezbeđuje kako finansijske, tako i nefinansijske informacije menadžmentu potrebne za planiranje, odlučivanje i evaluaciju performansi preduzeća. Schaltegger i Burritt (2000) ističu da ekološko računovodstvo, a posebno ekološko upravljačko računovodstvo, zajedno sa ostalim alatima ekološkog menadžmenta, treba da bude sveobuhvatno uključeno u proces upravljanja zaštitom životne sredine (Slika 1). Slika 1 jasno ukazuje da ekološko računovodstvo ima veoma važnu ulogu u procesu integrisanog upravljanja zaštitom životne sredine. Na bazi slike i raspoložive relevantne literature može se zaključiti da ekološko računovodstvo naročito dobija na značaju u procesu upravljanja informacijama, poslovnom odlučivanju, kontroli i komunikaciji. Prema tome, uspešno upravljanje životnom sredinom uz pomoć napred navedenih alata ekološkog menadžmenta uslovljeno je informacijama koje obezbeđuje ekološko računovodstvo. Takođe, postoji sve veća tražnja za izveštavanjem preduzeća, koje je fokusirano na ključne uticaje njegovog poslovanja na životnu sredinu. Da bi preduzeća mogla da odgovore na ovaj zahtev potrebno je da izveštavaju o ekološkim performansama i na taj način obezbede informacije menadžmentu da iskoriste uštede koje dobar

ekološki učinak obično donosi i identifikuje (Becker, 2008). Nakon komunikacije, kao jedne od menadžment funkcija u kojoj je posebno značajan alat izveštavanje (procena ekoloških performansi i ekološko računovodstvo), dolazi pregled revizije, odnosno ekološka revizija kao alat ekološkog menadžmenta. Ekološka revizija predstavlja instrument menadžmenta u procesu sistematske, na dokazima zasnovane, periodične i objektivne procene svih aktivnosti preduzeća u odnosu na životnu sredinu, spremnosti menadžmenta i usaglašenosti svih drugih uslova poslovanja sa zahtevima prihvaćene politike zaštite životne sredine, a zasniva se na optimalnoj izgradnji sistema internih kontrola i na praktičnom sprovođenju sistematskog procenjivanja usklađenosti poslovanja sa propisima, standardima i prihvaćenom ekološkom politikom preduzeća (Ljubisavljević i dr., 2017).

Postizanje efekta sinergije integrisanom upotrebom alata ekološkog menadžmenta, i to putem sinhronizacije i sažimanja raznovrsnih aktivnosti i procesa, danas se nameće kao važan faktor za postizanje ciljnog nivoa ekoloških i ekonomskih performansi, odnosno poštovanja koncepta održivog razvoja i čistije proizvodnje. Postojanje integracija između različitih alata upravljanja zaštitom životne sredine pruža velike mogućnosti na polju upravljanja zaštitom životne sredine i redukcije ekoloških troškova. Međutim, upotreba samo jednog alata ne omogućava identifikovanje glavnih ekoloških problema, efektivno merenje i kontrolu njihovog uticaja na poslovanje preduzeća. Dakle, preduzeća koja žele da postignu što bolju tržišnu poziciju i da steknu imidž društveno odgovorne kompanije trebalo bi da razmotre prihvatanje nekog vida integrisanog programa upravljanja zaštitom životne sredine koji će obuhvatiti celokupni životni ciklus proizvoda i što veći broj karika u lancu vrednosti.

Zaključak

Sumirajući napred navedeno može se zaključiti da je buđenje odgovornosti preduzeća u oblasti zaštite životne sredine ključni element u svakoj strategiji usmerenoj ka postizanju cilja održivog razvoja. Proaktivne ekološke strategije usvojene od strane preduzeća koja promovišu ekološki čiste procese, proizvode i usluge, kao i upravljanje zaštitom životne sredine pomoću alata ekološkog menadžmenta, doprinose poboljšanju ekonomskih i ekoloških performansi, a samim tim i ostvarivanju i održavanju konkurentne prednosti preduzeća. Rana integracija pitanja životne sredine u proces upravljanja preduzećem, favorizuje razvoj organizacionih sposobnosti koje mogu biti od ključnog značaja za sticanje konkurentne prednosti. Za ostvarivanje navedenog potrebno je da preduzeće upravlja zaštitom životne sredine integrisanom upotrebom alata ekološkog menadžmenta. Integrirana upotreba alata u procesu upravljanja zaštitom životne sredine u savremenim uslovima poslovanja donosi radikalne promene u odnosu na ustaljeni način razmišljanja koji se temeljio na upotrebi samo jednog alata. Kao posledica toga, upravljanje zaštitom životne sredine danas podrazumeva razvoj jednog sveobuhvatnog pristupa zasnovanog na integrisanom upravljanju primenom dva ili više alata ekološkog menadžmenta. Suština napora na planu integriranog upravljanja zaštitom životne sredine, leži u nastojanjima da se kroz sinergetske efekte ostvari minimiziranje negativnih uticaja poslovanja na životnu sredinu, uz istovremeno očuvanje i poboljšanje kvaliteta i funkcionalnosti proizvoda. Cilj je generisati vrednost za ključne stejkholdere, tj. kreirati vrednost veću od prostog zbira vrednosti, nastalih kao rezultat aktivnosti svake pojedinačne karike u procesu upravljanja.

Na kraju, treba istaći da bez obzira na veliki značaj koji se pripisuje integriranoj upotrebi alata ekološkog menadžmenta, reč je o pristupu koji nije nepogrešiv tj. u njegovoj primeni uočavaju se određeni nedostaci, kao i to da nije podjednako primenljiv u svim situacijama. Međutim, tokom njegove primene u praksi savremenih korporativnih preduzeća njegove prednosti treba iskoristiti, nedostatke po mogućstvu otkloniti i raditi na njegovom daljem usavršavanju i unapređenju.

Reference

1. Becker, T. (2008). The Business behind Green, Eliminating fear, uncertainty, and doubt. *APICS magazine*, 18 (2).
2. Bonsi, R., Hammett, A. L. & Smith, B. (2008). Eco-Labels and International trade: Problems and Solutions. *Journal of World Trade*, 42 (3), 407-432.
3. Bruce, C. & Laroia, A. (2007). The Production of Eco-Labels. *Environmental & Resource Economics*, 36, 275-293.
4. Cakić, M., Veljković, V., Lazić, M., Savić, D., Nikolić, G. & Todorović, Z. (2008). European Union Oriented Environmental Management Courses – Environmental Management: emerging techniques and practices: Administration and Chemical Industry, Tempus IB_Jep 19020-2004, Leskovac: Tehnološki fakultet.
5. Certified Management Accountant. (1996). *Tools and Techniques of Environmental Accounting for Business Decisions Management Accounting Guideline (MDG) 40*. Ontario: Society of Management Accountants of Canada.
6. Cramer, J. (1998). Environmental management: from „fit“ to „stretch“. *Business Strategy and the Environment*, 7 (3), 162–172.
7. Črnjar, M. & Črnjar, K. (2009). *Menadžment održivog razvoja: ekonomija – ekologija – zaštita okoliša*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci.
8. *Environmental Management Tools and Techniques, A Learning Material*, (2011), dostupno na sajtu: http://www.undp.org/content/dam/bhutan/docs/Energy_environment/Env-publications/2011-NEC-Env%20Mgt%20Tools.pdf
9. Freimann, J. & Walther, M. (2002). The Impacts of Corporate Environmental Management Systems. *Greener Management International*, 36, 91-103.
10. Hugo, L. (2004). *Environmental management: an ecological guide to sustainable living in Southern Africa*. Pretoria: Ecoplan.
11. Jovanović, D. (2017). Upravljačko računovodstvena podrška procesu upravljanja zaštitom životne sredine, *doktorska disertacija*, Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu.
12. Jovanović, D. (2017). Integrisanje korporativne eko-efikasnosti u ekološki menadžment. *Računovodstvo*. 61(2), 103-114.
13. Jovanović, D. i Janjić, V. (2018). Motivi, koristi i računovodstvena podrška implementaciji ISO 14001 standarda. *Ekonomski horizonti*. 20(1), 24-43.
14. Jovanović, D. i Ljubisavljević, S. (2017). Ekološko računovodstvo i revizija kao alati upravljanja zaštitom životne sredine. U: Veselinović, P., Makojević, N., Slavković, M. (red.). *Uticaj globalizacije na poslovno upravljanje i ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja*. Kragujevac. Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu. str. 521-530.
15. Ljubisavljević, S., Ljubisavljević, L. i Jovanović, D. (2017). Ekološka revizija u funkciji unapređenja i zaštite životne sredine. *Ekonomске teme*. 55(4), str. 521-538.
16. Martin, J. (1995). Tecnicas de mercado (ecoetiqueta y ecogestion), medio ambiente en la empresa, sistemas de gestion medioambiental. In: The Paper Presented at the First Congreso Nacional de Derecho Ambiental, Sevilla.
17. Petrović, N, Slović, D. i Ćirović, M. (2012). Indikatori ekoloških performansi kao smernice ka održivosti. *Management Časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 64, 5-14.
18. Petrović, N. (2012). *Ekološki menadžment*. Beograd: Fakultet organizacionih nauka.
19. Rahbek, P. E. (2007). Perceptions of performance: how European organizations experience EMAS registration. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 14 (2), 61-73.

20. Rondinelli, D. & Vastag, G. (2000). The value of ISO 14001 environmental management systems. *European Management Journal*, 18(5), 499-510.
21. Schaltegger, S. & Burritt, R. L. (2000). *Contemporary Environmental Accounting Issues, Concepts and Practice*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.
22. Tomić, A. (2012). *Ekološki menadžment*. Beograd: Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo.
23. Wilmshurst, T. D. & Frost, G. R. (2001). The Role of Accounting and the accountant in the Environmental Management System. *Business Strategy and the Environment*. 10, 135–147.

**OSTALI RELEVANTNI ASPEKTI
EVROPSKIH INTEGRACIJA REPUBLIKE SRBIJE**

HIBRIDNI MODEL ZA MERENJE TEHNIČKE EFIKASNOSTI NACIONALNE EKONOMIJE REPUBLIKE SRBIJE

Ana Krstić* i Predrag Mimović**

U radu je prikazana primena neparametarske tehnike analize obavijanja podataka (DEA) za merenje tehničke efikasnosti privrede Republike Srbije. U tom kontekstu je, za period 2007-2017 godina, na osnovu odabranih makroekonomskih indikatora u svojstvu ulaznih i izlaznih varijabli, najpre primenjena standardna verzija DEA modela orijentisana na rezultate, a zatim i model sa dodatnim ograničenjima težinskih koeficijenata dobijenih primenom metode Analitičkog hijerarhijskog procesa. Rezultati su pokazali da je uvođenje dodatnih ograničenja za težinske koeficijente ulaznih varijabli uticalo na smanjenje tehničke efikasnosti u posmatranom periodu u odnosu na polazni model, ali da je u oba slučaja u 2007. godini nacionalna ekonomija bila tehnički efikasna.

Ključne reči: analiza obavijanja podataka, Analitički hijerarhijski proces, nacionalna ekonomija, bruto domaći proizvod, tehnička efikasnost.

Uvod

Makroekonomska stabilnost je primarni cilj ekonomske politike svake zemlje. Prisutna je u nacionalnoj ekonomiji koju karakteriše odsustvo prekomernih fluktuacija ili ekstremna volatilitnost makroekonomskih indikatora. To podrazumeva stabilnost cena, visok nivo zaposlenosti i deficit platnog bilansa, sa stabilnim ekonomskim rastom. Opšti cilj makroekonomske politike je doprinos ekonomskom i socijalnom blagostanju na pravedan i održiv način. Primarni cilj politike makroekonomske stabilizacije trebalo bi da bude postizanje stabilnog ekonomskog rasta. Stabilnost cena igra važnu ulogu kroz uticaj na investicione odluke. Budući da je nezaposlenost glavni uzrok siromaštva, ključni zadatak je održavanje ekonomije na visokom nivou zaposlenosti. Za ispitivanje makroekonomske stabilnosti najčešće se prati kretanje makroekonomskog rezultata, uključujući rast bruto domaćih proizvoda (BDP), stopu inflacije i nivo zaposlenosti. Visoka stopa rasta, na šta ukazuju promene u bruto domaćem proizvodu, BDP, niska stopa inflacije kao što je prikazano promjenom indeksa potrošačkih cijena (CPI) i visoka stopa zaposlenosti su glavne mete ili misije nacionalne makroekonomske politike.

Kako je sa ekonomskog stanovišta, svaka ekonomija efikasna ako poveća svoj BDP kroz smanjenje iskorišćenih resursa, kroz tehnološke, bihevioralne i ekonomske promene, u radu je predmet istraživanja tehnička efikasnost nacionalne ekonomije Republike Srbije. U tu svrhu, za merenje tehničke efikasnosti korišćena je DEA metoda koja omogućava identifikaciju najuspješnijih jedinica odlučivanja (DMUs), od kojih linearna kombinacija definiše granicu efikasnosti. U odnosu na ovu granicu, tehnička efikasnost nacionalne ekonomije je određena za vremenski period 2007-2017 godina, kroz korišćenje osnovnih resursa kao što su energija, rad i kapital kako bi se maksimizirala proizvodnja BDP-a. Osim toga, kako se ne bi ignorisala relativna važnost navedenih determinanti BDP-a, polazni model je proširen dodatnim ograničenjima, koja definišu donje i gornje granice težinskih koeficijenata ulaznih varijabli, a do kojih se došlo primenom metode Analitičkog hijerarhijskog procesa.

* Asistent, e-mail: anakrstic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: mimovicp@kg.ac.rs

Pregled literature

U naučnoj i stručnoj literaturi ima više referenci koje upućuju na problem merenja efikasnosti nacionalne ekonomije. Ekonomisti su dugo bili zainteresovani za teorijsku i empirijsku analizu tehničke efikasnosti u okviru matematičkog programiranja, naročito DEA okvira, pri čemu su različite kombinacije makroekonomskih pokazatelja uzete kao ulazne i/ili izlazne varijable u njenoj primeni. Debreu (1951) nudi dva glavna razloga zbog kojih se može primetiti neefikasnost: (i) tržišni neuspeh, i (ii) neprofitabilno ponašanje koje proizilazi iz institucionalnih struktura koje se razlikuju od privatnog vlasništva i individualnih imovinskih prava. Iako su mnoge primene DEA-izvedenih koncepata efikasnosti bile na nivou individualne "proizvodnje" i podnacionalne jedinice (firma, škola, region, itd.), koeficijent korišćenja resursa predložen u Debreu (1951) (i ekvivalentan rezultatima efikasnosti zasnovanoj na inputima), dizajniran je da meri odstupanje ekonomskih sistema od karakteristika opšte ravnoteže.

Lovell (1990), je primenio tehniku matematičkog programiranja merenja performansi da konstruiše "najbolju praksu" i uspostavio skalarnu meru makroekonomskih performansi jedne ekonomije. Međutim, u ovoj aplikaciji nema ulaznih varijabli i sadrži samo četiri rezultata (rast BDP-a, zaposlenost, trgovinski bilans i stabilnost cena). Šta više, studija je sprovedena u malom obimu od 10 ekonomija u Aziji, sa fokusom na Tajvansku, za različito vreme, tako da je bilo teško doći do uverljivog ukupnog rangiranja performansi. Takođe, Lovell et al. (1995) proučavaju performanse makroekonomije 19 zemalja OECD-a u periodu 1970-1990 i razvijaju alternativni DEA model, koji inkorporira uslužne gepove u postupak evaluacije performansi na ekonomski smislen način. Martić i dr. (2001) su koristili DEA metodu da procene koliko dobro regioni u Srbiji koriste svoje resurse. Na osnovu podataka za ulazne i izlazne podatke, oni su primenili izlazno orijentisani DEA model, a čini se da je 17 od 30 regija efikasno. Inače, Despotis (2005) je proširio je primenjivost DEA modela s varijabilnim prinosima na skalu kako bi procenio relativnu efikasnost zemalja u Aziji i Pacifiku u pretvaranju prihoda u ljudski razvoj. Međutim, uravnoteženi ekonomski rast mora istovremeno biti praćen očuvanjem resursa i životne sredine u održivom svetu. Visoka stopa rasta (kao što pokazuje promena u bruto domaćem proizvodu), niska stopa inflacije, niska stopa nezaposlenosti i povoljan trgovinski bilans su četiri glavna cilja ili ciljevi makroekonomskih kreatora nacionalne makroekonomske politike. Ovi indeksi performansi se u literaturi nazivaju "magičnim dijamantom" OECD-a (Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj) sa četiri temelja koji sinonimizuju četiri indikatora. Zbir inflacije i stopa nezaposlenosti definiše nepoželjan Okunov "indeks siromaštva" (Okun, misery index) i daje pesimističnu meru makroekonomskog učinka nacije.

Alternativnu nepoželjnu meru obezbeđuje Calmfor-ov indeks, definisan kao razlika između stope nezaposlenosti i normalizovanog trgovinskog bilansa. Cherchie (2001) je koristio model zasnovan na DEA metodi za vrednovanje različitih ekonomskih ciljeva. Studija je pružila poređenje nekoliko sintetičkih indikatora koji su spojili četiri odvojena indikatora u jednu statistiku. Milner & Weiman-Jones (2003), istražuju uticaj veličine jedne države u smislu njene površine na ukupnu nacionalnu efikasnost primenom metode neparametarskog programiranja na grupu od 85 država u razvoju, u periodu 1980-1989 godina. Rezultati su pokazali da postoji jak pozitivan uticaj. Rezultati su pokazali da postoji jak pozitivan odnos razvoja i efikasnosti i dokazi o pozitivnom uticaju otvorenosti trgovinske politike na ukupnu efikasnost. Postoje i neki dokazi o ograničenju veličine zemlje na efikasnost kada se apstrahuju drugi uticaji. Suzuki et al, (2016) mere ekonomsku efikasnost energije i životne sredine s dva ulaza (potrošnja energije i stanovništvo) i dva rezultata (izlaza) (emisija CO₂ i BDP), uključujući fiksni ulazni faktor koji se odnosi na stanovništvo. Wang & Lee (2018), mere i predviđaju makroekonomske performanse

primenom DEA metoda na primeru razvijenih evropskih država i azijskih država u razvoju, u periodu 2013-2016 i 2017-2020 godina. Koristeći četiri makroekonomska indikatora, državni bruto dug, stopu rasta BDP-a, stopu inflacije i stopu nezaposlenosti, oni konstruišu skalarnu meru makroekonomske performanse i pokazuju da su Švajcarska, Singapur i SAD makroekonomski najuspešnije države. Vaz & Pereira (2019), predlažu okvir za primenu DEA metode za procenu tehničke efikasnosti 26 evropskih zemalja u poslednjih pet godina, u okviru tekuće energetske politike 2020. godine. DEA se koristi za procenu efikasnosti koja je dopunjena bootstrapping-om za dobijanje statističkih zaključaka. Primećeno je da je efikasnost ekonomija povećana za oko 13% u proseku, od 2009. godine. Postignuti rezultati ukazuju na to da naponi u pogledu energetske politike razvijenih u svakoj zemlji ne ugrožavaju poboljšanje njihove efikasnosti. Takođe, više studija o merenju i proceni makroekonomskih i razvojnih performansi regiona, gradova, pokrajina i nacija sprovedeno je i objavljeno u literaturi (Mohamad, 2007).

Metodologija

Analiza obavljanja podataka (DEA) je matematički, neparametarski pristup za izračunavanje efikasnosti, koji ne zahteva specifičnu funkcionalnu formu. Koristi se za evaluaciju performansi jedinica odlučivanja (Decision Making Unit – DMU), tako što se više ulaznih varijabli svodi na jedan "virtuelni" ulaz i više izlaznih varijabli svodi na jedan "virtuelni" izlaz, pomoću težinskih koeficijenata. DEA metodologija se pokazala kao adekvatna posebno prilikom procene 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.

Za razliku od tipičnih statističkih metoda, analiza obavljanja podataka se zasniva na benčmarkingu, upoređujući svaku jedinicu odlučivanja samo sa onom najboljom DMU. Svi podaci o ulaznim i izlaznim varijablama za svaku od n jedinica odlučivanja ubacuju se u određeni linearni program koji je zapravo jedan odgovarajući od n formiranih DEA modela. Tako se ocenjuje efikasnost posmatranih jedinica odlučivanja, koja u stvari predstavlja odnos ponderisane sume izlaznih varijabli i ponderisane sume ulaznih varijabli. Kod analize obavljanja podataka radi se o relativnoj efikasnosti jer se jedinice odlučivanja posmatraju u odnosu na druge.

Racio DEA model, poznat i kao CCR model (Charnes et al., 1978) meri efikasnost j -ote DMU kao maksimalnu vrednost količnika ponderisane sume izlaza i ponderisane sume ulaza, odnosno:

$$(max)h_k = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rk}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ik}} \quad (1)$$

p.o.

$$\frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij}} \leq 1, j=1,2,\dots,n$$

$$u_r \geq 0, r=1,2,\dots,s$$

$$v_i \geq 0, i=1,2,\dots,m$$

Gde su:

h_k – relativna efikasnost k -te DMU;

n – broj DMU koje treba porediti;

m – broj ulaznih varijabli;

s – broj izlaznih varijabli;

u_r – težinski koeficijent za izlaz r ;

v_i – težinski koeficijent za ulaz i .

CCR ratio model računa ukupnu tehničku (radijalnu) efikasnost u koju su uključena i čista tehnička efikasnost i efikasnost kao posledica različitih obima poslovanja. Vrednost funkcije cilja h_k kreće se između 0 i 1. Ako je vrednost h_k jednaka 1, k -ta DMU je relativno efikasna, a ako je manja od 1, DMU $_k$ je relativno neefikasna i vrednost h_k pokazuje potrebno procentualno smanjenje ulaza kako bi postala efikasna.

Navedeni model razlomljenog linearnog programiranja ima dve operacionalne forme, u zavisnosti od orijentacije. Prva forma maksimizira virtuelnu sumu izlaza j -ote DMU, pri čemu je njen virtuelni ulaz jednak 1 i poznata je kao ulazno orijentisani model, dok druga, korišćena u ovom radu, minimizira ukupan virtuelni ulaz, pri čemu je virtuelni izlaz jednak 1, i poznata je kao izlazno orijentisani model. Input-orijentisani rezultati efikasnosti kreću se između 0 i 1, dok su rezultati orijentisani na izlaznu efikasnost u rasponu od 1 do beskonačnosti, pri čemu su u oba slučaja DMU $_j$ čije su efikasnosti jednake 1, relativno efikasne. U zavisnosti od cilja analize, vrši se izbor orijentacije modela, tako da analitičar treba da artikuliše svrhu analize, ulazno smanjenje, izlazno proširenje ili oboje, pri čemu treba imati na umu da će s tačke gledišta DEA metoda, nezavisno od izbora orijentacije, dobiti identičnu efikasnu, odnosno najbolju praksu (Cook et al, 2014).

Važne pretpostavke na kojima počiva validna primena DEA modela su definisane načelom *homogenosti* tj. sličnosti jedinica odlučivanja, osobinom *pozitivnosti* ulaznih i izlaznih varijabli, osobinom *izotonosti* koja podrazumeva da povećanje nekog ulaza rezultuje u istom povećanju izlaza bez smanjenja bilo kog drugog ulaza, kao i optimalnim brojem ulaznih i izlaznih varijabli koji u potpunosti meri učinak jedinica odlučivanja i zajednički je za sve jedinice odlučivanja (detaljnije o praktičnoj primeni DEA metode videti u: Thrall, 1996; Dyson et al. 2001; Sarkis, 2002; Sherman & Zhu, 2006; Cooper et al, 2007; Cook et al, 2014; etc.).

