

UNIVERZITET SINGIDUNUM
FAKULTET ZA TURISTIČKI I HOTELIJERSKI MENADŽMENT

DIPLOMSKI RAD
POSLOVI BANAKA SA PRIVREDOM I
KREDITIRANJE MALOG BIZNISA U
TURIZMU

MENTOR:
doc. dr Tijana Radojević

STUDENT:
Aleksandra Ćirić 148/2006

Beograd, 2010.

S A D R Ź A J

U V O D	3
PRVI DEO – POSLOVI BANAKA SA PRIVREDOM	6
1. Definicija i značaj banaka	7
1.1. Uloga banaka u privredi	8
2. Prikupljanje depozita i pribavljanje sredstava	9
2.1. Depozitni potencijal banke	9
2.2. Vrste depozita	10
2.2.1. Oročeni depoziti	11
2.2.2. Depoziti po viđenju	11
2.2.3. Štedni i specijalni depoziti	12
2.2.4. Depoziti hartija od vrednosti	13
2.3. Zaštita depozita	14
3. Kreiranje novca i odobravanje kredita	15
3.1. Bankarski kreditni poslovi	15
3.2. Vrste kredita	17
3.3. Uslovi odobravanja kredita	19
3.4. Organizacija bankarskih poslova sa kreditima	20
4. Obavljanje platnog prometa	21
4.1. Značaj platnog prometa	21
4.1.1. Unutrašnji platni promet – pojam i karakteristike	22
4.1.2. Pravno regulisanje unutrašnjeg platnog prometa	23
4.2. Organizacija poslova unutrašnjeg platnog prometa	23
4.3. Računu za obavljanje platnog prometa	24
4.4. Instrumenti platnog prometa	25
DRUGI DEO – KREDITIRANJE MALOG BIZNISA U TURIZMU	27
1. Razvoj malog biznisa u Srbiji	28
1.1. Iskustva u promociji preduzetništva i malih i srednjih preduzeća u zemljama u tranziciji	29
1.1.1. Problemi u finansijskom i bankarskom sektoru	33
1.1.2. Slabosti finansiranja MSP	35
1.1.3. Slabosti i ograničenja MSP	35
2. Izrada biznis plana za dobijanje kredita za razvoj turističke delatnosti	36
2.1. Utvrđivanje boniteta i kreditne sposobnosti	36
2.2. Izveštaj o bonitetu firme	37
2.2.1. Metodologija izrade biznis plana – osnovni elementi	38
3. Privredna kretanja u turizmu Srbije	43
3.1. Broj preduzeća i broj zaposlenih	43

3.2. Devizni priliv	45
3.3. Kongresni turizam u Srbiji	46
3.3.1. Struktura smeštajnih jedinica	46
3.3.2. Hoteli za održavanje konferencija	47
3.3.3. Sava centar	47
3.3.4. Značaj osnivanja Biroa za organizovanje konferencija	48
4. Kreditiranja u turizmu od strane Vlade Republike Srbije u 2010. godini	49
4.1. Projekti razvoja turizma u 2010. godini	49
4.1.1. Uslovi za korišćenje subvencija	49
4.1.2. Korišćenje subvencija	50
Z A K L J U Č A K	52
L I T E R A T U R A	54

U V O D

Turizam bez sumnje postaje sve značajnija grana svetske privrede. Za mnoge zemlje je značajan izvozni proizvod kao i glavni pokretač zapošljavanja. Obuhvata široki splet pojava odnosa koji nastaju za vreme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zalazi ne samo u ekonomski, već i u ekološki, socijalni i kulturni aspekt života. U strukturnim analizama i dugoročnim projekcijama turizam se ocenjuje kao jedna od najdinamičnijih pojava s gotovo neprocenjivom važnošću za razvoj svetske privrede.

Uprkos oscilacijama u svetskoj ekonomiji i raznim događajima koji narušavaju globalnu stabilnost, turizam pokazuje fascinantnu otpornost na promene u ekonomskom i društvenom okruženju, što dokazuje činjenica da dosad nisu zabeležene značajne negativne stope rasta.

Strategijom razvoja turizma u Srbiji utvrđen je selektivni pristup, pri čemu se seoski turizam tretira kao prioritetan u okviru onih vidova turizma koji su vezani za posebna interesovanja. Naročito se potencira razvoj eko-turističkih sela na brdsko-planinskim područjima, koja nude zdravu sredinu, ekološku hranu, ugodan ambijent, aktivan odmor u prirodi, etnografske i druge kulturno-istorijske vrednosti.

U dosadašnjem razvoju brdsko-planinskih sela dominantnu, a često i jedinu funkciju privređivanja imala je poljoprivreda (uglavnom stočarstvo i ratarstvo). Brojne druge delatnosti i aktivnosti domicilnog stanovništva, zasnovane na raznovrsnim i vrednim prirodnim i drugim lokalnim resursima, uglavnom su ostajale na marginama razvojnih događanja. Među njima je i turistička delatnost koji je važan faktor prosperitetnijeg razvoja ovih sela u Srbiji.

Srbija bi trebala ponovo da postane primarna turistička destinacija kako za turiste, tako i za investitore. „Srbija ima kvalitetnu i raznovrsnu osnovu za uspešan razvoj turizma. Izrazite su prirodne pogodnosti, bogato kulturnoistorijsko nasleđe i ukupne društvene pretpostavke i povoljan geografskosaobraćajni položaj.“¹ Srbija nema more, ali zato ima planine i odličnu infrastrukturu za kongresni i kulturni turizam koju znalački koristi.

