

UNIVERZITET SINGIDUNUM

DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE
Master akademski program – Poslovna ekonomija

MASTER RAD

PROCES PRIVATIZACIJE U TRANZICIONIM USLOVIMA I UČEŠĆE
MK GRUPE U PRIVATIZACIJI ŠEĆERANA

MENTOR

prof. dr Slobodan Barać

STUDENT

Luka Kovačević

br.indeksa 401183/2010

BEOGRAD, 2011

SADRŽAJ

UVOD I POJAM

1. CILJEVI PRIVATIZACIJE	10
1.1 Principi privatizacije (analiza tranzicionih indikatora u Srbiji	12
2. FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE I POSLOVNO ODLUČIVANJE	16
2.1 Modeli privatizacije	21
3. KORPORATIVNE FINANSIJE	25
3.1 Ministarstvo za privredu i privatizaciju	34
3.2 Agencija za privatizaciju	34
3.3 Akcijski fond	36
4. ZNAČAJ MARKETINGA I MENADŽMENTA U PRIVATIZACIJI	41
5. MENADŽMENT TRGOVINE – (Konkurentnost privrede Srbije nakon tranzicije)	
Konkurentnost	46
5.1 Globalni nivo konkurentnosti	49
5.2 Faktori koji utiču na konkurentnost u Srbiji	51
5.3 Ekonomske transakcije i kretanje kapitala	54
5.4 Uloga menadžmenta u konkurentnosti Srbije	56
5.5 Poslovno okruženje Srbije	59
5.6 Rezultati tranzicije	61
5.7 Zaduženost Srbije	64

6. STUDIJSKO – ISTRAŽIVAČKI RAD	68
- Privatizacija šećerana u Srbiji	
Zaključak	83
Literatura	86

UVOD

Proces tranzicije doveo je do promena privrednog i finansijskog sistema u Centralnoj i Istočnoj Evropi krajem XX veka. Reformski procesi su bili usmereni na privatizaciju, rast investicija, razvoj tržišta kapitala. Međutim, u Srbiji se privodi kraj privatizacije ali su i dalje vidljiva dva osnovna problema kada je u pitanju privatizacija i finansijsko tržište. Prvi je taj da je tržište kapitala još nedovoljno razvijeno u odnosu na meru koju bi trebalo, a drugi je taj da privatizacija svih javnih preduzeća nije sprovedena a ne postoji ni jasan koncept njenog sprovođenja. Da bi potpunije razumeli definiciju privatizacije moramo razgraničiti vrste i karakteristike vrsta svojine.

Postoje različiti oblici svojine, ali najznačajnija podela svojine, koja odgovara temi privatizacije je na privatnu i kolektivnu svojinu. Osnovna karakteristika **kolektivne svojine** je društva proizvodnja i neposredno podmirenje potreba. Cilj same proizvodnje je zadovoljenje potreba članova kolektiva (pleme, horda, porodica, država). Možemo zaključiti da se kolektivna svojina vezuje za naturalnu proizvodnju, gde su obim i struktura proizvodnje unapred određeni, potrebe su unapred poznate i na njih utiče mnoštvo faktora (politički, moralni, religiozni...), i raznovrsnost samih ovih potreba je mala. Unutar same grupe međuzavisnost članova je jaka, ova društva su zatvorena i sa spoljnim okruženjem imaju odnose koji su određeni zadovoljavanjem potreba kolektiva, i to su uglavnom zatvorene ekonomije. Kolektivna svojina odgovara autokratskom modelu vlasti, a znatno manje demokratskom, takođe joj odgovara kolektivna odgovornost (prisvajanje nije na bazi ekonomskih kriterijuma već shodno položaju političkoj hijerarhiji).

Privatna svojina je nastala prilikom evolucije kolektivne sredine. Nosilac proizvodnje više nije zajednica već pojedinac. Cilj same proizvodnje se menja, cilj proizvodnje postaje sticanje profita, kroz realizaciju proizvodnje na tržištu. Prilikom pojave privatne svojine dolazi i do pojave pojma robe (proizvod koji je realizovan na tržištu; proizvod nije roba sve dok se ne proda). Veze između pojedinaca u društvu

se uspostavljaju preko tržišta, koje omogućuje potrošaču mogućnost izbora, isto tako svi proizvođači imaju rivala – konkurenta. Svi učesnici na tržištu su izloženi konkurenciji. Možemo zaključiti da je privatna svojina odlika savremene robno novčane proizvodnje, u kojoj su zastupljene tehnička i društvena podela rada.

Za uspeh privatizacije neophodno je ostvariti nekoliko važnih preduslova:

- Izbor odgovarajućih metoda i efikasnu organizaciju poslova u vezi sa njenom implementacijom,
- Stabilno makroekonomsko okruženje,
- Odgovarajuću ekonomsku politiku,
- Transparentan sistem i stabilan sistem propisa i mera kojima se regulišu pravila igre u privredi.

Koja je svojina ekonomski efikasnija – privatna ili državna? Oko ovog pitanja lomila su se koplja najmanje jedan vek. Istorija je, za sada, presudila da je privatna svojina jedini zdrav temelj ekonomskog života, pa su i sistemi zasnovani na državnoj i društvenoj nestali.

Ovaj argument u korist državnog vlasništva je tokom vremena gubio na uverljivosti. Prvo, dovela ga je u pitanje teorija javnog izbora, ustvrdivši da je pretpostavka o dobronamernosti vlade, tj. o posvećenosti političara opštem dobru, netačna. Drugo, proširenje tržišta sa ekonomskim napretkom, otvaranje prema svetskoj trgovini i tehnološki napredak povećali su konkurenciju i smanjili tržišnu grešku. Treće, unapređene su teorija i praksa regulacije, koje omogućavaju korekciju tržišnih imperfektnosti i time smanjuju potrebu za državnom svojinom.

Postoje dva pogleda na ovaj problem. Prvi je tzv. menadžerski, koji kaže da je nadzor države nad menadžerom znatno slabiji nego nadzor privatnih vlasnika, pa su zato podsticaji za efikasno poslovanje preduzeća slabiji u prvom nego u drugom

slučaju. Ovo makar zato što se državne firme ne kupuju i prodaju na tržištu, pa zato ne postoji mogućnost preuzimanja firme od strane nekog drugog vlasika. Uz to, ne postoje akcionari koji nadziru menadžere u privatnim korporacijama. Drugi je tzv. politički, koji tvrdi da politički uticaji dovode do iskrivljavanja ciljeva i ograničenja sa kojima se menadžeri državnih preduzeća suočavaju, na primer kroz činjenicu da se državna preduzeća ne suočavaju sa nužnošću plaćanja svojih obaveza kao privatna, kao i da im ne pretil bankrot.

Iskustva sa državnom svojinom su, takođe, bila nepovoljna. Državna preduzeća su obično funkcionisala ispod očekivanja, a na štetu i državne blagajne i potrošača. Loše vođena i podvrgnuta političkim ciljevima, sa viškom zaposlenih i lošom organizacijom, sa zastarelom tehnologijom, nekonkurentna, uvek zavisna od državne pomoći i subvencija, sa previsokim cenama, ta su preduzeća jasan dokaz kako inferiorne efikasnosti državne svojine, tako i nerealnosti ideje o benevolentnoj državi.

TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Problem istraživanja predstavlja na koji način država može sprovesti proces privatizacije koji bi bio efikasan prema javnim preduzećima koja se nalaze u tranziciji.

Predmet ovog istraživanja je proces privatizacije u tranzicionim uslovima i njenih instrumenata u Srbiji, primenjujući mehanizme tržišnih kapitala. Privatizacija postojećih kompanija u javnom sektoru u Srbiji predstavlja promene u privrednom razvoju i mogućnost boljeg iskorišćavanja privrednih resursa preko tržišta kapitala.

Zadaci istraživanja su:

- Ispitati značaj privatizacije u tranzicionim uslovima
- Ispitati zadatke i ciljeve u privatizaciji

U istraživanju smo koristili **teorijsko empirijske aktuelnosti**. Istraživana su opšta naučna saznanja, stručna literatura, javno dostupni podaci i bilanci različitih kompanija koji su bili dostupni putem interneta, naučnih foruma i biblioteka.

Naučni cilj istraživanja je naučni opis procesa privatizacije i instrumenata koji se mogu koristiti u tranzicionim uslovima u Srbiji.

Društveni cilj istraživanja je da pomogne javnim preduzećima prilikom njihove transformacije u toku privatizacije koristeći efikasne instrumente.

Međutim, mora se voditi računa o samom toku privatizacije jer je i država u određenim slučajevima zbog lošeg menadžmenta i lošeg rukovođenja dovela nekadašnje privredne gigante u nelikvidno stanje, i u određenim slučajevima to predstavlja loše sprovedene privatizacije. Zato je neophodno sagledavanje postojećeg stanja transformisanih javnih preduzeća i banaka, definisanje osnovnih parametara i teorijsko i praktično predlaganje modela za optimalnu transformaciju domaćeg preduzeća u savremenu evropsku kompaniju. Ambicija je da se stečena znanja u što većoj meri implementiraju u privatizaciji javnih preduzeća u Srbiji, kako bi se unapredio ceo proces.

Generalna hipoteza : Javna preduzeća prelaze iz javnog sektora u privatni na osnovu normi koje su uređene međunarodnim regulativama i normama domaćeg prava.

U našem pravnom sistemu dolazi do preuzimanja regulativa koje su na snazi u kapitalističkim zemljama, odnosno zemalja članica EU, koje su u skladu sa tim inkorporisane i u našem ustavu i primenjuju se u zakonima vezane za tržišne mehanizme.

Posebne hipoteze :

- Određeni broj javnih preduzeća se može uspešno privatizovati koristeći mehanizme tržišta kapitala, od kojih je za njih potencijalno najznačajnija inicijalna ponuda akcija.
- Pojavom akcija kompanija iz sektora bankarstva, telekomunikacija, prehrambenih proizvoda i naftne industrije i drugih javnih preduzeća, na BELEX-u (Beogradska berza), značajno bi se unapredilo postojeće tržište akcija u Srbiji, jer bi se na njemu pojavile najbolje kompanije, čime bi se slabo tržište probudilo i razvijalo. Veliki broj privatizacija doneo je pozitivne promene u ovoj berzanskoj sferi poslovanja.

U istraživanju od opštenaučnih metoda koristili smo **komparativnu metodu**. Vršeno je upoređivanje pozicije javnog sektora u Srbiji u odnosu na pozicije javnog sektora u odabranim zemljama.

Posebno se razmatra **analiza** akcija kao jedna od **analitičkih osnovnih metoda**, koja je uslovlila da se za ključne parametre izabere set pokazatelja koji akcenat stavlja na poslovne prihode i poslovne rashode, operativni profit i stavke kontinuiranog poslovanja, a ne jednokratnih operacija.

Predviđanje preokreta trenda je ključna aktivnost svakog investicionog odlučivanja. Zato je i za donošenje dobrih i kvalitetnih odluka potrebno analizirati i kompaniju i tržišne trendove. Stoga je izbor podataka, tržišnih i računovodstvenih veličina i indikatora, kao i ključne ocene u radu, prevashodno određen prema poslovanju izabranih kompanija.

Struktura rada:

Prvi deo je teorijske prirode jer su u njemu obrađena značajna pitanja koja se odnose na privatizaciju javnih sistema, odnosno javnih preduzeća i banaka.

Drugi deo se odnosi na metode i modele privatizacije javnih preduzeća kao deo međunarodne ekonomske politike. Stoga je i vršena komparativna analiza kako tranzicionih tako i razvijenih zemalja.

Treći deo ima za cilj da analizira privatizaciju u bivšim socijalističkim zemljama i njihov razvoj nakon primene novih privrednih mehanizama.

Četvrti deo je ujedno centralni deo koji se odnosi na privatizaciju u Srbiji. Ovaj deo prikazuje u kom pravcu treba da ide process privatizacije javnih preduzeća u Srbiji. Stoga je i prikazana analiza privatizovanih preduzeća iz raznih sektora a tako i banaka koje su deo ove reforme.

1. CILJEVI PRIVATIZACIJE

Ciljevi radi kojih se pokreće proces privatizacije se mogu razlikovati u zavisnosti da li se proces privatizacije sprovodi u tržišnim privredama ili u zemljama u tranziciji. U tržišnim privredama privatizacija treba da poveća efikasnost, obezbedi preraspodelu nacionalnog dohotka i smanji pritisak na budžet, dok u zemljama u tranziciji privatizacija treba da obezbedi ostvarivanje političkih ciljeva u smislu otvaranja procesa demokratizacije društva i ostvarivanje političkih i ličnih sloboda, zatim treba da dovede do stvaranja tržišne privrede sa privatnim preduzetništvom, a zatim da obezbedi i povećanje ekonomske efikasnosti, i povećanje budžetskih prihoda (radi ublažavanja negativnih posledica neophodnih radikalnih reformi u mnogim sferama privrede u tranziciji). Konkretizovani uopšteni ciljevi privatizacije su: otvaranje novih radnih mesta, privredni rast, redovna isplata penzija, realizacija socijalnog programa, porast životnog standarda, podsticanje lokalnog razvoja, finansiranje programa za razvoj privrede i životne sredine, denacionalizacija i mnoštvo drugih. Kao što možemo primetiti u ovim konkretizovanim primerima uspešnost realizacije ciljeva privatizacije zavisi i od budućih vlasnika i od države.

Šta se očekuje od budućih vlasnika?

1. Nove investicije
2. Nova oprema i tehnologija
3. Savremeni oblici upravljanja
4. Nove forme organizacije
5. Nova tržišta
6. Porast proizvodnje
7. Porast opšteg nivoa životnog standarda

Šta se očekuje od države kao autentičnog zaštitnika šireg društvenog interesa?

1. Porast efikasnosti privatizovanih preduzeća
2. Porast proizvodnje
3. Porast zaposlenosti
4. Porast izvoza
5. Porast ukupnog životnog standarda

Komparativna analiza napretka u procesu tranzicije zemalja Centralne i Istočne Evrope

Ocenu napredka procesa tranzicije po zemljama i po regionima nakon deset godina od početka procesa tranzicije, možemo videti da se Srbija, sa prosečnom ocenom 2.89, nalazi u srednjem delu tabele zemalja po uspešnosti procesa tranzicije nakon deset godina od početka procesa tranzicije.¹ Od Srbije su uspešnije sve zemlje Višegrada (prosečna ocena 3.44), zemlje Baltika (ocena 3.21) i Hrvatska (ocena 3.04) iz grupe zemalja Zapadnog Balkana, ostale zemlje imaju istu ocenu (Rumunija sa ocenom 2.89) ili su slabije ocenjene od strane analitičara EBRD. Mnoge zemlje u tranziciji primenile su politiku savladavanja lakših prepreka na početku kako bi se što pre videli rezultati reforme i što pre obezbedila ireverzibilnost procesa tranzicije.²

- 1 Kragulj D. (2009), Osnovi mikroekonomske i makroekonomske analize, EKONOMIJA, Beograd.
- 2 Vukotić V. (1993), Privatizacija i razvoj tržišne privrede, Institut društvenih nauka, Beograd.
- <http://www.jedinstveni-sindikat.org.rs/arhiva/2008/privatizacija.php#21>
- <http://hr.wikipedia.org/wiki/Tranzicija>

Skoro sve zemlje su na početku liberalizovale cene i spoljnu trgovinu i sprovele dosta uspešno privatizaciju malih preduzeća. S tim u vezi stručnjaci EBRD-a su podelili proces tranzicije na dve faze, prva faza reforme obuhvata liberalizaciju cena i trgovine kao i privatizaciju malih preduzeća. Druga faza reforme obuhvata strukturne reforme koje se ocenjuju na osnovu pet tranzicionih indikatora: privatizacija velikih preduzeća, korporativno upravljanje i restrukturiranje, politiku konkurencije, reformu bankarskog sistema i reformu nebankarskih finansijskih institucija. Ova druga faza tranzicije je dosta komplikovanija i politički nepopularnija za sprovođenje, pre svega privatizacija i restrukturisanje velikih sistema koja najčešće imaju višak zaposlenih i indirektno dovode do otpuštanja značajnog broja radnika što vrši dodatni pritisak na i onako prilično nategnuto tržište rada. Iz tog razloga je jako bitno da se naprave dobri mehanizmi zaštite koji će amortizovati taj udar i obezbediti alokaciju radnika sa neproduktivnih na nova produktivna radna mesta.³

1.1 PRINCIPI PRIVATIZACIJE

Principi privatizacije, kao relativno novog ekonomskog pojma, predstavljaju ponavljajuće aktivnosti tokom sprovođenja samog procesa privatizacije, definisani kao iskustva sprovođenja privatizacije koja imaju usmeravajući karakter:

- Privatizacija je sredstvo do cilja, a ne sama sebi cilj.
- Privatizacija je politički proces.

- ³ Kragulj D. (2009), Osnovi mikroekonomske i makroekonomske analize, EKONOMIJA, Beograd.
- www.ekof.bg.ac.yu/.../PRIVATIZACIJA%20U%20SRBIJI.ppt

Iako ova dimenzija privatizacije nije vidljiva ona je uvek prisutna. Nosioi političke funkcije uvek nastoje da ovaj proces iskoriste i za svoju političku promociju. Istovremeno, oni koji donose ključne odluke u privatizaciji su za njih i odgovorni, a oni to jesu samo ukoliko njihov opstanak zavisi od uspeha privatizacije.

Ispitivanje ponašanja vlade u procesu donošenja i izvršavanja odluke o privatizaciji pretpostavlja analizu ponašanja svih učesnika političkom procesu. U tom smislu, ne pretpostavlja se da glasači, političari ili predstavnici vlade slede javni interes, već se pretpostavlja da su oni racionalni u ekonomskom smislu, što znači da je njihov cilj da maksimiziraju korisnost u uslovima postojanja određenih institucionalnih ograničenja. Tako, glasači slede svoje interese prilikom glasanja o privatizaciji, političari predlažu i sprovode programe privatizacije koji odgovaraju njihovim privatnim interesima, između

ostalih i da budu izabrani ili reizabrani. Identifikovana su četiri moguća izvora suboptimalnosti u okviru kontrole preduzeća u javnom sektoru: a) zamena društvenih ciljeva političkim ciljevima, b) sklonost direktonoj političkoj intervenciji u upravljanju preduzećem preko „produžene ruke“ između ministarstva i menadžera, c) interna neefikasnost birokratije i d) neefikasan nivo birokratske aktivnosti. Donošenje javne odluke o privatizaciji, na primer, javnih preduzeća suočava se sa navedenim problemima.

- Uspeh privatizacije zavisi od istinske opredeljenost vlade. Preduslov je da rukovodstvo, kako u državnim organima, tako i u preduzećima bude opredeljeno prema privatizaciji
- Privatizacija zahteva jasan plan. Pri tome se misli na okviran plan koji sadrži osnovne ciljeve, principe, metode i neophodne institucije privatizacije.

Privatizacija se ne može obavljati prema ugovorenoj formuli i krutoj proceduri stoga privatizacija zahteva maksimalnu fleksibilnost i oportunizam.

- Privatizacija zahteva početan uspeh. Efekat demonstracije je bitan, pogotovo na početku sprovođenja tog procesa. Zato prvi pokušaji privatizacije moraju biti

uspešni i da bude nadu da privatizacija donosi boljitak.

- Maksimalna cena nije uvek i optimalna cena. Uvek je važno šta će se desiti posle privatizacije. Tako je, umesto postizanja veće cene, važnije procenjivati mogućnosti novog vlasnika da proširi svoju delatnost, uvede novu tehnologiju, poboljša upravljanje, i posebno, šta će se desiti sa zaposlenima i kakve su obaveze novog vlasnika prema zaposlenima.⁴

- Privatizacija je u funkciji razvoja svojinske demokratije. Zapravo, privatizacija je put za jačanje političke demokratije, a kroz „demokratizaciju kapitala“ privatizacija doprinosi i ekonomskoj stabilnosti i stvara nove interesne grupe koje prihvataju tržišni sistem i privatnu svojinu.