Opis i strukturiranje problema

Izlazno orijentisani DEA CCR model za merenje tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS

Polazeći od cilja istraživanja, jasno je da je interes da se ostvareni rezultati kao ciljevi ekonomske politike Republike Srbije optimizuju. A kako je i pored određenih teorijskih kontroverzi, bruto domaći proizvod sublimirani izraz ostvarenih makroekonomskih rezultata, za potrebe analize efikasnosti nacionalne ekonomije RS, izabran je izlazno orijentisan CCR ratio model (CCR – O), čija odgovarajuća multiplikativna forma, u opštem slučaju, glasi:

$$\begin{aligned}
 (\min)\theta_k &= \sum_{i=1}^m v_i x_{ik} & (2) \\
 \text{p.o.} & \sum_{r=1}^s u_r y_{rk} = 1 \\
 \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} - \sum_{r=1}^s u_r y_{rj} &\geq 0, j=1,2,\dots,n \\
 u_r &\geq 0, \quad r = 1,2,\dots,s \\
 v_i &\geq 0, \quad i = 1,2,\dots,m
 \end{aligned}$$

Dok je njegova dualna forma, koja se češće rešava:

$$\begin{aligned}
 (\max)\theta_k + \varepsilon (\sum_{i=1}^m s_i^- + \sum_{r=1}^s s_r^+) & & (3) \\
 \text{p.o.} & \sum_{j=1}^m x_{ij} \lambda_j + s_i^- = x_{ik} \quad i = 1,2,\dots,m
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^n y_{rj} \lambda_j - s_r^+ &= \phi y_{rk} \quad r = 1, 2, \dots, s \\ \lambda_j, s_r^+, s_i^- &\geq 0 \quad j = 1, 2, \dots, n; i = 1, 2, \dots, m; r = 1, 2, \dots, s \end{aligned}$$

Gde su s_i^- i s_r^+ dualne promenljive koje govore o neophodnom pojedinačnom smanjenju i -tog ulaza i povećanju r -tog izlaza k -te DMU da bi postala efikasna. S obzirom da one predstavljaju dopunu do jednakosti u sistemu ograničenja one se nazivaju dopunske promenljive. Dualna promenljiva λ_j predstavlja dualnu težinu koja pokazuje važnost koja je dodeljena DMU $_j$ ($j = 1, 2, \dots, n$) pri definisanju ulazno-izlaznog miksa hipotetičke kompozitne jedinice sa kojom će se DMU $_k$ direktno porediti. DMU $_k$ je tehnički efikasna, ako i samo ako, su za optimalno rešenje ($\lambda^*, s^{+*}, s^{-*}, \phi_k^*$) ispunjeni uslovi: $\phi_k^* = 1$; $s^{+*} = 0$; $s^{-*} = 0$. U modelu koji je orijentisan na izlaz, neefikasna jedinica postaje efikasna kroz proporcionalno povećanje svojih rezultata, dok proporcije ulaza ostaju nepromenjene. U izlazno orijentisanom modelu relativne efikasnosti su jednake ili veće od 1, pri čemu su relativno efikasne one DMU $_s$ čija je efikasnost 1, a neefikasne one čija je efikasnost veća od 1. Ipak, kako su pokazali Cooper et al, (2007), efikasnost ulazno orijentisanog modela se može dobiti kao recipročna vrednost efikasnosti izlazno orijentisanog modela. Za neku DMU se kaže da je Pareto-efikasna ako nije moguće podići njen bilo koji izlazni nivo, bez spuštavanja najmanje jednog od njegovih izlaznih nivoa i / ili bez povećanja barem jednog od njegovih ulaznih nivoa. Pomoću optimalnog rešenja ($\lambda^*, s^{+*}, s^{-*}, \phi_k^*$) mogu se odrediti ciljane vrednosti za DMU o kojima se odlučuje, gde je:

$$x_i^* = \phi_k^* x_i - s_i^- = \sum_{j=1}^n x_{ij} \lambda_j^*, \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (4)$$

$$i \quad y_r^* = y_r + s_r^+ = \sum_{j=1}^n y_{rj} \lambda_j^*, \quad r = 1, \dots, s \quad (5)$$

Kako sugerišu brojne studije, broj DMU u posmatranom skupu bi trebalo da bude dovoljno veći od ukupnog broja ulaza i izlaza, jer postoji opasnost da će većina DMU biti klasifikovane kao efikasne upravo zbog osobine DEA da teži da svaku jedinicu prikaže u što je moguće boljem svetlu (Banker et al. 1989; Gollany & Roll, 1989; Charnes et al. 1994; Dyson, 2001; Sarkis, 2002; Cook et al. 2014; Subramanyam, 2017). Međutim, takvo pravilo nije suštinski važno, niti je statistički utemeljeno, već se često poštuje iz čisto praktičnih razloga, kako se ne bi smanjila diskriminatorska moć modela, tako da ne mora biti nužno zadovoljeno. U literaturi se mogu naći i drugačija pravila o optimalnom broju ulaznih i izlaznih varijabli, kao što je opšte pravilo $m+s < n/3$ ili $m \times s < n$ i $m+s < n/2$ (Cooper, Seiford, & Tone, 2007). U tom smislu, u naučnoj i stručnoj literaturi su poznati različiti pristupi izboru ulaza i izlaza, najčešće korelaciona i regresiona analiza ali i drugi načini kako bi se rešio problem velikog broja ulaznih parametara (multivarijaciona statistička analiza, Jerkins & Anderson, 2003; maksimizacija korelacije između DEA indeksa efikasnosti i eksternog indeksa performansi, Edirisinghe & Zhang, 2007; dvofazni heuristički algoritam, Morita & Avkiran, 2009., itd.)

Izbor varijabli u ovom slučaju izvršen je na osnovu analize radova i publikacija u kojima se istražuje problem efikasnosti nacionalnih ekonomija (Vaz & Ferreira, 2019; Milner & Weyman-Jones, 2003; Milenković et al, 2017; OECD 2001; Lábaj et al, (2013); etc.), i odnosi se na rad, kapital i energiju kao ulazne varijable tj. korišćene reursse i BDP kao izlaznu varijablu.

Tako da su pretpostavke na kojima počiva formirani DEA CCR-O model:

- Posmatrani vremenski period je 2007-2017 godina; ujedno, one čine skup posmatranih DMUs;
- Ulazne varijable su: I1 – stopa učešća radne snage (raspoloživ broj radnika kao % ukupne populacije); I2 – neto akumulacija kapitala (% od BDP); I3 – Potrošnja energije po glavi stanovnika (u kg naftnog ekvivalenta);
- Izlazna varijabla je O1 – stopa rasta BDP-a (%), kao najčešće korišćena mera ukupne ekonomske aktivnosti jedne zemlje;

Potreba za izborom izlazno orijentisanog modela ovde postaje očiglednija, imajući u vidu da ulazne varijable I1 i I2 teško mogu biti promenjene u kratkom roku, dok je što se tiče potrošnje energije situacija nešto povoljnija. Primenjeni model može biti modifikovan na različite načine, u zavisnosti od cilja. Tako Labaj et al, 2013., daju pregled DEA modela¹ za merenje efikasnosti nacionalne ekonomije (Tabela 1), koji se razlikuju u delu izlaznih varijabli, koje u najvećem broju modela uključuju Džini koeficijent (Gini) kao meru nejednakosti prihoda ili raspodele bogatstva, dok su ulazne varijable manje-više iste, kao i orijentacija modela.

Podaci za izabrane ulazne i izlazne indikatore su prikupljeni iz *Worldbankdata* i korigovani su u delu koji se odnosi na stopu rasta BDP, s obzirom da primena DEA modela podrazumeva da su svi parametri pozitivni, tako da su, u tom kontekstu, stope rasta BDP po godinama uvećane za 4 (tabela 2), dok je pomoću korelacione analize potvrđena ispravnost izbora ulaznih i izlaznih varijabli. (Tabela 4)

Tabela 1 Pregled izlazno orijentisanih DEA modela za ocenu tehničke efikasnosti.

Model	Opis	Ulazi	Izlazi
Model I (O)	Tehnička efikasnost	Kapital; Rad	BDP
Model A (O)	Eco-efikasnost	Kapital; Rad	BDP; Emisija CO ₂ ;
Model B (O)	Nejednakost prihoda- prilagođena efikasnost	Kapital; Rad	BDP; Gini;
Model B (O)	Efikasnost socijalne zaštite	Kapital; Rad; Emisija CO ₂	BDP; Gini;
Model II	Ekološka efikasnost	Kapital; Rad; Emisija CO ₂	BDP
Model III	Nejednakost prihoda – prilagođena efikasnost	Kapital; Rad	BDP; Gini;
Model I (O)	Efikasnost socijalne zaštite	Kapital; Rad	Rezultati Modela I i II

Izvor: Labaj et al, 2013.

Tabela 2. Vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli DEA modela za merenje tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS

DMU	(I)I1	(I)I2	(I)I3	(O)O1(+4)
2007.	51,0	29,1	2248,16	9,9
2008.	51,4	30,3	2290,00	9,4
2009.	48,9	19,4	2070,23	0,9
2010.	50,9	18,5	2141,06	4,6
2011.	50,9	20,1	2237,46	5,4
2012.	51,3	21,0	2020,40	3,0
2013.	52,1	17,6	2080,97	6,6
2014.	52,4	17,5	1859,43	2,2
2015.	52,0	18,9	1967,38	4,8
2016.	53,9	19,1	1986,47	6,8
2017.	53,5	21,0	1954,52	5,9

Izvor: Worldbank database

Tabela 3 Deskriptivna statistika

Variable	I (L)	I (C)	I (E)	O (GDP)
max	53,9000	30,3000	2.290,0000	5,9000
min	48,9000	17,5000	1.859,4300	-3,1000
average	51,6636	21,1364	2.077,8255	1,4091
SD	1,3662	4,3971	137,9579	2,7776

Izvor: Autori

¹ Svi navedeni modeli su BCC modeli.

Tabela 4 Matrica koeficijentata korelacije

		I1	I2	I3	O1
I1	R	1,0000			
	R Standard Error				
	t				
	p-value				
	H0 (5%)				
I2	R	0,5390	1,0000		
	R Standard Error	0,2365			
	t	1,1084			
	p-value	0,3486			
	H0 (5%)	accepted			
I3	R	0,8675	0,7710	1,0000	
	R Standard Error	0,0825	0,1352		
	t	3,0206	2,0967		
	p-value	0,0567	0,1270		
	H0 (5%)	accepted	accepted		
O1	R	0,8457	0,8819	0,9145	1,0000
	R Standard Error	0,0949	0,0741	0,0545	
	t	2,7453	3,2407	3,9157	
	p-value	0,0490	0,0478	0,0296	
	H0 (5%)	rejected	rejected	rejected	

Izvor: Autori

Tehnička efikasnost za svaku DMUs (godinu) procenjena je po dualnom modelu (2), procenjujući kapacitet svake ekonomije u maksimizaciji BDP-a, uzimajući u obzir fundamentalne doprinose (energija, rad i kapital). Najmanja ostvarena relativna tehnička efikasnost je u 2009.godini (0,128), a najveća u 2007. i 2013.godini (tabela 5). Relativna efikasnost zemlje u datoj godini procenjuje se upoređivanjem sa najboljim praksama posmatranim tokom analiziranog perioda, u rasponu od 2007. do 2017. godine. Analiza dobijenih rezultata pokazuje da referentni skup DMUs čine 2007. i 2013.godina. Tehnička efikasnost nacionalne ekonomije RS u tim godinama jednaka je 1, iskorišćenost raspoloživih reursa je bila 100%, sve dualne promenljive s_i^- i s_r^+ su jednake 0, pa su i ciljane vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli jednake ostvarenim (tabela 7). Ostale DMUs su tehnički neefikasne. Tako, recimo, optimalno rešenje za DMU2009 glasi:

$$\begin{aligned} \emptyset^* &= 0,128; \lambda_{2007}^* = 0,243; \lambda_{2013}^* = 0,701; \\ s_1^- &= 0; s_2^- = 0; s_3^- = 65,84; s_1^+ = 6,129; \end{aligned}$$

Kako su $\lambda_{2007}^* > 0$ i $\lambda_{2013}^* > 0$, referentni skup za DMU2009 je R2009 {2007,2013,}. Preko ovih referentnih vrednosti λ^* moguće je izračunati ciljane vrednosti ulazne varijable I3 i izlazne varijable O1, za koje bi nacionalna ekonomija RS bila tehnički efikasna u 2009.godini, dok su za ulazne varijable I1 i I2 ciljane vrednosti identične ostvarenim. Odnosno, za ulaznu varijablu I3, sledi:

$$\begin{aligned} I_{32009}^* &= \lambda_{2007}^* \times I_{32007} + \lambda_{2013}^* \times I_{32013} \text{ tj.,} \\ I_3^* &= 0,243 \times 2248,16 + 0,701 \times 2080,97 = 2005,06, \end{aligned}$$

Što je približno vrednosti u tabeli ostvarenih i ciljanih vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli modela.

Odnosno:

$$I_{32009}^* = \phi_k^* \times I_{32009} - s_1^- = 1 \times 2070,23 - 65,84 = 2004,39 \approx 2005$$

Što znači da bi u 2009.godini, nacionalna ekonomija bila tehnički efikasna, neophodno je bilo da potrošnja energije po glavi stanovnika, izraženo u kg naftnog ekvivalenta, bude manja za 65,84 (3,18%).

Dok je za izlaznu varijablu BDP, ciljana vrednost U 2009.godini:

$$O_{12009}^* = \lambda_{2007}^* \times O_{12007} + \lambda_{2013}^* \times O_{12013},$$

$$O_{12009}^* = 0,243 \times 9,9 + 0,701 \times 6,6 = 7,0323$$

Slična analiza se može uraditi i za ostale DMUs.

Optimalno rešenje multiplikativnog problema daje optimalne vrednosti težinskih koeficijenata koji izražavaju relativnu važnost ulaznih i izlaznih varijabli, koje su za referentne DMUs, prikazane u tabeli 6. Ovi težinski koeficijenti imaju menadžersku i analitičku vrednost. Za 2009.godinu, recimo, optimalno rešenje multiplikativnog problema glasi:

$$v_1^* = 0,032012; v_2^* = 0,321903; v_3^* = 0;$$

$$u_1^* = 1,111111;$$

Vrednost težinskog koeficijenta $v_1^* = 0,032012$, znači da bi relativna finansijska efikasnost nacionalne ekonomije RS u 2009.godini bila veća za 3,2012 % da je stopa učešća radne snage, izražena kao procentualno raspoloživ broj radnika u odnosu na ukupnu populaciju, bila manja za 1%. Analogno tome, optimalna vrednost težinskog koeficijenta izlazne varijable O1 – stopa rasta BDP, u istoj godini je $u_1^* = 1,111111$, što znači da bi relativna finansijska efikasnost bila veća za 111,11%, ako bi se stopa rasta BDP povećala za 1%. Dobijeno optimalno rešenje zadovoljava uslov,

$$\sum_{r=1}^s u_r y_{rk} = 1, \quad (6)$$

Odnosno, za 2009.godinu, sledi:

$$u_{12009}^* \times y_{12009} = 1,111111 \times 0,9 = 0,9999 \approx 1$$

Slična interpretacija se može dati i za ostale težinske koeficijente, kao i za ostale DMUs. Vrednost nekih težinskih koeficijenata u pojedinim godinama jednaka je 0 za optimalno rešenje, što ne odražava realno relativnu važnost odgovarajućih ulaznih i izlaznih varijabli, jer bi se moglo pomisliti da, recimo, u 2009.godini, potrošnja energije kao ulazna varijabla uopšte nije bila relevantna sa stanovišta nacionalne ekonomije kao posmatrane DMUs u toj godini, s obzirom da je za njeno optimalno rešenje $v_3^* = 0$. Implicitno, da ne bi došlo do ignorisanja uticaja pojedinih varijabli, u ovakvim situacijama model je moguće proširiti dodatnim ograničenjima koja definišu interval u kojem mogu da se kreću relativne ili apsolutne vrednosti težinskih koeficijenata tako da njihova donja granica bude veća od nule (Cooper et al, 2007). Konkretno, za slučaj ocene tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS, u model bi se a priori mogle inkorporirati ocene relativne važnosti na osnovu kojih bi se definisale granice u kojima mogu da se kreću vrednosti težinskih koeficijenata, tako da rešenje bude optimalno. Kao posledica uvođenja dopunskih ograničenja za težinske koeficijente, odnosno ograničenja pomoću kojih se vrši vrednosna procena ulaza i izlaza može dovesti do sužavanja ili proširivanja granice efikasnosti, češće ovo prvo. Za prevazilaženje problema ignorisanja uticaja pojedinih ulaznih i/ili izlaznih varijabli u ovom slučaju, korišćen je DEA CCR model sa tzv. formiranjem regiona sigurnosti -I tip. Termin "type I Assurance Regions" predložen je u radu (Thompson, 1986), gde su primenjena sledeća ograničenja za težinske koeficijente:

$$k_i v_i \leq k_{i+1} v_{i+1} \leq v_{i+2},$$

$$\text{Odnosno, } \alpha \leq \frac{v_i}{v_{i+1}} \leq \beta$$

Prikazana ograničenja se odnose na težine za ulazne faktore. Analogno njima mogu biti formulisana ograničenja za težine izlaznih faktora. Kada su za težinske koeficijente primenjena ograničenja data relacijama navedenim relacijama, DEA model će uvek imati dopustivo rešenje i postojaće bar jedna efikasna DMU.

U praktičnim primenama za njihovo zadavanje uglavnom su korišćena mišljenja eksperata, dok je u ovom radu to učinjeno primenom metodologije analitičkog hijerarhijskog procesa (Saaty, 1980), pomoću koje su definisani intervali u kojima se kreću relativni odnosi težinskih koeficijenata komponenata BDP – rada, kapitala i energije.

Tabela 5 Tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS po godinama.

DMU	Score	Rank	Reference(Lambda)			
2007	1	1	2007	1		
2008	0,9421	4	2007	1,008		
2009	0,128	11	2007	0,243	2013	0,701
2010	0,6739	8	2007	0,11	2013	0,869
2011	0,7408	6	2007	0,245	2013	0,737
2012	0,4009	9	2007	0,388	2013	0,552
2013	1	1	2013	1		
2014	0,3446	10	2007	0,176	2013	0,704
2015	0,6997	7	2007	0,224	2013	0,703
2016	0,981	3	2007	0,228	2013	0,708
2017	0,7945	5	2007	0,443	2013	0,46
Average	0,7005					
Max	1					
Min	0,128					
St Dev	0,2953					

Izvor: Autori

Tabela 6 Optimalne vrednosti težinskih koeficijenata ulaznih i izlaznih varijabli

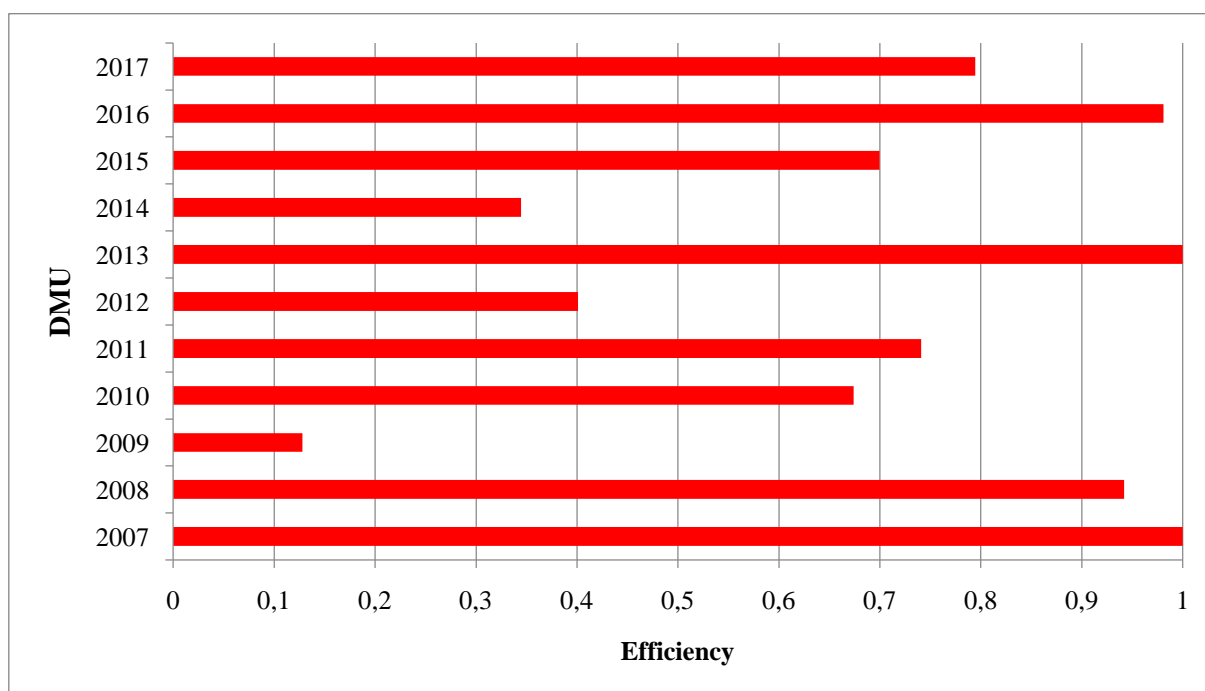
DMU	Score	Rank	v(1)	v(2)	v(3)	u(1)
2007	1	1	0,00291	0,029264	0	0,10101
2008	0,9421	4	0,020651	0	0	0,106383
2009	0,128	11	0,032012	0,321903	0	1,111111
2010	0,6739	8	0,006263	0,062981	0	0,217391
2011	0,7408	6	0,005335	0,05365	0	0,185185
2012	0,4009	9	0	0,091538	0,000283	0,333333
2013	1	1	0	0,056818	0	0,151515
2014	0,3446	10	0	0,124824	0,000386	0,454545
2015	0,6997	7	0	0,057211	0,000177	0,208333
2016	0,981	3	0	0,040384	0,000125	0,147059
2017	0,7945	5	0	0,046545	0,000144	0,169492

Izvor: Autori

Tabela 7 Ostvarene i ciljane vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli.

DMU	Score	I1		I2		I3		O1	
		Data	Projection	Data	Projection	Data	Projection	Data	Projection
2007	1	51	51	29,1	29,1	2248,16	2248,16	9,9	9,9
2008	0,94	51,4	51,4	30,3	29,3282	2290	2265,79	9,4	9,97765
2009	0,128	48,9	48,9	19,4	19,4	2070,23	2004,39	0,9	7,02929
2010	0,67	50,9	50,9	18,5	18,5	2141,06	2056,26	4,6	6,82617
2011	0,741	50,9	50,9	20,1	20,1	2237,46	2084,71	5,4	7,28971
2012	0,40	51,3	48,53	21	21	2020,4	2020,4	3	7,48225
2013	1	52,1	52,1	17,6	17,6	2080,97	2080,97	6,6	6,6
2014	0,34	52,4	45,62	17,5	17,5	1859,43	1859,43	2,2	6,38444
2015	0,699	52	48,07	18,9	18,9	1967,38	1967,38	4,8	6,86055
2016	0,98	53,9	48,53	19,1	19,1	1986,47	1986,47	6,8	6,93169
2017	0,79	53,5	46,59	21	21	1954,52	1954,52	5,9	7,42633

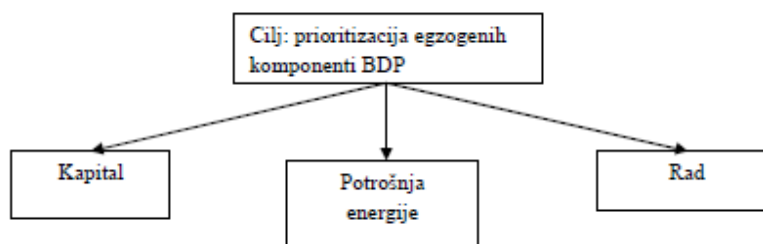
Izvor: Autori

**Slika 1** Relativne tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS po godinama

Izvor: Autori

CCR AR- I DEA model za ocenu relativne tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS

Za ocenu relativne važnosti varijabli BDP-a, formiran je jednostavan model Analitičkog hijerarhijskog procesa (AHP; Saaty, 1980) sa dva nivoa. Na prvom nivou je cilj modela, dok su na drugom nivou varijable čiju relativnu važnost utvrđujemo u odnosu na cilj. Pitanje koje se postavlja međusobnim poređenjem identifikovanih varijabli je: za koju varijablu smatramo da ima veći uticaj na BDP, i ukoliko ga ima, za koliko na Saaty-jevoj skali 1-9? Poređenja i procene u ovom slučaju, zajednički su izvršili autori. Nakon izvršenih poređenja, kojih ima $n(n-1)/2$, tj. u ovom slučaju tri, dobijeni su rezultati prikazani u tabeli 8. Najveću relativnu važnost za BDP, u tom smislu, ima potrošnja energije (0,6548), zatim sledi kapital (0,24985) i na kraju rad kao varijabla (0,09533).