Kao glavni turistički proizvodi u Srbiji pojavile su se banje, planine, pojedini gradovi, seoski turizam i razni događaji-manifestacije. Ali sve je više lokalnih gastronomskih zabava, kao što su razne vrste slaninijada, roštiljijada, kupusijada, sirijada, rakijada... koje nemaju veću turističku težinu, ali zadovoljavaju izletničke potrebe lokalnog stanovništva. Beograd ostvaruje najveći turistički promet. Kao glavni problemi turizma u Beogradu ističu se nedovoljan broj kreveta, monopol u cenama pojedinih turističkih „subjekata“, relativno skroman broj turističkih agencija spremnih da se uključe u razvojne procese, firme koje ne primaju platne kartice nego samo „keš“ itd. Da bi se poboljšala turistička ponuda potrebno je da se poveća broj ležaja u hotelima, pojača edukacija svih koji učestvuju u pružanju usluga, kao i da se pruži što kvalitetnija usluga.

Statistika:

Svetska ekonomska kriza uticala je na turizam u svetu, što je značajno smanjilo posete Srbiji, kao i prihode, a podaci pokazuju sledeće rezultate:

- Broj turista koji su posetili Srbiju u prvih šest meseci ove godine opao je za 8 %, a noćenja za 15 %, u odnosu na isti period 2009.
- Domaćih turista je manje za 11 %, a njihovih noćenja za 17 %, dok je broj stranih turista manji za 3 % i noćenja za 6 %.
- U prvom polugodištu je Srbiju posetilo više od 911.000 turista, od čega oko 620.000 domaćih i više od 290.000 stranih, uz ukupno oko 2,8 miliona noćenja.

¹ Unković, S., Zečević, B., »*Ekonomika turizma*«, Četvrto izdanje, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2006., str. 405

- Najveći broj dolazaka i noćenja turista ostvaren je u Beogradu - ukupno više od 256.000 dolazaka i više od 495.000, ali je to za 2 % manje dolazaka, dok je noćenja manje za 5 % u odnosu na prvo polugodište 2009.
- Beograd je posetilo gotovo 170.000 stranih i više od 86.000 domaćih turista. To je za 2 % manje turista i 5 % manje noćenja u glavnom gradu.²
- Najviše stranih turista je u Srbiju došlo iz Bosne i Hercegovine, Slovenije, Crne Gore i Hrvatske, a slede turisti iz Nemačke, Italije, Makedonije, Bugarske, Austrije, Grčke.
- Najatraktivnija mesta koja su posećivali strani turisti u 2009. godini su Beograd (576.540), Novi Sad (83.981), Zlatibor (93.093), Kopaonik (67.385) i Vrnjačka banja (147.611).³

² <http://www.pks.rs/> (pregledano 12.8.2010.)

³ <http://www.turizam.merr.gov.rs/> (pregledano 12.8.2010.)

- PRVI DEO -

POSLOVI BANAKA SA PRIVREDOM

1. Definicija i značaj banaka

„Banka je akcionarsko društvo sa sedištem u Republici, koje ima dozvolu za rad Narodne banke Srbije i obavlja depozitne poslove i kreditne poslove a može obavljati i druge poslove u skladu sa zakonom.“⁴

„Banke prikupljaju i plasiraju finansijska sredstva i time proširuju finansijski potencijal nacionalnih privreda. One obavljaju poslove platnog prometa unutar i između subjekata raznih zemalja, prikupljaju depozite, odobravaju i koriste kredite, ulažu u akcije, obveznice i druge vrednosne papire, daju garancije, finansiraju i na taj način stimulišu izvoz, osiguravaju likvidnost u plaćanjima sa inostranstvom, utvrđuju kamate, devizne kurseve i obavljaju niz drugih značajnih poslova.“⁵

Sa aspekta položaja i uloge banaka, bankarski poslovi se mogu grupisati u četiri velike grupe:

- **aktivni bankarski poslovi:** eskontni krediti, krediti za tekući račun, međubankarski krediti, stambeni krediti, investicioni krediti i dr.
- **pasivni bankarski poslovi:** kratkoročni depoziti, oročeni kratkoročni depoziti, emisija hartija od vrednosti, reeskontni poslovi, oročeni dugoročni depoziti i dr.
- **neutralni bankarski poslovi:** emisija i plasman efekata, upravljanje imovinom klijenata, lizing poslovi, garancijski poslovi, komisioni kreditni poslovi i dr.
- **sopstveni bankarski poslovi:** arbitraža, konverzija, SWOP i SWICH poslovi; spekulacije sa hartijama od vrednosti; trgovanje i učešće u poslovima.

⁴ Stakić, B. (2008) *Finansijski i devizni menadžment u turizmu*, Peto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 77

⁵ Unković, M. (2009) *Međunarodna ekonomija*, Četvrto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 84

1.1. Uloga banaka u privredi

U sistemu finansiranja privrede i države, bilo da se radi o direktnom kreditiranju različitih preduzeća ili da se radi o indirektnom finansiranju preko finansijskih tržišta, banke imaju dominantnu ulogu. Zato, dobro organizovan finansijski i bankarski sistem, kao i njihovo efikasno funkcionisanje doprinosi sledećim procesima u privredi:

- Povećanju stope nacionalne štednje;
- Bržoj koncentraciji i centralizaciji kapitala;
- Većoj efikasnosti korišćenja nacionalne štednje;
- Povećanju opšte stope prinosa na društveni kapital;
- Većoj stabilnosti finansijskih i privrednih tokova;
- Povećanju opšte stope privrednog rasta;
- Većoj društvenoj kontroli finansijskih i novčanih tokova;
- Optimalnoj alokaciji finansijskih resursa u procesu finansiranja privrednog razvoja.