- Za uspeh privatizacije neophodni uslovi su brzina i sveobuhvatnost. Uspešni programi privatizacije ostvareni su u skokovima i velikom brzinom, dok oni koji nisu uspeali, obično su bili spori i postepeni.

Analiza tranzicionih indikatora u Srbiji

Tranzicija u Srbiji se odvija u talasima, nakon solidnog napredka na početku 2002 i 2003. godine došlo je do izvesnog zastoja u drugoj polovini 2003. i početkom 2004. godine kao rezultat izborne kampanje i uhodavanja nove Vlade, da bi se u drugoj polovini 2004. i 2005. godini reforme intenzivirale. Sledi novi izborni ciklus u prvoj polovini 2007. godine kada opet dolazi do izvesnog splasnuća tempa reformi ali svakako ohrabruje napredak koji je ostvaren u drugoj polovini 2007. i prvoj polovini 2008. godine i u Izveštaju o tranziciji Srbija je ponovo lider sa poboljšanjem u 3 tranziciona indikatora za period od godinu dana.

- www.ekof.bg.ac.yu/.../PRIVATIZACIJA%20U%20SRBIJI.ppt
- 4 Kragulj D. (2009), Osnovi mikroekonomske i makroekonomske analize, EKONOMIJA, Beograd, str.98

Ukoliko pogledamo ocene po pojedinim segmentima, možemo videti da je Srbija postigla najbolje rezultate u sva tri indikatora prve faze reforme (liberalizacije cena, trgovine i deviznog kursa i privatizacije malih preduzeća) i reforme bankarskog sistema gde je dobijena ocena iznad 3.⁵ Izvestan napredak postoji i kada je u pitanju privatizacija i restrukturisanje velikih preduzeća i reforme infrastrukture dok je najmanji napredak učinjen kod primene i usvajanja politike konkurencije i razvijanja tržišta kapitala i nebankarskih finansijskih institucija.⁶

Tranzicioni indikatori	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Privatizacija velikih preduzeca	1.00	2.00	2.33	2.33	2.67	2.67	2.67	2.67
Privatizacija malih preduzeca	3.00	3.00	3.00	3.33	3.33	3.67	3.67	3.67
Restrukturisanje preduzeca	1.00	2.00	2.00	2.00	2.33	2.33	2.33	2.67
Liberalizacija cena	2.67	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Liberalizacija trgovine i deviznog kursa	2.00	3.00	3.00	3.00	3.33	3.33	3.33	3.67
Politika konkurencije	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.67	2.00	2.00
Reforma banaka i liberalizacija kamatne stope	1.00	2.33	2.33	2.33	2.67	2.67	2.67	3.00
Trziste kapitala i nebankarskih finansijskih institucija	1.00	1.67	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Reforma ukupne infrastrukture	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.33
Prosecna ocena reformi u tranziciji	1.52	2.33	2.41	2.44	2.59	2.70	2.74	2.89

Tabela 1. Vrednost godišnjih EBRD tranzicionih indikatora za Srbiju

- ⁵ Vukotić V. (1993), Privatizacija i razvoj tržišne privrede, Institut društvenih nauka, Beograd.
- ⁶ Jablanović V. (1999), Privatizacija kao generator egzogenih i endogenih ciklusa, Zadužbina Andrejević, Beograd.

2. FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE I POSLOVNO ODLUČIVANJE

Poslovanje preduzeća se sastoji iz niza eksternih i internih procesa u kojima učestvuju njegovi zaposleni koristeći raspoloživa sredstva koje poseduje ta kompanija.

U eksternim procesima preduzeće posluje sa drugim kompanijama i partnerima kako na tržištu nabavke tako i na tržištu prodaje. Interni procesi se odvijaju unutar samog preduzeća. Odvijanjem ovih procesa preduzeće ostvaruje finansijske rezultate.

Cilj svakog preduzeća a naročito kompanija koje se privatizuju je da maksimiziraju svoju dobit, uz ispunjavanje obaveza o roku plaćanja i naplati potraživanja o roku dospeća. Uporedo sa ovim potrebama došlo je do razvoja računovodstva. Ono svojim informacijama pomaže funkciju upravljanja.⁷

Računovodstvo predstavlja process u kom se prikupljaju, obrađuju, sređuju i čuvaju podaci i informacije koje su neophodne za poslovanje jednog privrednog subjekta i koje utiču na donošenje ekonomskih odluka.

U računovodstvu postoje različite grupe poslova i one se klasifikuju na:

- Finansijsko knjigovodstvo sa pripadajućim analitičkim knjigovodstvima i bilansom
- Obračun troškova
- Računovodstvena kontrola
- Računovodstveno planiranje i analiza

Najvažniji faktor rada u računovodstvu su računovodstveni podaci, informacije, iskazi i izveštaji.

Računovodstveni podatak je podatak koji potiče iz računovodstvene obrade i koji izražava neku izvesnu činjenicu.

• ⁷ Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.22

Računovodstvena informacija je učinak računovodstvene obrade koji je problematski fokusiran i služi za donošenje poslovnih odluka.

Računovodstvene informacije su uglavnom iskazane kao finansijski izveštaji i računovodstveni izveštaji.

Finansijski izveštaji predstavljaju obrazac kojim se na sistemski način iskazuje učinak računovodstvene obrade podataka pri čemu predstavlja računovodstvenu informaciju. Oni se sastoje iz pet grupa:

1. Bilans stanja
2. Bilans uspeha
3. Izveštaj o promenama na kapitalu
4. Izveštaj o tokovima gotovine
5. Napomena

Računovodstveni izveštaji su dopuna finansijskih izveštaja u cilju što potpunijeg računovodstvenog informisanja u poslovanju jedne kompanije. U njima su sadržana određena obaveštenja i obrazloženja, a i sadrži rezultate poslovanja finansijsko stanje jednog pravnog lica.⁸

Oni se mogu sastavljati redovno ili u zavisnosti od slučaja vezano za poslovanje preduzeća.

Korisnici računovodstvenih informacija mogu biti **interni** i **eksterni**.

Interni korisnici su oni korisnici koji su zaposleni u preduzeću. To su lica koja mogu da koriste svoje pravo po osnovu vlasništva ili suvlasništva u jednoj kompaniji. Oni mogu biti:

- Vlasnici kapitala (država, akcionari, ortaci i dr.)
- Organi upravljanja i rukovođenja (određeni nivoi menadžmenta preduzeća)
- Stručne službe u preduzeću
- Zaposleni

• ⁸ Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.24

Eksterne korisnike računovodstvenih informacija predstavljaju:

- Država i njeni organi (finansijska policija, uprava javnih prihoda, carina i dr.)
- Banke (kao kreditori preuzeća), naročito u toku privatizacije
- Ostali poverioci
- Statistički zavodi, privredne komore i dr.
- Potencijalni investitori

Međutim, postoje određena ograničenja koja se odnose na zakonske i profesionalne regulative, pa se na taj način ipak ne može udovoljiti svim zahtevima korisnika određenih podataka.

Računovodstvene informacije moraju biti **odgovarajućeg kvaliteta** da bi korisnici računovodstvenih informacija bili zadovoljni.⁹

One moraju biti :

1. Istinite
2. Korisne za odlučivanje
 - Adekvatna (konkretna i reprezentativna, blagovremena)
 - Pouzdana (tačna, neprepisana)
3. Razumljiva
4. Ekonomična

Svrha knjigovodstva predstavlja obezbeđenje podataka za efikasno upravljanje kompanijom, a njihove ciljeve određuju korisnici podataka i informacija.

• ⁹ Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.29-31

Prilikom privatizacije određene kompanije veoma je bitno utvrditi njeno finansijsko stanje, a to se čini proveravanjem stanja u računovodstvenim izveštajima i poslovima revizije. To je veoma bitno jer se na taj način može utvrditi vrednost preduzeća i finansijska pozicija ukoliko ono ima nekih potraživanja naplata i dugovanja. Ukoliko se investitor ne informiše na vreme o datim informacijama one mogu opteretiti preuzimanje i dalje poslovanje te kompanije nakon njene privatizacije.

Zato je neophodno temeljno izvršiti proveru finansijskog stanja preduzeća, a neki od tih elemenata su navedeni kao sastavni delovi knjigovodstvenih podataka.

Knjigovodstveni podaci preduzeća se izražavaju preko sledećih instrumenata:

- Finansijski izveštaj
- Glavna knjiga (računi)
- Kontni plan
- Dnevnik
- Nalog za knjiženje
- Pomoćna knjiga
- Platni bilans
- Zaključni list
- Inventar
- Knjigovodstveni dokumenti

Kada se privatizuje određeno preduzeće to podrazumeva i privatizovanje njegove imovine. Tu imovinu predstavlja pravo svojine kako na pokretnim tako i na nepokretnim stvarima, novčana sredstva, hartije od vrednosti i druga imovinska prava. U ekonomskom smislu se razlikuje bruto i neto imovina.¹⁰

Bruto imovinu preduzeća predstavlja ukupna sredstva preduzeća.

Neto imovinu predstavlja bruto imovina umanjena za obaveze preduzeća.

• ¹⁰ Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.33

Vrednost jedne kompanije kroz knjigovodstvenu analizu obuhvata **aktivu** i **pasivu**.

Aktiva predstavlja knjigovodstveno posmatranje imovine preduzeća, a to predstavlja skup stvari, prava i novca jednog preduzeća.

Ona se grupiše po više kriterijuma :

- Prema pojavnim oblicima
- Kriterijumima obrta, načina transformacije
- Prema tome da li je u funkciji ili je van funkcije
- Prema stepenu završenosti

Pasiva predstavlja skup izvora sredstava jednog preduzeća. Izvori prema tome odakle potiču mogu biti:

- Sopstveni
- Pozajmljeni

Sopstvene izvore čine :

- Sopstveni kapital (osnovni kapital, rezerve, neraspoređena dobit)
- Dugoročna rezervisanja

Pozajmljene izvore čine :

- Dugoročne obaveze (dugoročni krediti, obaveze za prodane obveznice i dr.)
- Kratkoročne obaveze (kratkoročni krediti, obaveze vezane za dobavljače i dr.)

2.1 MODELI PRIVATIZACIJE

Postoje samo četiri tipa (modela) privatizacije, a to su:

- a) Interna privatizacija
- b) Eksterna privatizacija
- c) Distribucija (podela) akcija svim građanima
- d) Privatizacija putem formiranja holding kompanija

Interna privatizacija podrazumeva prodaju (po veoma niskim cenama) ili besplatno ustupanje akcija preduzeća radnicima koji u njemu rade ili su radili (penzioneri). Prodaja akcija se vrši uz određeni popust ili kroz raspodelu akcija, što se određuje na bazi radnog staža, visine plate itd. Besplatna podela akcija se često kombinuje sa njihovom prodajom. Takođe, dolazi do pojave pojma „druga runda“ u privatizaciji, u internoj privatizaciji znači da se akcije prodaju onima koji za njih najviše plate, pod uslovom da rade u tom preduzeću. Po pravilu, akcije se mogu prodati po nižim cenama, jer je kupovna moć zaposlenih, ili većine, nedovoljna. Uz to, niska cena akcija izaziva radoznalost i povećanje interesa za privatizaciju kod zaposlenih. Pod internom privatizacijom podrazumeva se i model ESOP (plan akcionarstva zaposlenih).¹¹

Shodno ovom modelu zaposleni formiraju fond kome poslovne banke daju kredit do visine vrednosti preduzeća. Radnici otplaćuju kredit, i u srazmeri prema otplaćenom delu kredita dobijaju akcija da bi potpunom otplatom kredita radnik postao vlasnik svog dela akcija. Zavisno od usvojenih i unapred dogovorenih pravila radnik može da proda akcije preduzeću, bilo kom drugom kupcu ili one ostaju u portfelju preduzeća do njegovog odlaska u penziju. (Portfelj (*portfolio*) predstavlja skup finansijske imovine pojedinca, sastavljen od različitih finansijskih instrumenata - HoV).

Prednosti interne privatizacije su:

- Veoma se lako i brzo sprovodi
- Politički je popularna među radnicima zaposlenim u uspešnim preduzećima, jer oni po relativno nižim cenama kupuju akcije koje imaju veću tržišnu vrednost

• ¹¹ Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.95

- Predstavlja spontani proces jer do privatizacije dolazi voljom zaposlenih radnika bez državnog uticaja

Nedostaci interne privatizacije su:

- Postoji mogućnost manipulacije radnicima od strane direktora i lica koja kontrolišu preduzeće
- Postoji mogućnost namernog stvaranja gubitka preduzeća, čime se smanjuje njihova vrednost, a to znači i vrednost koju treba platiti u procesu privatizacije (razlog zbog kojeg su u mnogim zemljama stvorene državne agencije za privatizaciju)
- Korišćenje ovog modela predstavlja privilegiju zaposlenih radnika u uspešnim preduzećima u odnosu na radnike koji su zaposleni u neuspešnim firmama i radnike u društvenim delatnostima i javnim službama
- Izuzetno mali budžetski prihodi

Eksterna privatizacija podrazumeva prodaju akcija na javnim licitacijama na kojima mogu učestvovati svi građani, iz zemlje i inostranstva. Akcije se prodaju onima koji ponude najvišu cenu za njih. U eksternoj privatizaciji postoje mehanizmi samog procesa sprovođenja privatizacije u cilju zaštite malih investitora i smanjenja koncentracije vlasništva. Postoji mogućnost organizovanja više aukcija po određenim pravilima ako se javi povećano interesovanje stranih investitora zbog veoma pristupačnih cena akcija, a ima i političkih razloga da se odredi procenat akcija koji se može prodati stranim licima. Novac dobijen eksternom privatizacijom pripada državi.

Prednosti eksterne privatizacije su:

- Obezbeđuju visoke budžetske prihode
- Obezbeđuju optimalnu alokaciju akcija koja je izvršena na ekonomskim principima, što znači da su do akcija došli oni koji su spremni da za njih najviše i plate
- Ako se radi o stranim investitorima, ovaj model privatizacije obezbeđuje državi devizne prihode, a preduzećima, po pravilu, efikasnije poslovanje i savremeni menadžment.¹²

• 12 Petrović Z. (2009), Računovodstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.75

Nedostaci eksterne privatizacije su:

- Postoje problemi kod određivanja cena akcija, a koji se javljaju zbog nepostojanja tržišta kapitala u zemljama u tranziciji
- Kada su u pitanju strani investitori postoji opasnost da se neopravdano veliki procenat akcija proda strancima čime država može izgubiti kontrolu nad svojom imovinom
- Nepostojanje institucija i informacija za prodaju akcija po realnoj ceni

Distribucija (podela) akcija svim građanima se sprovodi prodajom akcija određenog preduzeća po veoma niskim cenama ili njihovim besplatnim ustupanjem svim građanima iznad 18 godina starosti (kriterijumi za podelu mogu biti različiti). Nakon dobijanja akcija, svaki građanin može da kupuje i prodaje akcije na ustanovljenom tržištu HoV, čime se uspostavlja određena koncentracija akcija.¹³

Prednosti distribucije (podele) akcija svim građanima su:

- Jednostavnost
- Egalitarnost – podjednako učešće svih građana u imovini zemlje
- Razbijanje zatvorenosti preduzeća i pojedinih prostora
- Podstiče rad tržišta kapitala – kod određenog broja građana razvija se potreba da prodaju svoje akcije

Nedostaci distribucije (podele) akcija svim građanima su:

- Nema budžetskih prihoda
- Velika disperzija vlasništva onemogućava postojanje dominantnog titulara imovine, a što je neophodno za uspešno poslovanje preduzeća
- Praktični način sprovođenja ovog modela ne može obezbediti potpunu pravednost podele, zbog različite vrednosti pojedinih preduzeća čije akcije građani imaju, a i ni doprinos pojedinih građana u stvaranju državne imovine nije jednak.

Privatizacija putem formiranja holding kompanija se zasniva na ideji da holding kompanije nisu u državnom vlasništvu već su privatizovane. Akcije holding kompanije se prodaju (ili daju bez nadoknade) svim stanovnicima, a moguće je i stranim licima.

• 13 Vukotić V. (1993), Privatizacija i razvoj tržišne privrede, Institut društvenih nauka, Beograd.

Kupac, dakle kupuje akcije nekog holdinga koji kontroliše većinu akcija u nekim drugim preduzećima. Na taj način holding kompanije su, zapravo, posrednici između akcionara i preduzeća. Očekuje se da holding kompanija obezbedi efikasno poslovanje preduzeća i primenu modernog menadžmenta u njima.

Holding kompanija, zapravo, obavlja finansijske operacije od interesa za preduzeća koja kontrolišu, ali pri tome odlučujuće učestvuju u upravljanju i kontroli svih tokova u preduzeću. Ova ideja privatizacije se razvila na iskustvu italijanskih holdinga ENI i IRI. Umesto da se ide u pojedinačnu privatizaciju, država osniva nekoliko holding preduzeća koja bi upravljala sa desetinama pojedinačnih preduzeća, sa ciljem da maksimiziraju profit. Tokom vremena i ideja holdinga se modifikovala. Umesto da budu u državnoj svojini holding kompanije bi trebalo da budu privatizovane. Kupac bi kupio akcije u jednom od holdinga i preko njega upravljao preduzećima koja su u njegovom sastavu. Tako se, na posredan način dolazi do privatizacije.

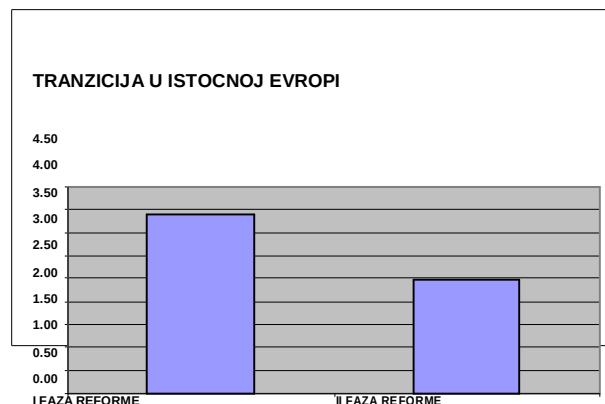
Prednosti privatizacije putem formiranja holding kompanija:

- Mogućnost brzog formiranja holding kompanija, čime se omogućava uspostavljanje tržišta kapitala
- Na centralno hijerarhijsko mesto holding kompanije mogu se angažovatiiskusni domaći i inostrani stručnjaci

Nedostaci privatizacije putem formiranja holding kompanija:

- Nedovoljan uticaj pojedinaca na poslovanje preduzeća
- Slab interes građana za otkup akcija holdinga usled nedovoljnog ekonomskog i finansijskog znanja
- Proces privatizacije se sporo odvija

Na osnovu prethodno objašnjenih modela privatizacije možemo zaključiti da vlasnici privatizovanih preduzeća mogu biti različiti: a) zaposleni radnici u preduzeću (unutrašnji vlasnici – inside owners), b) privatna lica, iz zemlje ili inostranstva (outside owners), c) institucionalni investitori kao što su banke, finansijske institucije, holdinzi, penzioni fondovi itd. (institucionalni investitori).



Grafik 2. Napredak u procesu tranzicije po fazama

3. KORPORATIVNE FINANSIJE (Privatizacija u Srbiji)

Počeci

Prvi talas je pokrenula savezna vlada Ante Markovića 1989. godine, sa korekcijom 1990. godine. Metod privatizacije bila je dokapitalizacija, sa popustima na račun društvenog kapitala, a uz uverenje da će i takva delimična privatizacija dovesti do povećanja efikasnosti upravljanja. Privatizacija je bila neobavezna, ali je podsticaj dobila u odredbi da se rast zarada zaposlenih može isplaćivati samo u akcijama. Tokom reformske 1990. godine privatizacija je uzela maha (1.200 preduzeća je prešlo u status mešovitih), delimično i zbog tehničkih slabosti operacionalizacije modela i mogućnosti manipulacija.