Slika 2 AHP model za ocenu relativne važnosti komponenata BDP-a

Izvor: Autori

Tabela 8 Relativne važnosti komponenti BDP-a

Name	Normalizovano	Benčmark
Kapital	0.24985	0.38157
Potrošnja energije	0.65480	1.0
Rad	0.09533	0.14559

Nekoizistentnost: 0.01759

Izvor: Autori

Pri čemu su vrednosti količnika:

$$\frac{w_{I_1}}{w_{I_2}} = 0,382$$

$$\frac{w_{I_1}}{w_{I_3}} = 0,145$$

$$\frac{w_{I_2}}{w_{I_3}} = 0,380$$

Gde su $\omega_{I_1}, \omega_{I_2}$ i ω_{I_3} , relativne težine posmatranih varijabli BDP-a, izračunate primenom Analitičkog hijerarhijskog procesa. Identifikovanjem najmanjeg i najvećeg količnika, na osnovu regiona osiguranja tipa I, određena su donja i gornja granica, odnosno, dodatna ograničenja modela:

$$0,145 \leq \frac{v_{I_1}}{v_{I_2}}; \frac{v_{I_1}}{v_{I_3}}; \frac{v_{I_2}}{v_{I_3}} \leq 0,382$$

Rešavanjem modela sa dodatnim ograničenjima, dobijaju se rezultati prikazani u tabelama 9 -11:

Tabela 9 Relativne tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS izračunate primenom CCR AR I modela

DMU	Score	Rank	1/Score	Reference set (lambda)
2007.	1	1	1	2007. 1
2008.	0,932078	2	1,072872	2007. 1,018686
2009.	0,0988	11	10,11709	2007. 0,919736
2010.	0,488608	8	2,04663	2007. 0,950959
2011.	0,548879	7	1,821895	2007. 0,993761
2012.	0,337385	9	2,96397	2007. 0,898173
2013.	0,721206	4	1,386566	2007. 0,924378
2014.	0,268826	10	3,719877	2007. 0,826639
2015.	0,554447	6	1,8036	2007. 0,874473
2016.	0,777833	3	1,285622	2007. 0,883054
2017.	0,685601	5	1,458574	2007. 0,869251

Izvor: Autori

Tabela 10 Optimalne vrednosti težinskih koeficijenata CCR AR I modela za ocenu tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS

DMU	Score	v(1) I1	v(2) I2	v(3) I3	u(1) O1
2007.	1	0,000064	0,000168	0,000441	0,10101
2008.	0,932078	0,000067	0,000177	0,000465	0,106383
2009.	0,0988	0,000704	0,001850	0,004850	1,111111
2010.	0,488608	0,000138	0,000362	0,000949	0,217391
2011.	0,548879	0,000117	0,000309	0,000809	0,185185
2012.	0,337385	0,000211	0,000555	0,001460	0,333333
2013.	0,721206	0,000096	0,000252	0,000662	0,151515
2014.	0,268826	0,000288	0,000757	0,001990	0,454545
2015.	0,554447	0,000132	0,000347	0,000910	0,208333
2016.	0,777833	0,000093	0,000245	0,000642	0,147059
2017.	0,685601	0,000107	0,000282	0,000740	0,169492

Izvor: Autori

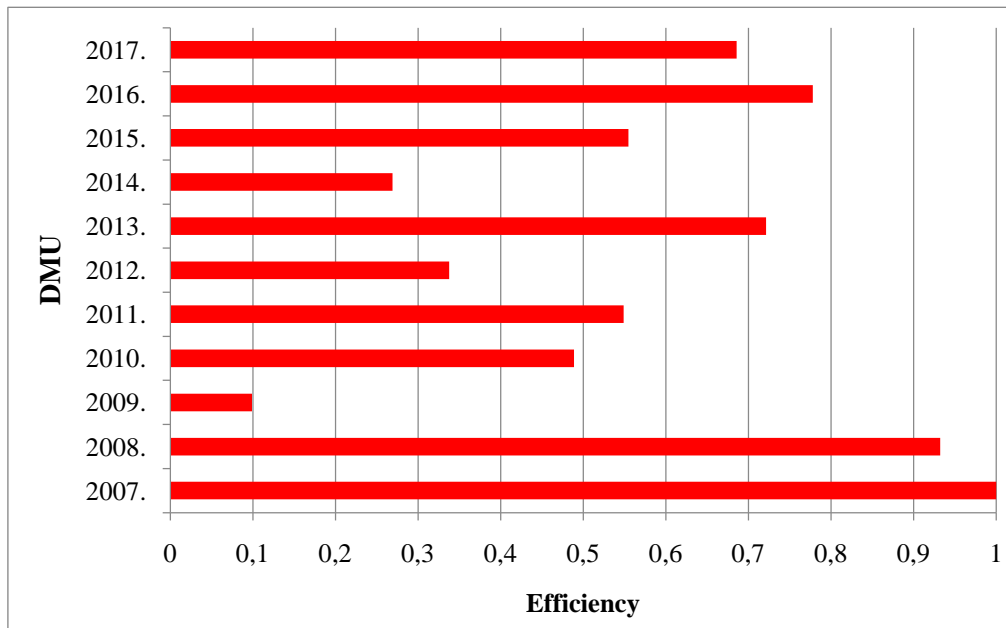
Tabela 11 Ciljane vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli i potrebna procentualna promena kako bi DMUs bila efikasna

DMU	(I)I1			(I)I2		(I)I3		(O)O1	
	1/Score	Projecti on	Change(%)	Projecti on	Change (%)	Projectio n	Change (%)	Projecti on	Change(%)
2007.	1	51	0,00%	29,1	0,00%	2248,155	0,00%	9,9	0,00%
2008.	1,0729	51,953	1,08%	29,644	-2,17%	2290,164	0,01%	10,0849	7,29%
2009.	10,117	46,907	-4,08%	26,764	37,96%	2067,709	-0,12%	9,10538	911,71%
2010.	2,0466	48,499	-4,72%	27,673	49,58%	2137,904	-0,15%	9,41449	104,66%
2011.	1,8219	50,682	-0,43%	28,918	43,87%	2234,128	-0,15%	9,83823	82,19%
2012.	2,9639	45,807	-10,71%	26,137	24,46%	2019,232	-0,06%	8,89191	196,40%
2013.	1,3866	47,143	-9,51%	26,899	52,84%	2078,144	-0,14%	9,15133	38,66%
2014.	3,7199	42,159	-19,54%	24,055	37,46%	1858,413	-0,05%	8,18372	271,99%
2015.	1,8036	44,598	-14,23%	25,447	34,64%	1965,951	-0,07%	8,65728	80,36%
2016.	1,2856	45,036	-16,45%	25,697	34,54%	1985,242	-0,06%	8,74223	28,56%
2017.	1,4586	44,332	-17,14%	25,295	20,45%	1954,212	-0,02%	8,60558	45,86%

Izvor: Autori

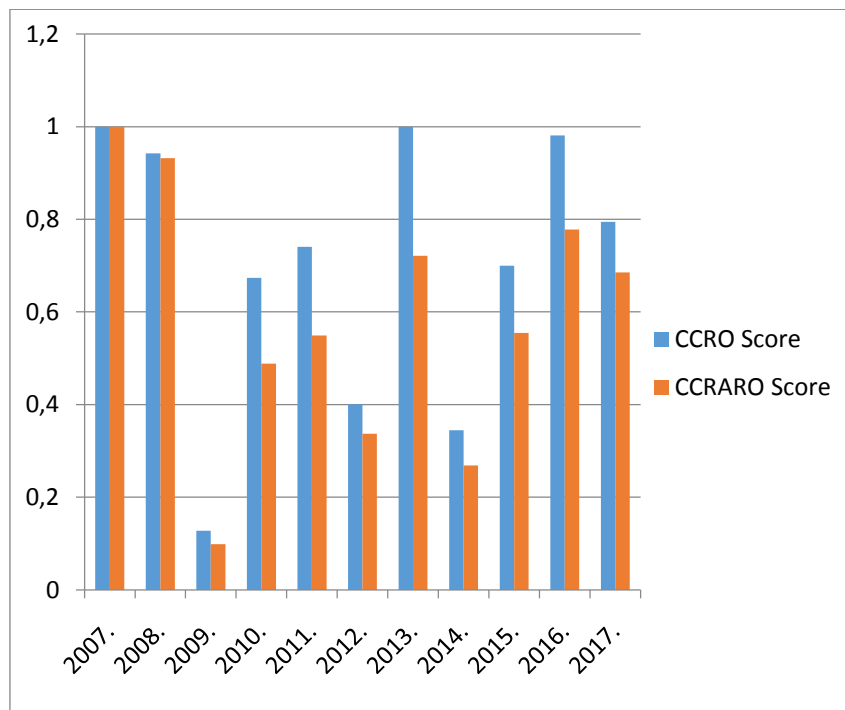
Analiza dobijenih rezultata pokazuje da je uvođenje dodatnih ograničenja koja su se odnosila na ulazne varijable, uticalo na nivo efikasnosti nacionalne ekonomije RS u posmatranom periodu. Zapravo je u svim godinama ona niža od one koja je izračunata u manje restriktivnom modelu bez dodatnih ograničenja, ali kretanje po godinama je bilo u sličnom trendu, moglo bi se reći (Slika 4). Tako je u novom modelu efikasnost bila jednaka 1 samo na početku posmatranog perioda, u 2007.godini (koja je ujedno i jedina referentna godina) što je identično rezultatu u polaznom modelu, dok je u svim ostalim godinama ona bila veća od 1 (kolona 1/score, tabela 9, izlazno orijentisanog modela, odnosno manja od 1 u ulazno orijentisanom modelu (kolona score). Najniža efikasnost je ostvarena kao i u prethodnom modelu, u 2009.godini, što koincidira sa finansijskom krizom koja je, otprilike, u toj godini počela da se oseća i u Srbiji. Takođe, evidentno je i da je stopa rasta BDP u toj godini bila najniža u posmatranom periodu, i iznosila je - 3,1%. Tabela 11 prikazuje potrebne promene (procentualna smanjenja ulaznih varijabli i procentualno povećanje izlazne varijable), koje je nacionalna ekonomija u posmatranim godinama trebalo da učini, kako bi bila tehnički efikasna. S druge strane, uočljivo je (tabela 10), da su optimalne vrednosti svih težinskih koeficijenata

pozitivne, čime je ostvaren primarni cilj novoformiranog CCR modela sa regionom osiguranja. U tom smislu, čini se da drugi model, sa dodatnim ograničenjima, objektivnije odražava stvarnost i uzima u obzir činjenicu da se ni u jednom momentu ne mogu ignorisati egzogeni faktori i njihov uticaj na bruto domaći proizvod jedne zemlje, pa ni Srbije.



Slika 3 Relativne tehničke efikasnosti nacionalne ekonomije RS u periodu 2007-2017 godina (CCR AR model)

Izvor: Autori



Slika 4 Uporedni prikaz relativnih tehničkih efikasnosti nacionalne ekonomije RS primenom CCR-O i CCR AR modela

Izvor: Autori

Zaključak

Prema rezultatima dobijenim primenom standardnog izlazno orijentisanog DEA CCR modela, nacionalna ekonomija Republike Srbije je u posmatranom periodu bila efikasna samo u 2007. i 2013. godini. Iako je u predkriznom periodu, od 2001-2008.godine, ostvarena relativno visoka prosečna godišnja stopa rasta BDP-a od 5,4%., model ekonomskog razvoja realizovan je kroz stvaranje i korišćenje BDP-a sa nepovoljnom strukturom i visokim prilivom stranog kapitala (kroz direktne i portfolio strane investicije), a kasnije, sa izbijanjem krize, direktnim inostranim zaduživanjem. U periodu od 2005. do početka krize, u avgustu 2008. godine, Republika Srbija je zabeležila snažan rast izvoza i povećanje vrednosti dinara. Međutim, već u 2009.godini (ali nešto kasnije nego u razvijenim državama, kao posledica nerazvijenog finansijskog sistema) usledile su posledice svetske ekonomske krize, tako da blagi oporavak privredne aktivnosti u 2010. godini nije bio dovoljan da se ekonomija vrati na isti nivo od 2008. godine. Srpska privreda je nakon 2012.godine izašla iz recesije u kojoj je došlo do rasta BDP-a, dok su fiskalna konsolidacija i strukturne reforme za efekat imale poboljšanje poslovnog okruženja i realizaciju većih investicija. Iako ekonomski rast nije bio previše dinamičan, on je promenio paradigmu rasta, jer je bio zasnovan na održivim izvorima, izvozu i investicijama, što je praćeno i rastom zaposlenosti, posebno u sektoru usluga. Takođe, pad tehničke efikasnosti u 2014.godini, na 34% u odnosu na referentnu 2007. godinu, posledica je dramatičnog pada stope rasta BDP-a, sa 5,9% u 2007.godini, na -1,8% u 2014.godini. Pozitivne signale oporavka srpske privrede početkom 2014. godine zaustavile su katastrofalne poplave u maju i septembru 2014. godine (ukupna šteta je procenjena na 1,7 mlrd evra). Najveće štete pretrpeo je energetska sektor (800 mil EUR). Padu BDP-a od -1,8% pored energetskog sektora, doprineo je i pad prerađivačke industrije od -1,4% i nakon rekordnog izvoza u 2013. (25,8%), skroman rast izvoza od 1,5%. Uvođenje dodatnih ograničenja modela, primenom metode Analitičkog hijerarhijskog procesa, formiran je tzv. region sigurnosti, što je uticalo na sužavanje granice efikasnosti, ali je u oba slučaja, pokazalo se, 2007.godina bila ona u kojoj je nacionalna ekonomija bila tehnički efikasna. U radu je pokazano da primenjeni DEA model u dobroj meri reflektuje makroekonomska kretanja RS, pa bi se buduća istraživanja mogla odvijati u pravcu predviđanja efikasnosti i u tom smislu, određivanja optimalnog nivoa korišćenja raspoloživih nacionalnih resursa - rada, kapitala i utrošene energije.

Reference

1. Charnes, A., Cooper, W.W., Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of DMUs, *European Journal of Operational Research* 2, 429-444.
2. Cherchye, L. (2001). Using data envelopment analysis to assess macroeconomic policy performance, *Appl. Econ.* 33, 407-416.
3. Cook, W., Tone, K., Zhu, J. (2014). Data envelopment analysis: Prior to choosing a model, *Omega* 44, 1 - 4.
4. Cooper, W., Seiford, L., Tone, K. (2007). Data envelopment analysis. A Comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA-Solver Software, Springer, 1-512.
5. Debreu, G. (1951). The Coefficient of Resource Utilization, *Econometrica*, 19(3), 273-292.
6. Despotis, D. K., (2005). Measuring human development via data envelopment analysis, *Omega*, 33, 385 - 390.
7. Dyson, R.G., Allen, R., Camanho, A.S., Podinovski, V.V., Sarrico, C.S., Shale, E.A. (2001). Pitfalls and protocols in DEA, *European Journal of Operational Research* 132, 245-259.

8. Lábaj, M., Luptáčík, M., Nežinský, E. (2013). Data Envelopment Analysis for Measuring of Economic Growth in Terms of Welfare Beyond GDP, Department of Economic Policy Working Paper Series, University of Economics in Bratislava, Department of Economic Policy 1-18.
9. 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.
10. Lovell, C. K. (1990). Measuring the macroeconomic performance of the Taiwanese economy, *International Journal of Production Economics*, 1-29.
11. Lovell, C. K., Pastor, J. T., Turner, J. A. (1995). Measuring macroeconomic performance in the OECD: A comparison of European and non-European countries, *European Journal of Operational Research* 87, 507-518.
12. Martić, M., Savić, G. (2001). An application of DEA for Comparative Analysis and Ranking of Regions in Serbia with Regards to Social-Economic Development, *European Journal of Operational Research* 132, 343 - 356.
13. Milenković, I., Kalaš, B., Andrašić, J. (2017). Macroeconomic determinants of economic growth in Serbia, *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization* 14(2), 105 – 115.
14. Milner, C., Weyman-Jones, T. (2003). Relative National Efficiency and Country Size: Evidence for Developing Countries, *Review of Development Economics*, 7(1), 1–14.
15. Measuring Productivity, OECD Manual, Measurement of aggregate and industry-level productivity growth, OECD, Organisation for economic cooperation and development, 2001.
16. Mohamad, N. (2007). A linear programming formulation of macroeconomic performance: the case of Asia Pacific, *Matematika* 23, 29 – 40.
17. Sarkis, J. (2002). Preparing Your Data for DEA, Chapter 4 in Avkiran N.: *Productivity Analysis in the Service Sector with Data Envelopment Analysis*, 2nd edition, N K Avkiran, UQ Business School, The University of Queensland, Australia.
18. Suzuki, S., Nijkamp, P. (2016). An evaluation of energy-environment economic efficiency for EU, APEC and ASEAN countries: Design of a Target-Oriented DFM model with fixed factors in Data Envelopment Analysis, *Energy Policy* 88, 100-112.
19. Sherman, H. D., Zhu, J. (2006). Service Productivity Management: Improving Service Performance Using Data Envelopment Analysis (DEA). Springer Science & Business Media: Boston, MA, USA.
20. Thrall, R.M. (1996). Duality, classification and slacks in DEA, *Annals of Operations Research* 6, 109–138.
21. Vaz, B. C., Ferreira, A. P. (2019). Measuring technical efficiency of European Countries using data envelopment analysis, *Imprensa da Universidade de Coimbra*, 1-19.

Internet izvor

<https://data.worldbank.org/>

TRŽIŠNI RIZIK U OČIMA REGULATORA: IMPLIKACIJE SOLVENCY II REGULATIVE NA ALOCIRANJE FINANSIJSKIH SREDSTAVA

Mikica Drenovak* i Olivera Stančić**

Rad analizira najvažnije karakteristike Solvency regulative u pogledu kvantitativnih standarda za obračun kapitalnih zahteva po osnovu tržišnog rizika osiguravajućih društava. Analiza se odnosi na kvantitativne odredbe za iskazivanje rizika prema Solvency II okviru, date u dva dokumenta - EC, 2010 i (EU) 2015/35. Solvency II regulativa reguliše rad evropskih osiguravajućih društava. S obzirom da ova društva spadaju među najveće institucionalne investiture u Evropi (i svetu), jasan je značaj ove regulative za funkcionisanje finansijskih tržišta i kontrolu sistemskog rizika. Solvency II regulativa je pandan bankarskoj Bazel II regulativi. Dok Bazel II regulativa uspostavlja kapitalne zahteve po osnovu tržišnog, kreditnog i operativnog rizika, Solvency II regulativa dodatno uvršćuje i aktuarske rizike karakteristične za specifičnu vrstu aranžmana osiguravajućih društava. Karakteristično, kapitalni zahtevi su, i po osnovu važeće Bazel i po osnovu Solvency II regulative, bazirane na VaR (vrednost pod rizikom; Value-at-Risk) meri rizika. Uz postojanje standardizovanog modela za iskazivanje kapitalnih zahteva, osiguravajućim društvima se dozvoljava da razvijaju i svoje interne modele. Kako je u Srbiji u toku proces usklađivanja poslovanja osiguravajućih kuća sa Solvency II okvirom, u radu su prikazani i rezultati više istraživanja koji stavljaju fokus na efekte primene njegovih odredbi.

Ključne reči: Solvency II, kapitalni zahtevi, tržišni rizik

Uvod

Na osnovu direktive Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council on taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance,¹ Solvency II regulativa je stupila na snagu 1. januara 2016. godine u zemljama Evropske unije, nakon desetak godina razvoja i usaglašavanja sa odredbama prethodno važeće Solvency I regulative. Krovna institucija zadužena za davanje smernica za uvodjenje, implementaciju i tehničke standarde kojima se obezbeđuje konzistentna primena pravila Solvency II regulative je EIOPA (European Insurance and Occupational Pensions Association),² dok je implementacija ostavljena nacionalnim regulatorima na osnovu akata Evropske komisije. Okvir reguliše rad osiguravača na teritoriji EU. Švajcarska je takođe jedna od zemalja potpisnica, dok je isti okvir iskorišćen kao preporuka za dobru praksu za osiguravače čije su akcije uvršćene u severnoamerički berzanski indeks Standard & Poors 500. U Republici Srbiji je u toku usklađivanje domaće regulative sa odredbama Solvency II okvira. Planirano je da se do kraja 2021. godine izvrši potpuno usklađivanje, s tim da se pojedine odredbe počnu primenjivati od datuma pristupa Republike Srbije Evropskoj uniji (Videti: NBS-Implementacija Solventnosti II u Srbiji).

Primarni ciljevi Solvency II regulative su: Povećana zaštita osiguranika, unapređena supervizija koja u fokus stavlja upravljanje rizicima, dalja integracija EU tržišta kroz harmonizaciju režima supervizije i povećanje kompetitivnosti evropskih osiguravača. Solvency II je baziran na tri stuba: 1) Kapitalni zahtevi; 2) Upravljanje i supervizija; i 3) Izveštavanje. Prema zahtevima drugog stuba, osiguravač je u obavezi da implementira efikasan sistem upravljanja rizicima. Prema trećem stubu, osiguravač je u obavezi da učini javno dostupnim

¹ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:EN:PDF>

² <https://eiopa.europa.eu/regulation-supervision/guidelines>

* Vanredni profesor, e-mail: mdrenovak@kg.ac.rs

**Asistent, e-mail: ojankovic@kg.ac.rs

podatke o tome kakav je profil njegovih rizika i kapitalne adekvatnosti i koje je mere uveo i procedure uspostavio, čime se dozvoljava tržištu da utiče na poboljšanje discipline u industriji osiguranja.

Za razliku od prethodnih, Solvency I odredbi, zasnovanih na pravilima,³ ključni principi Solvency II regulative pri uvođenju kapitalnih zahteva su da se rizici kvantitativno iskazuju, a da se vrednosti bilansnih stavki usklađuju sa tržištem (mark-to-market approach).⁴ Ovaj okvir uvodi kapitalne zahteve (marginu solventnosti) po osnovu izloženosti tržišnom, riziku osiguranja (underwriting)-životnih, neživotnih i zdravstvenih, kreditnom odnosno riziku neizvršenja (default risk) i operativnim rizicima (Videti EC, 2010-tzv. QIS5 dokument i EU, 2015/35).

Predmet istraživanja u ovom radu jesu odredbe za izračunavanje Solvency II kapitalnih zahteva (SCR).