Osnovni nosilac finansiranja privrede su banke, a to je posebno izraženo kod nerazvijenih privreda, gde ne postoji razvijeno finansijsko tržište, pa njima dominira bankarski kredit kao osnovni instrument finansiranja privrede. Nerazvijena finansijska infrastruktura i nerazvijeno tržište kapitala određuju da upravo bankarski krediti i depoziti imaju osnovnu ulogu u finansiranju privrede. Kada se radi o visoko razvijenim finansijskim privredama, koje imaju veoma razvijena finansijska tržišta sa dobro izgrađenom finansijskom infrastrukturuom, učešće banaka u koncentraciji i mobilizaciji sredstava izrazito je manje, a njihovu ulogu preuzimaju nebankarski finansijski posrednici.

Veliku ulogu u savremenoj privredi, bez obzira na karakter društvenog sistema, imaju poslovne banke. Od pojave novca i kredita kroz razvoj proizvodnih snaga i društvenih odnosa, njihov značaj je stalno rastao, pa je danas njihov uticaj na novčane i robne tokove postao najvažniji deo savremene razmene u svetu. Osnovna posrednička funkcija banaka je pribavljanje i usmeravanje finansijskih sredstava, sa svrhom uzimanja

i davanja kredita. Tako da u pogledu novčanog uticaja na reprodukciju, poslovanje banke određuju sledeće tri grupe poslova:

1. Prikupljanje depozita i pribavljanje sredstava;
2. Kreiranje novca i odobravanje kredita; i
3. Obavljanje platnog prometa.

„Bankarski sektor u Srbiji čine Narodna banka Srbije i poslovne banke. Poslovanje banaka uređeno je Zakonom o bankama ("Službeni glasnik RS", br. 107/2005). Krajem 2009. godine na teritoriji Republike Srbije posluju **34 poslovne banke** (32 banke na teritoriji centralne Srbije i 2 banke na teritoriji Kosova i Metohije).“⁶

2. Prikupljanje depozita i pribavljanje sredstava

Prikupljanje depozita i pribavljanje sredstava predstavlja značajnu grupu bankarskih poslova, u pogledu novčanog uticaja na reprodukciju, sa kojima se daje mogućnost bankama da na osnovu pribavljenih i prikupljenih sredstava kreiraju novac i odobravaju kredite. Strukturu kreditnog bankarskog potencijala najvećim delom određuju depoziti stanovništva i privrede. Zbog toga, banke ovome pridaju posebnu pažnju u svojoj poslovnoj politici.

2.1. Depozitni potencijal banke

„**Depozitni** (reč depozit potiče od latinske reči *depozitum* – nešto što je dato na čuvanje) **potencijal banke predstavlja deo finansijskog potencijala koji je formiran iz spoljnih izvora.**“⁷

Ugovor o novčanom depozitu predstavlja bankarski posao kojim se deponent obavezuje da kod poslovne banke položi određen novčani iznos sa kojim banka može da

⁶ <http://www.pks.rs/> (pregledano 15.8.2010)

⁷ Hadžić, M. (2007) *Bankarstvo*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, str. 196

raspolaže, uz obavezu da taj iznos vrati prema uslovima potpisanog ugovora. Obaveze deponenta su:

- da preda ugovoreni iznos u ugovoreno vreme,
- da otkloni dugovni saldo, i
- da nalog za uplatu/isplatu upućuje na banku sa kojom sarađuje.

2.2. Vrste depozita

Depoziti su deponovana (uložena) novčana sredstva kod banke ili drugog lica za obezbeđivanje ili učvršćivanje određenih poslovnih aktivnosti.

Depoziti se mogu podeliti u dve grupe:

I Prema vrsti mogu biti:

- dinarski i devizni,
- oročeni i po viđenju,
- dati i uzeti,
- kamatni i beskamatni,
- sudski, garantni i drugi,
- namenski, nenamenski i dr.

II Prema ročnosti se dele na:

- **kratkoročne:** depozitni novac, depoziti po viđenju u devizama, ostali depoziti po viđenju, ograničeni depoziti, oročeni depoziti u dinarima i devizama do 12 meseci, oročeni depoziti u dinarima i devizama preko 12 meseci;
- **dugoročne:** depoziti u dinarima, depoziti u devizama i depoziti za stambeno-komunalnu izgradnju.

2.2.1. Oročeni depoziti

Oročeni depozit predstavlja novčana sredstva na posebnim depozitnim računima banaka čije se upotrebe deponent odriče na određeno dogovoreno vreme. Sredstva oročenih depozita ne mogu da se koriste za svakodnevna plaćanja. Osnovne karakteristike oročenih depozita su: prethodno utvrđeni rok dospeća, datum povlačenja sredstava i veća kamata. Ako klijent želi da, pre roka dospeća, povuče ove depozite mora da plati penale u pogledu kamate.

Oročeni depoziti imaju poseban značaj za kreditni potencijal banke. Oni bankama daju sigurnost i realnu mogućnost da na duži rok usaglasе svoj kreditni potencijal sa raspoređivanjem sredstava. Stopa obavezne rezerve za oročene depozite je najčešće znatno niža u odnosu na druge depozite. Uslov za rast oročenih depozita je pozitivna kamatna stopa, odnosno da je nominalna stopa ukamaćivanja iznad stope inflacije.

Oročeni depoziti se pojavljuju u oblicima:

- štednih depozita,
- depozitnih sertifikata, i
- depozita na otvorenom računu.

2.2.2. Depoziti po viđenju

Depoziti po viđenju (*a-vista* depoziti) su instrument bezgotovinskog plaćanja. Oni predstavljaju novčana sredstva kod banaka i drugih depozitnih ustanova koja mogu da budu povučena u gotovini ili preneti na drugi račun bez potrebe da se prethodno banka o tome obavesti. Nalaze se na žiro i tekućim računima i nazivaju se dnevnim novcem ili novcem po pozivu. Uz gotovinu (metalni i notalni – papirni novac) oni su komponenta novčane mase, prosečno iznose oko 70-75% ukupne količine novca u opticaju i služe kao prometno i platno sredstvo. Za banku oni predstavljaju najjeftiniji ali i najnestabilniji izvor sredstava, zbog činjenice da se mogu podizati bez ograničenja i najave.