Da bi se doterao model, Srbija je 1991. godine donela sopstveni zakon o svojinskoj transformaciji koji je u znatnoj meri zakočio privatizaciju baš time što je zaoštrio procedure i uklonio slabosti u propisima. Bitnom usporenju privatizacije svakako je doprineo i rat na području bivše Jugoslavije.

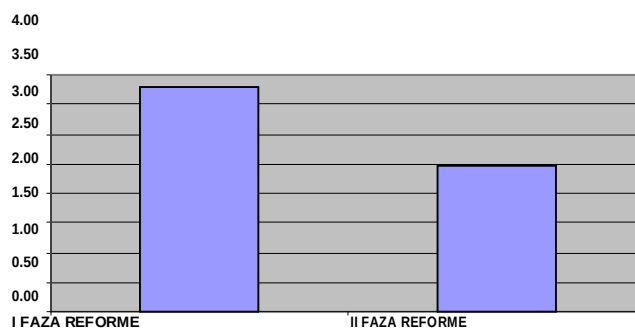
Neočekivani podsticaj privatizaciji došao je 1993. godine sa visokom inflacijom, odnosno sa inflacionim obezvređenjem duga kod kupovine akcija na rate. Krajem 1993. veliki broj preduzeća je, koristeći nepostojanje odredbe o revalorizaciji duga za inflaciju, potpuno privatizovan. Po stabilizaciji cena početkom 1994. godine, donet je zakon o revalorizaciji kojim su inflacioni dobici građana poništeni, a privatizacija bitno vraćena nazad. Stoga u sledećem periodu, do 1997. godine, pa i kasnije gotovo da nije bilo privatizacija u Srbiji.

Proces privatizacije u Srbiji se odvija u dva „talasa“, prvi 1993. godine i drugi 2000. godine. Tokom oba ova perioda metode privatizacije koje su korišćene u Srbiji su interna privatizacija, eksterna privatizacija i besplatna distribucija (podela) akcija građanima, pri čemu u dosadašnjoj istoriji privatizacije u Srbiji primat poprimaju modeli besplatne distribucije kapitala zaposlenima, penzionerima i građanima, što uslovljava niske budžetske prihode, pa nam može biti jasno zašto se proces privatizacije u Srbiji odužio.¹⁴ Osim ovih poteškoća, privatizacija u Srbiji nailazi na otpor i zbog niske rentabilnosti i profitabilnosti srpskih preduzeća, otpora zaposlenih, i mnogih drugih faktora. Nakon svih ovih godina reformi, Srbija se tek sada nalazi na početku procesa tranzicije, koga karakterišu mere stabilizacije monetarne politike, fiskalne relaksacije i harmonizacije, deregulacije i reregulacije, ali privatizacija ipak predstavlja ključni segment procesa tranzicije.¹⁵ Srbija se sada može voditi iskustvima drugih zemalja, koje su u sličnim uslovima sprovodile proces privatizacije. U poslednjih petnaest godina u Srbiji su doneta tri Zakona o privatizaciji i jedan Zakon o revalorizaciji. Prvi Zakon o privatizaciji u Srbiji je donet 1991. godine. Drugi Zakon o privatizaciji je donet 1997. godine (Zakon o radničkom akcionarstvu). Aktuelni Zakon o privatizaciji donet je jula 2001. godine koji je sa više Uredbi i Dopuna vremenom značajno izmenjen. Prema Zakonu o privatizaciji postoje tri metoda za procenu vrednosti kapitala preduzeća:

- Korigovane knjigovodstvene vrednosti
- Prinosni metod
- Metod likvidacione vrednosti

- 14 Kragulj D. (2009), Osnovi mikroekonomske i makroekonomske analize, EKONOMIJA, Beograd, str.98
- 15 Milanović B. (1994), Privatizacija – nužnost ili sloboda izbora, Jugoslovenska knjiga, Ekonomski institut, Beograd, str. 38 – 51

TRANZICIJA U SRBIJI PO FAZAMA



Grafik 5. Napredak u procesu tranzicije Srbije po fazama

Model iz 1997. godine

Koncept privatizacije iz 1997. godine predstavljao je nastavak starog modela privatizacije, čije su osnovne osobine da je privatizacija i dalje autonomna (decentralizovana), neobavezna i usmerena ka radničkom akcionarstvu. Neobaveznost privatizacije bila je kombinovana sa podsticajnošću, odnosno sa popustima u ograničenom vremenskom periodu, što je trebalo da navede zaposlene da privatizuju svoja preduzeća.

Važnija rešenja bila su sledeća: svi zaposleni i bivši zaposleni u društvenom i državnom sektoru i osigurani seljaci imali su pravo na besplatne akcije u iznosu od 400 DEM za svaku godinu radnog staža; vraćen je popust od 20% fiksno i 1% za svaku godinu radnog staža, a na akcije do 8.000 DEM; najviše 60% kapitala preduzeća moglo je biti izdato kroz besplatne akcije, 10% kapitala se odmah prenosilo penzijskom fondu, a najmanje 30% kapitala prodavalo se zainteresovanima; kapital koji preostane po upisu akcija prelazio je u svojinu državnog Akcijskog fonda.

Neobaveznost privatizacije učinila je da je proces privatizacije prepušten vrlo složenoj igri motiva i podsticaja zaposlenih i menadžera.

U Srbiji je do 2000. godine privatizovan mali deo društvenog i državnog kapitala. Do jeseni 2000. godine, proces privatizacije započet je po modelu iz 1997. u oko 350 preduzeća, a završen samo u osamnaest. To su uglavnom bila manja preduzeća, sa skromnim kapitalom, pa je ukupna vrednost emitovanih akcija dostigla samo 12 milijardi ondašnjih dinara. Jedino veliko preduzeće koje je (delimično) privatizovano je Telekom, gde je 49% vlasništva prešlo u ruke STET-a i OTI-a 1997. godine.

Ostvarene cene aukcijske prodaje 70% društvenog kapitala najčešće se kreću oko polovine njihove knjigovodstvene vrednosti. Prilikom izrade Zakona o privatizaciji, formirana je radna grupa, koja je imala za zadatak da na osnovu iskustava o privatizaciji zemalja u tranziciji a i Srbije pripremi zakonsku osnovu i institucionalnu podršku koja bi trebalo da omogući i olakša sprovođenje procesa privatizacije u Srbiji. Pri izradi novog koncepta privatizacije, radna grupa se rukovodila sledećim ciljevima:

- Stvaranje otvorene privrede i strukture vlasništva
- Maksimiziranje investicija u realni sektor
- Socijalna i politička prihvatljivost
- Uspostavljanje jasne vlasničke strukture i na njoj zasnovanih mehanizama korporativnog upravljanja.

Pri definisanju konkretnih rešenja, radna grupa se rukovodila sledećim principima:

- Privatizacija mora biti obavezna i oročena
- Tržište je jedini arbitar vrednosti kapitala preduzeća
- Vrednost kapitala preduzeća se može maksimizirati ako i samo ako se primeni konkurentski princip prodaje kapitala/imovine
- Proces privatizacije mora biti javan i transparentan radi uspostavljanja i održavanja kredibiliteta institucija koje sprovode privatizaciju
- Kapital prezaduženih i preduzeća operativnoj krizi ne može biti valorizovan na tržištu bez prethodnog finansijskog i organizacionog restrukturiranja; preduzeća u strateškoj krizi uopšte ne mogu biti prodana (čak ni za dolar) te je neophodna njihova likvidacija

- Privatizacija mora biti socijalno prihvatljiva, tj. pozicija zaposlenih u privatizovanim preduzećima ne sme biti gora nakon privatizacije; takođe, deo kapitala mora pripasti ne samo zaposlenima već svim punoletnim građanima države kako bi se uvažio dostignuti nivo prava prema prethodnim zakonima
- Zakon ne sme sadržati retroaktivna rešenja.

Neposredni učesnici privatizacije su: preduzeće koje se privatizuje i kupac.

Napomenuto je da je jedan od ključnih nedostataka procesa privatizacije u bivšim socijalističkim zemljama nedostatak institucija za privatizaciju. Srbija, poučena iskustvima drugih zemalja u tranziciji, je svojim Zakonom o privatizaciji jasno definisala institucije procesa privatizacije kao i njihove nadležnosti. Institucije nadležne za privatizaciju su:

1. Ministarstvo za privredu i privatizaciju
2. Agencija za privatizaciju
3. Akcijski fond

Ove institucije obavljaju razne vrste poslova, koje su međusobno jasno razgraničene, pa je koncept privatizacije u Srbiji zasnovan na jasnom razdvajanju sledećih poslova:

- Politika privatizacije
- Organizacija i sprovođenje privatizacije i kontrola postupaka privatizacije
- Nadzor nad institucijama i sprovođenjem privatizacije.

Strukturiranje institucija je izvršeno po principu doslednog razdvajanja političke sfere privatizacije od operativnih aktivnosti na njenom sprovođenju. Analogno prethodnom politika privatizacije je u isključivoj nadležnosti Ministarstva za privredu i privatizaciju, organizacija i sprovođenje privatizacije i kontrola postupka privatizacije su u nadležnosti Agencije za privatizaciju i Akcijskog fonda, koji ne pripadaju infrastrukturi države. Nadzor nad aktivnostima Agencije za privatizaciju i Akcijskog fonda poveren je Ministarstvu za privredu i privatizaciju, dok je nadzor nad radom ministarstva u nadležnosti Vlade Srbije i Odbora za finansije Skupštine Republike Srbije.

Privatizacija velikih preduzeća, posle solidnog napredka ostvarenog do 2005 godine brine što 4 godine ne dolazi do poboljšanja ocene kada je ovaj segment u pitanju. U 2008. godini Srbija je uspela da reši jedan od velikih problema tj došlo je do sklapanja sporazuma sa italijanskim proizvođačem automobila Fiat o osnivanju zajedničkog preduzeća sa kragujevačkom Zastavom. Velika su očekivanja kada je ovaj ugovor u pitanja, pre svega u pogledu povećanja proizvodnje automobila koji bi bili konkurentni na starim tržištima čime bi se povećao izvoz i značajno poboljšao spoljnotrgovinski bilans Srbije.¹⁶ Realno je očekivati da dodje do razvoja sektora dobavljača koji će isporučivati delove za novu Fijatovu fabriku u Srbiji. Menutim, na kratak rok ne treba očekivati značajan rast proizvodnje automobila u Kragujevcu usled pada globalne tražnje za automobilima izazvane svetskom ekonomskom krizom. U toku su pregovori sa ruskim Gaspromom i Naftne industrije Srbije od strane ovog naftnog i gasnog giganta iz Rusije. U poslednjih godinu dana, primetne su teškoće u prodaji velikih privrednih sistema kao što su RTB Bor (dva puta propao tender), Jat Airwaysa, IMT Beograd.

Očekuju nas privatizacije još nekoliko značajnih privrednih giganta iz vremena komunizma 14. oktobar iz Kruševca, Prva petoletka iz Trstenika, KAP itd. Ministarstvo ekonomije je u 2008. godini napravilo agendu privatizacije najvećih javnih preduzeća međutim, usled svetske ekonomske krize sve privatizacije ovih velikih javnih preduzeća su stopirane i odložene za neko bolje vreme. Jako je neizvesna dinamika dalje privatizacije velikih privrednih sistema u uslovima globalne finansijske krize i oskudice kapitala za investiranje.¹⁷ Vlada Srbije pokušava da lakša dalju privatizaciju tako što se otvara mogućnost kupovine preduzeća u više rata. U uslovima smanjenja interesovanja investitora za privatizaciju, Vlada Srbije mora da izvrši profesionalizaciju menadžmenta u svim ne privatizovanim preduzećima i da putem jačanja mehanizama kontrole poboljša ekonomsku efikasnost i performanse ovih preduzeća.

- 16 William L. Megginson and Jeffry M. Netter - From State To Market: A Survey Of Empirical Studies On Privatization, Journal of Economic Literature June 2001,
- 17 Nancy Birdsall and John Nellis - Winners and Losers: Assessing the Distributional Impact of Privatization, Center for Global Development Working Paper No 6., May 2002, Boško Mijatović - Privatizacija realnog sektora, u *Četiri godine tranzicije u Srbiji*, CLDS, 2005

- Privatizacija malih preduzeća, Srbija je još iz perioda SFRJ imala inicijalno dobre uslove kada je u pitanju mala privreda, jer je još 1989. godine u vreme vlade Anta Markovića dozvoljeno osnivanje malih privatnih preduzeća. Od početka tranzicije potignuti su dobri rezultati u privatizaciji malih i srednjim društvenih preduzeća, međutim, zabrinjava visok procenat neuspešnih i poništenih privatizacija. Negativno je to što se proces privatizacije društvenih preduzeća stalno odlaže iz godine u godinu i što se ne krene sa primenom Zakona o stečaju čijom bi se efikasnijom primenom oslobodili značajni resursi koji bi se iskoristili za efikasniju upotrebu.

- Restrukturisanje preduzeća, nakon početnog restrukturisanja koje se ogledalo pre svega u izdvajanju sporednih od matične delatnosti u najvećim javnim preduzećima i izvesnog smanjenja broja zaposlenih radnika došlo je do izvesnog usporenja u ovom segmentu da bi u toku 2008. godine došlo do ponovnog pomaka kod restrukturisanja i unapređenja korporativnog upravljanja.¹⁸ Vlada Srbije je nakon propadanja tendera za privatizaciju Jat Airwaysa donela odluku da se jedini nacionalni avio prevoznik restrukturira i da ostane u državnom vlasništvu.

Kako je došlo do odlaganja privatizacije najvećih javnih preduzeća potrebno je da se učine dodatni naponi kako bi se unapredilo poslovanje javnih preduzeća i kako bi se kroz poboljšanje svoje ekonomske efikasnosti ostvarili bolji poslovni rezultati.¹⁹ Posebnu pažnja mora se posvetiti lokalnim komunalnim preduzećima koja su usled političke trgovine u poslednjih nekoliko godina zapošljavala veći broj radnika od potrebnog što je značajno uticalo na smanjenje efikasnosti poslovanja.

• ¹⁸ <http://www.priv.yu>

• ¹⁹ Boško Mijatović (2005), Privatizacija realnog sektora, u četiri godine tranzicije u Srbiji, CLDS, Beograd

- Liberalizacija cena, na početku procesa tranzicije učinjen je značajan napor

kada je većina cena liberalizovana tako da je ovaj indikator i dalje najbolje ocenjeni indikator kada je u pitanju proces tranzicije u Srbije.

- Liberalizacija trgovine i deviznog kursa, od početka procesa tranzicije učinjen je značajan korak kada je u pitanju liberalizacija spoljne trgovine. U 2008. godini Srbija je potpisala Sporazum o stabilizaciji i asocijaciji sa Evropskom unijom kojom se predvinadinamika smanjenja carinskih stopa za robu iz EU u narednih 7 godina. Takodje, dalji napredak se očekuje u skladu sa dinamikom pregovaranja Srbije za članstvo u Svetsku trgovinsku organizaciju (STO), očekivanja su da se pregovori završe i da Srbija postane član STO u toku 2009. godine.

- Politika konkurencije, ovaj segment je bio najlošije ocenjen u našoj analizi procesa tranzicije iz 2005. godine. Nakon što je donešen Zakon o zaštiti konkurencije, bilo je izvesnih problema sa izborom članova Komisije za zaštitu konkurencije. Komisija je nakon ispitivanja tržišne strukture na tržištu otkupa sirovog mleka u Srbiji i trgovine na malo u velikim prodajnim formatima u Beogradu došla do zaključka da postoje dominantni tržišni igrači⁵. Nakon ovih istraživanjima javili su se veliki pritisci na samu Komisiju i od sposobnosti društva da zaštiti integritet Komisije zavisi uspeh celog procesa tranzicije.

Takodje, u samom startu uočeni su nedostaci u samom Zakonu o zaštiti konkurencije te se javlja potreba za izmene i dopune ovog zakona pre svega u delu vezanom za kaznene odredbe. Mozemo zaključiti da je najzad učinjen izvestan pomak u ovom segmentu ali da je još uvek neizvestan dalji napredak jer se očekuje veliki otpor tajkuna koji su se kroz privatizaciju domogli vlasništva jako profitabilnih preduzeća koja nastupaju na prilično oligopolizovanim tržištima što im omogućava visoke profite kojih će se teško odreći.

- Reforme banaka i liberalizacija kamatne stope, u ovom segmentu Srbija je postigla značajan napredak. Za ovu visoku ocenu jako je značajan hrabar potez kreatora ekonomske politike koji su početkom 2002. godine ugasili 4 najveće državne banke.

Bankarski sistem u Srbiji je dominantno u privatnom vlasništvu koje su u vlasništvu stranih banaka. Sve banke u Srbiji su osnovane kao posebna pravna lica i sa zdravim bilansima koji nisu opterećeni lošim zajmovima. Usled restriktivne monetarne politike Narodne banke Srbije banke u Srbije su dokapitalizovane i učešće kapitala u ukupnoj aktivi banaka iznosi visokih 24% što je jako visoko u odnosu na standard od 8%.²⁰ U Srbiji radi 34 banaka, pri čemu je učešće 10 najvećih banaka po poslovnoj aktivi 70%. Banke u Srbiji ostvaruju visoke profite npr za prvih 9 meseci 2008. godine od čak 415 miliona evra. Menutim, i pored velikog napredka u reformi bankarskog sistema koji posluje na zdravim osnovama sa visokim profitom i visokim ROE od 8,1%, značajan je problem visokih kamatnih stopa u odnosu na ostale zemlje u tranziciji. Prema podacima iz analize UniCredit banke prosečna kamatna stopa u Srbiji od 10% je najveća u odnosu na zemlje obuhvaćene analizom. Npr kamatna stopa u Češkoj iznosi 3.5%, Slovačkoj 4.25%, Poljskoj 5%, Mađarskoj 7.5%, u zemljama Baltika oko 7%, Hrvatskoj 6.7% itd. Veliko je pitanje da li se po pitanju kamatnih stopa može nešto učiniti u uslovima globalne finansijske krize. Za dalji napredak bankarskog sektora Narodna banka Srbije treba da nastavi da svojom regulatornom ulogom insistira na primeni Bazela II, kako bi se poboljšao kvalitet kreditnih plasmana banaka i smanjili troškovi rezevisanja banaka što indirektno može da dovede do smanjenja kamatnih stopa.

- Tržište kapitala i nebankarskih finansijskih institucija, u ovom segmentu Srbiju očekuje dosta posla. Jako dugo se čekalo sa donošenjem Zakona o investicionim fondovima i Zakona o dobrovoljnim penzionim fondovima i taman kad su ovi zakoni počeli da se primenjuju usled dva izborna ciklusa za godinu dana došlo je do pada prometa na Beogradskoj berzi i značajnog gubitka vrednosti berzanskih indeksa.

• ²⁰ <http://www.priv.yu>

Veliki problem našeg tržišta kapitala je njegova dubina koja je jako mala, preduzeća ne mogu da kroz IPO donu do dodatnih izvora finansiranja i usmerena su na banke koje još uvek imaju visoke kamtne stope što utiče na smanjenje konkurentnosti naših preduzeća na svetskom tržištu. Planom Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja javna preduzeća bi trebala da kroz IPO izanu na berzu čime bi se značajno unapredilo i produbilo finansijsko tržište. Investicioni fondovi počeli su radom u 2007. godini ali sa značajnim padom vrednosti berzanskih indeksa u Srbiji svi fondovi beleže negativne prinose.

Donošenjem Zakona o dobrovoljnim penzionim fondovima stvoreni su uslovi za unapređenje sektora osiguranja, završena je privatizacija DDOR Novi Sad koji je bio među 3 najveća igrača na tržištu osiguranja u Srbiju. Očekuje se da se učini napori na reformi penzionog sistema u Sistemi čija je suština implementacija II stuba osiguranja tj. uvođenje obaveznog dodatnog privatnog osiguranja.