SCR se po pravilu računa primenom standardizovanog modela. Standardizovani Solvency II model agregira rizike uz pomoć zadate matrice korelacije, čime se implicira njihova linearna međuzavisnost. Dodatno na postojeći standardizovani model, osiguravajuća društva mogu da, uz prethodno odobrenje regulatora, razvijaju i svoj interni model koji preciznije reflektuje rizike njihovog portfolija. Ovu mogućnost imaju i banke po Bazel regulativi. Inače, Solvency II deli osnovne principe sa Bazel regulativom. Pre svega to je princip kvantitativnog iskazivanja rizika i na osnovu toga određivanje minimalnih kapitalnih zahteva, tj. sredstava koje osiguravač ili banka moraju da rezervišu kao pokriće/zaštitu od nepredviđenih nepovoljnih događaja. Kvantitativno iskazivanje minimalnih kapitalnih zahteva zasniva se na Vrednosti pod rizikom (eng. Value-at-Risk, skraćeno VaR) meri rizika.⁵ Prema Solvency II odredbama, osiguravač je dužan da iskazuje rizike koji odgovaraju VaR-u sa pozdanošću od 99.5% za period od jedne godine. Drugim rečima, regulator sve investicije tretira kao dugoročne dok su za kapitalne zahteve od značaja nepovoljni događaji koji se dešavaju jednom u 200 godina (EC, 2010; Za tehničke detalje vezane za kalibraciju ključnih parametaraa QIS5 oderdbi videti CEIOPS, 2010). Akcenat u ovom radu je stavljen na odredbe koje se odnose na kvantitativno iskazivanje kapitalnih zahteva po osnovu tržišnog rizika.

Standardni Solvency II SCR model za tržišni rizik

Prema Solvency II okviru tržišni rizik proizilazi iz promene cena ili volatilnosti finansijskih instrumenata, a iskazuje se merenjem uticaja promena cena finansijske aktive. Standardna SCR formula je bazirana na stres scenarijima i na podmodulima rizika. Stres scenariji se odnose na rast ili pad odabranih tržišnih veličina, a tržišni rizik se iskazuje kroz sedam podmodula: kamatni rizik, rizik vlasničkih hartija od vrednosti, rizik nekretnina, valutni, spread, rizik koncentracije i rizik nelikvidnosti. Vrednosti SCR po podmodulima se agregiraju korišćenjem fiksnih, unapred zadatih korelacija. Za svaki podmodul vrši se korekcija za eventualno pokriće dela rizika kroz tehničke reserve. Za razliku od Bazel CR koji se prati na dnevnom nivou, SCR računamo za period od 12 meseci, tako da se, po potrebi, pojedini moduli rizika ažuriraju kvartalno.

Uz SCR, Solvency II definiše i Minimalne kapitalne zahteve (MCR), tj. minimalna sopstvena sredstava koja osiguravač mora da poseduje u svrhu osiguranja poslovanja. MCR vrednost mora

³ Recimo, prema Solvency I odredbama, tipično postoje gornje granice izloženosti pojedinim klasama aktive.

⁴ Za detaljniji opis razlika između Solvency I i Solvency II okvira videti Generali (2016).

⁵ Najnovija Bazel III regulativa uvodi i Uslovnu vrednost pod rizikom kao dodatnu meru rizika za računanje kapitalnih zahteva.

da se kreće u rasponu 25%-45% vrednosti SCR (Videti (EU) 2015/35, strane 155-159), a određena je i minimalna vrednost u apsolutnom iznosu, koja varira od zemlje do zemlje.⁶ SCR i MCR predstavljaju kapital koji osiguravač mora da drži dodatno na tehničke rezerve.

Submodul za kamatni rizik Mkt_{int} (interest rate risk)

Kamatni rizik proizilazi iz promene nivoa ili volatilnosti preovlađujućih kamatnih stopa na tržištu. Prema standardnoj Solvency II formuli, prilikom izračunavanja komponente kamatnog rizika utvrđuje se uticaj promene tržišnih kamatnih stopa na vrednost aktive i obaveza osiguravajućeg društva čija vrednost je osetljiva na promene kamatnih stopa. Račun je zasnovan na scenarijima promene kamatnih stopa. Preciznije, pretpostavka je da će kamatne stope skočiti ili pasti. Kapitalni zahtev se računa kao uticaj konkretnog scenarija na neto vrednost posmatrane aktive NAV. NAV se definiše kao razlika vrednosti aktive i obaveza pripadajućih pozicija (Videti EC, 2010). Konkretno, stresira se portfolio obveznica tako što se izvrši re-evaluacija svih konstituenata portfolija korišćenjem odgovarajuće stresirane krive prinosa. Promena vrednosti portfolija za pretpostavljeni skok kamatnih stopa iskazuje se $Mkt_{int}^{Up} = \Delta NAV|_{up}$, a promena za pretpostavljeni pad kamatnih stopa $Mkt_{int}^{Down} = \Delta NAV|_{down}$. Ovde je sa $\Delta NAV|_{up}$ obeležena promena NAV za slučaj pretpostavljenog rasta, a $\Delta NAV|_{down}$ promena NAV za slučaj pada kamatnih stopa.⁷ Scenariji rasta i pada kamatnih stopa (odnosno scenariji promene krive prinosa) unapred su zadati (Tabela 1).

Kapitalni zahtevi po osnovu promene u kamatnim stopama izračunavaju se na osnovu scenarija koji dovodi do najvećih gubitaka u NAV:

ako je $Mkt_{int}^{Up} > Mkt_{int}^{Down}$, onda je $Mkt_{int} = \max(Mkt_{int}^{Up}, 0)$,

ako je $Mkt_{int}^{Down} > Mkt_{int}^{Up}$, onda je $Mkt_{int} = \max(Mkt_{int}^{Down}, 0)$,

gde je Mkt_{int} kapitalni zahtev po osnovu rizika od promena kamatnih stopa (Videti EC, 2010; strane 110-112). Stresirana kriva prinosa se dobija tako što se kamatne stope važeće krive prinosa pomnože odgovarajućim činiocima za scenario rasta odnosno pada, $(1+s_{up})$ odnosno $(1+s_{down})$ respektivno. Tabela 1 prikazuje faktore za stres scenarije rasta $s_{up}(t)$ i pada $s_{down}(t)$ kamatnih vrednosti za odgovarajuće rokove dospeća t . Iz tabele se vidi da su definisani rokovi dospeća od 3 meseca do 30 godina. Za rokove dospeća preko 30 godina važi da je $s_{up}(t) = 25\%$ a $s_{down}(t) = -30\%$.

Treba primetiti da regulator definiše stres kamatnih stopa u relativnim veličinama (procentima), što implicira da će u periodima viših kamatnih stopa apsolutne promene po osnovu predviđenog stresa biti veće od apsolutnih promena u kamatnim stopama u periodima kada na tržištu preovlađuju niže kamatne stope. Bez obzira na zadate stres faktore, apsolutna promena kod scenarija pada vrednosti kamatnih stopa bi trebalo da bude bar jedan procentni poen. Kada su nestresirane vrednosti kamatnih stopa manje od 1%, stresirana vrednost kod scenarija na dole treba da je 0%.⁸

Submodul za rizik držanja vlasničkih HoV Mkt_{eq} (equity risk)

Rizik držanja vlasničkih HoV proizilazi iz promena nivoa cena ili volatilnosti cena akcija. Kapitalni zahtevi po ovom osnovu se utvrđuju na osnovu direktnog i neposrednog efekta koji

⁶ Videti recimo https://www.actuaries.org.uk/system/files/field/document/landF_SA2_SolvencyII_2016.pdf

⁷ Oznake su zbog konzistentnosti preuzete iz dokumenta EC, 2010.

⁸ Ovo ne važi za obveznice čija je kuponska vrednost vezana za neki indeks (index-linked bonds).

na NAV portfolija ima jednokratno smanjenje cene active, koja po klasifikaciji pripada ovom submodulu. Vlasničke HoV su podeljene po kategorijama na osnovu kojih se određuje vrednost stresa, tj. predviđenog smanjenja cene.

Tabela 1 Komponente za stres test po rokovima dospeća (t)

Rok dospeća (t) u godinama	Relativna promena na gore $s_{up}(t)$ (%)	Relativna promena na dole $s_{down}(t)$ (%)
0.25	70	-75
0.5	70	-75
1	70	-75
2	70	-65
3	64	-56
4	59	-50
5	55	-46
6	52	-42
7	49	-39
8	47	-36
9	44	-33
10	42	-31
11	39	-30
12	37	-29
13	35	-28
14	34	-28
15	33	-27
16	31	-28
17	30	-28
18	29	-28
19	27	-29
20	26	-29
21	26	-29
22	26	-30
23	26	-30
24	26	-30
25	26	-30
30	25	-30

Izvor: EC (2010)

U prvom koraku se za svaku kategoriju akcija i utvrđuje promena vrednosti NAV i na osnovu toga kapitalni zahtevi po kategorijama, $Mkt_{eq,i}$:

$$Mkt_{eq,i} = \max(\Delta NAV \mid equity\ shock_i; 0),$$

gde je $equity\ shock_i$ predviđen pad vrednosti hartija koje pripadaju kategoriji i . Njegova vrednost je 30% za globalne hartije i 40% za sve ostale (Videti EC, 2010, strane 114-115). Kategoriji *globalne hartije* pripadaju sve akcije listirane na regulisanim finansijskim tržištima u državama Evropske ekonomske zone (EEA) i OECD. Kategoriji *ostale* pripadaju akcije listirane samo na tržištima u razvoju, nelistirane akcije, hedž fondovi, kao i svaka druga investicija koja nije sadržana ni u jednom od drugih submodula tržišnog rizika.

U drugom koraku, kapitalni zahtevi se agregiraju primenom matrice korelacije (Tabela 2):

$$Mkt_{eq} = \sqrt{\sum_{rxc} \text{CorrIndex}_{rxc} \cdot Mkt_r \cdot Mkt_c},$$

gde su CorrIndex_{rxc} koeficijenti matrice korelacije a Mkt_r i Mkt_c kapitalni zahtevi po kategorijama.

Tabela 2 Matrica korelacija za rizik držanja vlasničkih HoV

<i>CorrIndex</i>	<i>Globalni</i>	<i>Ostalo</i>
<i>Globalni</i>	1	
<i>Ostalo</i>	0,75	1

Izvor: Autori

Submodul za rizik posedovanja nekretnina Mkt_{prop} (property risk)

Rizik posedovanja nekretnina proizilazi iz osjetljivosti potraživanja, obaveza i investicija osiguravača na promene cena nekretnina. Investicije na koje se primenjuje ovaj submodul su: zemljište, nekretnine (građevinski objekti) i prava na korišćenje nepokretnosti, ali i direktno ili indirektno učešće u kompanijama koje se bave isključivo nekretninama i koje generišu periodične prihode. Inače, investicije u kompanije koje ulažu i u nekretnine se klasifikuje kao rizik držanja vlasničkih HoV. Kapitalni zahtevi po ovom osnovu se utvrđuju, kao i u slučaju rizika držanja vlasničkih HoV, na osnovu direktnog i neposrednog efekta koji na NAV ima jednokratno smanjenje vrednosti nekretnina (odnosno, preciznije, aktive koja po klasifikaciji pripada ovom submodulu):

$$Mkt_{prop} = \max(\Delta NAV \mid \text{property shock}; 0),$$

gde je Mkt_{prop} kapitalni zahtev po osnovu rizika posedovanja nekretnina.

Uzima se da je stres na tržištu nekretnina property shock jednokratni pad cene od 25% (Videti EC, 2010, strana 116).

Submodul za valutni rizik Mkt_{fx} (currency risk)

Valutni rizik proizilazi iz promena nivoa ili volatilnosti valutnog kursa. Osiguravajuće društvo može biti izloženo valutnom riziku kroz pozicije u aktivi, pasivi ili investicionom portfoliju. Namera regulatora jeste da ovim submodulom pokrije valutni rizik nastao iz svih mogućih izvora. Regulator definiše *lokalnu* (domaću) valutu kao valutu u kojoj su iskazani finansijski izveštaji osiguravača, dok su sve ostale valute *strane* valute. Strana valuta se smatra relevantnom ako nivo sopstvenih sredstava osiguravača zavisi od deviznog kursa između nje i lokalne valute. Kapitalni zahtevi po osnovu valutnog rizika za valutu C utvrđuju se kao:

$$Mkt_{fx,C} = \max \left\{ \begin{array}{l} \max(\Delta NAV \mid fxupward \text{ shock}; 0) \\ \max(\Delta NAV \mid fxdownward \text{ shock}; 0) \end{array} \right\},$$

gde se *fxupward shock* definiše kao jednokratni skok valutnog kursa valute C u odnosu na lokalnu valutu od 25%, dok se *fxdownward shock* definiše kao jednokratni pad valutnog kursa valute C u odnosu na lokalnu valutu od 25%. Ukupni kapitalni zahtev za valutni rizik po svim valutama Mkt_{fx} jednak je sumi svih $Mkt_{fx,C}$.

Submodul za rizik spreda Mkt_{sp} (spread risk)

Rizik spreda iskazuje osjetljivost na promene u spredovima kamatnih stopa u odnosu na bezrizičnu krivu prinosa po osnovu kreditnog rizika. Dakle, odnosi se na rizike promene cene HoV čija cena zavisi od kamatnih stopa, a koje nose kreditni rizik. Ovaj submodul identifikuje tri klase hartija zavisnih od kamatnih stopa i propisuje posebne odredbe za svaku od njih: obveznice, strukturirani proizvodi i kreditni derivatni. Ukupni kapitalni zahtevi po osnovu

rizika spreda, Mkt_{sp} , biće jednaki sumi pojedinačnih kapitalnih zahteva po svakoj od ove tri kategorije:

$$Mkt_{sp} = Mkt_{sp}^{bonds} + Mkt_{sp}^{struct} + Mkt_{sp}^{cd},$$

gde su Mkt_{sp}^{bonds} , Mkt_{sp}^{struct} i Mkt_{sp}^{cd} kapitalni zahtevi po osnovu držanja obveznica, strukturiranih proizvoda i kreditnih derivate, respektivno.

U ovom radu će biti prikazano više detalja u vezi rizika spreda obveznica (Videti EC, 2010, strane 121-123). Posebno se apostrofiraju četiri grupe obveznica na koje se ovaj submodul odnosi: korporativne obveznice investicionog rejtinga, korporativne obveznice visokih prinosa, subordinirane dugovne hartije i hibridne dugovne hartije. Regulativa ukazuje na to da držanje instrumenata osetljivih na promene kamatnih stopa može da implicira i postojanje drugih, povezanih rizika koji takođe treba da budu identifikovani i kvantifikovani kroz odgovarajuće module sadržane u Solvency II sistemu rizika. Recimo, rizik neizvršenja druge strane (counterparty default risk) treba da bude obuhvaćen analizom posebnog modula za rizik neizvršenja, pre nego kroz modul rizika spreda.⁹

Rizik spreda po osnovu držanja portfolija obveznica utvrđuje se prema:

$$Mkt_{sp}^{bonds} = \max(\Delta NAV \downarrow \text{spread shock on bonds}; 0),$$

gde je *spread shock on bonds* definisan kao trenutni efekat promene kreditnog spreda na NAV:

$$\text{spread shock on bonds} = \sum_i MV_i \cdot duration_i \cdot F^{up}(rating_i),$$

gde je MV_i tržišna vrednost podportfolija posmatranog portfolija obveznica koji sadrži obveznice kreditnog rejtinga i , $duration_i$ je duracija istog tog podportfolija, a $F^{up}(rating_i)$ je kreditni faktor, zadat kao funkcija kreditnog rejtinga tog podportfolija obveznica (Tabela 3). Duracija je mera rizika koja se tipično koristi za utvrđivanje osetljivosti cene instrumentata sa fiksnim prinosom. Za više detalja videti na primer Martellini i ostali (2003).

Tabela 3 Kreditni faktor rizika spreda za obveznice

Rejting obveznice	F^{up} (%)	Donja granica duracije	Gornja granica duracije
AAA	0,9	1	36
AA	1,1	1	29
A	1,4	1	23
BBB	2,5	1	13
BB	4,5	1	10
B ili niži	7,5	1	8
Bez rejtinga	3,0	1	12

Izvor: EC (2010)

Za obveznice obezbeđene hipotekom (mortgage covered bonds) i obveznice javnog sektora sa kolateralom (public sector covered bonds), faktor rizika F^{up} ima vrednost 0,6%, a gornja granica duracije je 53 godine, uz uslov da kolateral ima najviši AAA kreditni rejting.

Za državne obveznice vrednost kreditnog faktora rizika F^{up} data je u Tabeli 4.

⁹ Ključna razlika između rizika neizvršenja i rizika spreda jeste da modul rizika neizvršenja ne mora da uzme u obzir tržišnu volatilitnost. Drugim rečima, rizik neizvršenja se odnosi na aktivu kojom se po definiciji ne trguje. Takva podela se može uočiti i u Bazel regulativi.

Tabela 4 Kreditni faktor rizika spreda za obveznice

Rejting obveznice	F ^{up} (%)	Donja granica duracije	Gornja granica duracije duracije
AAA	0	-	-
AA	0	-	-
A	1,1	1	29
BBB	1,4	1	23
BB	2,5	1	13
B ili niži	4,5	1	10
Bez rejtinga	3,0	1	12

Izvor: EC (2010)

Dakle, kapitalni zahtevi po osnovu rizika spreda su funkcija osetljivosti portfolija na promene kamatnih stopa (a ta osetljivost je funkcija (rezidualnog) roka do dospeća obveznica) i kreditnog rejtinga. Drugim rečima, rizik, a samim tim i kapitalni zahtevi, raste sa povećanjem roka dospeća i padom rejtinga, što reflektuje prirodu formiranja cena obveznica na tržištu.

Submodul za rizik koncentracije Mkt_{Conc} (concentration risk)

Submodul za rizik koncentracije targetira preveliku izloženost portfolija pojedinačnim pozicijama. Ovo je jedan od submodula koji su karakteristični za Solvency II, jer se njime, za razliku recimo od Bazel regulative, eksplicitno sankcioniše prevelika koncentracija portfolija HoV. Drugim rečima, ovim modulom Solvency II direktno podstiče osiguravače da održavaju dovoljnu diversifikovanost svojih portfolija. Obuhvat ovog modula odnosi se na hartije koje su već obuhvaćene modulima rizika držanja vlasničkih HoV, rizika spreda i rizika držanja nekretnina, dok isključuje hartije obuhvaćene rizikom neizvršenja da bi se izbeglo preklapanje. Računanje visine koncentracije odnosi se na izloženost jednom "imenu", tj. jednom izdavaocu,¹⁰ dok ne uključuje druge tipove koncentracije, kao što su geografsko područje ili industrijski sektor. Računanje kapitalnih zahteva po osnovu rizika koncentracije Mkt_{Conc} vrši se u tri koraka: 1) Prvo se za svakog izdavaoca i računa XS_i , tj. koliko je prekoračena maksimalno dozvoljena izloženost CT (Concentration threshold); 2) Zatim se na osnovu dobijene vrednosti XS_i i vrednosti kreditnog parametra g_i računaju kapitalni zahtevi $Conc_i$ za svakog izdavaoca ponaosob; 3) Najzad se $Conc_i$ vrednosti agregiraju u kapitalni zahtev po osnovu koncentracije za posmatrani portfolio (Videti EC, 2010, strane 127-130).

Prekoračenje XS_i se računa kao:

$$XS_i = \max \left(0; \frac{E_i}{Assets_{xl}} - CT \right),$$

gde je E_i izloženost prema izdavaocu i , a $Assets_{xl}$ je ukupna vrednost HoV razmatranih u ovom submodulu. Vrednost CT zavisi od eksternog kreditnog rejtinga izdavaoca i predstavlja granicu do koje regulator ne podleže kapitalnim zahtevima po osnovu koncentracije za datog izdavaoca (Tabela 5).

Sudeći po tome da je maksimalna izloženost prema jednom izdavaocu 3%, pod uslovom da se HoV najvišeg kreditnog rejtinga, može se zaključiti da je u Solvency II okviru zauzet konzervativni pristup u pogledu zahtevane diversifikacije.

¹⁰ Recimo, sabira se procentualna izloženost prema svim emisijama duga jedne kompanije ili države.

Kada je izloženost prema jednom izdavaocu veća od maksimalno dozvoljene, kapitalni zahtev $Conc_i$ za svakog izdavaoca ponaosob se računa kao:

$$Conc_i = XS_i \cdot g_i$$

Tabela 5 Maksimalna dozvoljena izloženost (CT)

Kreditni rejting izdavaoca	CT (%)
AA-AAA	3
A	3
BBB	1,5
BB ili niži	1,5

Izvor: EC (2010)

Kreditni parametar g_i takođe zavisi od eksternog kreditnog rejtinga izdavaoca (Tabela 6).

Računanje kapitalnih zahteva za jednog izdavaoca nešto je složenije kada se u portfoliju nalaze hartije istog izdavaoca koje su različitog rejtinga. U tom slučaju, kreditni rejting izdavaoca se dobija kao ponderisni prosek kreditnog koraka (Tabela 6) po računu:

Ponderisni prosek kreditnog koraka=zaokruženi prosek kreditnih koraka koji odgovaraju kreditnim rejtinzima hartija datog izdavaoca, ponderisan neto izloženošću prema pojedinačnoj emisiji u odnosu na ukupnu izloženost prema izdavaocu. U tu svrhu kreditnim koracima 1A i 1B treba dodeliti vrednosti 0 i 1 respektivno (Videti i Natixis, 2016 za više detalja o ovom računu i kreditnom koraku).

Tabela 6 Kreditni parametar (g_i) i kreditni korak

Kreditni rejting izdavaoca	g_i	Kreditni korak
AAA	0.12	1A
AA	0.12	1B
A	0.21	2
BBB	0.27	3
BB or lower	0.73	4-6

Izvor: EC (2010)

Za izdavaoce bez kreditnog rejtinga, parametar g će zavistiti od racija solventnosti iskazanog odnosom sopstvenih sredstava i SCR (Vidi EC, 2010, strana 130).

Najzad, dobijen kapitalni zahtevi po izdavaocima se agregiraju u jedinstveni kapitalni zahtev po osnovu koncentracije Mkt_{Conc} prema formuli:

$$Mkt_{Conc} = \sqrt{\sum_i (Conc_i^2)}$$

Formula implicira nultu korelisanost rizika (izloženosti) između različitih izdavalaca i . Dakle, Mkt_{Conc} očekivano raste sa povećanjem izloženosti prema HoV bilo kog izdavaoca, kao i sa padom njihovog kreditnog rejtinga.

Računanje Mkt_{Conc} za druge klase aktive sledi već predstavljane principe za klasu obveznica. Za više detalja videti EC, 2010.

Napomenimo da se rizik držanja velikih iznosa novčanih sredstava u jednoj banci ne iskazuje rizikom koncentracije već rizikom neizvršenja druge strane, dok se rizik od prevelike izloženosti drugoj aktivni iste banke reflektuje kroz rizik koncentracije.

Submodul za rizik nelikvidnosti Mkt_{ip} (illiquidity premium risk)

Premija na nelikvidnost je prepoznata kao karakteristika finansijskih tržišta, tako da je rizik nelikvidnosti pod Solvency II okvirom deo tržišnog rizika. Imajući u vidu da je premija na likvidnost jedna od komponenti spreda, identifikacija efekta njegovog smanjenja/povećanja je vezana i za kalibraciju rizika spreda.

Kapitalni zahtevi po ovom osnovu se utvrđuju, kao i u slučaju rizika držanja vlasničkih HoV, odnosno držanja nekretnina, na osnovu direktnog i neposrednog efekta koji na NAV ima jednokratno smanjenje vrednosti premije na nelikvidnost:

$Mkt_{ip} = \max(\Delta NAV \downarrow \text{property shock}; 0)$, gde je Mkt_{ip} kapitalni zahtev po osnovu smanjenja vrednosti premije na nelikvidnost.

Uzima se da je stres na finansijskom tržištu *illiquity premium shock* jednokratni pad premije na nelikvidnost od 65% (Videti EC, 2010, strana 132 i Annex A).

Najzad, treba primetiti da je, prema gore razmatranim formulama, prisutna jasna namera regulatora da kapitalni zahtevi ni po jednom osnovu nikada ne mogu biti negativni.