Porast gotovine i rezervi banaka (primarnog novca) utiče na porast depozita po viđenju. Banka može uvesti kamatu na depozite po viđenju, koja može biti **pasivna** ili **aktivna**. Pasivna kamata mora biti niža od aktivne, a razlika koja se javlja između njih naziva se **bankarska marža**. Ona pokriva troškove fondova banke, transakcione troškove i profit.

Razlika između depozita po viđenju i oročenih depozita je:

- Depoziti po viđenju (a-vista depoziti) predstavljaju vlastita sredstva na računu drugog lica (banke) kod koje pravno lice ima otvoren žiro-račun. Ovi depoziti su uglavnom bez kamata, ali vlasnik sredstava može da ugovori određenu kamatu koju mu je banka dužna plaćati.
- Kod oročenih depozita moraju se znati: razlozi oročenja, rokovi i kamata.

2.2.3. Štedni i specijalni depoziti

Štedni depoziti su srednjeročni depoziti klijenata koji se polažu na određeni vremenski rok. Oni donose kamatu i kod njih nije naveden rok dospeća. Mogu biti transakcioni i oročeni, a po viđenju su neoročeni. Formiraju se u cilju planiranih rashoda ili pokrića vanrednih rashoda klijenata, a svrha postojanja je njihova koncentracija. Izvor štednih depozita je kumulirana štednja u sektoru stanovništva, odnosno domaćinstva.

Za poslovnu banku oni predstavljaju stabilan izvor sredstava za dugoročne plasmane. Štedni depoziti u razvijenim tržišnim privredama su u obliku premije osiguranja kod penzionih i osiguravajućih finansijskih organizacija. To je namenska štednja koju ostvaruju osiguranici plaćajući premiju osiguranja iz redovnih mesečnih ili drugih primanja.

Postoje dva tipa štednih depozita, a to su:

1. Ulog na štednoj knjižici – *passbook account*,
2. Ugovor između deponenta i banke o otvaranju štednog računa.

Pogodnost štednih depozita je polaganje malih iznosa bez ograničenja u povlačenju. Danas se štedni ulozi mogu evidentirati samo unosom u kompjuter *statement saving deposits*.

Specijalni depoziti u osnovi predstavljaju depozite po viđenju, međutim od njih se razlikuju po načinu formiranja i načinu korišćenja. Specijalni depoziti se formiraju administrativnim ili prinudnim putem na osnovu zakonskih propisa i služe kao instrument realizovanja određene ekonomske politike. Imaju promenljivu stopu i namenu korišćenja, ne donose kamatni prihod i mogu biti u obliku deviznih depozita. Ovi depoziti se formiraju kod poslovnih banaka i kod centralne banke, ali se ne mogu koristiti za formiranje kreditnog potencijala banaka, odnosno za kreditne plasmane i obezbeđenje garancija. Specijalni depoziti su vezani za ulagače ali ne pripadaju izvornim bankarskim resursima. Ako se koriste za regulisanje ekonomskih transakcija sa inostranstvom vode se kao depoziti centralne banke.

2.2.4. Depoziti hartija od vrednosti

Depoziti hartija od vrednosti su depoziti otvorenog tipa i predstavljaju specijalnu vrstu nenovčanog depozita. Ugovor o depozitu hartija od vrednosti se ne ograničava samo na čuvanje i vraćanje hartija od vrednosti, nego njime se omogućavaju i finansijske operacije vezane za hartije od vrednosti. One se deponuju u poslovne banke sa pravom zadržavanja svoje individualnosti, ali ako se deponuju na tekući račun onda gube svaku individualnost. „Karakteristika zemalja sa razvijenom privredom jeste, da se sve ređe praktikuje upis hartija od vrednosti na tekući račun. Na ovaj način se vrši „dematerijalizacija“ hartija od vrednosti.“⁸ Ugovorom se može utvrditi i pravo prenosa hartija od vrednosti na banku i to putem cesije (ustupanja).

⁸ Stakić, B. (2008) *Finansijski i devizni menadžment u turizmu*, Peto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 304

Banka je dužna da:

- čuva hartije od vrednosti sa pažnjom dobrog privrednika,
- preduzima radnje očuvanja i ostvarivanja prava po osnovu hartija od vrednosti – kamata, glavnice,
- stavlja na raspolaganje naplaćena sredstva,
- vraća deponovane hartije od vrednosti ili vrši određena plaćanja,
- obaveštava klijenta o zahtevima upućenim od strane trećih lica,
- vrši povraćaj hartija od vrednosti klijentu, njegovom pravnom sledbeniku ili trećem licu po nekom zakonskom ili ugovornom osnovu.

2.3. Zaštita depozita

Zajednička stavka zakonodavstva Evropske unije i Republike Srbije je obezbeđivanje isplate naknade depozita u slučaju gubljenja dozvole za rad depozitara (kreditne ustanove). U Evropskoj uniji se radi o **zaštiti depozita**, a u Republici Srbiji o **osiguranju depozita**.

Pod zaštitom depozita podrazumeva se skup svih mera kojima se obezbeđuju interesi deponenata. Zasniva se na obezbeđenju solventnosti i operativnosti banke u kriznim situacijama. Predstavlja garanciju da će u slučaju gašenja banke svi depozitori dobiti svoja sredstva. Postoji posredna i neposredna zaštita.

Posredna zaštita je najsigurnije obezbeđenje, njom se štiti integritet i stabilnost čitavog kreditnog sistema. Ostvaruje se nadzorom nad zakonitošću ponašanja i savesnošću poslovanja kreditnih ustanova.