3.1 Ministarstvo za privredu i privatizaciju

Ministarstvo za privredu i privatizaciju je u nadležnosti Vlade Srbije. Ministarstvo definiše političke ciljeve privatizacije, utvrđuje predloge zakona i podzakonskih akata, tumači zakone i podzakonske akte i ima ovlašćenje da pokrene proces privatizacije, definiše prioritete privatizacije, koordinira aktivnosti između ministarstava na prilagođavanju zakona povezanih sa privatizacijom, postavlja upravne i nadzorne organe institucija koje organizuju i sprovode postupak privatizacije itd.

3.2 Agencija za privatizaciju

Agencija za privatizaciju je pravno lice koje prodaje kapital, odnosno imovinu i promoviše, inicira, sprovodi i kontroliše postupak privatizacije, u skladu sa zakonom. Ona obavlja poslove stečajnog upravnika, ako je stečajno veće imenuje da obavlja te poslove u skladu sa zakonom kojim se uređuje stečajni postupak. U obavljanju poslova kontrole postupka privatizacije, u smislu propisa o privatizaciji, Agencija proverava:

- Procenjenu vrednost kapitala ili imovine subjekta privatizacije
- Usklađenost programa privatizacije ili programa restrukturiranja sa propisima
- Usklađenost priliva sredstava po osnovu izvršene prodaje sa ugovorom o prodaji
- Izvršenje ugovora o prodaju u kojem je Agencija ugovorna strana
- Prenos akcija bez naknade zaposlenima

Osnovna delatnost Agencije je definisana zakonom i definiše se kao posredovanje u procesu privatizacije. Shodno odredbama Zakona o privatizaciji a prema opisu poslova u nadležnosti Agencije, sve njene aktivnosti se mogu grupisati u dva osnovna procesa:

1. Privatizacija
2. Kontrola postupaka privatizacije i izvršenja ugovora o prodaji

Finansiranje Agencije za privatizaciju je okvirno definisano Zakonom o privatizaciji, prema kojem se sredstva iz budžeta mogu koristiti samo za osnivanje Agencije (kao osnivački ulog), dok se poslovanje Agencije finansira:

- a) Prihodima Agencije od subjekata privatizacije i potencijalnih kupaca
- b) Naknadama za pokriće troškova prodaje iz prihoda od prodaje kapitala i imovine
- c) Donacijama međunarodnih finansijskih institucija i donatorskih organizacija

Sredstva ostvarena od prodaje kapitala u postupku privatizacije uplaćuju se na račun Agencije za privatizaciju, koja ih raspoređuje na sledeći način: 10 % sredstava uplaćuje se Republičkom fondu nadležnom za penzijsko i invalidsko osiguranje, 50% sredstava izdvaja se za finansiranje restrukturiranja i razvoja privrede na teritoriji Republike Srbije, 5% sredstava izdvaja se za isplaćivanje naknade licima čija je imovina nacionalizovana, 5% sredstava izdvaja se za finansiranje razvoja infrastrukture lokalne samouprave prema sedištu subjekta privatizacije. Troškove privatizacije snosi subjekat privatizacije, u visini koju odredi nadležni ministar.

3.3 Akcijski fond

Akcijski fond je pravno lice na koje se prenose akcije radi prodaje u skladu sa Zakonom o privatizaciji i Zakonom kojim se uređuje akcijski fond, dok centralni registar za hartije od vrednosti sadrži jedinstvenu bazu podataka o izdatim akcijama, kao i evidenciju o promenama tih podataka.

Postoje razni načini za merenje efekata privatizacije, iako se oni najbolje uočavaju uporednom analizom podataka. Ali postoje i neki ustaljeni indeksi kojima se izražava uspešnost privatizacije u jednoj zemlji, a to su:

- a) Indeks industrijske proizvodnje
- b) Indeks zaposlenosti
- c) Indeks izvoza

U Srbiji se u protekloj godini dosta špekulisalo o novim načinima privatizacije preduzećau Srbiji. Kao što je već napomenuto, postoje mnogobrojne metode i tehnike privatizacije kao i njihove razne kombinacije. Radi privatizacije preduzeća „Galenika“ stvoren je novi metod privatizacije, tzv. „neobavezujući tender“. „Neobavezujući tender“ se u svetu još naziva i pretkvalifikacioni tender. Potencijalni kupci se pozivaju da upoznaju preduzeće i onda dostavljaju ponude, (koje nisu obavezujuće), ali moraju da sadrže sve bitne uslove (procenat kapitala koji bi kupili, cenu, okvirni investicioni i socijalni program itd.).²¹

Pretkvalifikacioni tender zapravo služi da se proverí da li postoje ozbiljni kupci. „Neobavezujući tender je novi metod privatizacije i način da se proverí da li postoje ozbiljni kupci zainteresovani za kupovinu neke kompanije. Ovaj metod biće objavljen 15. decembra za privatizaciju "Galenike". Ministar ekonomije Mlađan Dinkić je rekao da će 15. decembra biti objavljen "neobavezujući tender" za izražavanje interesa za privatizaciju "Galenike".

• 21 CEE Quarterly, Analysis of the UniCredit Group CEE Research Network

U Ministarstvu ekonomije objašnjavaju da "neobavezujući tender" podrazumeva javni poziv za izražavanje interesa potencijalnih kupaca za privatizaciju neke kompanije.

U periodu od 2004. – 2009. godine učinak privatizacije u Srbiji, kada je reč o društvenom kapitalu, su prodana 2 002 preduzeća, čime je ostvaren prihod od oko 2,4 milijarde evra. Najviše novca je zarađeno od prodaje firmi na tenderu, njih 84, i to za 1,1 milijardu evra (ovim načinom prodaje tražio se strateški partner). Metodom aukcije prodato je 1 426 preduzeća, od čega je zarađeno 835 miliona evra. Akcijski fond je na tržištu kapitala i tenderima od početka pr privatizacije ponudio 1 139 paketa i od njihove prodaje ostvario prihod od 584 miliona evra. Na privatizaciju u Srbiji, po ovim podacima, čeka još oko hiljadu preduzeća.

U strukturi bilansne sume bankarskog sektora na dan 31.12.2005. godine zapaža se izrazito visoko učešće bilansne sume koja se odnosi na banke u stranom vlasništvu u ukupnoj bilansnoj sumi (66%) u poređenju sa istim učešćem koje je u 2001. godini iznosilo 13%. Istovremeno, zapaža se izrazit pad učešća bilanske sume banaka u većinskom vlasništvu države (sa bankama u društvenom vlasništvu) u ukupnoj bilansnoj sumi sa 66% krajem 2001. godine, na 23,9% na dan 31.12.2006. godine. Na početku 2001. godine bankarski sistem Srbije obuhvatao je 86 banaka (67 banaka na teritoriji uže Srbije, 17 banaka na teritoriji Vojvodine i 2 banke na teritoriji severnog dela Kosova i Metohije). Nakon političkih neprilika u zemlji, tadašnja NBJ (Narodna Banka Jugoslavije) je sačinila strategiju restrukturiranja banaka radi povratka poverenja u bankarski sistem.

U ovom cilju NBJ je 2001. godine sprovela niz aktivnosti: 43 dijagnostička ispitivanja, od čega 28 sa inostranim konsultantima; 85 kontrola poslovanja banaka; 13 ocena finansijskog stanja i mogućnosti i ekonomske opravdanosti sanacije.

Do kraja 2001. godine Narodna banka Jugoslavije je na osnovu svojih izvršenih analiza i kontrola, preduzela propisane aktivnosti, koje su rezultirale u sledećem:

- 23 banke su izgubile dozvolu za rad, uključujući i 4 banke početkom 2002. godine,
- 4 banke su dobile rok za dokapitalizaciju,

- 5 banaka se nalazi u postupku sanacije,
- kod 1 banke je uvedena administracija,
- 5 banaka se nalazi u kategoriji problematičnih banaka
- 17 banaka je pod merama za usklađivanje pokazatelja poslovanja, osim novčanog dela akcionarskog kapitala,
- 18 banaka se pripojilo drugim bankama, uključujući i one banke kod kojih je pripajanje u toku.

Krajem 2001. godine, pored Societe Generale Yugoslav bank, dozvolu za rad je dobilo još 5 stranih banaka:

Micro finance banka AD Beograd,
 Raiffeisenbank Jugoslavija AD Beograd,
 Alpha bank AE (Beogradska afilijacija),
 HVB banka Jugoslavija AD Beograd i
 National bank of Greece (filijala Beograd).

Domaća banka osnovana u 2001.godini je Nacionalna štedionica – banka AD Beograd .Nakon značajnih promena strukture bankarskog sektora tokom 2001. i početkom 2002.godine, kada je zatvoren veći broj banaka, uključujući i najveće finansijske institucije u zemlji, a osnovano nekoliko novih banaka, uglavnom u pretežnom ili potpunom vlasništvu inostranih banaka, tokom 2002. godine broj banaka se nije značajnije promenio.²²

Ukupan broj banaka na kraju 2002. godine bio je 50 (uključujući dve banke iz severnog dela Kosova), od kojih je:

- 6 banaka pod većinskom kontrolom stranih banaka,
- 6 banaka u većinskom vlasništvu drugih stranih lica,
- 15 banaka sa pretežno privatnim kapitalom,
- 8 banaka sa pretežnim učešćem preduzeća u društvenoj svojini,

• 22 <http://www.jedinstveni-sindikat.org.rs/arhiva/2008/privatizacija.php#21>

- 11 banaka u postupku privatizacije, uz privremeno većinsko učešće Republike Srbije, od kojih su tri banke u postupku sanacije,
- 4 banke sa značajnim učešćem državnog kapitala.

Tokom 2003. godine nastavljeno je sa reformom bankarskog sektora u više pravaca. U tom periodu nije bilo izdavanja novih dozvola za rad banaka. Sredinom 2003. godine:

- Kapital banci a.d. Beograd je oduzeta dozvola za rad,
- Dijamant banka a.d. Zrenjanin je donela odluku o prestanku rada, a
- Poljoprivredno investiciona banka a.d. Novi Sad se pripojila Delta banci a.d.

Beograd.²³

- Borska banka a.d. Bor 13. februara 2004. godine ušla je u stečaj zbog ekonomske neopravdanosti daljeg nastavka procesa sanacije banke

Na kraju 2003. godine bankarski sektor Srbije je imao ukupno 47 banaka, i to:

- 11 banaka u većinskom vlasništvu stranih akcionara,
- 19 banaka sa pretežno privatnim kapitalom,
- 17 banaka u većinskom vlasništvu Republike Srbije (ili pak Republika Srbija kao pojedinačni najveći vlasnik).

Na kraju 2004. godine bankarski sektor Srbije imao je ukupno 43 banke, i to:

- 11 banaka u većinskom vlasništvu stranih akcionara,
- 18 banaka sa pretežno privatnim kapitalom,
- 14 banaka u većinskom vlasništvu Republike Srbije.²⁴

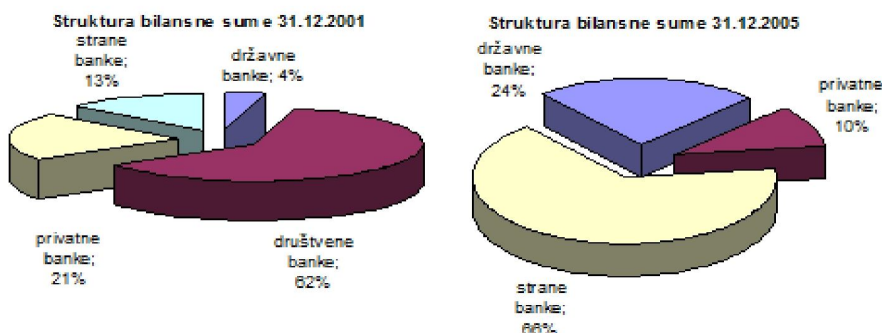
- 23 Novi metod privatizacije, izvor: RTS, dostupan na <http://www.infogo.biz/novimetod-privatizacije.html>
- <http://www.aleksinac.net/biznis/385.html>
- 24 Grupa autora GTZ, (2005) (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH), Bankarska knjiga, GTZ.

Tokom godine nisu izdavane nove dozvole za rad bankaka.

U prvom kvartalu 2005. godine došlo je do pripajanja DDOR banke a.d. Novi Sad Metals banci a.d. Novi Sad. Kreditno-eksportnoj banci a.d. Beograd je oduzeta dozvola za rad. Tokom drugog kvartala 2005. godine pregovori oko prodaje Continental banke a.d. Novi Sad (Nova Ljubljanska banka d.d. Ljubljana, Slovenija) i Novosadske banke a.d. Novi Sad (Erste Banka AG Vien, Austria) su nastavljeni, i proces prodaje je obavljen u drugoj polovini meseca jula 2005. godine. Tokom drugog kvartala 2005. godine Atlas banka a.d. Beograd i Meridian banka a.d. su kupljene od strane Pireus Bank iz Grčke i Credit Agricole iz Francuske. U avgustu 2005. godine Banca Intesa je na tržištu kapitala uspešno realizovala kupovinu akcija Delta banke a.d. Beograd. Država je prodajom svog učešća u 4 državne banke prema podacima sa sajta Ministarstva finansija ostvarila prihod od približno 290 miliona evra ("Jubanke", "Continental banke", "Novosadske banke" i "Niške banke"), pri čemu je iznos prihoda za 80 miliona evra veći od kapitala koji je konvertovan u tim bankama u vlasništvo države po osnovu duga prema Pariskom i Londonskom klubu poverilaca.²⁵ U četvrtom kvartalu 2005. godine Narodna banka Srbije dala je odobrenje FINDOMESTIC banci iz Firence za preuzimanje 89,74% akcija Nove banke a.d. Beograd i EFG Eurobank Atina za preuzimanje 90,13% akcija Nacionalne Štedionice a.d. Beograd. Eksim banka pripojena je HVB banci a.d. Beograd. Na ovaj način je 2005. godine uspešno okončan proces privatizacije banaka u Srbiji.

Reforma banaka u Srbiji kao proizvod privatizacije u periodu od 2000 – 2005. godine¹⁹

U narednim grafikonima prikazano je kretanje broja banaka, bilansne sume i visine kapitala u periodu od 2000. do 2005. godine.



• 25 Kvartalni i godišnji izveštaji o bankarskom sektoru u Srbiji, <http://www.nbs.rs/export/internet/cirilica/>

4. ZNAČAJ MARKETINGA I MENADŽMENTA U TOKU PRIVATIZACIJE

Na globalnom tržištu postoji veliki broj svetskih brendova iza kojih se nalaze velike korporacije. Problem ovog istraživanja predstavlja kako unaprediti domaće kompanije nakon njihove privatizacije, i kako napraviti domaći brend koji će moći parirati inostranim brendovima sa svojim kvalitetom. Plasirati novu marku i neki nov proizvod može predstavljati konkurenciju kako na domaćem tako i međunarodnom tržištu.

Instrumenti marketinga privatizovanim preduzećima služe da bi se formirao paket ponude proizvoda koji je potreban da bi se zadovoljile potrebe privrede i potrošača. Važan faktor u ovoj konstrukciji predstavlja proizvod koji treba da se pojavi na tržištu i cena. Uz to je bitna i promocija asortimana robe koja se nudi i omogućiti distribuciju u meri koja bi zadovoljila potražnju, bar u što većoj meri.

Mnoge velike kompanije shvataju koliku važnost ima marka nekog proizvoda na tržištu. Ona služi za prepoznavanje određenog proizvoda na tržištu a uz to i kvalitet robe koja se nudi. Mnoge kompanije koje su privatizovane u Srbiji susrele su se sa problemom kako izaći sa novim brendom i nekim novim proizvodima koji mogu biti konkurenti sa robom koja se uvozi na naše tržište. Sa druge strane problem je i kako istupiti na tržištu zemalja u okruženju i zemljama EU.

Privatizovane kompanije u našoj zemlji su morale da sprovedu niz reformi a jedna od njih se odnosi i na marketing samih preduzeća. Da bi se nastupilo na novom tržištu gde ponuda i potražnja nije ograničena mora se voditi računa da brend određenog proizvoda prati kvalitet, jer samo tako i može konstantno da predstavlja konkurenciju ozbiljnim kompanijama. Uz to treba voditi računa i ceni koja mora parirati i ceni istog proizvoda na tržištu. Menadžment kompanija u Srbiji u velikom broju državnih preduzeća nije vodio računa o efikasnosti poslovanja.

Tokom nekog perioda dolazi do toga da kompanije koje su uspešno poslovale dođu u situaciju da se nalaze u nepovoljnom položaju jer se nije vodilo računa o zadovoljavanju potrebe potrošača tako što će se nešto novo pojaviti na tržištu. Uz to, i sam kvalitet robe koja se nalazila na tržištu više nije bio na zavidnom nivou jer je došlo do ekspanzije novih tehnologija koje su omogućile brže i bolje iskorišćavanje resursa a da bi se privukao što veći broj kupaca.

Proizvod je važan faktor kod privatizovanih preduzeća koja žele da se što bolje pozicioniraju na tržištu. On predstavlja rezultat marketing procesa jednog preduzeća da se izađe u susret zahtevima i potrebama potrošača. Kompanije treba da ponude određenu uslugu ili proizvod koja će zadovoljiti potrebe kupaca, na način koji će biti efikasniji od drugih preduzeća.

Markiranje proizvoda na prostorima bivše Jugoslavije nije nepoznato, a neki od njih održali su se i nakon tranzicije. Brendovi koji i danas drže primat na tržištu zemalja Balkana su: Frikom, Vegeta, Smoki, Pionir, Štark, itd.

Najveći problem danas predstavlja kako prilagoditi novi proizvod na našem tržištu. Treba stvoriti brend koji će se istaći u moru drugih marki koji će osvojiti potrošače i privući ih upravo da kupe taj novi proizvod.²⁶ Najveći problem prilikom prelaska iz jednog režima poslovanja u drugi, jeste taj da ni brending nije ostao pošteđen. Teško je primeniti znanja vezana za brending koja dolaze sa zapada, jer su ona kreirana u povoljnijim uslovima nego što su kod nas.

Sa druge strane jedan od velikih problema u Srbiji predstavlja i kupovna moć potrošača, pa to predstavlja problem na koju se ciljnu grupu fokusirati. Nakon privatizacije velikih preduzeća veliki broj ljudi je ostao bez posla što je dovelo do toga da je standard u Srbiji dosta nizak, pa čak i na neke zemlje u okruženju. Potrošači se onda u većini slučajeva odlučuju za jeftiniji proizvod zanemarujući sam kvalitet pa i brend.

• 26 Kotler, P., Keller, L.K., (2006), Marketing management, Data status, Beograd, str. 79

Prilikom markiranja proizvoda veoma je bitno voditi računa koliko će određeni proizvod biti ekonomski prihvatljiv za potrošača, odnosno kolika će mu biti cena. Trenutna ekonomska situacija i globalna kriza u velikoj meri otežavaju mogućnost stvaranja novog brenda na tržištu.

Cena je smatrana instrumentom kojim preduzeće utiče na tražnju za svojim proizvodima i uslugama. Ponuda preduzeća se definiše prema potrebama određenih ciljnih grupa: stanovništvo, preduzeća i određene industrijske grane. U ovom procesu gde se uređuje odnos između proizvođača i potrošača veliku ulogu imaju marketeri. Oni utvrđuju ciljne grupe i učestvuju u projektovanju ponude usmerene ka potrošačima.

Međutim najbolji dokaz da je proizvod kvalitetan i cenjen jeste kada potrošač traži samo taj proizvod bez želje za proizvodom sličnih karakteristika druge marke.²⁷ Lojalnost potrošača garantuje jednu stabilnost preduzeću i garantuje mu dugoročni opstanak na tržištu.