Agregatna SCR formula za tržišni rizik po Solvency II

Kapitalni zahtevi računati po ranije prikazanim submodulima se agregiraju u ukupne kapitalne zahteve po osnovu tržišnog rizika, u oznaci SCR_{mkt} , korišćenjem unapred definisanih koeficijenata korelacije između datih rizika. Formula za SCR predviđa dva scenarija, skok i pad. Skok se odnosi na stres scenario rasta kamatnih stopa, a pad na stres scenario pada kamatnih stopa. Tabele 7 i 8 predstavljaju koeficijente korelacije između kapitalnih zahteva po submodulima za skok i pad kamatnih stopa, respektivno.

Opšta SCR formula za tržišni rizik glasi:

$$SCR_{mkt} = \max \left\{ \begin{array}{l} \sqrt{\sum_{rxc} CorrMktUp_{r,c} \cdot Mkt_{up,r} \cdot Mkt_{up,c}} \\ \sqrt{\sum_{rxc} CorrMktDown_{r,c} \cdot Mkt_{down,r} \cdot Mkt_{down,c}} \end{array} \right. ,$$

gde su $CorrMktUp_{r,c}$ korelacije predstavljene u Tabeli 7, $Mkt_{up,r}$ i $Mkt_{up,c}$ kapitalni zahtevi po osnovu individualnih rizika pod pretpostavkom skoka kamatnih stopa, $CorrMktDown_{r,c}$ korelacije predstavljene u Tabeli 8, $Mkt_{down,r}$ i $Mkt_{down,c}$ kapitalni zahtevi po osnovu individualnih rizika pod pretpostavkom pada kamatnih stopa.

Tabela 7 Korelacije među Solvency II tržišnim rizicima u slučaju rasta kamatnih stopa

	Kamate. a rate	Akcijee	Nekretninee estate	Spred	Valutey ate	Koncentracijan	Nelikvid
Kamate	1						
Akcije	0	1					
Nekretnine	0	0.75	1				
Spred	0	0.75	0.5	1			
Valute	0.25	0.25	0.25	0.25	1		
Koncentracijan	0	0	0	0	0	1	
Nelikvid	0	0	0	-0.5	0	0	1

Izvor EC, 2010

Tabela 8 Korelacije među Solvency II tržišnim rizicima u slučaju pada kamatnih stopa

	Kamate	Akcije	Nekretnine	Spred	Valute	Koncentracijaa	Nelikvid
Kamate	1						
Akcije	0.5	1					
Nekretnine	0.5	0.75	1				
Spred	0.5	0.75	0.5	1			
Valute	0.25	0.25	0.25	0.25	1		
Koncentracijan	0	0	0	0	0	1	
Nelikvid	0	0	0	-0.5	0	0	1

Izvor EC, 2010

Jedan od osnovnih principa Solvency II okvira je tzv. *look-through* pristup. Sa ciljem da se što preciznije utvrde rizici ulaganja u investicione fondove propisano je da, gde god je to moguće, treba primeniti *look-through* pristup tako što će se direktno procenjivati rizici bazne aktive, odnosno hartija u koje fond ulaže. Bazna aktiva će u tom slučaju biti podvrgnuta standardnoj analizi rizika po submodulima. Ovo se odnosi na sve vrste investicionih fondova (Videti EC, 2009; strana 97).

Dodatno, za svaki od prethodno opisanih submodula, regulator predviđa mogućnost da tehničke rezerve imaju potencijal da ublaže razmatrane rizike (absorbing capacity of technical provisions), ako nastupe događaji predviđeni stres testom. Stoga se pri računaju kapitalnih zahteva po submodulima razmatra i njihova vrednost sa uključenim apsorbacionim kapacitetom tehničkih rezervi.¹¹

U procesu konsolidacije Solvency II okvira, EIOPA kontinuirano radi na unapredjenju i dopunama odredbi baznog 2009/138/EC dokumenta (EIOPA Solvency II).¹² Jedna od najvažnijih dopuna jeste *Delegated Regulation (EU) 2015/35*, kolokvijalno nazvan i "Level 2" dokument koji je Evropska komisija usvojila 10. oktobra 2014 godine. U njemu su, pored 2009/138/EC odredbi, sadržane i sva dodatna objašnjenja/odredbe za koje se smatra da razjašnjavaju nedoumice iz osnovnog dokumenta. Jedna od važnijih dopuna u kontekstu analize kvantitativnog iskazivanja kapitalnih zahteva po osnovu tržišnog rizika vezana je za stres test krive prinosa za pretpostavku rasta kamatnih stopa (Videti submodul za rizik promene kamatnih stopa). Naime, u osnovnom dokumentu je definisano da bi apsolutna promena kod scenarija pada vrednosti kamatnih stopa trebalo da bude bar jedan procentni poen ali se ne precizira koji je prag za rast. U periodu nakon nastanka svetske finansijske krize, referentne kamatne stope su postale negativne što je imalo za posledicu da ceo segment benčmark krive prinosa koji se odnosi na kratkoročno zaduživanje postane negativan. Primenom ranije važeće formule za stresiranje kamatnih stopa na gore na negativne kamatne stope iste bi postale još negativnije. To nije bila namera regulatora, stoga je u EU 2015/35 odredbe on i uveo dopunu u skladu aktuelnim kretanjima tržištu po kojoj rast stresiranih kamatnih stopa mora biti bar jedan procentni poen.

Interni Solvency II SCR modeli

Interni modeli su jedna od najznačajnijih novina Solvency II okvira. Pored primene standardnog SCR modela Solvency II dozvoljava oiguravajućim društvima da razvijaju i

¹¹ Recimo, analiza efekata stres testa promene kamatnih stopa treba da uključi i mogućnost da budući benefiti po osnovu tehnički rezervi ostanu nepromenjeni i mogućnost da taj stres utiče na promenu benefita.

¹² Između ostalog EIOPA je sprovedla i pet studija o kvantitativnom uticaju novim odredbi (Quantitative impact studies). Videti EIOPA QIS.

implementiraju interne modele za računanje kapitalnih zahteva. Pre nego što počnu sa primenom istih, osiguravajuća društva moraju da dobiju odobrenje regulatora. Dosadašnja praksa je pokazala da se interni modeli češće koriste za iskazivanje rizika koji proizilaze iz poslova osiguranja (životnog osiguranja, osiguranja imovine, zdravlja...) nego za iskazivanje tržišnog rizika (Videti BaFin, 2016). Takođe, postoji i mogućnost primene parcijalnih internih modela koji bi obuhvatili samo određene klase rizika (o mogućnostima za integrisanje ovih modela u standardnu formulu videti Munich RE, 2015).

Analiza efekata Solvency II regulative i zaključci

Cilj ovog istraživanja je da ukaže na najvažnije odredbe prvog stuba Solvency II okvira, kojima je uspostavljena kvantitativna osnova za određivanje kapitalnih izdataka po osnovu tržišnog rizika sa kojim se evropski osiguravači suočavaju. U skoro decenijskom razvoju Solvency II okvira, postoje publikacije koje razmatraju različite aspekte njegove primene i koje ukazuju na potencijalne nedostatke. Mitnik (2011) ukazuje na neadekvatnost standardnog SCR modela u pogledu iskazivanja rizika držanja vlasničkih HoV, jer može da dovede do nepreciznih i pristrasnih vrednosti kapitalnih zahteva po tom osnovu. S obzirom na to da NBS po zakonu reguliše i bankarski i sektor osiguravajućih društava u Srbiji, za nju je važno da li je najnovija regulativa koja se na njih odnosi uporediva. Laas i Siegel (2016) daju uporednu analizu ključnih Basel III i Solvency II odredbi u kojoj zaključuju da, u pogledu tržišnog i kreditnog rizika, postoje značajne razlike koje dovode do bitno različiti kapitalnih zahteva za iste rizike. Štaviše, analiza ukazuje da su zahtevi veći za banke. Pfeifer i Strassburger (2008) ukazuju na nestabilnost pri agregiranju rizika linearnom SCR formulom zbog nesimetričnosti distribucija individualnih rizika. Arias i ostali (2012) analiziraju efekte primene SCR formule na individualne obveznice. Njihov zaključak je da su dugoročne obveznice relativno mnogo opterećene kapitalnih zahtevima. Drenovak i ostali (2018) analiziraju portfolije korporativnih obveznica koji su optimalni u pogledu SCR vrednosti i prinosa do dospeća (YTM). Njihovi najvažniji zaključci su da se odnos YTM-SCR vremenom smanjuje, što ukazuje na sve veće opterećenje portfolija obveznica regulatornim kapitalom, da je kardinalnost (tj. diversifikovanost) optimalnih portfolija i pored postojećih kapitalnih zahteva po osnovu rizika koncentracije, niska, kao i da su dugoročne obveznice relativno slabo zastupljene u optimalnim portfolijima. Solvency II je, po principima i merama na kojima je zasnovan i uz poštovanje specifičnosti poslovanja osiguravajućih društava, uporediv u namerama regulatora sa Bazel regulativom. Između ostalog, oba okvira se zasnivaju na kvantitativnom iskazivanju rizika i na VaR meri. Ovo govori u prilog tvrdnji da se regulativa, naročito po izbijanju finansijske krize, fokusira na dodatno pooštavanje kriterijuma za procenu rizika, njihovom kvantitativnom iskazivanju i usaglašavanju vrednosti bilansnih stavki sa tržišnim kretanjima (mark-to-market valuation), kako bi se zaštitili korisnici i kontrolisao sistemski rizik na kome se sve više insistira. Srbija je u procesu uvođenja Solvency II odredbi i očekuje se da će harmonizacija domaćeg sektora osigurnja biti završena do kraja 2021. godine.

Reference

1. Arias, L., Foulquier, P. and Le Maistre, A. (2012). The impact of Solvency II on bond management, *EDHEC Financial Analysis and Accounting Research Center*
2. BaFin (2016)
3. https://www.bafin.de/EN/PublikationenDaten/Jahresbericht/Jahresbericht2016/Kapitel2/Kapitel2_8/Kapitel2_8_2/kapitel2_8_2_node_en.html

4. [pristupljeno 19.07.2019.]
5. CEIOPS, 2010
6. <https://eiopa.europa.eu/Publications/QIS/CEIOPS-Calibration-paper-Solvency-II.pdf>
7. Delegated Regulation (EU) 2015/35
8. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015R0035&from=EN>
9. [pristupljeno 19.07.2019.]
10. Drenovak, M., Ranković V., Urošević B. and Jelic R. (2018). Bond Portfolio Management Under Solvency II Regulation, *SSRN Electronic Journal*
11. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3319426> [pristupljeno 20.09.2019.]
12. NBS-Implementacija Solventnosti II u Srbiji
13. https://www.nbs.rs/internet/latinica/60/60_5/strategija_solventnost_II.pdf
14. EIOPA QIS
15. <https://eiopa.europa.eu/publications/qis> [pristupljeno 19.07.2019.]
16. EIOPA Solvency II
17. <https://eiopa.europa.eu/regulation-supervision/insurance/solvency-ii>
18. [pristupljeno 19.07.2019.]
19. EU (2015/35) Commission Delegated Regulation of 10 October 2014 supplementing Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II), Official Journal of the European Union, L12, Vol. 58.
20. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015R0035&from=EN>
21. [pristupljeno 19.07.2019.]
22. European Commission (EC), Quantitative Impact Study 5 (QIS5) Technical specifications, 5th July 2010.
23. Generali (2016)
24. <http://disa.uniroma3.it/wp-content/uploads/2016/09/SEMINARIO-DOTT.PANIZZA.pdf>
25. [pristupljeno 19.07.2019.]
26. Laas, D. and Siegel, C.F. (2017). Basel III Versus Solvency II: An Analysis of Regulatory Consistency Under the New Capital Standards, *The Journal of Risk and Insurance*, Volume 84, Issue 4, pp. 1231-1267
27. Martellini, L., Priaulet P. and Priaulet, S. (2003), *Fixed-income securities*, John Wiley & Sons. England
28. Mitnik, S. (2011). Solvency II calibrations: Where curiosity meets spuriousity, Working Paper, *Center for Quantitative Risk Analysis, University of Munich*.
29. Natixis (2016)
30. <http://www.ostrum.com/Content/Documents/NAM/actualites/EN/SII%20Debt%20Instruments%20Review%20v1%20VALIDE%2011mai2016.pdf> [pristupljeno 17.07.2019.]
31. Munich RE (2015)
32. https://www.munichre.com/site/corporate/get/documents_E33771658/mr/assetpool.shared/Documents/5_Touch/_Publications/302-08531_en.pdf [pristupljeno 19.07.2019.]
33. Pfeifer D. and Strassburger, D. (2008). Solvency II: stability problems with the SCR aggregation formula, *Scandinavian Actuarial Journal*, Volume 8, pp. 61-77

KONCEPT OTVORENIH PODATAKA ELEKTRONSKE UPRAVE U REPUBLICI SRBIJI

Zoran Kalinić* i Vladimir Ranković**

U ovom radu je analiziran novi koncept u razvoju e-uprave u svetu i Srbiji koji podrazumeva otvaranje državnih podataka tako da budu dostupni javnosti. Ovaj koncept se u literaturi i stručnoj javnosti naziva koncept otvorenih podataka ili samo *Otvoreni podaci* (eng. *Open Data*). Cilj ovog rada je da ukaže na razvoj koncepta otvorenih podataka u svetu i Republici Srbiji, kao i da na konkretnom primeru pokaže njegovu primenljivost i značaj. Osnovna ideja koncepta otvorenih podataka je da se depersonalizovani podaci državnih organa i javnih institucija stave na uvid građanima, kompanijama i akademskoj zajednici, koji mogu njihovom obradom i kombinacijom sa drugim podacima da dođu do novih saznanja i servisa, sve u cilju ekonomskog i društvenog napretka. Kao primer otvorenih podataka i njihove analize izabran je skup otvorenih podataka koji obuhvata indikatore bezbednosti u saobraćaju u Republici Srbiji. U radu su analizirane agregatne vrednosti ovih indikatora po opštinama kao i njihova međusobna povezanost.

Ključne reči: Otvoreni podaci, Srbija, Evropska unija, Internet

Uvod

Savremene informaciono-komunikacione tehnologije nalaze danas primenu u gotovo svim sferama našeg života. Osim u mnogim oblastima privrede i poslovanja, ove tehnologije sve češću i sve širu primenu nalaze i u državnoj upravi, gde se njihova upotreba naziva elektronska uprava (e-uprava). Na samom početku e-upravu je predstavljalo nekoliko veb-sajtova državnih institucija i velikih gradova u SAD, da bi danas, napretkom tehnologije i mnogo većim stepenom njene upotrebe, došli do toga da Estonija izdaje strancima e-prebivalište, odnosno mogućnost da dobijete e-ličnu kartu ove države sa kojom imate pun pristup svim e-servisima državne uprave, uključujući i mogućnost registrovanja i vođenja preduzeća sa daljine.

U Srbiji se poslednjih godina takođe beleži značajan razvoj i primena brojnih servisa e-uprave (Kalinić i Arsovski, 2015). Sam razvoj e-uprave je jedan od stubova Strategije razvoja informacionog društva u Srbiji, što je i jedan od uslova na putu priključenja Evropskoj uniji (Kalinić i Ranković, 2019). Iako se razvoju e-uprave u našoj zemlji posvećuje sve veća pažnja poslednjih godina, mora se primetiti da još uvek zaostajemo za razvijenim evropskim državama, kao i da postoji relativno veliki jaz na lokalnom nivou, tj. informacioni sistemi i servisi na državnom nivou su znatno razvijeniji od odgovarajućih na lokalnom nivou, kao i da postoji velika razlika u razvijenosti i ponudi usluga između samih jedinica lokalne samouprave, pri čemu prednjače beogradske opštine, dok su na začelju nerazvijene opštine južne i istočne Srbije (Kalinić i Ranković, 2017).

Jedan od poslednjih trendova u razvoju e-uprave u svetu i Srbiji je i otvaranje državnih podataka tako da budu dostupni javnosti, što je u literaturi poznatije kao otvoreni podaci (eng.

* Vanredni profesor, e-mail: zkalinic@kg.ac.rs

** Redovni profesor, e-mail: vladar@kg.ac.rs

Open Data). Naime, poznato je da državni i javni organi raspolažu ogromnim količinama podataka koji se do sada obično nisu koristili van institucija u kojima su prikupljeni. Ideja koncepta otvorenih podataka je da se svi ovi podaci, naravno depersonalizovani, stave na uvid građanima, kompanijama i akademskoj zajednici, koji mogu da njihovom obradom i kombinacijom sa drugim podacima dođu do novih saznanja i servisa, koji dalje doprinose ekonomskom i privrednom rastu i razvoju. Cilj ovog rada je da ukaže na značaj i razvoj koncepta otvorenih podataka u svetu i Republici Srbiji, kao i da na konkretnom primeru pokaže kako se primenom analize jednog seta otvorenih podataka može doći do novih saznanja, koja dalje mogu biti od koristi široj zajednici.

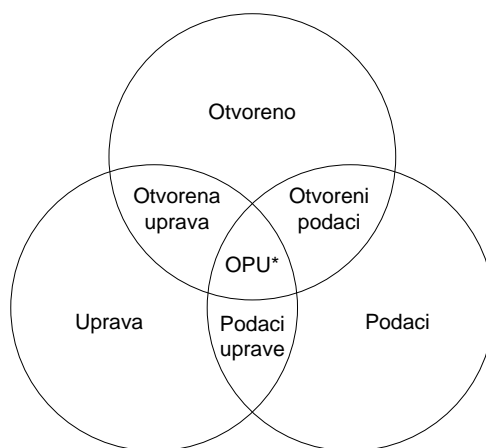
Koncept otvorenih podataka

Iako se sam koncept otvorenih podataka pre svega vezuje za otvorene javne podatke, tj. podatke prikupljene i interpretirane od strane državne i javne uprave, on se lako može proširiti i na ostale institucije i organizacije. Prema jednoj od definicija (Portal otvorenih podataka Republike Srbije), otvoreni podaci su oni koji su:

- Slobodno dostupni - podaci moraju biti dostupni pod uslovima koji bilo kome omogućavaju pristup podacima i njihovu ponovnu upotrebu podataka, odnosno umnožavanje, distribuciju, povezivanje sa drugim podacima, integrisanje u proizvode i usluge, kao i druge upotrebe u svrhe koje ne moraju biti u vezi sa svrhom za koju su podaci inicijalno prikupljeni i obrađeni. Ponovna upotreba podataka se obično definiše kao „korišćenje informacija koje prikuplja, održava ili izrađuje javni sektor od strane fizičkih i pravnih osoba za svrhe, komercijalne ili nekomercijalne, kojima nisu primarno namenjene“ (Musa i dr., 2018).
- Pristupačni - podaci moraju biti dostupni besplatno svima. Pristup otvorenim podacima se najčešće obezbeđuje njihovim postavljanjem na veb-sajt institucije ili na specijalizovane portale, o čemu će kasnije biti više reči.
- Mašinski čitljivi - Veoma je važno da podaci budu u digitalnom formatu koji je pogodan za računarsku obradu, jer se tako značajno uvećava njihova upotrebna vrednost. Skupovi otvorenih podataka (eng. *data sets*) se najčešće nalaze u tabelarnom obliku.
- Dostupni u otvorenim formatima - u skladu sa prethodnim zahtevima je i ovaj da podaci moraju biti u formatima zapisa čija je upotreba moguća bez plaćanja naknade ili drugih ograničenja. Naime, osim besplatne dostupnosti podataka, treba obezbediti da i njihova obrada može biti besplatna, odnosno da je za to moguće koristiti najmanje jedan alat slobodnog softvera.

Naravno, podaci još moraju da budu autentični, celoviti i ažurni, ali i depersonalizovani, odnosno bez odrednica kojima bi se mogli jednoznačno identifikovati entiteti i time narušiti privatnost građana i organizacija. Na ovaj način, podaci postaju dostupni širem krugu korisnika, koji na osnovu njih mogu da prave različite analize i vizuelizaciju dobijenih rezultata, a najbolji efekti se ostvaruju ukrštanjem podataka sa više izvora i da razvojem softverskih aplikacija korisnih za građane i privredu. Otvorene podatke vrlo često koriste nove male kompanije (startapovi), pa se na ovaj način pospešuje i stvaranje novih radnih mesta. O ogromnom potencijalu koncepta otvorenih podataka govori i činjenica da je globalna konsultantska kompanija *McKinsey*, u svojoj studiji „Otvoreni podaci: Otključavanje inovacija i učinka putem interaktivnih informacija“ (*Open data: Unlocking innovation and performance with liquid information*), iz oktobra 2013. godine, iznela procenu da je potencijalna upotrebna vrednost

otvorenih podataka u svetu, u sedam ključnih identifikovanih oblasti (obrazovanje; saobraćaj; potrošački proizvodi; električna energija; nafta i gas; zdravstvo; i finansijski proizvodi), iznosi približno 3 triliona američkih dolara na godišnjem nivou (Damjanović i dr., 2019). Kao podaci sa potencijalno najvećom komercijalnom vrednošću izdvajaju se geografski, meteorološki i podaci iz oblasti zaštite životne sredine a zatim i privredni i poslovni podaci. Na slici 1 je prikazan osnovni model otvorenih podataka uprave.



Slika 1 Osnovni model otvorenih podataka uprave (OPU*)

Izvor: Gonzales-Zapata i Heeks, 2015, 442

U poslednjih nekoliko godina, sve je veći broj inicijativa za otvaranjem podataka javne uprave, pre svega zbog povećanja transparentnosti i ponovne upotrebe podataka. Naime, jedan od najvažnijih ciljeva ovih inicijativa je da se povećanjem transparentnosti smanji korupcija, koja je ocenjena kao jedan od većih problema mnogih država. Samo u zemljama Evropske unije korupcija je procenjena na 120 milijardi evra godišnje (Attard i dr., 2015).

Međutim, postoje i brojne druge koristi od otvaranja podataka, kako za centralni tako i za lokalni nivo vlasti, za privredu, kao i za građane. Pored povećane transparentnosti, otvoreni podaci su osnov za veću informisanost i participaciju građana, za bolje, jeftinije, čak i nove javne usluge. Ovi podaci su vrlo često osnov značajnih istraživačkih i naučnih saznanja, kao i društvenih i privrednih inovacija. Otvorene podatke još mogu koristiti i rukovodioci i zaposleni u javnoj upravi u postupku donošenja odluka, mediji u kontekstu istraživačkog novinarstva, preduzetnici u cilju razvoja svog poslovanja, organizacije civilnog društva radi ukazivanja na propuste, probleme i zloupotrebe, itd. (Damjanović i dr., 2019). Zbog toga je proces otvaranja javnih podataka postao sastavni deo međunarodne razvojne agende, pri čemu su prve inicijative krenule u SAD i Velikoj Britaniji, a zatim i u Evropskoj uniji. Evropska komisija procenjuje da je ekonomska dobit od otvaranja podataka javne uprave u Evropskoj uniji oko 40 milijardi evra godišnje (Hellberg i Hedström, 2015; Zeleti i dr., 2016).

Attard i dr. (2015), kao tri najvažnija razloga za otvaranje podataka javne uprave navode:

- transparentnost – u savremenim, demokratskim društvima, građani bi trebalo da su u mogućnosti da prate rad i poslovanje državnih i javnih organa.
- društvena i ekonomska vrednost – u državnim i javnim organima se obično generiše i čuva najveća količina podataka u jednoj zemlji (u odnosu na druge subjekte). Svi ovi podaci mogu imati društvenu i ekonomsku vrednost ukoliko se primenjuju u okolnostima i u svrhe drugačije od onih za koje su ti podaci zaista i generisani i

prikupljani. Zainteresovani pojedinci i kompanije mogu da razviju i komercijalizuju potpuno nove usluge, delom bazirane na otvorenim državnim podacima.