Neposredna zaštita je dopunska i predstavlja obezbeđivanje isplate nadoknade za depozite koji su postali nenaplativi.

Ciljevi zaštite su:

- 1) Briga za interes štediša i
- 2) Očuvanje stabilnosti bankarskog sistema.

Direktivom o zaštiti depozita (1994) Evropska unija je propisala elemente zaštite, pri čemu se način zaštite prepušta samim zemljama članicama. Sistemi za zaštitu depozita svih država članica moraju da štite depozite do ukupnog iznosa od 20.000 evra.

Zakonom o bankama (1993) u Srbiji je uveden model osiguranja depozita. Dinarske depozite garantuje **Agencija za osiguranje depozita** (osnovana 2005), dok devizne depozite garantuje država. Osiguranje znači da se na kraju vrši plaćanje komercijalne premije osiguranja koje se naplaćuje u procentima. Ukoliko banka ne osigura depozit rizikuje da izgubi licencu.

Novi sistem osiguranja depozita uveden je **Zakonom o osiguranju depozita** čiji je cilj zaštita klijenta u slučaju stečaja banke. Odredbama ovog zakona domaće banke su dužne da osiguraju depozit građana u iznosu do 50 000 evra (u dinarskoj protivvrednosti po srednjem kursu Narodne banke Srbije).

3. Kreiranje novca i odobravanje kredita

Kreiranje novca i odobravanje kredita predstavlja drugu grupu važnih bankarskih poslova u pogledu novčanog uticaja na reprodukciju. Ovi poslovi daju mogućnost bankama da umnožavaju svoj kreditni volumen metodama kreditno-monetarne multiplikacije novca i kredita. Kreiranje novca u bankama predstavlja tzv. sekundarnu emisiju čiju osnovu čini primarni novac centralne monetarne ustanove. Cilj prikupljanja sredstava i njihove kreditno-monetarne multiplikacije je zasnovan na potrebi korisnika (privredni subjekti, stanovništvo) da ta sredstva mogu koristiti za određene namene.

3.1. Bankarski kreditni poslovi

Osnovni zadatak poslovne banke je prikupljanje slobodnih finansijskih sredstava od transaktora koji imaju novčane viškove i plasiranje onim transaktorima kojima su sredstva neophodna. Zato se banke nazivaju i **depozitno – kreditnim institucijama**, jer većinski deo prikupljenih sredstava potiče od depozita, a plasmani se uglavnom svode na

kreditne plasmane. **Poslovi kreditiranja klijenata spadaju u aktivne bankarske poslove.** Reč kredit potiče od latinske reči *creditum* – što znači **zajam**, a osnova reči *credo*, *credere* – **verovati**.

„Kredit je ugovorni sporazum po kojem klijent – zajmotražioc (dužnik) prima novac od zajmodavca (poverioca) uz dogovor da u utvrđenom roku taj novac vrati.”⁹

Jedna od bitnih karakteristika kreditnog posla je povratnost, što obavezuje dužnika da vrati plasirana sredstva, uvećana za ugovorenu kamatu. Takođe je od presudne važnosti i poverenje između banke (poverioca) i klijenta (dužnika).

U savremenim privrednim uslovima kredit ima sledeće funkcije:

- Mobilizatorska funkcija – osnovna funkcija kredita je da plasmanom sredstava koji su prikupljeni kao viškovi izvrši njihovu najefikasniju alokaciju;
- Obezbeđivanje kontinuiteta reprodukcije – kreditiranje omogućava likvidnost i kontinuitet proizvodnje, povećanje proizvodnje i regulisanje ponude i tražnje na tržištu;
- Obezbeđivanje likvidnosti i stabilnosti privređivanja – kredit omogućava prevazilaženje sezonskog karaktera proizvodnje i raskoraka između plasmana i naplate;
- Regulisanje ponude i tražnje na tržištu – kreditiranje klijenata koji trenutno ne raspolažu platežno sposobnom tražnjom utiče na stabilizovanje tržišta i smanjivanje zaliha, kao i stabilizaciju cena;
- Stimulisanje međunarodne ekonomske razmene – kredit je značajno sredstvo konkurentnosti nacionalne privrede u stimulanju izvoza;
- Relativiziranje postojeće regionalne razlike razvijenosti – kredit omogućava prevazilaženje razlike u razvijenosti pojedinih područja, odnosno zemalja;
- Kontrolna funkcija – kredit omogućava kontrolu privrednih subjekata kroz selekciju klijenata, zadovoljavanje uslova za odobravanje kredita, permanentno praćenje tokom perioda otplate kredita itd.

⁹ Jeremić, Lj. (2007) *Osnovi finansija*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 301

3.2. Vrste kredita

Kredit je postao masovni, visokostandardizovani proizvod, sa velikim brojem namena. Prema različitim kriterijumima krediti se mogu razvrstati:

- **Prema obliku u kojem se daju:**
 - ⇒ *naturalni* – najčešće neki poljoprivredni proizvod;
 - ⇒ *robno-novčani kredit* – odobrava se u robi, a vraća u novcu;
 - ⇒ *novčani kredit* – daje i vraća u novcu.
- **Prema nameni, odnosno upotrebi:**
 - ⇒ *potrošački* – namenjeni potrošačima, povećavaju njihovu platežnu moć i indirektno utiču na porast proizvodnje;
 - ⇒ *proizvođački* – namenjeni proizvođačima, direktno utiču na porast proizvodnje i dele se na:
 - * kredite za obrtno namene – za finansiranje redovnog procesa proizvodnje,
 - * investicione namene – namenjeni za kupovinu osnovnih sredstava ili izgradnju pogona.
- **Prema kriterijumu ročnosti:**
 - ⇒ *kratkoročni* – odobravaju se sa periodom vraćanja do dve godine;
 - ⇒ *srednjeročni* – odobravaju se na rok od dve do deset godina;
 - ⇒ *dugoročni* – rok dospeća je preko deset godina.
- **Prema kriterijumu ko je poverilac:**
 - ⇒ *privatne, bankarske, javne, domaće, inostrane.*
- **Prema kriterijumu ko je dužnik, odnosno korisnik kredita:**
 - ⇒ *industrijske, komunalne, zanatske, državne, trgovačke.*
- **Prema kriterijumu obezbeđenja kredita:**
 - ⇒ *lični-personalni* – nazivaju se još i blanko, odnosno otvoreni krediti. Odobravaju se fizičkom licu/preduzeću bez specijalnog pokrića;
 - ⇒ *pokriveni/realni krediti* – imaju realno pokriće u zalaganju realne vrednosti iz kojih poverilac može da naplati dug u slučaju neispunjenja obaveze (hipotekarni, založni i garantni krediti).