Kod preduzeća koja se nalaze u tranzicionim uslovima strategija određivanja je za razliku od razvijenih privreda malo specifična. Iz razloga što se radi o novom načinu izlaženja na tržište, vodi se računa o formiranju cene proizvoda, troškova radne snage, kapaciteta proizvodnje, distribuciji, reklami i drugim stvarima. Kako bi maksimizirala svoj profit kompanije će gledati da povećaju cenu svojih proizvoda i usluga. Preduzeća u Srbiji koja su privatizovana razmatraju promene cena kada:

1. Postoje iznenadne promene troškova
2. Konkurencija inicira promenu cena
3. Dolazi do promena u regulativi

Prilikom formiranja cena od strane konkurencije opet se mora voditi računa da se ne radi o kartelima i stvaranju monopola kojim se zloupotrebljava položaj na tržištu.

• ²⁷ Klasens R., (2007), Marketing u finansijskim uslugama, Udruženja banaka Srbije, Beograd, str. 77-78.

Promocija je proces komuniciranja između preduzeća i potrošača sa ciljem da se stvori pozitivan stav o proizvodima i uslugama koji vodi ka njihovom favorizovanju u procesu kupovine na tržištu.²⁸ Reklamiranje se smatra jednim od raznih promotivnih načina. Uloga medija u marketingu preduzeća je znatno veća nego 90-ih godina.

U privredi između privatizovanih kompanija promocija ima značajnu ulogu u jačanju reputacije kompanije, imidža i drugih elemenata. Preduzeća koriste razne promotivne oblike i medije za oglašavanje stvarajući reklame koje će privući kupce. Neki od njih su: novine, magazini, radio, televizija i internet.

Prilikom određenih promocija kompanije koriste usluge marketing preduzeća u kreiranju reklama, dok u određenim slučajevima koriste posebne programe prodaje, poklone, nagradne igre i sponzorstvo.

PRIMER STVARANJA BRENDA U TRANZICIJI

Trgovinski lanac „Delta Maxi“ koji posluje na prostorima Srbije, Bosne i Hercegovine i Bugarske bio je u dugogodišnjoj fazi stvaranja brenda nakon privatizacije „C-marketa“ i „Pekabete“ na tržištu regiona pod nazivom „Premia“ u „Maxi“ i „Tempo“ marketima.

„Premia“ je klasičan primer distributerskog brenda. Svoju liniju proizvoda najviše je bazirao na niskim cenama koje su niže od konkurentskih proizvoda koji se takođe nalaze u njihovom prodajnom asortimanu.

„Premia“ obuhvata širok spektar proizvoda, najviše prehrambenih ali se iz dana u dan povećava ponuda proizvoda pod ovim imenom. Priroda kompanijskog proizvoda, poslovna politika kompanije, konkurencija i okruženje utiču na distribucione ciljeve kompanije.

• 28 Kotler, P., Keller, L.K., (2006), Marketing menadžment, Data staus, Beograd, str. 114

„Premia“ ne poseduje svoje proizvodne pogone već proizvodnju obavljaju uglavnom manja proizvodna preduzeća sa teritorije Srbije i bivših jugoslovenskih zemalja koji nisu našli svoje mesto na tržištu ili nisu bili u mogućnosti da pariraju konkurenciji, a oni ih distribuiraju u svojim prodajnim mestima pod svojim imenom.

Na ovaj način se ostvaruje mogućnost široke ponude proizvoda potrošačima bez kapitalnih ulaganja u njihovu realizaciju, postojeća mreža distribucije kao i mogućnost pariranja konkurentskim proizvodima znatno nižom cenom od njihovih.

Pored ovog trgovinskog lanca koji je prodat belgijskoj kompaniji „Delez“ postoje i mnoge druge koje sa svojim asortimanom nalaze svoje mesto na tržištu i posluju veoma dobro. Neke od tih kompanija su šećerane „MK grupe“, „Frikom“, „Vital“ i „Telenor“.

Može se konstatovati da marketing ovih marki proizvoda za sada usmeren ka potrošačima koji kupuju u trgovinskim lancima „Maxi“, „Tempo“, „Jabuka“. Sa druge strane proizvodi gore navedenih kompanija nalaze se u rafovima ovih marketa a već uveliko nalaze svoje mesto u bivšim jugoslovenskim zemljama i dobro se pozicioniraju u pojedinim zemljama članica EU.

Sve šira ponuda proizvoda preduzeća koja su privatizovana koristeći svoj zaštitni znak, kvalitet i pristupačnost predstavljaju dobru osnovu da kao distributerski brend postanu prepoznatljivi ne samo kupcima na našem tržištu već i širokim masama.

5. KONKURENTNOST

Konkurentnost je danas postala dominantna ekonomska tema. Njenom značaju je, pored tradicionalne potrebe da se bude konkurentniji, dakle bolji od drugih, doprinela i svetska ekonomska kriza kroz koju prolaze sve privrede, pa i srpske. Konkurentnost je podeljena na mikro konkurentnost (konkurentnost na nivou pojedinačnog preduzeća i proizvoda), makro konkurentnost (konkurentnost na nivou države) i svodna ili integralna konkurentnost, koja predstavlja sintezu mikro i makro konkurentnosti.

Faktori konkurentnosti su faktori na strani ponude, faktori na strani tražnje i faktori koji spajaju (sa stanovišta interesa) ponudu i tražnju i dovode do zaključivanja poslova i ugovora ili razlaza partera (cene, devizni kursevi, carine, transportni troškovi i drugi faktori konkurentnosti).

Faktori koji dovode do spajanja ponude i tražnje ili razlaza partnera (faktori konkurentnosti u užem smislu) su:

kvalitet i tehnološka svojstva proizvoda (usluga i sl.),
cene, korigovane instrumentima spoljno-trgovinske politike u zemlji izvoznici i
zemlji uvoznici;
način plaćanja;
rokovi isporuka i način održavanja;
organizacija istupanja na strana tržišta i marketing;
razvojno osposobljavanje privrede zemlje kupca i
ostali faktori konkurentnosti.

- Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 224

Na međunarodnom tržištu uvek pobeđuju oni proizvođači koji, svojim faktorima konkurentnosti, osvoje preferencije stranih kupaca, nadvladaju stranu konkurenciju i privlače (zaključuju) međunarodne poslove u svoju korist.

U svetskoj privredi je u ovom trenutku zaustavljen pad ali je još uvek neizvesno šta će se dalje dešavati, da li će i kada će rast biti obnovljen i kada će se dostići nivo GDP-a koje je postojao pre krize.

Kada se radi o konkurentnosti , onda u svetskoj privredi ne važi igra sa nultom sumom. To omogućava svakoj zemlji da unapredi svoj prosperitet, ukoliko ostvari rast produktivnosti konkurentnosti , bez obzira na rast ili pad nivoa konkurentnosti drugih zemalja. Tome je u novije vreme posebno pogodovao proces globalizacije, koji je, s jedne strane, omogućio prosperitet onima koji povećavaju konkurentnost, ali je s druge strane, istovremeno relativno povećao troškove onima koji imaju nisku produktivnost.

Globalizacija je izazvala i promene u okruženju. Pokretači ovog procesa bili su: smanjivanje barijera za razmenu i investicije, brzo rastući obim i difuzija znanja i unapredjenje nivoa konkurentnosti u mnogim zemljama.²⁹

Ostvarivanje prosperiteta u globalizovanoj privredi je vezano za stvaranje što povoljnijih uslova u kojima kompanije mogu unapredi svoju produktivnost. Otuda je svaka država najodgovornija za stvaranju dobre poslovne klime na svojoj teritoriji.

Primarni ciljevi nisu veličina privrede, obim deviznih rezervi, obim izvoza itd. već stvaranje najkvalitetnijeg poslovnog okruženja iz čega će proistići visok životni standard odnosno prosperitet.

• 29 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 13

Raspoloživi pokazatelji, kao i nekoliko sprovedenih istraživanja, sugerišu da je Srbija u mogućnosti da ostvaruje značajno veći izvoz nego što trenutno uspeva. Svi razlozi tog zaostajanja mogu se svesti na zajednički imenitelj, a to je nedovoljna konkurentnost, ne samo u odnosu na zemlje EU, već i u odnosu na zemlje okruženja.

Povećanje vrednosti robe koja se plasira na inostranom tržištu podrazumeva prethodna investiciona ulaganja u devastiranu privredu Srbije. Ta karika povezuje problem investiranja u nove tehnologije i opremu, povećanje konkurentnosti izvoza, osvajanje novih izvoznih destinacija i tržišnih nivoa, postizanje viših stopa rasta BDP u jedinstvenu celinu, iz koje nije moguće izdvojiti neki deo, a da se ne ugrozi celina.³⁰

- ³⁰ Konkurentnost privrede Srbije (2003), Jefferson institute, Beograd, str. 1

5.1 Globalni nivo konkurentnosti

Ostvarivanje prosperiteta u globalizovanoj privredi je vezano za stvaranje što povoljnijih uslova u kojima kompanije mogu unaprediti svoju produktivnost. Otuda je svaka država najodgovornija za stvaranje dobre poslovne klime na svojoj teritoriji.

Zbog toga je moderna teorija konkurentnosti ustvari konkurencija izmedju različitih lokacija. Primarni ciljevi nisu veličina privrede, obim deviznih rezervi, obim izvoza itd. već stvaranje najkvalitetnijeg poslovnog okruženja iz čega će proistići visok životni standard odnosno prosperitet.

Nasleđeni i kreirani prosperitet

Kada se radi o prosperitetu veoma je važno pravi razliku izmedju nasleđenog i kreiranog prosperiteta. Analizirajući konkurentsku poziciju Rusije, kao resursno bogate zemlje, Porter, Ketels i saradnici ističu da nasleđeni prirodni resursi i bogatstvo mogu imati pozitivan efekat na nacionalni prosperitet, ali njihova raspoloživost sama po sebi ne garantuje prosperitet, čak nekada može i otežavati kreiranje bogatstva. Nasledjeno bogatstvo proističe iz prirodnih resursa kao što su minerali, nafta, zemlja, dobre lokacije...³¹

Kreirani prosperitet znači stvaranje bogatstva na osnovu sposobnosti ostvarivanja visoke produktivnosti proizvoda i usluga koji su profitabilno plasirani na strano i domaće tržište.

• 31 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 14

Dakle, kreirani prosperitet ima ograničenje samo u sposobnosti inoviranja i dinamiziranja firmi. Bogatstvo mogu kreirati samo firme. Država ne može da kreira bogatstvo ali ima značajnu ulogu u stvaranju dobrih uslova za kreiranje prosperiteta.

Država ima veoma važnu ulogu zato što je ona direktno odgovorna za stvaranje zdravih konkurentskih uslova koji omogućavaju rast produktivnost i za kreiranje dovoljno atraktivnog poslovnog ambijenta za uspešan razvoj privatnog sektora.³²

Kao potvrdu ove teze možemo navesti brojne primere zemalja koje imaju daleko lošiji rang konkurentnosti u poređenju sa rangom GDPpc ppp, što ukazuje da u njima postoji ogroman prostor za relativno brzo i uspešno unapređenje konkurentnosti ; Srbija, sa Hrvatskom i Italijom, deli od 8. do 10. mesta u ovoj grupi zemalja, sa konkurentnošću koja je za 27 mesta slabija od nivoa GDPpc ppp. Na čelu ove liste su Venecuela, Trinidad i Tobago, Grčka, Libija i BiH. Na drugom kraju se nalaze zemlje nosioci prosperiteta i kod kojih je rang konkurentnos znatno viši od ranga GDPpcppp, što im u budućnost obezbeđuje visok tempo rasta. Na čelu ove grupe zemalja su Indija, Kina, Tajland, Tunis, Indonezija...

• 32 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 15

5.2 Faktori koji utiču na konkurentnost u Srbiji

Tokom 90-ih godina u privredu Srbije je investirano manje od 50% amortizacije.

Još nepovoljniju sliku pokazuju podaci o investicijama u industrijsku opremu: ispod 15% iznosa amortizacije, a poslednjih godina minule decenije čak ispod 10%. Sredstva amortizacije su nekritički uključena u tekuću potrošnju čime se svesno potkopavala baza za docniji privredni rast, a standard održavao većim nego što bi inače bio. Posledice su evidentne i pokazuju se na svim područjima privrednog života. Sada se računa da su investicije tek u 2005. godini dosegle 20% učešća u bruto domaćem proizvodu. Upoređenja radi, EBRD ocenjuje da je učešće investicija u GDP 2001. Bilo u: Češkoj republici 35%, Estoniji 28% Mađarskoj 27% Slovačkoj 32%, Hrvatskoj 23%, Sloveniji 27%.

Da bi podigla stopu privrednog rasta, te ostvarila konstantno povećanje bruto domaćeg proizvoda i standard zaposlenih, Srbija mora doseći globalnu konkurentnost, prvenstveno na tržištu zemalja Evropske unije sa kojima se odvija najveći deo njene spoljnotrgovinske razmene, tokova kapitala i prema kojima ima najveći deo spoljnog duga.³³

Komparativna prednost se tradicionalno vezuje za proizvodne faktore, kao što su prirodni resursi i cena radne snage, dakle za nešto čime zemlja raspolaže u boljem rasporedu ili kvalitetu ili u većoj meri nego druge zemlje sa kojima se susreće u međunarodnoj trgovini.

Troškovi rada su primarni činilac konkurentnosti, naročito u industriji. Troškovi rada po jedinici proizvoda zavise od odnosa između produktivnosti rada i: a) iznosa nadoknade za rad (plate) i b) ostalih troškova vezanih za osnovnu platu. Visoki troškovi rada se mogu kompenzirati visokom produktivnošću i na taj način očuvati konkurentsku sposobnost na ravni koja je eventualno postojala pri nižim troškovima rada.

• 33 Konkurentnost privrede Srbije (2003), Jefferson institute, Beograd, str. 30

Cene danas imaju mnogo manji značaj u objašnjavanju konkurentnosti nego ranije. Ipak, cene su i dalje važan faktor konkurentnosti u zemljama koje imaju nizak dohodak po glavi stanovnika (tržište je osetljivo na promene cena) i kod visoko standardizovanih proizvoda (kao što su berzanski). Kod proizvoda višeg stepena finalne obrade cenovni faktor konkurentnosti gubi na značaju, a primat dobijaju necenovni faktori, naročito kvalitet.

Umesto cene, u prvi plan izbijaju druge osobine proizvoda: kvalitet, oblik, lakoća upotrebe, vek trajanja, sigurnost, pouzdanost, brzina isporuke, garantni rokovi, servisiranje i nabavka delova. Sve navedene karakteristike se jednim imenom zovu necenovni faktori konkurentnosti.³⁴

Bankarski sektor - većina privrednika ističe da bankarski sektor u Srbiji ne odgovara savremenim potrebama privrednika. Posebne zamerke se odnose na nedostatak kredita i preveliki jaz između aktivne i pasivne kamate. Očekuje se veća uloga državne podrške izvoznoj ekspanziji, kroz državne subvencije u kreditiranju izvoza i proizvodnje.

Marketing - Većina preduzeća ističe da nema razvijen marketing i da nisu preterano orijentisani na zadovoljenje potrošača. Srpski privrednici ističu da uglavnom izvoze pod stranom markom.

Etnocentrizam potrošača - Potrošači u Srbiji pokazuju znatnu sklonost ka stranim markama, čak i prema onima koje dolaze iz zemalja sa kojima se ratovalo. U regionu Balkana, oni pokazuju najvišu sklonost ka kupovinama u inostranstvu. Iako ne idu često u inostranstvo, Srbi kupuju proizvode veće vrednosti. Potrošači iz susednih regiona slabo preferiraju šoping u Srbiji.

• 34 Konkurentnost privrede Srbije (2003), Jefferson institute, Beograd, str. 4

Barijere u spoljnoj trgovini - Privrednici ističu sledeće carinske barijere sa kojima se suočavaju: pogrešna struktura carina (visoke carinske stope na repromaterijal, niske carinske stope na finalni proizvod), uvozna zavisnost, sporost procedure i spor povraćaj carina na uvozne sirovine.³⁵

Javne nabavke - Privrednici smatraju da bi trebalo dopuniti Zakon o javnim nabavkama uvođenjem marže tolerancije do 15%, čime bi domaće firme bile favorizovane u odnosu na strane ponuđače, ako ponude do 15% višu cenu.

Dampinški izvoz-uvoz – U spoljnotrgovinskoj praksi Srbije, od 1990. godine, mnogo veći problem predstavlja uvoz po dampinškim cenama, od izvoza po dampinškim cenama.

Po dampinškim cenama se uvozi tekstil, odeća i obuća, bela tehnika i brojni proizvodi široke potrošnje, što prolazi potpuno nekažnjeno, a nanosi štetu domaćoj privredi.

• ³⁵ Konkurentnost privrede Srbije (2003), Jefferson institute, Beograd, str. 5 i 6

5.3 Ekonomske transakcije i kretanje kapitala

Potrebe (potrošnja) se zadovoljavaju jednim delom iz domaće proizvodnje, a drugim delom iz uvoza. Isto tako, deo nacionalne proizvodnje se troši u zemlji, a deo kroz izvoz prodaje potrošačima u drugim zemljama.³⁶

Uvoz, predstavlja deo nacionalne potrošnje (oruđe za rad, sirovine, roba široke potrošnje) koji se zadovoljava kupovinom strane robe.

Izvoz predstavlja deo nacionalne proizvodnje koji se prodaje inostranim subjektima (nerezidentima) u cilju zadovoljavanja određenih njihovih potreba.

Izvoz se najčešće knjiži na paritetu isporuke (franko fabrika, franko prevoznik, isporučeno na granici), a uvoz na paritetu prijema robe (cena sa osiguranjem i vozari-
nom u mestu kupca, dostavljeno luka odredišta u zemlji kupca bez plaćene carine i sl.).

Pri tome uvoz, najčešće, pokazuje koje su od domaćih industrija nedovoljne ili nekonkurentne da zadovolje određene domaće potrebe, a izvoz pokazuje u kojim industrijama i proizvodima domaća privreda ispoljava komparativne prednosti pri uvozu u određenu inostranu privredu.

Kod analize spoljne trgovine izvoz i uvoz se pored namene (oprema, reprodukcioni proizvodi i roba široke potrošnje) još analiziraju i po privrednim sektorima na bazi statistike UN tzv. SITC statistike i to na sledeći način: sektor 0 hrana (žive životinje, meso i prerade, mlečni proizvodi i jaja, ribe i prerađevine, žitarice, voće i povrće, šećer izrade i med, kafa čaj kakao začini, stočna hrana i ostali proizvodi za hranu); sektor 1 piće i duvan; sektor 2 sirove materije izuzev goriva (kože i krzna, sirova, uljano seme i plod, sirovi kaučuk, drvo, građa, pluta, celuloza i otpaci od hartije,

• ³⁶ Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 101

tekstilna vlakna i otpaci, sirova gnojiva i minerali, metalne rude i otpaci metala, ostale životinjske i biljne sirovine), sektor 3 mineralna goriva i maziva (ugalj koks i briketi, nafta i proizvodi nafte, električna energija), sektor 4 (ulja i masti životinjska i biljna), sektor 5 hemijski proizvodi (hemijski elementi i jedinjenja, katran i sl., boje – materije za štavljenje i bojenje, medicinski i farmaceutski proizvodi, eterična ulja i parfimerijske materije, veštačko đubrivo, eksplozivi i pirotehnički proizvodi, plastične materije i celulozne smole, ostale hemijske materije), sektor 6 proizvodi klasirani po materijalu (koža- izrade i urađeno krzno, izrade od kaučuka - regenerisana guma, izrade od drveta i plute, hartija karton i izrade, tekstilna prediva tkanine i gotov roba, izrade od metala- gvožđe i čelik, obojeni metali, izrade od minerala), sektor 7 mašine i transportna sredstva (mašine izuzev električnih, električne mašine i aparati, uređaji, transportna sredstva), sektor 8 razni gotovi proizvodi (materijal sanitetski grejni i za osvetljenje, nameštaj, putne, ručne torbe i ostali artikli, odeća, obuća, proizvodi precizne mehanike, ostali gotovi proizvodi i sektor 9 (razne ostale transakcije).