- Učešće u vlasti – Praćenjem publikovanih podataka uprave, građani dobijaju mogućnost da aktivno učestvuju u procesu vlasti, utiču na uočene nepravilnosti kao i na donošenje važnih odluka. Države na ovaj način postaju više okrenute samim građanima.

Kao jedan od ključnih problema bržem otvaranju podataka Attard i dr. (2015) ističu i veliku heterogenost formata u kome se podaci nalaze, tj. koji mogu biti čuvani u papirnom obliku, u obliku slika, PDF ili CSV fajlova, tabela u Excelu pa sve do visoko strukturiranih XML fajlova ili baza podataka kao i različite standarde transparentnosti u pojedinim zemljama i otpor samih državnih organa.

U cilju promovisanja ideje otvorenih državnih podataka, 2011. godine je pokrenuta inicijativa Partnerstvo za otvorenu upravu (eng. *Open Government Partnership* – OGP, www.opengovpartnership.org) i do sada je ovom partnerstvu pristupilo 79 država sveta. Srbija je u martu 2012. godine dostavila Partnerstvu za otvorenu upravu pismo o namerama da pristupi ovoj multilateralnoj inicijativi (Damjanović i dr., 2019). Svaka od država-partnera, definiše nacionalni akcioni plan za otvorenu upravu za dvogodišnji period, koji sadrži konkretne mere koje država preuzima kako bi poboljšala integritet, transparentnost i odgovornost javne vlasti. Ovakav akcioni plan za našu zemlju za 2016. i 2017. godinu definisao je, između ostalog, i razvoj portala otvorenih podataka, što je i realizovano u oktobru 2017. godine, kada je pušten u rad nacionalni portal otvorenih podataka, koji se nalazi na internet adresi: data.gov.rs, a o kome će više biti reči u narednom delu.

Otvaranje podataka je od 2018. godine, usvajanjem Zakona o elektronskoj upravi, u Srbiji postalo i zakonska obaveza. Naime, članom 27. ovog Zakona (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 27/2018) obavezuju se svi organi javne vlasti (uključujući i organe lokalne samouprave i njene javne službe) da na Portalu otvorenih podataka objavljuju otvorene podatke iz delokruga svoje nadležnosti na način koji omogućava njihovo lako pretraživanje i ponovnu upotrebu, pri čemu pristup ovim podacima mora biti besplatan. Međutim, prilikom otvaranja podataka je neophodno voditi računa i o privatnosti (Janssen i van den Hoven, 2015), odnosno poštovati sve zakonske odredbe o zaštiti podataka o ličnosti kao i zaštiti podataka osetljivih za nacionalnu bezbednost.

Kao jedan od osnovnih indeksa kojima se meri razvoj i primena koncepta otvorenih podataka na nacionalnom nivou je Globalni indeks otvorenih podataka (eng. *Global Open Data Index* – www.index.okfn.org), koji meri otvorenost nacionalnih podataka u 14 kategorija (Budžet, Nabavke, Rezultati izbora, Registar kompanija, Vlasništvo nad zemljištem, Kvalitet vode i vazduha, itd.). Prema ovom Indeksu, trenutno su vodeće Tajvan, Australija i Velika Britanija, dok je Republika Srbija na 41. mestu od 94 analizirane države u svetu i prva u regionu.

Drugi značajan indeks za merenje razvijenosti koncepta otvorenih podataka razvio je OECD i nazvao ga Indeks korisnih podataka koji mogu ponovo da se upotrebljavaju (eng. *Open Useful and Reusable Data Index* – *OURdata Index*). Po poslednjem istraživanju i ovom indeksu, najrazvijenije države u ovoj oblasti su Republika Koreja, Francuska i Japan (OECD, 2018).

Nedavno sprovedeno istraživanje o stanju u ovoj oblasti u jedinicama lokalne samoprave (JLS) u Republici Srbiji (Damjanović i dr., 2019) pokazalo je niz zanimljivih rezultata, koji istovremeno ukazuju na smernice šta još treba raditi u ovoj oblasti. Naime, rezultati pokazuju da još uvek većina JLS nije dovoljno obaveštena odnosno nije u potpunosti upoznata sa konceptom otvorenih podataka, kao ni sa svim prednostima i potencijalnim koristima koje ovaj koncept donosi svim zainteresovanim starnama, uključujući i JLS. S obzirom da ni na nacionalnom nivou ne postoje zvanični propisi i procedure koje precizno definišu sistemski pristup otvorenim

podacima, logično je i ni na lokalnom nivou ne postoji organizovan i uređen pristup ovom problemu. Takođe, većina JLS nema adekvatne resurse za sistemski pristup otvaranju podataka, i to pre svega sa aspekta potrebnih ljudskih resursa, pri čemu je ovaj problem još izraženiji u manjim JLS, koji gotovo isti delokrug nadležnosti moraju da pokrivaju sa proporcionalno manje zaposlenih. Sledeća značajna prepreka na lokalnom nivou je što je većina podataka i dokumenata koji postoje u upravama pretežno u papirnom obliku (čak u 55,8% JLS). Na žalost, većina podataka koja se nalazi u elektronskom obliku čuva se u nepraktičnim formatima koji nisu pogodni za dalju obradu, što drastično umanjuje njihovu vrednost i potencijal za ponovnu upotrebu. Naime, podaci koji se nalaze u elektronskom obliku su najčešće u *pdf* formatu ili *Microsoft Word* dokumentima (u preko 90% JLS). Od mašinski čitljivih formata u JLS se delom koriste *Excel* tabele i relacione baze podataka (u oko 50% JLS), dok samo 16% anketiranih JLS čuva deo svojih podataka u *csv* (eng. *comma separated values*) formatu. U formatu *csv* se nalaze podaci u 16% ispitanih JLS. U svega 7% anketiranih JLS uvedena je obaveza čuvanja podataka u mašinski čitljivom formatu, što pokazuje da je svest o značaju otvorenih podataka i njihovoj ponovnom upotrebi vrlo niska, kao i da se podaci još uvek ne doživljavaju kao značajan resurs koji može da bude od praktične koristi mnogima. Podaci su još više poražavajući kada se u obzir uzme i arhivska građa, koja takođe može sadržati veoma vredne podatke. Naime, u preko polovine ispitivanih JLS proces digitalizacije arhiva ili makar jednog njihovog dela nije ni započet, dok je samo u slučaju jedne opštine digitalizacija arhiva podataka je u potpunosti sprovedena.

Primeri primene otvorenih podataka u svetu su brojni (Damjanović i dr., 2019). Na primer, kompanija koja upravlja sistemom javnog prevoza u Londonu (*Transport for London - TfL*), kao jednu od ključnih stavki svoje strategije informisanja korisnika ističe objavljivanje otvorenih podataka u realnom vremenu, koji uključuju redove vožnje, linije i trase, lokacije stanica i prodajnih mesta, informacije o tranzitu, prekidima i radovima na putu, kao i cenama karata. Ove podatke koristi preko 600 aplikacija, razvijenih u najrazličitije svrhe, počev od planiranja putovanja, preko turističkih mapa i aplikacija za zakazivanje i rezervacije pa sve do aplikacija koje se bave različitim analizama u saobraćaju. Procenjuje se da preko 40% građana koristi bar jednu od navedenih aplikacija koje koriste objavljene otvorene podatke, pri čemu zahvaljujući preciznijem planiranju svojih putovanja godišnje uštede između 70 i 90 miliona funti. I sama kompanija ima značajan rast prihoda zbog većeg broja zadovoljnih putnika, a posebno je interesantno da nema troškova razvoja ovih aplikacija, jer njih razvijaju eksterne kompanije. Sličan primer predstavlja i francuski grad Ren, čije javno transportno preduzeće na svom portalu otvorenih podataka objavljuje lokacije autobusa javnog prevoza u realnom vremenu. Na osnovu ovih informacija, nezavisne kompanije i pojedinci su razvili čak sedam veb i mobilnih aplikacija za javni prevoz, koje u realnom vremenu prate autobuse i pomažu korisnicima da što efikasnije organizuju svoje putovanje. Američki Crveni krst je, na osnovu otvorenih podataka koje pruža nacionalna meteorološka služba SAD, napravio mobilnu aplikaciju koja predstavlja sistem ranog upozoravanja na opasnost od uragana i drugih vremenskih neprilika. Takođe, u Holandiji je, na osnovu otvorenih podataka koje objavljuje Kraljevski holandski meteorološki institut, razvijena aplikacija koja mapira koncentraciju polena u vazduhu, što je veoma značajno za osobe koje pate od polenskih alergija.

Na žalost, na teritoriji Srbije primeri korišćenja otvorenih podataka nisu toliko česti, odnosno ova oblast je tek u povoju. Jedan od primera korišćenja otvorenih podataka jeste mobilna aplikacija *Mediatelly*, koja korisnicima omogućava pristup bazi podataka sa više od 4.000 lekova dostupnih u Srbiji. Drugi primer je aplikacija koja na osnovu otvorenih podataka o saobraćajnim nesrećama na teritoriji grada Beograda, kreira mapu "crnih tačaka" odnosno

gradskih zona, raskrsnica i ulica u kojima se u određenom vremenskom periodu najčešće dešavaju saobraćajne nezgode.

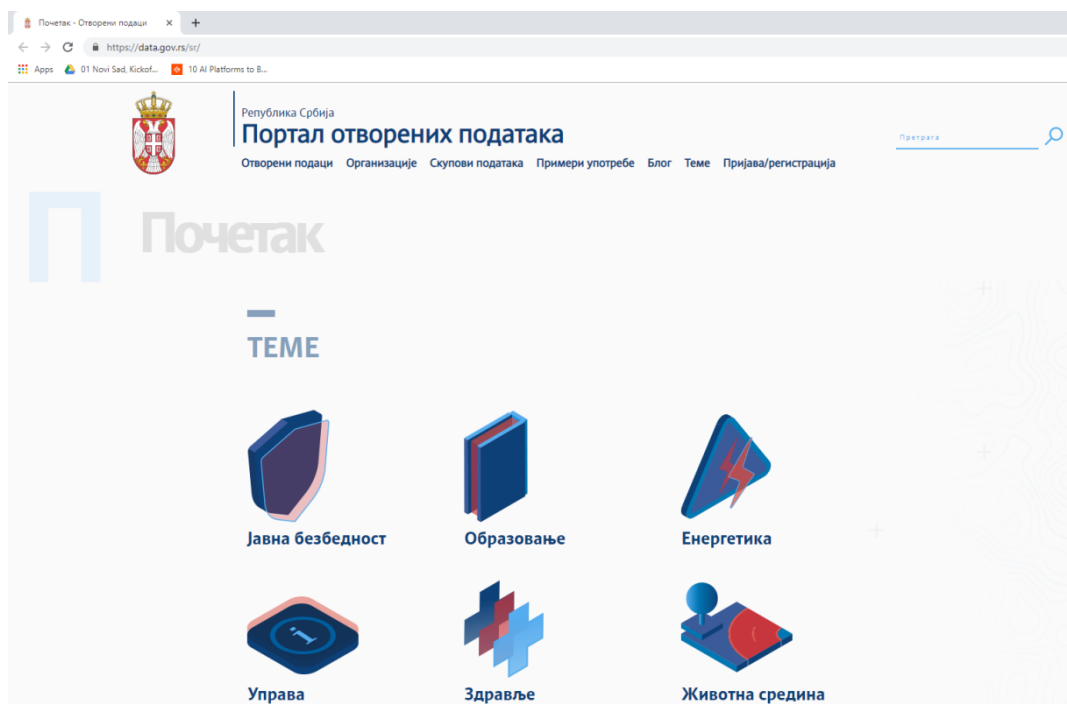
Portali otvorenih podataka

Portali otvorenih podataka predstavljaju centralizovana mesta za publikovanje setova otvorenih podataka različitih državnih i javnih organizacija i institucija jedne države. Postoje različiti modeli i nivoi organizacije ovih portala, i njima mogu upravljati ili posebna državna tela ili određene građanske inicijative (Attard i dr., 2015). Kao što je već navedeno, jasna je inicijativa i potreba da na nacionalnom nivou postoji centralizovani portal koji objedinjuje skupove podataka različitih državnih i javnih organa i organizacija, i koji standardizuje i objedinjuje procenu kvaliteta i upotrebljivost podataka, pružajući niz povratnih informacija korisnicima podataka i organima uprave. Prvi nacionalni portal otvorenih podataka pokrenut je u SAD u maju 2009. godine, na početku prvog predsedničkog mandata Baraka Obame (Damjanović i dr., 2019), koji je već na početku svog mandata proklamovao princip odnosno doneo memorandum o o transparentnosti i otvorenosti vlade, po kome će otvorenost informacija biti u funkciji ojačavanja demokratije i unapređenja efikasnosti i efektivnosti vlade. Kao neke od vodećih nacionalnih portala otvorenih podataka danas možemo izdvojiti (Attard i dr., 2015):

- SAD (data.gov, 230.000 skupova podataka),
- Ujedinjeno Kraljevstvo (data.gov.uk),
- Francuska (data.gouv.fr),
- Singapur (data.gov.sg),
- Hrvatska (data.gov.hr),
- Crna Gora (data.gov.me), itd.

Portal otvorenih podataka naše zemlje (data.gov.rs) je prostor na kojem se objedinjeno objavljuju otvoreni podaci javnih institucija, koje zatim mogu koristiti svi građani, nevladin sektor, kompanije i javne institucije. O velikom interesovanju za otvorene podatke govori činjenica da je broj javnih institucija koje publikuju svoje podatke na Portalu udvostručen je za svega četiri meseca od pokretanja platforme (Kancelarija za ITE, 2019). Na slici 2 je prikazana početna strana Portala otvorenih podataka Republike Srbije.

Na Portalu se u trenutku pisanja ovog rada nalazilo 213 skupova podataka iz najrazličitijih oblasti (javne bezbednosti, energetike, telekomunikacija, obrazovanja, zdravstvene zaštite, zaštite životne sredine, itd.), ali ovaj broj svakodnevno raste. Otvorene podatke objavljuju i jedinice lokalnih samouprava (JLS), pa je tako za sada na Portalu objavljeno 97 skupova podataka iz trinaest JLS, mahom gradova. Naravno, detaljnija analiza podataka objavljenih i na veb prezentacijama samih JLS mogla da pokaže obim, kvalitet i upotrebljivost objavljenih podataka. Naime, nije retkost da i sami gradovi osnivaju i održavaju sopstvene portale otvorenih podataka. Kao dobar primer lokalnog portala otvorenih podataka treba pomenuti i portala grada Kragujevca, pokrenut 2019. godine (www.data.kragujevac.rs), na kome su objašnjeni principi i prednosti koncepta otvorenih podataka i (u trenutku pisanja ovog rada), dati skupovi podataka koji se odnose na potrošnju energenata i emisiju gasova u objektima i vozilima u organima i organizacijama koje su u nadležnosti ove JLS. Drugi primeri su portali otvorenih podataka grada Njujorka (opendata.cityofnewyork.us) i grada Zagreba (data.zagreb.hr).



Слика 2 Поčetna strana Portala otvorenih podataka Republike Srbije

Izvor: Autori

Kao vrlo zanimljiv treba istaći i Portal otvorenih podataka Evropske unije (eng. *EU Open Data Portal* – www.data.europa.eu), na kome se može pronaći veliki broj skupova podataka (preko 13.000) objavljenih od strane različitih institucija i tela Evropske Unije, koji se jednostavno i besplatno mogu preuzeti i koristiti u komercijalne i nekomercijalne svrhe. Takođe je vrlo značajan i Evropski portal podataka (European data portal - www.europeandataportal.eu), koji nudi mogućnost pregleda i pristupa otvorenim podacima sa nacionalnih portala zemalja EU.

Ono što je još karakteristično za portale otvorenih podataka je da na njima vrlo često postoji i deo sa primerima korišćenja već objavljenih podataka (engl. *use cases*). Smisao ovog dela je da korisnicima odnosno posetiocima portala prikaže neka od već postojećih rešenja, nastalih na osnovu otvorenih podataka koji se nalaze na portalu. Ovime se posetiocima omogućava da koriste već razvijene aplikacije bazirane na otvorenim podacima, ali se i oni stimulišu da razviju svoja rešenja i podele ih sa ostalim posetiocima portala.

Martin i dr. (2016) u svom istraživanju porede 36 nacionalnih portala sa tri aspekta: funkcionalnosti, semantike i sadržaja, na osnovu kojih kreiraju svoj Indeks kvaliteta. Prema rezultatima ovog istraživanja, sa aspekta funkcionalnosti izdvaja se nacionalni portal Gane, sa aspekta semantike – nacionalni portali Kanade i Španije, sa aspekta sadržaja – nacionalni portali Italije i SAD, dok su prema kompozitnom Indeksu kvaliteta najbolje plasirane Kanada, Italija i Austrija.

Kao jedan od najvažnijih globalnih indikatora za merenje stanja u oblasti otvorenih podataka u pojedinim zemljama razvijen je Globalni indeks otvorenih podataka (eng. *Global open data index* - <https://index.okfn.org/>). Prema ovom kompozitnom indeksu, koji sadrži ocene o otvaranju podataka u 15 različitih kategorija, kao najbolja i najotvorenija država izdvaja je Tajvan, a zatim slede Australija i Ujedinjeno Kraljevstvo. Srbija je na ovoj listi na 41. mestu, i samo je Slovenija od bivših jugoslovnskih republika bolje plasirana od nje.

Primer korišćenja portala otvorenih podataka

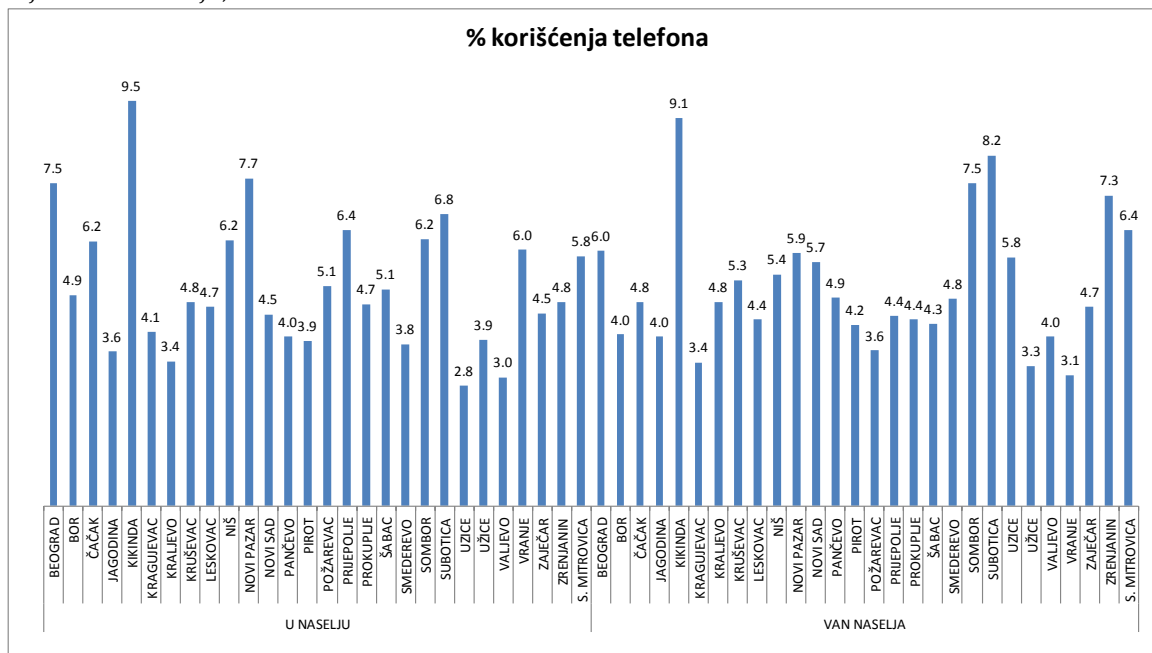
U ovoj sekciji su prikazani rezultati analize indikatora bezbednosti saobraćaja a koji su dostupni na portalu otvorenih podataka Republike Srbije. Indikatori bezbednosti saobraćaja su pokazatelji ponašanja učesnika u saobraćaju i predstavljaju indirektno pokazatelje stanja bezbednosti saobraćaja u Republici.

Indikatorima bezbednosti saobraćaja sun grupisani i raspoređeni u tri excel dokumenta: 1) dokument sa podacima o vožnji pod uticajem alkohola, 2) dokument sa podacima o prekoračenju brzine i 3) dokument sa podacima o korišćenju zaštitnih sistema. Podaci su razvrstani po teritorijama (opštinama odnosno policijskim upravama), godini merenja (beleženja), vrsti vozila i lokaciji merenja (u naselju, van naselja, auto put).

Sve vrednosti indikatora izražene su u procentima. Indikator Korišćenje mobilnih telefona predstavlja procenat vozača koji koriste mobilni telefon u toku vožnje. Procenat prekoračenja se odnosi na procenat vozača u saobraćajnom toku koji se kreću brzinom većom od dozvoljene. Procenat vozača u saobraćajnom toku koji vozilom upravljaju kada su pod uticajem alkohola utvrđen je posebno za radne dane, vikend, dan, noć, saobraćajnice u naselju, saobraćajnice van naselja, kao i ukupno Srbiji. Od indikatora korišćenja zaštitnih sistema, za analizu je izabran % korišćenja pojasa kao najopštiji indikator. Pre same analize, ovaj indikator je invertovan u indikator % nekorišćenja pojasa kako bi semantički bio konzistentan sa ostalim indikatorima.

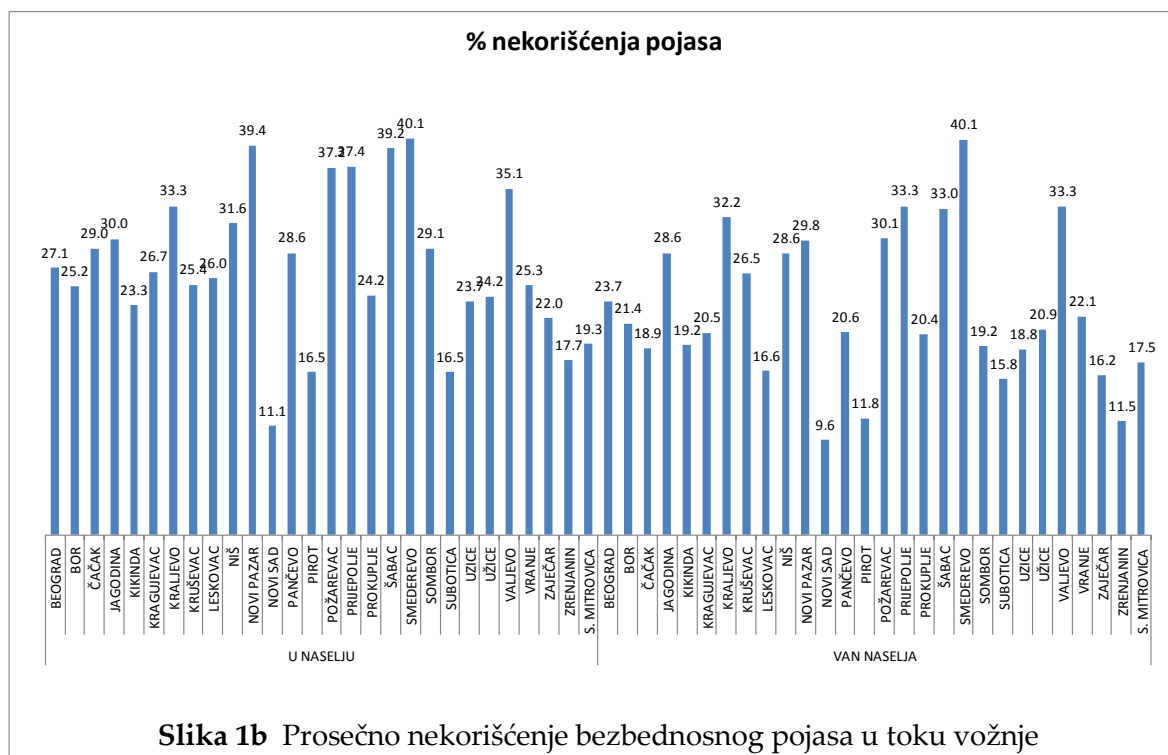
U prvom koraku analize podaci su integrisani u jedan Excel dokument uparivanjem u pogledu godine merenja (evidentiranja) i u pogledu policijske uprave. Zatim je na tako integrisanom setu podataka primenjena opcija PivotTable koja omogućava efikasnu, višedimenzionu, agregatnu analizu podataka.