- **Prema kriterijumu kamaćenja:**

- ⇒ *kamatni* – krediti koji predviđaju otplatu uz zaračunavanje kamate kao cene kredita;
- ⇒ *beskamatni* – ne predviđaju kamatu, već cenu obračunavaju na neki drugi način.

- **Prema kriterijumu povlačenja kredita:**

- ⇒ *jednokratne* – isplaćuju se u jednoj tranši,
- ⇒ *sukcesivne* – povlače se po odobrenju u više rata.

Tabela 1: Stanje duga po bankarskim kreditima u milionima dinara

Redni broj	Korisnik kredita	31.12.2009.	30.6.2010.	31.7.2010.
1	Pravna lica	959.620	1.056.458	1.100.909
2	Preduzetnici	43.986	48.198	49.725
3	Stanovništvo	397.105	461.479	478.731
	UKUPNO:	1.400.711	1.566.139	1.629.365

Tabela 2: Stanje duga stanovništva po vrstama bankarskih kredita u milionima dinara

Redni broj	Vrsta kredita	31.12.2009.	30.6.2010.	31.7.2010.
1	Gotovinski	97.949	106.542	109.514
2	Potrošački	27.283	34.433	35.707
3	Ostali	32.121	41.629	44.486
4	Stambeni i adaptacija	217.746	254.568	264.620
5	Poljoprivredni	22.006	24.307	24.404
	UKUPNO:	397.105	461.479	478.731

Izvor: <http://www.ubs-asb.com/> (pregledano 18.8.2010)

3.3. Uslovi odobravanja kredita

Da bi fizičkom ili pravnom licu bio odobren kredit od strane banke, ono mora ispuniti niz opštih i posebnih uslova, koji olakšavaju kontrolu nad kreditima.

Opšti uslovi za odobravanje kredita – definisani su kreditnom politikom banke, odnosno opredeljeni su zakonom i drugim propisima. Prvi uslov je **pravna sposobnost klijenta**, što se utvrđuje uvidom u dokumentaciju. Ona ne predstavlja problem za utvrđivanje jer se najčešće radi o klijentu od ranije prisutnom u banci. Od izuzetnog značaja je kriterijum **kreditne sposobnosti klijenta** – tu se podrazumeva njegova sposobnost da uspešno obavi posao, za koji je tražio kredit, i da uz to vrši povraćaj prema uslovima korišćenja. Kod ovog kriterijuma koristi se **analiza kreditne sposobnosti** koja sadrži sledeće faktore:

- karakteristike tražioca kredita,
- sposobnost plaćanja,
- veličina kapitala,
- uslovi obezbeđenja kredita i
- uslovi poslovanja tražioca.

Postoji niz uslova koje klijent mora ispunjavati da bi se zadovoljio kriterijum kreditne sposobnosti: od ostvarivanja pozitivnog poslovnog rezultata, nepostojanja nepokrivenih gubitaka, do stručno osposobljenih kadrova i uredne naplate dospelih potraživanja. Prava slika o kreditnoj sposobnosti tražioca dobija se **analizom ukupnih prihoda i troškova**.

Posebni uslovi se odnose na:

- namenu upotrebe sredstava,
- sopstveno učešće korisnika kredita,
- polaganje depozita,
- instrumente obezbeđenja,
- vraćanje kredita itd.

3.4. Organizacija bankarskih poslova sa kreditima

Poslovi kreditnih i drugih plasmana organizovani su u **Sektoru banke za poslove sa privredom** (*corporate banking*), odnosno **Sektoru za poslovanje sa stanovništvom** (*reatil banking*). Često poslovne banke imaju sektor ili **odeljenje specijalizovano za poslove plasmana**. Organizovanje posebnog odeljenja plasmana motivisano je specifičnom i složenom tehnologijom odobravanja plasmana i kasnijeg praćenja otplate, što je vezano i za posebna znanja zaposlenih u ovom odeljenju.

Banka u okviru raspoloživih sredstava odobrava sve vrste kredita i izdaje garancije pravnim licima u zemlji i inostranstvu koji ispunjavaju uslove kreditne sposobnosti. Banka mora da vodi računa o disperziji rizika na veći broj manjih kreditnih linija i drugih plasmana, većem broju klijenata, da ne bi dospevanjem u probleme pojedinih velikih dužnika i sama dospela u probleme likvidnosti i solventnosti.

Osnovni kriterijumi za plasiranje sredstava su: **uspešnost poslovanja i kreditna sposobnost zajmotražioca, stepen rizika, ekonomska opravdanost plasmana, kao i učešće zajmotražioca**. U uslovima nerealno niskih aktivnih kamatnih stopa banka može odobravati kredite, uz obezbeđenje očuvanja realne vrednosti kredita u periodu korišćenja i vraćanja, kroz **revalorizaciju** (povećanje vrednosti) putem: stope rasta cena na malo, deviznog kursa i na druge načine. Banka može i na zatečeno stanje kredita u korišćenju i otplati obračunavati revalorizaciju.