Najbolja izvozna politika je kad se ima stabilna izvozna struktura koncentrisana na određen broj proizvoda u svakoj grani koji daju širi ugled određenoj zemlji kao izvozniku na svetskom tržištu, a onda se uz njih u izvoz uključuju i drugi proizvodi (jedni proizvodi vuku prodaju i izvoz drugih).

Između zemalja u svetu danas se izvoz i uvoz robe vrši kroz četiri osnovna oblika:

- A. redovan (slobodan) izvoz i uvoz;
- B. vezani poslovi;
- C. specifični poslovi
- D. dugoročna proizvodna kooperacija i poslovnotehnička saradnja.

Kod dugoročne proizvodne kooperacije je, takođe, uvoz vezan za izvoz i obrnuto, ali se vezivanje vrši po principu dugoročne podele rada u procesu proizvodnje istog ili sličnog proizvoda, a ne po principu trgovine.³⁷

5.4 Uloga menadžmenta u konkurentnosti Srbije

Pozicija srpske privrede u odnosu na razvijene privrede u svetu i dalje je nezavidna. Prema podacima iz Globalnog izveštaja o konkurentnosti (GCR), rang Srbije u 2009. godini je pogoršan u odnosu na prethodnu godinu (93.mesto od ukupno 133 rangirane zemlje u odnosu na 85.mesto u 2008.godini). Na kvalitet poslovnog okruženja u Srbiji snažno utiču aktuelni kompleksni administrativni, pravni, socijalni, politički i dr. faktori.

Slabu privrednu klimu dodatno opterećuje neprepoznavanje važnosti stručnog, visoko profilisanog obrazovanja na najvišim pozicijama u organizacijama. Raspoloživo domaće tržište je malog kapaciteta i uslovljeno je niskom kupovnom moći potrošača, a sofisticiranost kupaca kao značajan indikator uslova tražnje i pokazatelj dominantne prirode konkurentske prednosti, prema relevantnim GCR pokazateljima je i dalje veoma slaba (negativni trend se nastavlja – Srbija je tek na 111. mestu i pri tom je u odnosu na prethodnu godinu ostvarila pad za 9 pozicija).³⁸

Pozitivne tendencije u evropskim integracijama, CEFTA sporazum sa zemljama istočnoevropskog regiona, pristup inostranom tržištu i intenzivnija aktivnost inostranih kompanija u našoj zemlji (US Steel, Philip Morris, BAT, FIAT, Microso, Coca-Cola, Telenor..), razvijenost naučno-istraživačkih institucija, kao i ubrzani razvoj telekomunikacione infrastrukture, važne su komponente u kreiranju solidne „platforme“ za kvalitetniji i inovativniji poslovni ambijent i ostvarenje konkurentskih prednosti Srbije.

Pitanje prepoznavanja vrednosti i pokretača ostvarenja konkurentskih prednos u organizacijama uglavnom rezultira listom na kojoj dominiraju: 1) kvalitet proizvoda /usluga, 2) konkurentne cene i 3) dobar imidž, dok se dobri međuljudski odnosi, timski rad, inovacije i tehnološki razvoj manje istaknu.³⁹ Značajni izazovi sa kojima se organizacije u Srbiji suočavaju, ističu se sofisticiranost obavljanja posla,

• 38 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 36 i 37

• 39 www.priv.rs

profesionalnog menadžmenta, efikasnos upravnih odbora, delegiranja autoriteta i saradnje na relacijama poslodavac – zaposleni, usvajanja novih tehnologija i razvoja inovacija.

Nedostatak lokalnog rivaliteta u srpskoj privredi negativno se odražava na unapređenje produktivnos i jačanje razvojno-inovativnih potencijala i strategija domaćih kompanija. Prema indikatoru prirode konkurentske prednosti , pozicija Srbije je veoma niska, s obzirom da konkurentsko ponašanje najvećeg broja privrednih aktera determiniše najpovoljniji odnos troškovi/cena prema kupcima, a ne superioran kvalitet, inovacije i diferenciranje.

Razvijanje uspešnih lanaca vrednosti je značajan imperativ u unapređenju konkurentskog potencijala domaće privrede, posebno ukoliko se sagledaju pojedini indikatori globalne konkurentnos koji ukazuju na alarmantnu trenutnu situaciju.⁴⁰

Značajna komponenta u ovom delu lanca vrednosti je saradnja industrije sa istraživačkim i naučnim insitucijama, konsultantska podrška i mogućnost unapređenja operativnih procesa putem edukacija i treninga. Postprodajna podrška predstavlja značajne aktivnosti unapređenja odnosa sa potrošačima. Ovim aktivnostima u generičkom lancu vrednosti utiče se na dugoročnu satisfakciju kupaca i sticanje njihovog poverenja, a to može značajno doprineti stvaranju snažne poslovne reputacije i unapređenju konkurenske pozicije firme.

Godišnji izveštaji o konkurentnosti nedvosmisleno ukazuju da se Srbija bez radikalnih i brzih promena neće moći uspešno nositi sa konkurencijom iz šireg i neposrednog okruženja. Da bi poboljšala svoju poziciju u odnosu na druge zemlje koje se takodje nalaze u fazi tranzicije, Srbiji su neophodni kompetentni lideri koji su sposobni da upravljaju promenama, koji mogu definisati smer i tok reformi, a da pri tom, istovremeno nadahnjuju i motivišu ljude za njih.

• 40 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 38 i 40

U ozbiljnoj krizi, koja je zahvatila i Srbiju, svi pogledi su uprti u lidere i od njih se očekuje da daju smernice, da realno iskažu ono što svi osećaju, da artikuliraju dalji pravac i pronadju delotvorne načine za što bezbolnije prevazilaženje straha i opšte neizvesnosti.

U nejasnoj situaciji, stanju finansijskih i emocionalnih lomova ljudi najpre posmatraju reakcije lidera, kao najznačajniji odgovor. Poruke koje lideri šalju moraju bi realne, u velikoj meri izvesne i jedinstvene. U protivnom, neusaglašene, kontraverzne poruke će veoma lako ranjive i anksiozne građane iz stanja straha odvesti u stanje panike.

Međutim, u finansijskoj krizi kompanije u Srbiji reaguju očekivano: otpuštaju zaposlene i smanjuju obim advertajzinga, razvoja i istraživanja, obuke i konsaltinga. Tokom krize je važno da se održi tok gotovine i očuva ljudski kapital.

Otpuštanje ljudi da bi se smanjili troškovi nije najbolje rešenje jer ljudi čine suštinu organizacije i osnovni su sastojak njene kulture. Organizacionu kulturu je veoma teško izgraditi i održati, zbog toga, otpuštanje treba da bude poslednje utočište. Ukoliko je neophodno smanjiti troškove radne snage efikasnije je smanjiti broj radnih sati a ne smanjivati broj ljudi. Deljenjem zadataka svi trpe bol, ali neznatan, a ljudski kapital se zadržava.⁴¹

Ako se zadrže kvalitetni ljudi oni sada imaju vremena da nešto urade, da se bave zadacima koji će redefinisati kompaniju, njene proizvode, njenu strategiju. Sada kompanija ima vremena da razmišlja, a nije ga imala kada je bila zatrpana poslom u privredi koja raste. Kriza može postati prekretnica za kompaniju, kako bi se osnažili odnosi i sprovelo inoviranje.⁴²

• 41 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 123 i 127

• 42 www.priv.rs

5.5 Poslovno okruženje Srbije

U Srbiji je 2001. godine započeo proces privatizacije javnih preduzeća po novom zakonu. Proces privatizacije prate mnoge kontraverze i poništavanje velikog broja ugovora o privatizaciji. Od početka privatizacije do sredine 2009. poništeno je oko 20% ugovora o privatizaciji, velikim delom zbog neizvršavanja preuzetih obaveza iz ugovora. Srbija je 2007. ratifikovala CEFTA sporazum kojim bi trebala da se poveća privredna razmena zemlje. Ovaj sporazum podrazumeva zonu slobodne trgovine između zemalja potpisnica, a to su zemlje istočnoevropskog regiona. Srbija je u 2009. godini proizvela GDP u vrednos od oko 48 mlrd. USD što predstavlja pad u odnosu na prethodnu godinu od 3,8%.⁴³

Procene su da će u narednoj godini biti ostvaren rast GDP koji neće prelazi 2% a mereno po glavi stanovnika iznosiće oko 5.000 USD. Najveći udeo u GDP zauzimaju usluge dok drugo mesto zauzima industrijska proizvodnja. Privredna proizvodnja je u 2009. zabeležila pad u skoro svim granama osim u poljoprivrednoj proizvodnji koja je ostvarila minimalan rast i sektoru telekomunikacija koji je povećao svoju aktivnost za 28,5% u odnosu na prethodnu godinu. Zabeležen je veliki prosečni rast GDP po glavi stanovnika u periodu od 2002. do 2009. godine od skoro 15%, kao što se može videti, s obzirom da je u početni nivo u 2001. godini bio veoma nizak i iznosio oko 1.500 USD pa je to generalni razlog visokoj stopi rasta GDP. Definitivno postoji zaostatak za zemljama u okruženju po nivou GDP po glavi stanovnika ali ukoliko se nastavi rast po ovako visokoj stopi postoje mogućnost za hvatanje koraka sa regionom.

Srbija je u 2009. god. uvezla robe u vrednosti od oko 23 mlrd. USD, dok je izvoz bio približno 15,5 mlrd. USD, što ukupno čini spoljno trgovinski deficit od 7,5 mlrd. USD⁴⁴. Veliki deo trgovine se odvija sa zemljama koje su trenutno u CEFTA gde je u prvih 11 meseci iste godine ostvaren suficit od 1,6 mlrd.⁴⁴

• 43 Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 180 i 181

• 44 www.priv.rs

USD i to je tržište na kome Srbija kontinuirano ostvaruje suficit u razmeni a najveći suficit ostvaruje se u trgovini sa BiH.

Srbija je 2009. god. završila sa inflacijom koja je iznosila oko 6,6%, dok je u januaru 2010. godine ista iznosila 4,8%.⁴⁵ Relativna stabilnost cena doprinosi pozitivnoj oceni atraktivnost tržišta za investiranje ali je rizik investiranja umnogome povećan političkom nestabilnošću i visokim kamatnim stopama koje su i jednim delom posledica restriktivne monetarne politike. Takva monetarna politika je nametnuta ekspanzivnom fiskalnom politikom koja zahteva od monetarnih vlasti da obuzdaju inflaciju kontrakcijom ponude novca a preko referentne kamatne stope, koja je u 2010. god. smanjena na 9%. Stanje platnog bilansa u 2009. bilo 3,3 mlrd. USD uglavnom zbog većeg zaduživanja države kod međunarodnih finansijskih institucija. Sa ponestajanjem kompanija za privlačenje postavlja se pitanje kako će se budžet puniti u budućnosti jer su alternative još nedefinisane a stvaranje dobre klime za strane direktne investicije (u daljem tekstu FDI) ne odmiče očekivanim tempom.

Trenutno u Srbiji postoji jako loša investiciona klima uglavnom zbog visoke korupcije i neadekvatnih stimulacija za dolazak stranih investitora. Situacija se može popraviti birokratizacijom propisa koji utiču na dolazak kapitala i započinjanje biznisa. Trenutno stanje govori da su investitori opterećeni nepotrebnim propisima koji usporavaju obrt kapitala i stvaraju dodatni trošak.⁴⁵

• ⁴⁵ Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd, str. 183 i 185

5.6 Rezultati tranzicije

Transformacija svojine u Srbiji vršena je na bazi različitih modela i u raznim vremenima. Od tri poznata modela tranzicije primenjivana su dva: radnička odnosno insajderska privatizacija i prodaja tzv. strateškom partneru, dok treći model vaučerizacija, je samo delimično primenjen i to pri kraju privatizacije. On je dao preskromne rezultate, tako da ne zasluži da se nazove modelom privatizacije u Srbiji.⁴⁶

Po dolasku DOS-a na vlast, usvojen je nov Zakon o privatizaciji (2001.) ali je privatizacija na osnovu drugog zakona ostala validna. Novi zakon se odnosio samo na

nove privatizacije. Njegova je suština prodaja preduzeća strateškim vlasnicima putem tendera, aukcije ili na tržištu akcija, do nivoa 70% vlasništva. Razlika od 30% može besplatno da se podeli radnicima i penzionerima (a u javnim preduzećima od izuzetnog

državnog značaja do 15%). Sredstva od prodaje idu u državni budžet sa namenom dopune budžeta, s tim da deo iz budžeta ide u razvojne projekte (npr. NIP) direktno ili preko Fonda za razvoj, deo u Penzioni fond i deo u Fond za zapošljavanje, a deo za obeštećenje starih vlasnika tzv. Fond za restituciju.

Dopunom Zakona o privatizaciji iz 2008. godine, omogućena je delimična vaučerizacija iz fonda neprodatih preduzeća (prvenstveno javna i komunalna preduzeća), u iznosu od 1 000 evra za svakog punoletnog državljanina, koji ranije nije dobio akcije, ili kojih se odrekao, ako su one bile u lošim preduzećima sa zanemarivo niskom vrednosti. Međutim, uskoro se uvidelo da zamišljenih 1.000 evra na tržištu vredi mnogo manje (100-300 evra), što je izazvalo opšte nezadovoljstvo vlasnika tih akcija.

Iako se nijedan model tranzicije ne može smatrati pravednim, model vaučerizacije je najpravedniji, jer omogućava jednako vlasništvo svim građanima starijim od 18 godina, iz stvorene državne odnosno društvene svojine.

• ⁴⁶ Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 378 i 379

Prvi model radničke privatizacije favorizuje radnike određenog preduzeća. Neki se neopravdano bogate samo što rade u dobrom preduzeću (na primer radnici cementare “Beočin”, “Hemofarma”, “Apatinske pivare”, “Knjaz Miloša”, “C marketa”, “Soko Štarka”), dok drugi koji su radili u lošim preduzećima (preduzeća iz metalskog kompleksa i tekstila) ne mogu da unovče svoje akcije.

Druga je nepravda što su vlasništvo nad preduzećima preuzeli i bogataši koji su se obogatili na ratnom profiterstvu i pranju novca, kao i u raznim operacijama kriminala i korupcije. Poseban je problem što se učešće tzv. “prljavog novca” u tranziciji veoma teško otkriva.

Treća je nepravda što sve privatizacije nisu izvršene transparentno, pa se dešavalo da preduzeća u koja su uložene milijarde dolara, novi vlasnik plati nekoliko desetina miliona dolara, ili uopšte mnogo manje od tržišne vrednosti.

Sve prethodno uticalo je da je na jednoj strani formiran sloj bogataša, a na drugoj strani siromašno stanovništvo. Smatra se da ispod 5% najbogatijih stanovnika Srbije drži oko 50% nacionalnog bogatstva. Srednja klasa nestala je sa privredne scene Srbije, a ispod ili na minimumu egzistencije je oko četvrtine stanovnika naše zemlje.

Iako budžet previsoko opterećuje BDP preko 45% (a za naše uslove normalno bi bilo 35%) prednost je što nema veliki deficit, u čemu su značajnu ulogu odigrali i prihodi od privatizacije.⁴⁷ U vreme ekonomske krize iz 2008. godine u Sporazumu sa MMF-om, za 2009. godinu je dozvoljen deficit budžeta od 4,5%. Regulisana je stara devizna štednja i povraćaj Zajma za preporod Srbije. Banke su u manjim dubiozama i efikasnije posluju, mada je veoma loša tendencija što preti opasnost da uskoro ostanemo bez izvorno domaćih banaka. Donet je moderan Zakon o radnim odnosima kao i Zakon o privrednim društvima i o stečaju. Takođe je promenjeno zakonodavstvo koje reguliše oblast trgovine, spoljne trgovine, deviznog poslovanja i zaduživanja u inostranstvu. Doneti su Zakoni koji daju polaznu osnovu za borbu protiv monopola, kriminala i korupcije, zaštitu potrošača, kao i zakoni iz oblasti vojske i bezbednosti.

• 47 Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 380

Otvoreni su i procesi dobre međuregionalne saradnje i pridruživanja Evropskoj uniji. Liberalizacija ponude i tražnje na unutrašnjem tržištu delimično je izvršena i to najviše u domenu cena. Liberalizovane su sve cene izuzev cene lekova, energetike i komunalnih usluga. Takođe su ukinute neke subvencije iz budžeta, a subvencionise se i dalje proizvodnja mleka, priplodnih junica, zasada voća, pšenice, kukuruza, duvana i suncokreta.

Spoljna trgovina naglo je liberalizovana, prilikom harmonizacije propisa sa Crnom Gorom, a nije se dovoljno imalo u vidu da je naša privreda godinama izložena sankcijama, ratovima u okruženju i bombardovanju po osnovu agresije NATO pakta. Nagla liberalizacija je zaustavila razvoj mnogih privrednih sektora. Preko noći nestaju cele privredne grane, kao što su industrija metala, elektroindustrija, tekstilna industrija i industrija obuće, a donekle nameštaja i građevinarstvo.⁴⁸

Zaštitna politika prilično je standardizovana. Naša Carinska tarifa je harmonizovana sa WTO. Broj carinskih pozicija u Srbiji iznosi 10.268, prosečna carinska stopa koja pokazuje carinsko opterećenje iznosi 8,8%, a ponderisana stopa iznosi 6,3%, približno carinskoj stopi u EU.

U toku je harmonizacija i vancarinskih instrumenata, a posebno izvoznih stimulacija. STO dozvoljava zaštitu na granici samo u formi carine. U domenu stimulacija dozvoljene su samo one koje minimalno utiču na trgovinu i to:

opšte raspoložive usluge vlade u domenu istraživanja, kontrole bolesti i bezbednosti, direktna davanja proizvodnji (uvećanje dohotka preduzeća), koja su odvojena od uticaja na cenu proizvoda i konkurentnost, pomoć za strukturno prilagođavanje, direktni transfer sredstava za zaštitu okoline (ekologija), transfer sredstava za pomoć nerazvijenim regionima, određeni vidovi finansiranja poljoprivrede, sela i ruralnog turizma, a koji nisko i simbolično utiču na cenu proizvodnje.

- 48 Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 381
- www.priv.rs

5.7 Zaduzenost Srbije

Najveći problem Srbije je što potrošnja značajno nadmašuje proizvodnju, što je posledica dugoročnih strukturnih problema u privredi, a posebno sankcija i NATO bombardovanja. Preterana potrošnja u odnosu na proizvodnju direktno se odražava na deficit platnog bilansa, na zaduženost zemlje prema inostranstvu i na stalne inflatorne težnje i naboje. Delovanje preko konjunktura i cena može poboljšati situaciju u kratkom roku, ali dugoročno uklanjanje deficita nije moguće bez temeljnih strukturnih promena i uravnoteženja proizvodnje i potrošnje.

U slučaju naše zemlje posebno je nepovoljno što višak potrošnje nad proizvodnjom, preslikan u deficitu tekućeg bilansa, značajnim delom ide u neproizvodne namene, umesto u razvoj, što će nepravedno opterećivati standard naših potomaka. Radi usklađivanja bilansa potrošnje sa proizvodnjom potrebna je kontrola ukupne tražnje, a još više investiranje u strukturne promene, kako bi se proizvodilo mnogo više kvalitetnih i jeftinih proizvoda i usluga (brendova) koje prihvata svetsko tržište.⁴⁹

U srednjeročnom periodu potrebna je stopa rasta 6-7% da bi se značajno ojačala izvozna ponuda dobara i usluga. Izuzetno nepovoljan pokazatelj jeste da investicije iznose svega 15% BDP, a domaća štednja je tri puta manja. Bez stope investicija od 20 - 25% BDP teško je ostvariti bilo kakve razvojne zamisli, a pogotovo u razumnom vremenskom periodu smanjiti nezaposlenost i učiniti prihvatljivim i optimalnim deficit u tekućem podbilansu platnog bilansa koga uzrokuje preterana potrošnja u odnosu na proizvodnju.