Na graficima ispod (Grafici 1a-1d) su prikazani srednje višegodišnje vrednosti posmatranih indikatora bezbednosti saobraćaja (% korišćenja telefona, % nekorišćenja pojasa, % vozača pod dejstvom alkohola, % prekoračenja brzine) po policijskoj upravi i po lokaciji saobraćajnica (u naselju i van naselja).

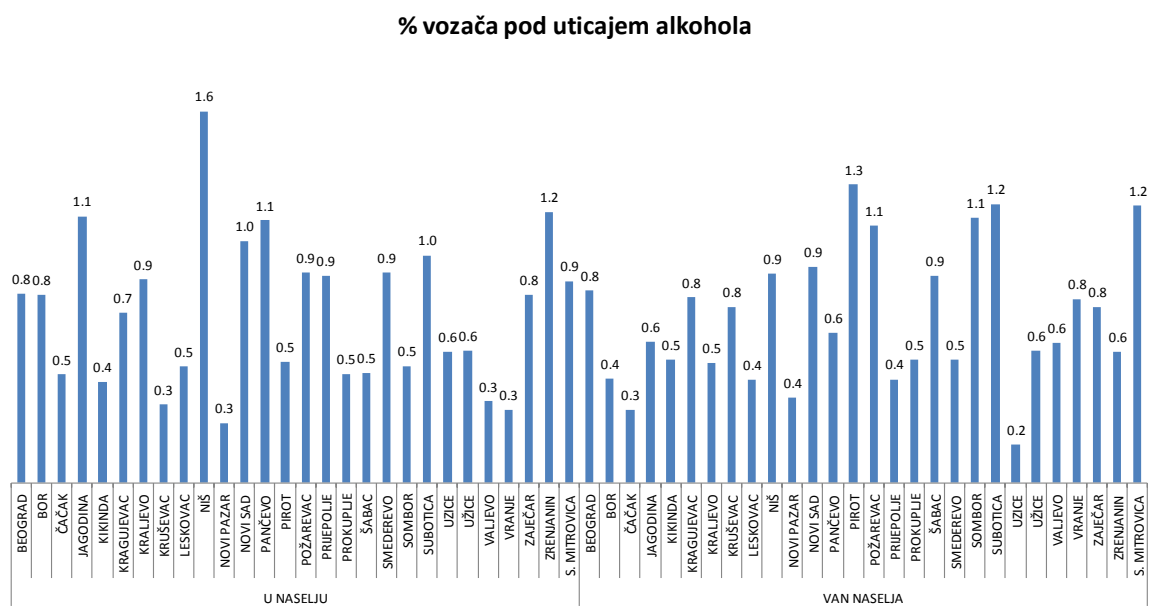


Slika 1a Prosečna upotreba telefona u toku vožnje

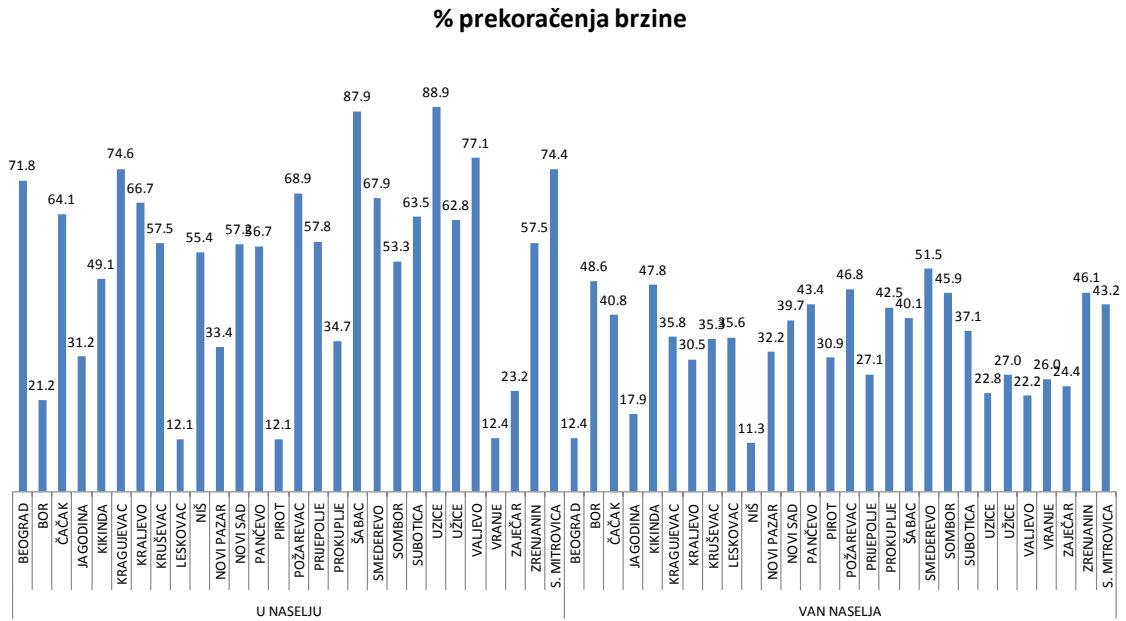
Izvor: Autori



Izvor: Autori



Izvor: Autori



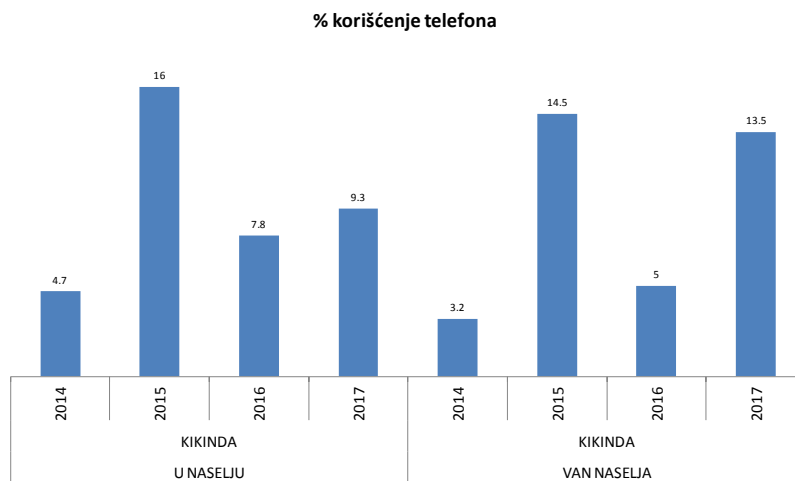
Slika 1d Prosečan % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja

Izvor: Autori

Najveće prosečne vrednosti izabranih indikatora bezbednosti su evidentirane u sledećim policijskim upravama:

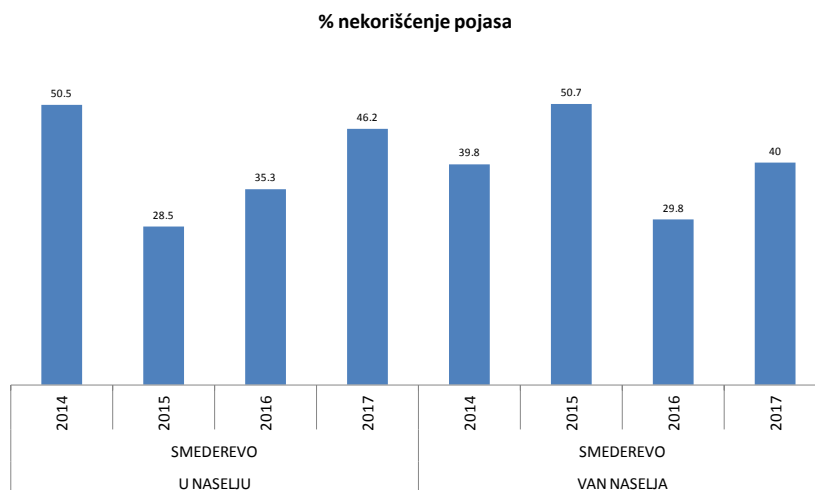
- Prosečna upotreba telefona u toku vožnje - Kikinda,
- Prosečno nekorišćenje bezbednosnog pojasa u toku vožnje - Smederevo,
- Prosečan % vozača pod dejstvom alkohola - Niš
- Prosečan % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja - Užice

Za navedene policijske uprave su na graficima ispod date godišnje vrednosti odgovarajućih indikatora bezbednosti sabračaja.



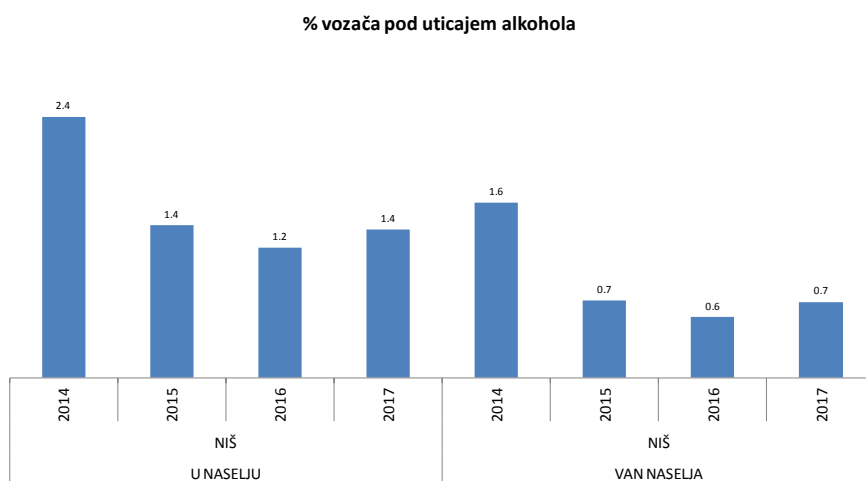
Slika 2a Upotreba telefona u toku vožnje po godinama - Kikinda

Izvor: Autori



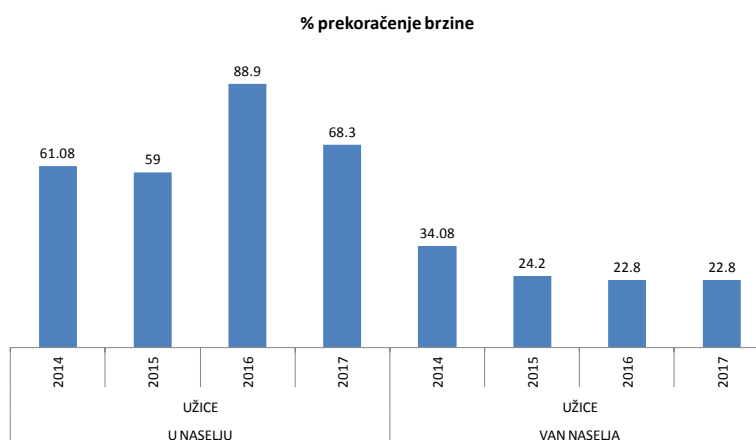
Slika 2b Nekorišćenje bezbednosnog pojasa u toku vožnje po godinama – Smederevo

Izvor: Autori



Slika 2c Prosečan % vozača pod dejstvom alkohola po godinama – Niš

Izvor: Autori



Slika 2d Prosečan % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja po godinama - Užice

Izvor: Autori

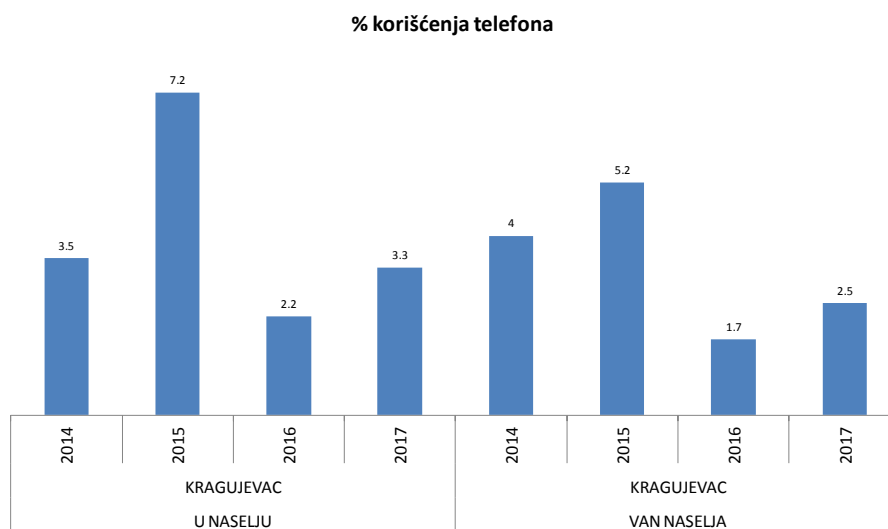
Dalja analiza podataka o bezbednosti saobraćaja se odnosila na utvrđivanje veza između određenih indikatora. S tim u vezi izvršeno je ispitivanje korelisanosti vrednosti dva para indikatora bezbednosti saobraćaja: 1) % vozača pod dejstvom alkohola i % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja i 2) upotreba telefona u toku vožnje i nekorišćenje bezbednosnog pojasa u toku vožnje. Prilikom izbora prvog para indikatora autori su se rukovodili uvreženim društvenim mišljenjem da upotreba alkohola podstiče vozača na brzu vožnju. Kada je reč o drugom izabranom paru indikatora, motiv za njihov izbor je pretpostavka da su oba indikatora posledica neodgovornog ponašanja vozača u saobraćaju.

Gledano generalno, koeficijent kolerisanosti između % vozača pod dejstvom alkohola i % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja iznosi 0.079, dok koeficijent kolerisanosti između upotrebe telefona u toku vožnje i nekorišćenje bezbednosnog pojasa u toku vožnje iznosi -0.089. Dobijene vrednosti koeficijenata korelacije ukazuju da generalno ne postoji značajna korelisanost između vožnje pod dejstvom alkohola i prebrze vožnje odnosno između upotrebe telefona tokom vožnje i nekorišćenja bezbednosnog pojasa.

Indikatori bezbednosti saobraćaja - Opština (Polijska uprava) Kragujevac

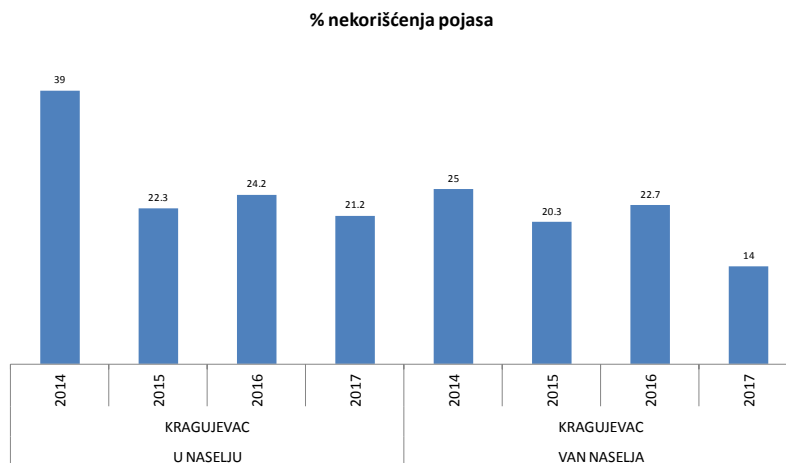
Iz otvorenih podataka indikatora bezbednosti saobraćaja su ekstrahovani podaci koji se odnose na Opštinu, odnosno Policijsku upravu Kragujevac.

Na graficima ispod prikazane su godišnje vrednosti odgovarajućih indikatora bezbednosti sabračaja evidentirane na teritoriji za koju je nadležna Policijska uprava Kragujevac.



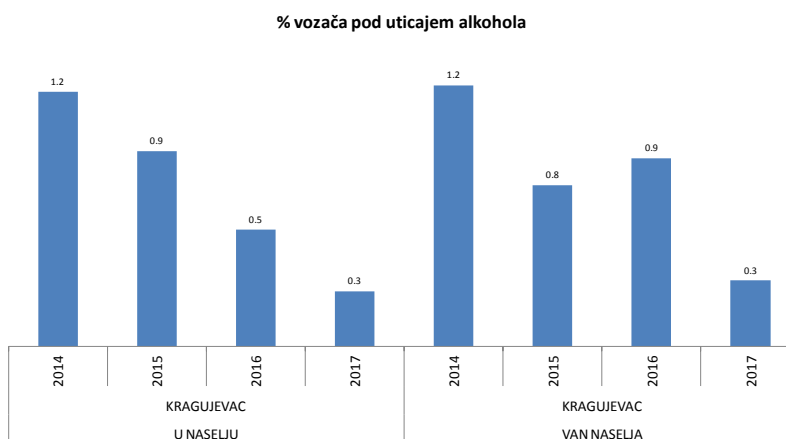
Slika 3a Upotreba telefona u toku vožnje po godinama.

Izvor: Autori



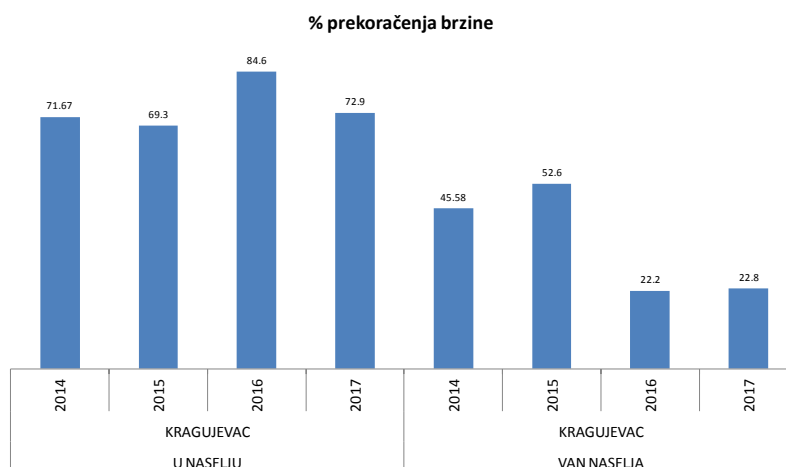
Slika 3b. Nekorišćenje bezbednosnog pojasa u toku vožnje po godinama

Izvor: Autori



Slika 3c Prosečan % vozača pod dejstvom alkohola po godinama

Izvor: Autori



Slika 3d Prosečan % vozača koji su prekoračili dozvoljenu brzinu kretanja po godinama

Izvor: Autori

Zaključak

U ovom radu je izvršena analiza globalno aktuelnog trenda otvaranja podataka državnih i javnih institucija tako da postanu javno dostupni građanima, kompanijama i akademskoj zajednici. Ovaj trend je podstaknut i motivisan intenzivnim razvojem nauke o podacima. Najnovija dostignuća u nauci o podacima omogućavaju efikasnu obradu velikih količina podataka iz različitih oblasti i kao rezultat daju zakonitosti i modele korisne za predviđanje budućih kretanja u prirodnim i društvenim oblastima. Istraživanje je pokazalo da u Republici Srbiji postoji iznenađujuće visok stepen svesti o korisnosti koncepta otvorenih podataka što potvrđuje i vrednost Globalnog indeksa otvorenih podataka (*Global open data index*) koji meri otvorenost podataka u zemljama. Prema ovom indeksu Srbija se nalazi na 41. mestu na listi i samo je Slovenija od bivših jugoslovnskih republika bolje plasirana od nje. U drugom delu rada je na primeru indikatora o bezbednosti saobraćaja, dostupnih na portalu otvorenih podataka Republike Srbije, pokazan značaj i upotrebljivost koncepta otvorenih podataka.

Literatura

1. Attard, J., Orlandi, F., Scerri, S., Auer, S. (2015). A systematic review of open government data initiatives, *Government Information Quarterly*, Vol. 32, str. 399–418.
2. Damjanović, D., Gluščević, A., Mijalković, P., Jerinić, J. (2019). *Otvoreni podaci i lokalna samouprava: Priručnik za donosiocel odluka i zaposlene*, PALGO smart, Beograd, ISBN 978-86-80000-00-8.
3. Gonzalez-Zapata, F. & Richard Heeks, R. (2015). The multiple meanings of open government data: Understanding different stakeholders and their perspectives, *Government Information Quarterly*, Vol. 32, str. 441–452.
4. Hellberg, A-S., Hedström, K. (2015). The story of the sixth myth of open data and open government, *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 9 No. 1, str. 35-51.
5. Janssen, M., van den Hoven, J. (2015). Big and Open Linked Data (BOLD) in government: A challenge to transparency and privacy? *Government Information Quarterly*, Vol. 32, str. 363–368.
6. Kalinić Z., Arsovski Z. (2015). Uspostavljanje informatičkog društva na putu ka Evropskoj uniji. Tematski zbornik: Ekonomsko-socijalni aspekti priključivanja Srbije Evropskoj uniji, Univerzitet u Kragujevcu - Ekonomski fakultet, str. 569-581, ISBN: 978-86-6091-059-4.
7. Kalinić, Z., Ranković, V. (2017). Servisi elektronske uprave i ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja, Tematski zbornik: Uticaj globalizacije na poslovno upravljanje i ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja, Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu, Srbija, str. 275 - 288, ISBN: 978-86-6091-0732-0.
8. Kalinić, Z., Ranković, V. (2019). Razvoj informacionog društva u Srbiji u funkciji evropskih integracija, Tematski zbornik: Ekonomski efekti tranzicije i restrukturiranja privrede Srbije u funkciji evropskih integracija, Univerzitet u Kragujevcu – Ekonomski fakultet, str. 479-489, ISBN 978-86-6091-089-1.
9. Kancelarija za ITE (2019). Portal otvorenih podataka. Kancelarija za ITE. Dostupno na <https://www.ite.gov.rs/tekst/sr/97/portal-otvorenih-podataka.php>
10. Martin, A.S., De Rosario, A.H., Perez, M.D.C.C. (2016). An International Analysis of the Quality of Open Government Data Portals, *Social Science Computer Review*, Vol. 34(3), str. 298-311.
11. Musa, A., Bevandić, D., Herak, D., Jadrijević, L., Kovačić, M., Luša, Z., Vrček, N. (2018). *Priručnik o ponovnoj uporabi informacija za tijela javne vlasti: otvoreni podaci za sve*, Povjerenik za informiranje, Zagreb, ISBN 978-953-8158-09-4.
12. OECD (2018). *Open Government Data Report: Enhancing Policy Maturity for Sustainable Impact*, OECD Digital Government Studies, OECD Publishing, Paris, ISBN 978-92-64-30584-7.

13. Portal otvorenih podataka (2019). *Otvoreni podaci*. Portal otvorenih podataka. Dostupno na <https://data.gov.rs/sr/discover/>
14. Zeleti, F.A., Ojo, A., Curry, E. (2016). Exploring the economic value of open government data, *Government Information Quarterly*, Vol. 33, str. 535–551.

OPTIMIZACIJA PROIZVODNE EFIKASNOSTI U AUTOMOBILSKOJ INDUSTRIJI

Dragana Rejman Petrović* i Marina Milanović**

Svrha ovog rada je da ukaže na ulogu i značaj merenja efikasnosti procesa proizvodnje u automobilske industriji. U radu je analiziran proces proizvodnje u automobilske industriji u periodu od jedne godine. Na bazi podataka dobijenih iz menadžment informacionog sistema, koji je namenski razvijen za kontrolu procesa u posmatranoj organizaciji, primenjen je DEA izlazno orijentisan model. Cilj rada je da se na bazi razvijenog modela doprinese povećanju efikasnosti procesa proizvodnje u automobilske industriji, kroz analizu ključnih indikatora procesa kontrole kvaliteta.