Svi krediti, garancije i drugi oblici jemstva odobravaju se u skladu sa:

- **Pravilima o odobravanju kredita, garancija i drugih oblika jemstva** u zemlji i prema inostranstvu,
- **Odlukom o kamatnim stopama,**
- **Odlukom o tarifi naknada,**
- **Uputstvom o oceni boniteta,** utvrđivanju kreditne sposobnosti klijenta banke i
- **Postupku odobravanja kredita,** otvaranju akreditiva, izdavanju garancija i drugih oblika jemstva pravnim licima i građanima.

4. Obavljanje platnog prometa

Obavljanje platnog prometa spada u treću grupu značajnih bankarskih poslova u pogledu novčanog uticaja na reprodukciju. U oblasti platnog prometa, osim dela platnog prometa u zemlji, od posebnog značaja je i obavljanje platnog prometa sa inostranstvom. Ovi poslovi imaju svoj finansijski odraz na finansijski potencijal i poslovanje banaka, što znači da se ne mogu posmatrati kao marginalni (granični) poslovi.

4.1. Značaj platnog prometa

„Platni promet predstavlja sva plaćanja koja se vrše u novcu (gotovinski i bezgotovinski) između domaćih (fizičkih i pravnih) lica, kao i između domaćih i inostranih lica.“¹⁰

Postoji **unutrašnji platni promet** koji se vrši u novcu te zemlje i **platni promet sa inostranstvom** koji se razlikuje po sledećim stavkama: (1) plaćanja se vrše u inostranom novcu; (2) sa stanovišta učesnika transakcije plaćanja – jedan od učesnika je nerezident, odnosno fizičko ili pravno lice iz inostanstva.

Plaćanja u platnom prometu se vrše sa ciljem:

- **plaćanja roba i usluga,**
- **plaćanja po osnovu finansijskih odnosa.**

Kada je reč o plaćanjima između učesnika u platnom prometu, onda postoje:

- neposredno plaćanje – između isplatioca i primaoca novca. U savremenim uslovima ovo plaćanje se obavlja u relativno manjem obimu, u najvećem delu u trgovini na malo;
- posredno plaćanje – između isplatioca i primaoca novca posredstvom banke ili druge finansijske institucije (mehanizam preduzeća za poštanske usluge – PTT).

¹⁰ Hadžić, M. (2007) *Bankarstvo*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, str. 228

4.1.1. Unutrašnji platni promet – pojam i karakteristike

Unutrašnji platni promet može se posmatrati u užem i širem smislu.

U užem smislu unutrašnji platni promet se odnosi samo na plaćanja preko računa, koji su otvoreni kod nosilaca platnog prometa u zemlji, gde je posrednik odgovarajuća institucija tj. platni promet koji je društveno organizovan.

Osnovne karakteristike društveno organizovanog platnog prometa su:

- **dobra organizacija,**
- **efikasnost i**
- **ekonomičnost.**

Cilj platnog prometa, u svakoj ekonomiji, je da efikasno i brzo izvrši izmirenje dužničko-poverilačkih obaveza, uz racionalno korišćenje novca. Sistem platnog prometa utiče na količinu novca u opticaju što ga čini glavnim faktorom tražnje za novcem.

Platni promet veoma utice i na finansijsku stabilnost zemlje. Problemi u funkcionisanju platnog prometa značili bi prekid u plaćanjima po osnovu dužničko-poverilačkih odnosa u zemlji, što narušava finansijski sistem zemlje. Takođe problemi platnog prometa bi mogli da izazovu i negativne posledice po realnu ekonomiju, jer bi prekid plaćanja finansijskih obaveza sigurno izazvao povećanje troškova proizvodnje, prekid reproduksijskih ciklusa i opštu nesigurnost u privredi.

U zavisnosti u kom obliku se novac pojavljuje kod plaćanja, postoji:

✓ **gotovinski platni promet** – u savremenim uslovima smanjuje se obimom i gubi na značaju, a susreće se još kod sitnijih plaćanja između fizičkih i/ili pravnih lica; i

✓ **bezgotovinski (prenosivi) platni promet** – obavlja se prenosom novčanih sredstava sa računa isplatioca na račun primaoca po osnovu naloga. Pojavom elektronskih kartica ovaj promet se obimom uvećao i u plaćanjima na malo.

4.1.2. Pravno regulisanje unutrašnjeg platnog prometa

Zakonom o platnom prometu je prvi put uveden platni promet u bankarski sistem, kao što je to uobičajeno u tržišnim privredama. Ovim zakonom se uređuju poslovi platnog prometa, prava i obaveze banke i klijenta. Poslovi platnog prometa mogu se obavljati u dinarima, kao i u stranoj valuti, u skladu sa zakonom.

4.2. Organizacija poslova unutrašnjeg platnog prometa

Poslove platnog prometa banka obavlja po pravilu u tehnički i personalno osposobljenom odeljenju u okviru sektora za poslove sa privredom (stanovništvom). Tehnički uslov za obavljanje ovih poslova je dobra elektronska povezanost poslovnih jedinica banke međusobno, a posebno je važna povezanost centrale banke i centrale banke sa službom platnog prometa Narodne banke.

Nosioci platnog prometa u skladu sa Zakonom o platnom prometu su: Narodna banka Srbije, banke, ovlašćeni agenti i preduzeća PTT saobraćaja.

Učesnici platnog prometa preko računa kod nosilaca platnog prometa su: preduzetnici, pravna i fizička lica koja vrše plaćanja. U poslove platnog prometa spadaju:

- otvaranje i zatvaranje računa,
- plaćanja sa jednog na drugi račun – prenos, naplata, obračun, uplata i isplata,
- evidentiranje prometa na računima,
- praćenje likvidnosti učesnika i nosilaca platnog prometa.