Uzroci deficita (gde izvoz robe pokriva jedva 40-50% uvoza i znatno je manji od deficita robnog bilansa) jesu, pored pomenutih strukturnih problema, i nekonkurentnost domaće privrede, precenjen kurs dinara i preterana liberalizacija uvoza.

• ⁴⁹ Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 382

Deficit tekućeg računa u Srbiji u 2009.godini iznosi 5,7% BDP, u Sloveniji 0,3%, Češkoj 1%, Poljskoj 1,6%, dok Mađarska pokazuje suficit 0,4%.

Izvoz je u 2009. godini u Srbiji iznosio 1.000 dolara po stanovniku, radi poređenja u Češkoj je isti pokazatelj 7.600, u Mađarskoj 7.200, u Poljskoj 3.100, u Hrvatskoj 1.600, u Rumuniji 1.400 dolara. U Češkoj je izvoz u 2009. godini iznosio 50% BDP, kod nas 25%. Vredi pomenuti i izvanredne uspehe u izvozu koje su napravile Slovenija (apsolutno tri puta veći izvoz od našeg) ili Mađarska sa preko 10 puta većim izvozom.

Još je nepovoljnija situacija na strani uvoza, koji je u Srbiji duplo veći od izvoza. Ako moramo uvoziti mašine i opremu, naftu i gas, mnoge sirovine, repromaterijale i komponente, nismo morali za uvoz robe široke potrošnje trošiti 3-4 milijarde dolara godišnje, od čega, na primer, na uvoz starih automobila 850 miliona dolara, ili tekstila i obuće oko 700 miliona dolara, a domaći proizvodi i proizvođači iz ovih oblasti skoro da nestaju sa privredne scene. Kvantitativna ograničenja sistem konvertibilnosti ne dozvoljava, ali se može delovati sistemom kvaliteta i zaštitnim merama, koje su saglasne sa pravilima STO, kao i jačom kontrolom ulaza robe na granici.

Finansiranje ogromnog robnog deficita od oko 4,1 milijarda dolara u 2003. i 6,5 milijardi dolara u 2004., 5,3 milijardi dolara u 2005., i 6,2 milijardi dolara u 2006., i 9 milijardi dolara u 2007. godini, vrši se većim delom iz deviznih rezervi građana i preduzeća nagomilanih u prošlosti, stranih direktnih investicija, prvenstveno kroz prodaju imovine i stranih kredita i donacija. U 2005., 2006. i 2007. godini čak su i usluge deficitarne.

Čak se i strani krediti sve više koriste za neproizvodne namene, a zadužuju se buduće generacije (na primer na reformu vojske, policije, državne uprave, penzionog sistema, socijalne politike i sl.). Našoj zemlji treba kapital za razvoj (koji će davati novi profit i devize), a ne zaduživanje za oblasti u kojima i mi imamo respektabilne stručnjake.⁵⁰ Jedino što je potrebno u tom domenu jeste tehnička pomoć iz razvijenih zemalja.

- ⁵⁰ Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd, str. 384 i 385
- www.priv.rs

Strane direktne investicije su uglavnom iz otkupa imovine koje su malo uticale na rast proizvodnje i izvoz, vrlo malo su green field investicije.

Praktično nemamo “green field” stranih direktnih investicija, a imovina koju su stvarale prethodne generacije brzo se prodaje. Ne bi trebalo žuriti sa prepuštanjem stranom kapitalu, elektroprivrede i komunalne privrede, jer su one pokretač ukupnog razvoja i garant, koliko toliko, samostalnosti u donošenju razvojne i ekonomske politike.

Strani vlasnici brzo bi povećali cene i prepolovili broj zaposlenih.

Na početku sankcija spoljni dug iznosio je 7,1 milijardu dolara. Zbog nagomilanih kamata, uključujući i zatezne, koje su obračunavane čak i za vreme sankcija i bombardovanja, dug je krajem 2000. narastao na 11,4 milijarde dolara, a krajem 2009. na 31 milijardu dolara, čak i posle oprosta dela dugova po Pariskom i Londonskom klubu.

Krajem 2009. godine devizni dug Srbije iznosio je 31 milijardi dolara. U ovome dug države (javni dug) iznosi 9,9 milijardi dolara, a banaka i preduzeća 21,1 milijardi dolara. Dug preduzeća iznosio je 14,4 milijardi dolara ili 68,4%, a dug banaka 6,7 milijardi dolara ili 31,6%. Privreda i društvo dovedeni su u potpunu zavisnost od stranog kapitala. Priliv kapitala, po svim osnovama, za 9 godina (2001-2009) iznosio je 70 milijardi dolara, pri čemu je ostvaren prosečan rast industrijske proizvodnje 1%, a poljoprivrede 0,9%. Preterano zaduživanje banaka i preduzeća (porast za 4 milijarde dolara u 2009) može ugroziti likvidnost zemlje i konvertibilnost dinara. Bolja je strategija da konkretni projekti i njihova rentabilnost (dinarska i devizna) budu nosioci spoljnog zaduživanja, umesto banaka i države.

Spoljni dug iznosi oko 80% BDP, 300% izvoza, a otplate duga u izvozu iznose 35% umesto normalnih 25%. Samo u 2010. godini država bi trebalo da, sa zaostalim otplatama iz ranijeg perioda otplati oko 6 milijardi dolara stranih dugova ili 10,4%BDP. Otplate su premašile prirast BDP, pa se za njih troši supstanca. Problem je što se i devizne rezerve smanjuju, samo u 2009. godini za 2,3 milijarde (Mladen Kovačević,2010).

Da bismo uredno otplaćivali spoljne dugove (do 25% deviznog priliva), a da zemlja ne upadne u spoljnu nelikvidnost, potrebno je da deficit tekućeg bilansa bude približan gepu domaće štednje u odnosu na ukupne racionalne i rentabilne investicije i da stopa rasta izvoza robe i usluga bude znatno veća od stope rasta uvoza, a to su veoma ambiciozni ciljevi i zadaci.⁵¹

Pozitivno je što je otvoren proces pridruživanja EU. Dobijena je pozitivna ocena Studije o izvodljivosti, kao prvi korak u pridruživanju EU. Iz nje se jasno vidi šta smo postigli, a šta nismo, u tranziciji i društvenim i privrednim reformama, demokratizaciji društva, vladavini prava, kao i borbi protiv sive ekonomije, kriminala i korupcije. Takođe je data ocena i o tome koliko je sama država stručno osposobljena da vodi i usmerava proces pridruživanja, a kasnije pristupanja EU. I, najzad, kolika je stvarna saglasnost vodećih političkih snaga i raznih društvenih grupa da promovišu i ostvare evropsku budućnost Srbije.

U Studiji se nedvosmisleno zahteva da je neophodno ubrzati proces tranzicije, restruktuiranje preduzeća, razvoj ukupne privredne infrastrukture, kao i savremenih tržišnih institucija, posebno razvoj finansijskog tržišta. Takođe je neophodna izrada strategije razvoja malih i srednjih preduzeća i strategije mikro i makro konkurentnosti domaće privrede. Predstoji nam ogroman posao oko harmonizacije naših propisa (radi se o oko 20.000 zakona i drugih pravnih akata) sa propisima EU, što će trajati sve do momenta pristupanja Uniji.

Krajem 2005. počeli su pregovori u vezi potpisivanja Sporazuma o stabilizaciji i asocijaciji. Sporazum je potpisan u aprilu 2008. godine, pa predstoje njegova ratifikacija i teški pregovori o potpisivanju sporazuma o kandidaturi za članstvo u EU, pogotovo zbog nelegalnog priznavanja Kosova od strane većine zemalja – članica EU. U međuvremenu će delovati i uslovljavanja po osnovu Suda u Hagu.

Harmonija domaćih političkih snaga i mudro rukovođenje sa naše strane, otklanjali bi jednu po jednu prepreku u interesu očuvanja državnosti i razvoja, kao i životnog standarda građana. Pristupanje EU rešilo bi mnoge statusne, političke i ekonomske probleme naše zemlje. Za sada je rok prijema teško predvideti, a trebalo bi da se desi pre jedne decenije.

• 51 www.priv.rs

6. PRIVATIZACIJA ŠEĆERANA U SRBIJI

Nakon petooktobarskih promena pokrenuta je privatizacija preduzeća, pa je kao predmet ovog studijsko istraživačkog rada pažnja i istraživanje usmereno na privatizacije šećerana u Srbiji.

Kada je Agencija za privatizaciju Srbije raspisala međunarodni tender za prodaju šećerana u Crvenki, Kovačici, Baču, Žablju i Pećincima, najavila dozvolu prodaje strancima šećerana u Senti i Novoj Crnji i aukcijsku privatizaciju šećerana u Sremskoj Mitrovici i Kovinu. Ovaj tender u suštini je rezultat odluke Komisije Evropske unije da pripomogne balkanske zemlje omogućavanjem bescarinskog uvoza šećera od repe u narednih pet godina, što, pojednostavljeno, za našu industriju šećera znači da šećer koji se kod nas prodaje za oko 300 eura po toni (a "cena koštanja" proizvodnje mu je dakako mnogo niža) u narednih pet godina mogu po Evropi prodavati po ceni koja se kreće između 590 i 610 eura po toni.

Evropska dozvola da balkanske šećerane na kontingentiranim količinama mogu ostvarivati profit od najmanje 100 odsto posebno je atraktivna za našu industriju, jer se na srpskom tržištu godišnje prosečno troši oko 220.000 tona konzumnog šećera, a proizvodni kapaciteti teorijski godišnje mogu da daju čak oko 750.000 tona šećera od repe. Istina, posle 1985. godine, kada je proizvedeno 650.000 tona, proizvodnja se ustalila na nivo između 100.000 i 150.000 tona.

Ipak, zbog instalisanih kapaciteta, odjednom, devet vojvođanskih šećerana (u Srbiji ih je što živih, što mrtvih ukupno 15), koje imaju (ili mogu imati) sirovinsku bazu, dobilo je "lepu perspektivu", bar u narednih pet godina. Praktično je cela operacija uslovljena njihovom privatizacijom, gotovo formalno – po preporuci Svetske banke.

U tom periodu na tenderu se pojavljuje Miodrag Kostić, vlasnik novosadskog MK Komerca, firme koja je na tenderu kupila čak tri šećerane, za po tri eura za svaku (Bač, Kovačica i Pećinci). Istina, da je država osim spomenutih devet eura za tri

šećerane dobila odmah još oko 1,5 milion eura, pošto je novi vlasnik pristao da izmiri neke obaveze šećerana prema državi pre roka dospeća – a smirio je i lokalna opštinska rukovodstva, koja su dobila po 75.000 eura da unaprede opštinsku infrastrukturu.

Ovde je reč, naravno, o modelu privatizacije "za jedan dolar", pošto je Kostić za spomenute tri šećerane obećao ukupna ulaganja u opremu od oko 20,5 miliona evra i u socijalni program svake fabrike još po 2,1 miliona eura. Još najmanje 25 miliona eura su navodno teški dugovi te tri šećerane, ali je Kostić (2. novembra) izrazio nadu da će kod banaka poverilaca uspeti da ih povoljno reprogramira.

MK grupa“, čiji je vlasnik Miodrag Kostić, kupila je 2002. godine šećeranu „Jedinstvo“ iz Kovačice za tri evra, čime je automatski zaradio 2,84 miliona evra, jer je toliko iznosila razlika između potraživanja i dugovanja firme. S druge strane, Agencija za privatizaciju bezrazložno je oprostila Kostiću celih šest miliona evra koje je morao da uloži u investicioni program, i baš ovo je samo jedan od primera gde su pravljene propusti prilikom privatizacija državnih preduzeća.

Ovo su utvrdili veštaci Trgovinskog suda u Beogradu, pred kojim su mali akcionari šećerane pokrenuli postupak za poništenje privatizacije. Kako se navodi, za 70 odsto društvenog kapitala šećerane trebalo je platiti tri evra, ali i investirati u narednih pet godina ukupno 9.915.000 evra, od toga u razvoj šećerane 7.840.000 evra, a za kupovinu stanova i socijalni program 2.075.000 evra.

Prema pregledanoj dokumentaciji, kupac nije ispunio ugovorne obaveze, već je izmenama i dopunama Ugovora o kupoprodaji društvenog kapitala javnim tenderom dana 16. maja 2006. sve svoje neizvršene obaveze, koje su tada iznosile 1.424.032,93 evra, preneo na drugo pravno lice u ovom sporu, četvrtotужenog 'Sunoko' d. o. o.

Kupac je izmenom aneksa 3 kupoprodajnog ugovora od 24. februara 2005. smanjio svoje obaveze u rekonstrukciju i modernizaciju šećerane na iznos od 3.980.037,17 evra, a da pri tom nije povećao kupoprodajnu cenu od tri evra za 70 odsto društvenog kapitala“, naglašava se u izveštaju.

Veštaci smatraju da je došlo do „potcenjivanja vrednosti kapitala“, jer „nadležni organi šećerane nisu usaglasili vrednost kapitala za period 1997-2002. godine i registrovali kod Trgovinskog suda u Pančevu“ i zaključuju da „korektnost i objektivnost u proceni imovine nisu u potpunosti poštovane u izradi tenderske dokumentacije“.

„Na dan prodaje šećerane zalihe gotovih proizvoda, materijala i robe, dati avansi, potraživanja od kupaca i gotovina iznosili su 711.437.000 dinara. Obaveze prema dobavljačima i druge obaveze iznosile su 573.733.000 dinara. Pozitivna razlika iznosi 173.704.000 dinara ili 2.842.801,80 evra. Kod procene imovine, zalihe robe, materijala, avansi i potraživanja od kupaca nisu vrednovani, što je imalo odraza na korektnost i objektivnost u proceni imovine.

2002. godine MK Commerce nastavlja dalji razvoj poslovanja i širi ga na oblast šećerne industrije gde, aktivnim učešćem u procesima privatizacije, postaje vlasnik šabrike šećera Donji Srem iz Pećinaca, FŠ Jugozapadna Bačka iz Bača, FŠ Bačka iz Vrbasa i FŠ Jedinstvo iz Kovačice.

- Nakon privatizacije šećerana MK Commerce počinje u svojoj poslovnoj komunikaciji da koristi novo ime - MK Group, kao sveobuhvatno ime za tada već veliki poslovni system
- 2003. godine MK Group je kupila Panoniju Vršac, preduzeće za poljoprivrednu proizvodnju, trgovinu i usluge. Iste godine, MK Group je bila jedna od pionira u implementaciji SAP ERP informacionog sistema
- 2005. godine osnovan je Sunoko, joint venture sa Nordzuckerom, trećom najvećom kompanijom za proizvodnju šećera u Evropi čime je, pod vlasništvom od 49% novoostvarene kompanije, MK Grupa zaokružila proces proizvodnje i prodaje šećera
- Daljim učešćem u procesu privatizacije, MK Group pod okrilje svoje poslovne porodice dovodi i sledeća preduzeća: Agrounija iz Indije, Vojvodina iz Novog Miloševa, Elan iz Vršca, Labudnjaču iz Vajske, Đuro Strugar iz Kule i Selekciju iz Aleksinca

- Daljim tokom 2006. godine, MK Group proširuje svoju delatnost na tržište Ukrajine gde je osnovano preduzeće Agro Invest Ukraine sačinjeno od šest poljoprivrednih kompanija koje se prostiru na 25 000 ha obradive površine

Međutim, ni to nije kraj čitavoj priči o šećeru, šećeranama, Miodragu Kostiću. Da bi otplatio dugove NIS-u «MK Komerx» šećeranu «Donji Srem» opterećuje hipotekom, podiže kredit, ali, ni tada ipak ne otplaćuje sve dugove prema NIS-u, već samo prvu ratu, tako da se dugovi prema NIS-u, maja 2004. godine, zbog naraslih kamata, ipak vraćaju na približno isti nivo kao što je bio i 2002. godine. NIS međutim, ipak kasnije, tokom 2004. godine prihvata, odnosno pristaje na reprogram dugova tri šećerane koje su u vlasništvu «MK Komerca».¹ Bez upuštanja u neku širu elaboraciju i pravnu analizu svega ovoga u vezi sa M.Kostićem i «MK Komercom», što se kaže *prima facie* se nameće zaključak da se u radnjama i delima «MK Komerca» i njegovog vlasnika mogu pronaći elementi bića mnogih privrednih prestupa.

Najmanje gužve izazvala je aukcijska prodaja šećerana u Senti i Novoj Crnji koje je kupila italijanska kompanija SFIR (iz Romanjole). Ona je za nešto više od 58 odsto kapitala šećerane u Senti platila 3,8 miliona eura, a za 100 odsto vlasništva šećerane u Crnji 192 miliona dinara (dakle, oko 3,15 miliona eura). Italijani naravno nisu naročito oduševljeni činjenicom da su praktično platili mnogo višu cenu od one koju će platiti MK Komerc, jer to što (zbog načina prodaje) nisu bili prinuđeni da "napismeno" obećaju investicije i socijalni program nikako ne znači da u te šećerane (a ona u Crnji je u veoma lošem stanju) neće investirati, kao i da neće morati pristojno da plate radnike.

Najveću pažnju javnosti izazvao je tender za prodaju najstarije (a mnogi kažu i najbolje i najvrednije) vojvođanske šećerane – one u Crvenki. Za tu šećeranu HSI (Helenik Sugar Industri) iz Grčke ponudio je dva miliona eura, najavio investicije od 7,8 miliona eura u narednih pet godina, a za socijalni program obećao 2,2 miliona eura, uz određeno povećanje plata i deobu tri stana godišnje.⁵² Ova firma je, inače, za

• 52 www.capital.ba/kosticeva-mk-grupa-favorit-za-ku...

preuzimanje šećerane u Žabljju već angažovala ili obećala ukupno oko 9,5 miliona eura (što cene što obećanih ulaganja u opremu i radnu snagu).

Za taj novac, uz vlasništvo nad 70 odsto kapitala šećerane u Crvenki idu i zalihe robe navodno vredne 23,3 miliona eura, ali i dug prema dobavljačima od 13,9 miliona eura i otplata kratkoročnih kredita od 2,7 miliona eura.

Obe fabrike je u procesu privatizacije kupio "Helenik šugar", vlasnik te grupe je ATE banka iz Atine, a njene akcije su oko 90 odsto u državnom vlasništvu.

Za kupovinu su zainteresovane kompanije iz Austrije, Nemačke i Turske. Za ove šećerane pominje se cena od 50 miliona evra pa do 100 miliona.

Treba napomenuti da je država oba pogona u procesu privatizacije prodala za 3,5 miliona evra.

Ipak, kao zaseban slučaj, ovde izdvajamo slučaj koji ipak zavređuje posebnu pažnju, a to je **slučaj šećerne afere**. Naime, uredbom EU od 18. septembra 2000. godine i njenom dopunom od 20. novembra iste godine, otvoreno je tržište EU za uvoz šećera proizvedenog u SRJ i drugim zemljama zapadnog Balkana, bez ikakvih restriktivnih mera i bez carinskih opterećenja.

U to vreme je cena šećera na tržištu EU bila 650 eura po toni, dok je prosečna svetska cena iznosila 300 eura po toni. U to vreme Srbija međutim sa svim svojim šećeranimama nije ni mogla biti izvoznik šećera i to se u Evropskoj Uniji i znalo.

Srbija je naime tada proizvodila tek 115 000 tona šećera, a potrebe na domaćem tržištu su bile oko 250.000 tona. Povoljnostima i preferencijalima koje je EU dala Srbiji, htelo se postići to da se da zamah industriji šećera, koja je 1990. godine proizvodila skoro 600.000 tona. Naravno, uslov za ostvarivanje tih preferencijala je bio da se prilikom izvoza šećera, priloži i autentični sertifikat o poreklu šećera na obrascu EUR1, koji izdaju organi carinske službe u skladu sa Pravilima EU o poreklu robe. Mora se ovde isto tako konstatovati i to da naše zakonodavstvo u to vreme nije predviđalo obavezu izdavanja sertifikata o poreklu robe, a Savezna vlada nije donela odgovarajuće propise o tome.