Ključne reči: proizvodni proces, automobilska industrija, merenje tehničke efikasnosti, DEA model

Uvod

Predmet istraživanja u ovom radu je process proizvodnje navlaka za zaštitu enterijera i eksterijera automobila prilikom transporta. Analiziran je proces proizvodnje jedne varijante navlaka u dve smene u periodu od januara do jula 2018. godine. Podaci o broju proizvedenih komada po smenama, broju vraćenih proizvoda na doradu, broju radnih dana i radnicima koji su proizveli proizvode koji su vraćeni, preuzeti su iz menadžment informacionog sistema koji se koristi u posmatranoj organizaciji. Za merenje tehničke efikasnosti procesa proizvodnje korišćen je izlazno orijentisani DEA model. Predloženi model merenja tehničke efikasnosti procesa proizvodnje obezbeđuje menadžmentu organizacije podršku u optimizaciji procesa odlučivanja.

Metodologija

Analiza obavljanja podataka (DEA) je matematički, neparametarski pristup za izračunavanje efikasnosti, koji ne zahteva specifičnu funkcionalnu formu. Koristi se za evaluaciju performansi jedinica odlučivanja (Decision Making Unit – DMU), tako što se više ulaznih varijabli svodi na jedan "virtuelni" ulaz i više izlaznih varijabli svodi na jedan "virtuelni" izlaz, pomoću težinskih koeficijenata.

Racio DEA model, poznat i kao CCR model (Charnes et al., 1978) meri efikasnost j-ote DMU kao maksimalnu vrednost količnika ponderisane sume izlaza i ponderisane sume ulaza, odnosno:

$$(\max) h_k = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rk}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ik}} \quad (1)$$

p.o.

$$\frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij}} \leq 1, j=1,2,\dots,n$$
$$u_r \geq 0, r=1,2,\dots,s$$
$$v_i \geq 0, i=1,2,\dots,m$$

* Docent, e-mail: rejman@kg.ac.rs

** Docent, e-mail: milanovicm@kg.ac.rs

Gde su:

- h_k – relativna efikasnost k-te DMU;
- n – broj DMU koje treba porediti;
- m – broj ulaznih varijabli;
- s – broj izlaznih varijabli;
- u_r – težinski koeficijent za izlaz r ;
- v_i – težinski koeficijent za ulaz i .

CCR ratio model računa ukupnu tehničku (radijalnu) efikasnost u koju su uključena i čista tehnička efikasnost i efikasnost kao posledica različitih obima poslovanja. Vrednost funkcije cilja h_k kreće se između 0 i 1. Ako je vrednost h_k jednaka 1, k-ta DMU je relativno efikasna, a ako je manja od 1, DMU_k je relativno neefikasna i vrednost h_k pokazuje potrebno procentualno smanjenje ulaza kako bi postala efikasna.

Navedeni model razlomljenog linearnog programiranja ima dve operacionalne forme, u zavisnosti od orijentacije. Prva forma maksimizira virtuelnu sumu izlaza j-ote DMU, pri čemu je njen virtuelni ulaz jednak 1 i poznata je kao ulazno orijentisani model, dok druga, korišćena u ovom radu, minimizira ukupan virtuelni ulaz, pri čemu je virtuelni izlaz jednak 1, i poznata je kao izlazno orijentisani model. Input-orijentisani rezultati efikasnosti kreću se između 0 i 1, dok su rezultati orijentisani na izlaznu efikasnost u rasponu od 1 do beskonačnosti, pri čemu su u oba slučaja DMU_j čije su efikasnosti jednake 1, relativno efikasne.

Važne pretpostavke na kojima počiva validna primena DEA modela su definisane načelom homogenosti tj. sličnosti jedinica odlučivanja, osobinom pozitivnosti ulaznih i izlaznih varijabli, osobinom izotonosti koja podrazumeva da povećanje nekog ulaza rezultuje u istom povećanju izlaza bez smanjenja bilo kog drugog ulaza, kao i optimalnim brojem ulaznih i izlaznih varijabli koji u potpunosti meri učinak jedinica odlučivanja i zajednički je za sve jedinice odlučivanja (detaljnije o praktičnoj primeni DEA metode videti u: Dyson et al. 2001; Sarkis, 2002, 2007; Sherman & Zhu, 2006; Cooper et al, 2007; Cook et al, 2014; etc.).

Opis i strukturiranje problema

Polazeći od cilja istraživanja, za merenje proizvodne efikasnosti izabran je izlazno orijentisan CCR ratio model (CCR – O), čija odgovarajuća dualna forma koja se češće rešava, u opštem slučaju glasi:

$$(\max) \phi_k + \varepsilon \left(\sum_{i=1}^m s_i^- + \sum_{r=1}^s s_r^+ \right) \quad (2)$$

p.o. $\sum_{j=1}^m x_{ij} \lambda_j + s_i^- = x_{ik} \quad i = 1, 2, \dots, m$

$$\sum_{j=1}^n y_{rj} \lambda_j - s_r^+ = \phi y_{rk} \quad r = 1, 2, \dots, s$$

$$\lambda_j, s_r^+, s_i^- \geq 0 \quad j = 1, 2, \dots, n; i = 1, 2, \dots, m; r = 1, 2, \dots, s$$

Gde su s_i^- i s_r^+ dualne promenljive koje govore o neophodnom pojedinačnom smanjenju i-tog ulaza i povećanju r-tog izlaza k-te DMU da bi postala efikasna. Dualna promenljiva λ_j predstavlja dualnu težinu koja pokazuje važnost koja je dodeljena DMU_j ($j = 1, 2, \dots, n$) pri definisanju ulazno-izlaznog miksa hipotetičke kompozitne jedinice sa kojom će se DMU_k direktno porediti. DMU_k je tehnički efikasna, ako i samo ako, su za optimalno rešenje $(\lambda^*, s^{+*}, s^{-*}, \phi_k^*)$ ispunjeni uslovi: $\phi_k^* = 1$; $s^{+*} = 0$; $s^{-*} = 0$. U izlazno orijentisanom modelu

relativne efikasnosti su jednake ili veće od 1, pri čemu su relativno efikasne one DMUs čija je efikasnost 1, a neefikasne one čija je efikasnost veća od 1.

Kako sugerišu brojne studije, broj DMU u posmatranom skupu bi trebalo da bude dvostruko ili trostruko veći od ukupnog broja ulaza i izlaza, jer postoji opasnost da će većina DMU biti klasifikovane kao efikasne upravo zbog osobine DEA da teži da svaku jedinicu prikaže u što je moguće boljem svetlu (Charnes et al. 1994; Dyson, 2001; Sarkis, 2002; Cook et al. 2014; Subramanyam, 2017).

U literaturi se mogu naći i drugačija pravila o optimalnom broju ulaznih i izlaznih varijabli, kao što je opšte pravilo $m+s < n/3$ ili $m \times s < n$ i $m+s < n/2$ (Cooper, Seiford, & Tone, 2007). U tom smislu, u naučnoj i stručnoj literaturi su poznati različiti pristupi izboru ulaza i izlaza a najčešće korelaciona i regresiona analiza. Izbor varijabli u ovom slučaju, izvršen je na osnovu intervjua sa rukovodiocem (menadžerom) procesa proizvodnje posmatrane organizacije i potvrđen je korelacionom analizom (tabela 3).

Tako da su pretpostavke na kojima počiva formirani DEA CCR-O model:

- Posmatrani vremenski period je januar-jul, 2018. godine, po smenama A i B koje ujedno čine skup posmatranih DMUs;
- Ulazne varijable su: I1 – broj radnih dana u mesecu, I2 – broj vraćenih proizvoda na doradu (tabela 1);
- Izlazna varijabla je O1 – proizvodnja (tabela 1).

Tabela 1 Vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli

DMU	I1	I2	O1
January A	18	1	7200
January B	18	4	8789
February A	18	9	3500
February B	18	1	500
March A	22	10	17950
March B	22	49	13800
April A	18	1	450
April B	18	18	7550
May A	21	14	10000
May B	21	7	10000
Jun A	21	13	13100
Jun B	21	13	10900
July A	22	27	34700
July B	22	19	26470

Izvor: Autor

Na osnovu podataka iz Tabele 1 izračunate su neke od ključnih deskriptivnih mera (aritmetička sredina –mean i standardna devijacija –SD), koje su prikazane u Tabeli 2. Pored toga izdvojene su ekstremne vrednosti obeležja (max i min).

Tabela 2 Deskriptivna statistika

Variable	I1	I2	O1
max	22,0000	49,0000	34700,0000
min	18,0000	1,0000	450,0000
mean	20,0000	13,2857	11779,2143
SD	1,8397	12,7908	9462,9093

Izvor: Autor

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 2 može se zaključiti da je u analiiranom periodu prosečan broj radnih dana u mesecu 20. Prosečan broj vraćenih proizvoda na doradu kreće se od 1 do 49, pri čemu je u proseku vraćeno na doradu 13 proizvoda. Prosečna proizvodnja u analiziranom periodu iznosi 11779,21 komada.

Tabela 3 Matrica koeficijenata korelacije

		(I)I1	(I)I2	(O)O1
(I)I1	R	1,0000		
	R Standard Error			
	t			
	p-value			
	HO (5%)			
(I)I2	R	0,6178	1,0000	
	R Standard Error	0,0515		
	t	2,7218		
	p-value	0,0185		
	HO (5%)	rejected		
(O)O1	R	0,7682	0,5321	1,0000
	R Standard Error	0,0342	0,0597	
	t	4,1568	2,1772	
	p-value	0,0013	0,0491	
	HO (5%)	rejected	rejected	

Izvor: Autor

Može se uočiti da su izabrane varijable međusobno korelisane. To potvrđuju vrednosti koeficijenata korelacije, kao i njihova statistička značajnost (tabela 3).

Rezultati modela

Tehnička efikasnost za svaku DMUs (smenu) procenjena je po dualnom modelu (2), procenjujući kapacitet svake smene u maksimizaciji proizvodnje. Relativna efikasnost smene procenjuje se upoređivanjem sa najboljim praksama posmatranim tokom analiziranog perioda, u rasponu od januarske smene A do julske smene B.

Analiza dobijenih rezultata (tabela 4) pokazuje da referentni skup DMUs čine smena A u januaru, martu i julu, čija tehnička efikasnost je jednaka 1, iskorišćenost radnih dana je bila 100%, broj vraćenih proizvoda na doradu je praktično minimalan mogući, sve dualne promenljive s_i^- i s_r^+ su jednake 0, pa su i ciljane vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli jednake ostvarenim (tabela 5). Ostale DMUs su tehnički neefikasne (najmanja relativna tehnička efikasnost je ostvarena u aprilu, u smeni A (0,0625). Ilustracije radi, optimalno rešenje za smenu B u aprilu, glasi:

$$\emptyset^* = 0,3099; \lambda_{mart,A}^* = 0,241; \lambda_{jul,A}^* = 0,578;$$

$$s_1^- = 0; s_2^- = 0; s_1^+ = 24360;$$

Kako su $\lambda_{mart,A}^* > 0$ i $\lambda_{jul,A}^* > 0$, referentni skup za DMUapril,B je $R2009\{mart,A; jul,A\}$. Preko ovih referentnih vrednosti λ^* moguće je izračunati ciljanu vrednost izlazne varijable O1, za koju smena B u aprilu bila tehnički efikasna, dok su za ulazne varijable I1 i I2 ciljane vrednosti identične ostvarenim. Odnosno, za izlaznu varijablu O1, sledi:

$$O_{1april,B}^* = \lambda_{mart,A}^* \times O_{1mart,A} + \lambda_{jul,A}^* \times O_{1jul,A}$$

$$O_{1_{april,B}}^* = 0,241 \times 17950 + 0,578 \times 34700 = 24382,55$$

Što znači da je smena B u aprilu morala da poveća proizvodnju za 222,7% (sa 7550 na približno 24380 komada) da bi bila na nivou najbolje referentne prakse, odnosno da bi bila tehnički efikasna. Slična kalkulacija i analiza se mogu obaviti i za ostale DMUs, tj. smene.

Tabela 4 Relativne tehničke efikasnosti po smenama

DMU	Score	Rank	Reference(Lambda)			
January A	1	1	January A	1		
January B	0,8511	5	January B	0,582	Mart A	0,342
February A	0,2259	12	February A	0,77	Jul A	0,048
February B	0,0694	13	February B	1		
March A	1	1	March A	1		
March B	0,3977	10	March B	1		
April A	0,0625	14	April A	1		
April B	0,3099	11	April B	0,241	Jul A	0,578
May A	0,4646	9	May A	0,693	Jul A	0,262
MayB	0,6906	6	MayB	0,354	Mart A	0,665
Jun A	0,6378	7	Jun A	0,751	Jul A	0,203
Jun B	0,5307	8	Jun B	0,751	Jul A	0,203
July A	1	1	July A	1		
July B	0,987	4	July B	0,471	Jul A	0,529

Izvor: Autor

U tabeli koja sledi dat je prikaz ostvarenih i ciljanih vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli.

Tabela 5 Ostvarene i ciljane vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli

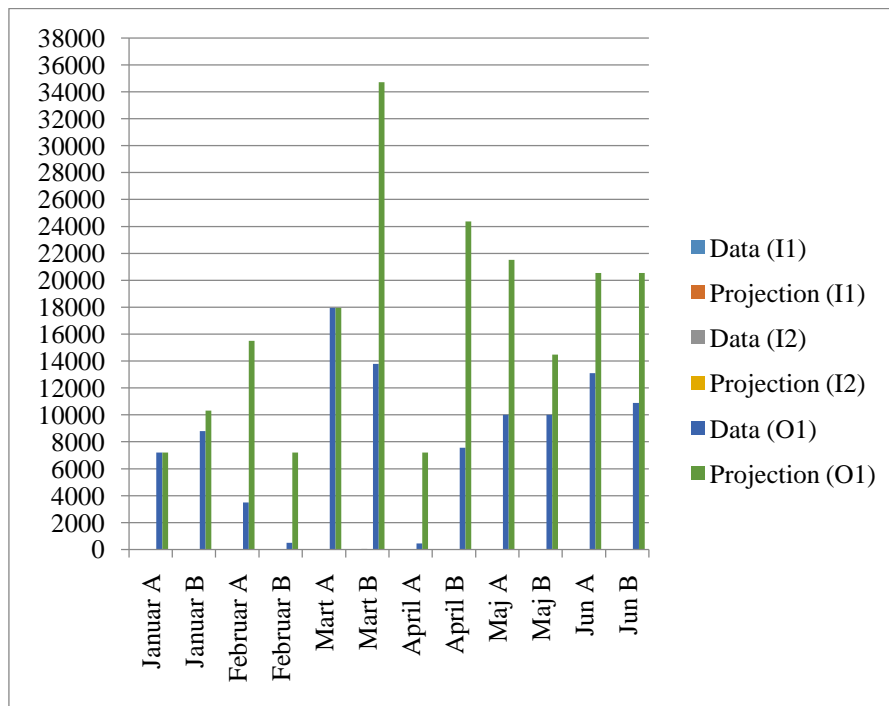
No.	DMU	I1		I2		O1				
		Score	Data	Projection	Data	Projection	Diff.(%)	Data	Projection	Diff.(%)
1	January A	1	18	18	1	1	0	7200	7200	0
2	January B	0,851	18	18	4	4	0	8789	10327	17,50
3	February A	0,226	18	18	9	9	0	3500	15492	342,6
4	February B	0,069	18	18	1	1	0	500	7200	1340
5	March A	1	22	22	10	10	0	17950	17950	0
6	March B	0,398	22	22	49	27	-44,9	13800	34700	151,5
7	April A	0,063	18	18	1	1	0	450	7200	1500
8	April B	0,309	18	18	18	18	0	7550	24360	222,7
9	May A	0,465	21	21	14	14	0	10000	21523	115,2
10	MayB	0,691	21	21	7	7	0	10000	14480	44,80
11	Jun A	0,638	21	21	13	13	0	13100	20538	56,78
12	Jun B	0,531	21	21	13	13	0	10900	20538	88,42
13	July A	1	22	22	27	27	0	34700	34700	0
14	July B	0,987	22	22	19	19	0	26470	26818	1,313

Izvor: Izračunavanja autora

Optimalno rešenje multiplikativnog problema daje optimalne vrednosti težinskih koeficijenata koji izražavaju relativnu važnost ulaznih i izlaznih varijabli, koje su za sve DMUs, prikazane u tabeli 6. Ovi težinski koeficijenti imaju menadžersku i analitičku vrednost. Za smenu B u februaru, recimo, optimalno rešenje multiplikativnog problema glasi:

$$v_1^* = 0; v_2^* = 14,4;$$

$$u_1^* = 0,002;$$



Slika 1 Uporedni prikaz ostvarenih i ciljanih vrednosti ulaznih i izlaznih varijabli

Izvor: Autor

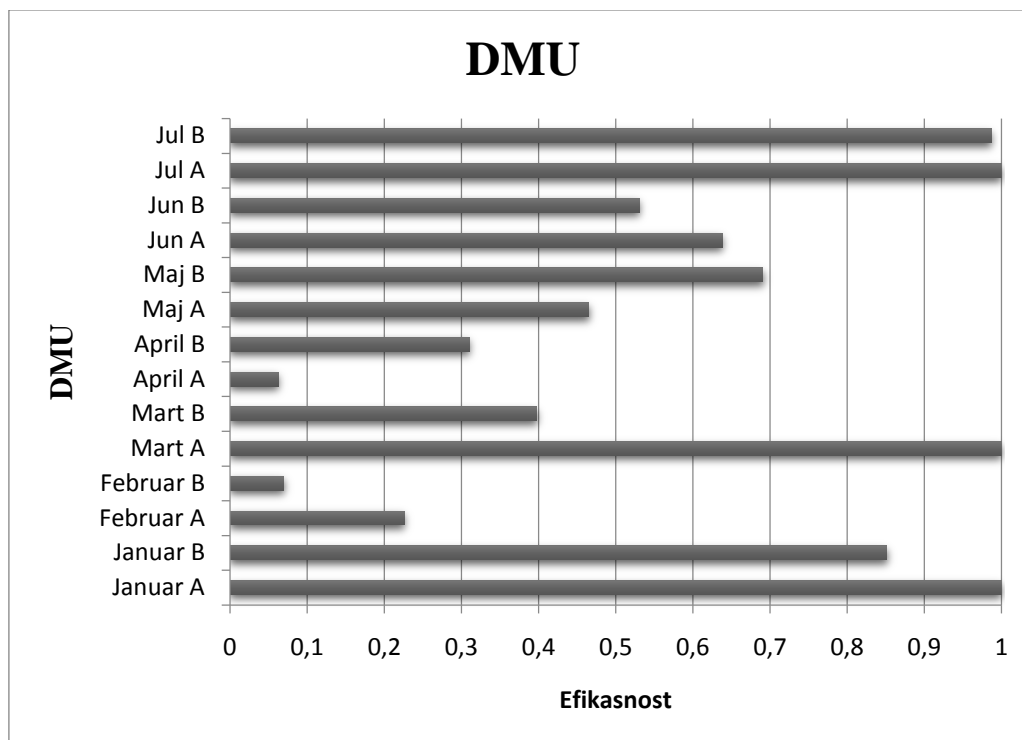
U tabeli 6 dat je prikaz optimalnih vrednosti težinskih koeficijenata ulaznih i izlaznih varijabli.

Tabela 6 Optimalne vrednosti težinskih koeficijenata ulaznih i izlaznih varijabli

No.	DMU	Score	Rank	v (1)	v (2)	u (1)
1	Januar A	1	1	0,00000	1,00000	13888888888,88890
2	Januar B	0,8511	5	3892235835646,11000	0,118603375047348	11377858686,99510
3	Februar A	0,2259	12	0,105156608097776	0,281512605042035	28571428571,42860
4	Februar B	0,0694	13	0,00000	14,4	0,002
5	Mart A	1	1	1905786114735,02000	5807270547582,95000	5571030640,66852
6	Mart B	0,3977	10	0,114295125164703	0,00000	724637681,15942
7	April A	0,0625	14	0,00000	16,00000	22222222222,22200
8	April B	0,3099	11	4874809646916,29000	0,130502532138702	13245033112,58280
9	Maj A	0,4646	9	3680481283421,63000	9852941176472,42000	0,0001
10	Maj B	0,6906	6	3420886075949,37000	0,104240506329114	0,0001
11	Jun A	0,6378	7	2809527697268,22000	7521329142345,79000	7633587786,25954
12	Jun B	0,5307	8	3376588333414,27000	9039395574745,49000	917431192,66055
13	Jul A	1	1	4545454545455,81000	0,00000	2881844380,40346
14	Jul B	0,987	4	1390434938957,37000	3722304940111,69000	3777861730,26067

Izvor: Autor

Grafički prikaz tehničke efikasnosti u smenama A i B dat je na slici 2. Sa slike se jasno može uočiti da je proizvodnja u smeni A bila tehnički efikasna u januaru, martu i junu mesecu.



Slika 2 Tehnička proizvodna efikasnost

Izvor: Autor

Zaključak

U radu je primenom izlazno orijentisanog DEA modela merena tehnička efikasnost procesa proizvodnje po proizvodnim smenama u automobilske industriji. Rezultati su pokazali da je proizvodnja u smeni A, tokom tri meseca bila tehnički efikasna, tj. da je iskorišćenost identifikovanih proizvodnih resursa bila 100%. Ograničenja rada se ogledaju u relativno malom broju pre svega ulaznih varijabli, tako da se može reći da predloženi DEA model ne odražava u potpunosti sve specifičnosti posmatranog procesa proizvodnje. U tom kontekstu, buduća istraživanja u automobilske industriji primenom DEA modela, bi se mogla realizovati proširenjem modela uvođenjem novih varijabli, vodeći računa o diskriminatornoj moći modela, zatim uvođenjem dodatnih ograničenja, kako bi se otklonio potencijalni rizik od ignorisanja uticaja pojedinih varijabli ili merenjem individualne tehničke efikasnosti, kao i efikasnosti procesa proizvodnje u određenom vremenskom periodu ili po varijantama proizvoda, čime bi se stekli uslovi za sveobuhvatnu analizu i ocenu proizvodnih performansi i stvorio formalni okvir za optimizaciju procesa odlučivanja proizvodnog menadžmenta.

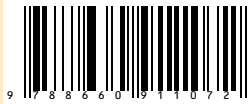
Reference

1. Charnes, A., Cooper, W.W and Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of DMUs, European Journal of Operational Research 2, 429-444.
2. Cook, W., Tone, K., Zhu, J. (2014). Data envelopment analysis: Prior to choosing a model, Omega 44, 1 – 4.

3. Cooper, W., Seiford, L., Tone, K. (2007). *Data envelopment analysis. A Comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA-Solver Software*, Springer, 1-512.
4. Dyson, R.G., Allen, R., Camanho, A.S., Podinovski, V.V., Sarrico, C.S., Shale, E.A. (2001). Pitfalls and protocols in DEA, *European Journal of Operational Research* 132, 245-259.
5. Sarkis, J., *Preparing Your Data for DEA*, Chapter 4 in Avkiran N.: *Productivity Analysis in the Service Sector with Data Envelopment Analysis*, 2nd edition, N K Avkiran, UQ Business School, The University of Queensland, Australia, 2002.
6. Sarkis, J., *Preparing your data for DEA*. In *Modeling data irregularities and structural complexities in data envelopment analysis: 305-320*, Springer US, 2007.
7. Sherman, H. D. and Zhu, J., *Service Productivity Management: Improving Service Performance Using Data Envelopment Analysis (DEA)*. Springer Science & Business Media: Boston, MA, USA, 2006.



ISBN 978-86-6091-107-2



9 788660 911072