Vrlo brzo, što će reći 1. avgusta 2001. godine, nakon što su odobrene prve kvote za izvoz šećera, u Srbiji je došlo do naglog povećanja obima uvoza i izvoza šećera, što naravno nije ostalo neprimećeno u Evropi.

Već juna 2002. godine EU svojim uvozniciima uvodi obavezu plaćanja depozita na šećer uvezen iz SRJ, što je bilo upozorenje i Vladi SRJ i republičkoj Vladi, ali i svim drugim državnim organima.

MK grupa kasnije osniva preduzeće "Sunoko" sa firmama iz inostranstva za koje se predpostavlja da pripadaju istom vlasniku, gore navedenom u tekstu. I ovo preduzeće zatim uspešno plasira šećer na tržište EU.

Komisija za zaštitu konkurencije objavila je da je po službenoj dužnosti nastavila ispitivanje tržište koncentracije preduzeća "Sunoko" iz Novog Sada na tržištu Srbije.

Komisija smatra da predmetna prijava ne sadrži dovoljno relevantnih podataka na osnovu kojih je moguća precizna procena stvarne jačine učesnika u koncentraciji, kao i njihovog jedinog konkurenta, tržišnih učešća istih na relevantnom tržištu i strukturnih promena na tom tržištu do kojih će doći nakon sprovođenja koncentracije, navodi se u Zaključku koji je Komisija usvojila 20. oktobra i objavila na svom sajtu.

Komisija je pozvala sva lica koja raspolažu podacima koja mogu doprineti utvrđivanju činjeničnog stanja da ih dostave Komisiji. Preduzeće "Sunoko" u većinskom je vlasništvu kompanije "MK Komerc" biznismena Miodraga Kostića. "Sunoko" u svom sastavu ima četiri šećerane - Pećinci, Kovačica, Bač i Vrbas, a prijavila se i za kupovinu grčke kompanije "Helenik Šugar Industri" u čijem su sastavu dve šećerane u Srbiji u Crvenki i Žablju, i još pet šećerana u Grčkoj. "Sunoko" je bio u zakonskoj obavezi da zatraži od Komisije odobrenje ove koncentracije, a Komisija može svojim rešenjem odobriti koncentraciju, uslovno je odobriti, ili zabraniti njeno sprovođenje.

"Sunoko" je 9. avgusta ove godine podneo zahtev za ispitivanje da li nameravana koncentracija ispunjava uslove dozvoljenosti iz Zakona o zaštiti konkurencije.

U zaključku Komisije se navodi da je ta firma postala najveći proizvođač i izvoznik šećera u Srbiji nakon privatizacije šećerana u Vrbasu, Pećincima, Kovačici i Baču. U toku jedne kampanje ovo društvo preradi oko dva miliona tona šećerne repe i proizvode oko 250.000 tona šećera godišnje.

Komisija je navela i da tržište proizvodnje šećera preradom šećerne repe u Srbiji trenutno ima karakter oligopolskog tržišta i na njemu su prisutna tri pojedinačno jaka učesnika - preduzeće "sunoko" sa tržišnim udelom određenim u intervalu 42 do 44 odsto, Helenik šugar industri sa tržišnim udelom određenim u intervalu od 32 do 34 odsto i Fabrika šećera u Senti, sa tržišnim udelom od oko 22 odsto.

Kako se ističe, sve navedene procentualne vrednosti Komisiji je dostavio podnosilac prijave. Nakon sprovođenja koncentracije tržišni udeo podnosioca prijave bio bi uvećan za postojeći tržišni udeo "Helenik Šugar Industri" i iznosio bi između 74 odsto i 78 odsto, konstatovala je Komisija i navela da bi se "realizacijom prijavljene koncentracije izvršila integracija prvog i drugog učesnika po snazi na definisanom relevantnom tržištu, tako da bi ovo tržište promenilo strukturu i postalo klasičan duopol".

U Zaključku Komisije se navodi da je poslovna delatnost MK Grupe proizvodnja i trgovina poljoprivrednim proizvodima, odnosno - proizvodnja šećerne repe, šećera, kukuruza, ječma, uljane repice i drugih ratarskih kultura, trgovina poljoprivrednim proizvodima, veštačkim đubrivima, pesticidima, merkantilnim i semenskim robama. Ta grupa se bavi i transportom, turizmom, upravljanjem nekretninama, informacionim tehnologijama, brokersko-dilerskim poslovima. Helenik Šugar Industri je grčki proizvođač belog šećera, melase i semena šećerne repe. Ovo društvo, jedini je proizvođač šećera u Grčkoj sa tržišnim udelom od 70 odsto u 2010. godini na grčkom tržištu šećera.

Danas je situacija u svetu pa i u našoj zemlji drugačija zbog uticaja svetske ekonomske krize. Zbog ovoga se mnoge zemlje odlučuju da prodaju određena preduzeća zbog nagomilanih državnih dugova prema MMF, Svetskoj Banci i drugim bankama i finansijskim institucijama.

Kod nas je to primer sa Grčkom. Da bi otplatila dug Grčka će morati prodati preduzeća, akcije i banke u državnom vlasništvu. Tako bi i šećerane u Crvenki i Žablju mogle dobiti novog vlasnika.

Grčki dug iznosi 350 milijardi evra, nadaju se da će uspeti da ga smanje za 26,1 milijardu zahvaljujući učešću privatnih kreditora i nižim kamatnim stopama na ranije odobrenu pomoć od 110 milijardi evra od Evropske unije i Međunarodnog monetarnog fonda. Deo duga Grčka planira da vrati i prodajom državnog vlasništva.

Obe fabrike je u procesu privatizacije kupio "Helenik šugar", vlasnik te grupe je ATE banka iz Atine, a njene akcije su oko 90 odsto u državnom vlasništvu.

Za kupovinu su zainteresovane kompanije iz Austrije, Nemačke i Turske. Za ove šećerane pominje se cena od 50 miliona evra pa do 100 miliona.

Onaj ko bude kupio Helenik šugar, sačuvaće barem jednu šećeranu od dve, koje ta kompanija ima u Srbiji i biće orijentisan na Grčku. S obzirom na to da mi već imamo 50 odsto srpskog tržišta najlogičnije da kupac bude MK Grupa da bismo objedinili to tržište i pripremili se za ulazak u EU.⁵³

Kostić je ocenio da je to veoma važno kako Srbija ne bi doživela sudbinu Italije, Slovenije, Mađarske, Rumunije, Bugarske i Grčke koje su nekonsolidovano ušle EU i zbog toga su praktično zatvorile svoje šećerane.

• 53 www.vreme.com

Mi već sada proizvodimo 250.000 tona šećera (od 300.000 tona kapaciteta) i polovinu izvozimo jer je ukupna srpska potrošnja 200.000 tona. Mi smo već sada 50 odsto veći od ukupne srpske potrošnje", istakao je on i dodao da **tržišni mehanizmi ne dozvoljavaju MK grupi da zloupotrebi monopolski položaj.**

Kostić je kazao da je MK grupa već poslala zahtev srpskoj antimonopolskoj komisiji, pošto je ta kompanija ušla u uži krug potencijalnih kupaca Helenik šugara i dodao da očekuje pozitivan odgovor komisije.

MK grupa neće biti monopolista Kostić je kazao da je dokaz za to što referentno tržište kompanije nije Srbija već EU, gde kompanija zauzima dva odsto tržišta.

Ako sve šećerane u Srbiji nestanu, to je gubitak oko 3.000 radnih mesta, ali to je gubitak i još 80.000 do 100.000 radnih mesta onih koji su neposredno vezani za industriju šećera", kazao je on.

FŠ "Bačka" Vrbas

Fabrika šećera „Bačka“ predstavlja najstariju fabriku šećera u Srbiji. Nalazi se u srcu plodne bačke ravnice, na severozapadnoj strani Vrbasa, udaljena od grada oko 3km. Nalazi se između puta i železničke pruge Vrbas – Sombor, sa jedne strane, i kanala DTD sa sruge strane. Sama fabrika se prostire na oko 40ha dok sa okolnim površinama koje takođe pripadaju fabrici ukupna površina iznosi oko 90ha.

Izgrađena je i puštena u rad davne 1913. godine. Početni kapacitet fabrike iznosio je 1.200t dnevne prerade šećernog korena, koji je godinama kontinuiranih ulaganja, posebno od kada je fabrika privatizovana, dostigao preradu od 6.000t dnevno. Tokom svih ovih godina fabrika je postizala izuzetne proizvodne rezultate što je i nastavila da čini do danas kada preradi preko 700.000t šećerne repe i proizvede blizu 100. 000t šećera.⁵⁴

• 54 [www.naslovi.net/secerane u srbiji](http://www.naslovi.net/secerane%20u%20srbiji)

FŠ "Donji Srem" Pećinci

Fabrika šećera „Donji Srem“ Pećinci, nalazi se u Donjem Sremu, 1.5 km južno od naselja Pećinci. Od Beograda je udaljena 45km. Izgradnja fabrike započeta je 1976. godine, a prva kampanja prerade šećerne repe bila je 1979. godine kada je prerađeno 268.000t šećerne repe i proizvedeno 32.436t šećera. Do 1991. godine prerada šećerne repe i proizvodnja šećera je imala tendenciju rasta, da bi u narednih deset godina postepeno padala.

Fabrika je privatizovana u oktobru 2002. godine, kada je postala deo MK Group i u tadašnjoj kampanji proizvodnja šećera iznosila je 23.619t šećera.

Sada ova fabrika ima najveći dnevni preradni kapacitet i spada u najmodernije u regionu. Dnevno se u Pećincima preradi 8.000t šećerne repe čime je postignut kapacitet prerade petine godišnjeg roda repe u Srbiji. Na godišnjem nivou ova šećerana preradi oko 700.000t šećerne repe i proizvede blizu 100.000t šećera.

Pored toga, fabrika raspolaže skladišnim kapaciteta od oko 43.000t.



FŠ "Jedinstvo" Kovačica

Fabrika šećera „Jedinstvo“ iz Kovačice nalazi se u Južnom Banatu, na pola puta između Pančeva i Zrenjanina i udaljena je od Beograda 45km. Strateški je dobro povezana sa važnijim putevima i železničkim pravcima.

Fabrika je osnovana 1976. godine, a prva kampanja prerade šećerne repe je bila 1978. godine. Privatizovana je od strane MK Group u oktobru 2002. godine od kada je kapacitet sa 4.000t dnevno dostigao sadašnjih 6.500t. Time je i kapacitet godišnje proizvodnje šećera podignut sa 30.000 t na 50.000 t šećera. Do sada je u fabriku investirano 10 miliona evra.



FŠ „Jugozapadna Bačka“ Bač

Fabrika šećera „Jugozapadna Bačka“ u Baču osnovana 1975. godine, a od oktobra 2002. godine postala je članica MK Group poslovnog sistema.

Kampanja prerade šećerne repe u šećerani u Baču u proseku traje 75 dana kada se na dnevnom nivou preradi oko 4.000t šećerne repe.



Agroservis

Agroservis je osnovan 2006. godine iz sirovinskih službi fabrika šećera sa ciljem da, putem aktivne savetodavne uloge proizvođačima šećerne repe, obezbedi veće i stabilnije prinose šećerne repe kao osnovnog sirovinskog materijala za proizvodnju šećera. Cilj je da se, tehnološkim inovacijama, obezbede prinosi šećerne repe preko 60t/ha, digestije preko 16% i smanje ukupni troškovi proizvodnje šećera. U tom smislu, Agroservis pored individualnog savetovanja proizvođača, organizuje demo ogleda i dane polja na kojima se prezentuju rezultati ogleda i utvrđuju smernice u pogledu novih tehnologija u proizvodnji repe. Zajednički uspeh Agroservisa i proizvođača je svakako povećanje sadržaja šećera sa 13,7% u 2005. godini na 17,2% u 2008, odnosno 16,3% u 2009. godini. Povećanje digestije je pre svega rezultat bolje obrade i predsetvene pripreme koji su omogućili bolji sklop biljaka, bolje zaštite od Cerkospore i promene sortimenta ka šećernatijim sortama.

Agroservis ugovara proizvodnju repe za svaku sezonu po zaštitnoj ceni koja je ponderisana u odnosu na procenat digestije i termin isporuke repe.⁵⁵ Svojim partnerima u proizvodnji šećerne repe, Agroservis obezbeđuje povoljne repromatrerijale za proizvodnju šećerne repe, na prvom mestu mineralno đubrivo, jeftinije seme i pesticide.



• ⁵⁵ www.mkgroup.rs

Skladišni kapaciteti i logistika

Pristupačnost neophodne infrastrukture poput skladišta i transporta su takođe ključni činioci uspeha u oblasti poljoprivrede. MK Group raspolaže strateški dobro pozicioniranim, modernim silosima i magacinima koji su smešteni u blizini regionalnih puteva, luka i železničkih pruga. U svim silosima i skladištima koji su u vlasništvu MK Group, postoji mogućnost jednostavnog i olakšanog utovara, prijema i istovara robe, koji je maksimalno automatizovan, kako bi se mogao obaviti brz i efikasan transport robe.⁵⁶

Skladišni kapaciteti MK Group u Srbiji su preko 200.000t i raspoređeni su mahom širom Vojvodine u strateški važnim mestima poput sledećih:

Silos	Mesto	Smeštajni kapaciteti
Granexport	Pančevo	50 000 t
Žitobačka I Đuro Strugar	Kula	45 000 t
Labudnjača	Vajska	40 000 t
Prokuplje	Prokuplje	20 000 t
FSH Maxiprotein	Požega	20 000 t
Miloševo	Novo Miloševo	15 000 t
Agrounija	Indija	30.000 t
MK Panonija	Vršac	5000t(podno skladište)

• 56 www.mkgroup.rs



ZAKLJUČAK

Privatizacija predstavlja prelazak iz jednog privrednog sistema u drugi, a uz to je potrebno unapređivati tržište kapitala.

Osnovni cilj je da se preduzećima omogući što lakša transformacija u toku tranzicije, a uz što manje rizike koji bi mogli nepovoljno da se odraze kako na privrednike tako i na radnu snagu koja može biti ugrožena brojnim otkazima sa radnih mesta u slučaju nelikvidnosti preduzeća. U takvo stanje su došla uglavnom preduzeća koja nisu uspela da izvedu reforme do kraja.

Na osnovu generalne hipoteze u istraživanju je utvrđeno da se process privatizacije odvija u skladu sa normama kojima se uređuje jedan tržišni ambijent, a one su uskalđene sa međunarodnim privrednim normama. Utvrđeno je na koji način dolazi do prelaska kompanija iz javnog sektora u privatni.

Posebnim hipotezama smo ukazali na određene instrumente u procesu privatizacije, i na osnovu toga inicijalna ponuda akcija i ponuda akcija velikog broja kompanija iz različitih sektora na Beogradskoj berzi (Belex) pokazali su se kao neophodni elementi koji doprinose bržem razvoju kompanija u toku tranzicije. To se ostvaruje trgovinom hartijama od vrednosti i određenim špekulativnim poslovima koji ranije nisu bili dovoljno zastupljeni na našem tržištu.

Tranzicija u Srbiji se odvijala u talasima. Po pravilu je brzina reformi zavisila od izbornih ciklusa, reforme su bile intenzivne u prvim godinama Vlade Srbije, dok bi se tempo smanjivao sa približavanjem izbora.

I pored značajnog napredka u reformi bankarskog sistema još uvek visoke kamatne stope koje su veće nego li u ostalim zemljama okruženja predstavljaju veliki problem.

Ukoliko dođe do smanjenja kamatnih stopa to može pozitivno da utiče na konkurentsku poziciju preduzeća na svetskom tržištu, međutim smanjenje kamatnih stopa ne treba očekivati u uslovima svetske finansijske krize. Može se reći da je process privatizacije banaka uspešno priveden kraju 2006. godine kada je Vojvođanska banka prodana za rekordnih 380 miliona eura.

Potrebno je uložiti još puno napora i truda, pre svega u sprovođenje reformi iz druge faze tranzicije. Treba dovršiti proces restrukturisanja i privatizacije velikih privrednih sistema što će na kratak rok dovesti do dodatnog otpuštanja radnika i još većeg pritiska na tržište rada koje i sa sadašnjom visokom stopom nezaposlenosti većom od 18% predstavlja veleki teret. Potrebno je uložiti najveće napore kako bi se povećala konkurencija na domaćem tržištu čime bi se poboljšao kvalitet proizvoda i usluga uz smanjenje potrošačkih cena.

U ovom segmentu realno je očekivati velike otpore od strane tajkuna, koji su u uslovima institucionalnog vakuma došli do privilegovanog položaja u privredi koji im omogućava ostvarivanje monopolskog ekstraprofita. Od uspeha države da iz ovog sukoba sa tajkunima izađe kao pobednik zavisi i uspeh celokupnog procesa tranzicije. Postignuti rezultati su zadovoljavajući, ali s obzirom na veliko zakašnjenje od deset godina u odnosu na većinu analiziranih zemalja, ostvareni rezultat nije za preveliko hvaljenje. Na osnovu sveobuhvatne analize možemo proces tranzicije u Srbiji oceniti prelaznom ocenom.

Osnovne karakteristike tranzicije u Srbiji mogu se svesti na sledeće:

Mnogo se lutalo u izboru modela tranzicije;

Tranzicija nije izvedena pravedno prema svim građanima;

Uspešno je i brzo ostvarena makroekonomska stabilizacija.

Napravljene su greške u liberalizaciji, domaće tržište je prerano prepušteno stranoj konkurenciji, nestale su mnoge domaće proizvodnje (mašinogradnja, elektronika, tekstil) i vlada ogromna nezaposlenost.

Srbija nije primenjivala realan kurs dinara. Zbog neregulatornog (veštačkog) odnosa ponude i tražnje deviza, nastalog preteranim zaduživanjem i prodajom imovine za devize, dinar je više od decenije precenjen, pa Srbija ostvaruje visok deficit tekućeg bilansa i visoku spoljnu zaduženost. Pozitivno je što je otvoren proces pridruživanja EU.

Opšti efekti tranzicije na razvoj i životni standard su suviše skromni.

LITERATURA :

1. EBRD (2008) Transition Report, London, European Bank for Reconstruction and Development
2. CEE Quarterly, Analysis of the UniCredit Group CEE Research Network, The Vienna Institute for International Economic Studies: Forecast for Central, East and Southeast Europe, and China: The Big Boom is Over, but Growth Remains Strong
3. Metodologija naučnog rada, 2007., Milan Miljević
4. Grupa autora GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH), 2005, Bankarska knjiga, GTZ
5. <http://www.priv.yu/>
6. Finansijsko izveštavanje, 2011., Zoran Petrović
7. Kragulj D., 2009, EKONOMIJA: Osnovi mikroekonomske i makroekonomske analize, Kragulj, Beograd
8. Vukotić V., 1993., Privatizacija, Institut društvenih nauka, Beograd
9. Marketing menadžment, 2006., Filip Kotler
10. <http://hr.wikipedia.org/wiki/Tranzicija>
11. Unković M. (2010), Međunarodna ekonomija, Univerzitet singidunum, Beograd.
12. Porter M. (2008), O konkurenciji, FEFA, Beograd.
13. Konkurentnost privrede Srbije (2003), Jefferson institute, Beograd.
14. www.capital.ba/kosticeva-mk-grupa-favorit-za-ku...
15. www.priv.rs
16. www.mkgroup.rs
17. www.vreme.rs
18. [www.naslovi.net/secerane u srbiji](http://www.naslovi.net/secerane_u_srbiji)
19. www.blic.rs
20. www.acas.rs
21. www.b92.net