4.3. Računi za obavljanje platnog prometa

Ugovorom sa bankom pravno ili fizičko lice sklapa sporazum o otvaranju i vođenju računa. Pravna i fizička lica mogu imati u bankama račune za plaćanje u stranoj valuti. Takođe mogu imati više od jednog računa u jednoj banci i račune u više banaka.

Zavisno od toga ko je inicijator transakcije, dužnik ili poverilac, transakcija plaćanja može biti:

- **transfer odobrenja** – transakcija plaćanja koju inicira dužnik (daje banci nalog za plaćanje i instrukciju za transfer sredstava s njegovog računa poveriocu ili na račun poverioca);
- **transfer zaduženja** – transakcija plaćanja koju inicira poverilac na osnovu ovlašćenja koje dužnik daje svojoj banci i svom poveriocu;

a u zavisnosti od toga da li se računi poverioca i dužnika nalaze u istoj ili različitim bankama:

- **interni transfer** – transfer plaćanja između dužnika i poverioca koji imaju račune kod iste banke; i
- **međubankarski transfer** – transfer plaćanja kada su poverilac i dužnik otvorili račune u različitim bankama.

Transakcija plaćanja se vrši na način da banka dužnika zadužuje račun dužnika, a banka poverioca odobrava sredstva na račun poverioca ili mu ta sredstva stavlja na drugi način na raspolaganje zavisno od naloga.

Banka može da angažuje **agenta**, odnosno procesora, u izvršavanju transakcije plaćanja. Agent može da deluje u ime banke:

- kao posrednik u komunikaciji,
- za upravljanje ili izvršenje naloga za račun klijenta,
- kao mesto za prijem i slanje naloga,
- kao posrednik za kliring i prenos podataka.

Postoje tri propisane forme naloga za plaćanje:

1. Nalog u pisanoj formi,
2. Elektronski nalog i
3. Usmeni nalog.

Nalog mora da sadrži podatke o izdavaocu i primaocu naloga, podatke o njihovim bankama i druge propisane podatke. Sadržinu i formu naloga za plaćanje propisuje Narodna banka.

4.4. Instrumenti platnog prometa

Obrasci koji se koriste u novčanim transakcijama u korist klijenta banke predstavljaju instrumente platnog prometa. Na osnovu Zakona o platnom prometu guverner Narodne banke je doneo Odluku o jedinstvenim instrumentima platnog prometa kojom su propisani oblik, sadržina i način njihovog korišćenja.

Instrumenti platnog prometa su:

- **nalog za uplatu na račun i nalog za isplatu sa računa** (gotovinski instrumenti plaćanja),
- **nalog za prenos i nalog za naplatu** (bezgotovinski instrumenti plaćanja).

Instrumenti mogu biti u pisanoj i elektronskoj formi, pravougaonog su oblika i jedinstvenih dimenzija 99x210mm.

Nalog za uplatu se koristi za uplate u gotovom novcu u korist računa – dnevni pazar, plaćanje obaveza i dr. Sastoji se od dva primerka, od kojih prvi, nakon overe, ostaje uplatiocu, a drugi ostaje banci za evidenciju.

Nalogom za isplatu pravno ili fizičko lice podiže novac sa svog računa ili na teret računa u korist primaoca koji nema račun kod te banke, takođe se sastoji od dva primerka.

Nalog za prenos se koristi kada dužnik nalaže banci prenos sredstava na teret njegovog računa u korist računa poverioca za prenos sredstava između dva računa istog klijenta ili za evidentiranje istog iznosa po osnovu izmirenja međusobnih novčanih obaveza (kompezacija- izravnavanje međusobnih potraživanja, asignacija- transfer prava, cesija-ustupanje, prenos hartija od vrednosti). Sastoji se od jednog primerka i na zahtev klijenta banka izdaje potvrdu o prijemu naloga za prenos.

Nalog za naplatu se koristi kada poverilac u skladu sa ovlašćenjem dobijenim od dužnika inicira da se izvrši naplata sredstava sa računa dužnika. Koristi se:

- za naplatu dospelih hartija od vrednosti,
- otvorenih akreditiva,
- za naplatu na osnovu izvršenih rešenja izdatih na osnovu zakona,
- za naplatu provizije za usluge platnog prometa i drugo.

Sastoji se od dva primerka, od kojih se prvi vraća poveriocu, a drugi zadržava banka, a na zahtev klijenta banka izdaje potvrdu o izvršenom plaćanju.

Odlukom o obliku, sadržini i načinu korišćenja jedinstvenih instrumenata platnog prometa, pored propisana četiri, opredeljeni su i instrumenti plaćanja:

- **Ček** – koriste fizička lica za bezgotovinska plaćanja i za isplatu gotovog novca na teret računa;
- **Platna kartica** – koristi se za bezgotovinsko plaćanje i za podizanje gotovog novca kod izdavaoca kartice ili preko bankomata;
- **Akreditiv** – koristi se kada klijent nalaže banci kod koje ima otvoren račun da određena sredstva stavi na raspolaganje pravnom ili fizičkom licu kod banke ili druge banke.

- DRUGI DEO -
KREDITIRANJE MALOG BIZNISA U
TURIZMU

1. Razvoj malog biznisa u Srbiji

Više od deset godina tranzicije u bivšim socijalističkim zemljama empirijski je potvrdilo i artikuliralo stav, da je tržište mnogo efikasniji koordinator ekonomskih aktivnosti nego što je to administrativno posredovanje u aktivnostima privrednih subjekata. Za efikasno tržište potrebna je konkurencija, odnosno konkurentna privredna struktura. Zato je suština restrukturiranja socijalističkih privreda bila – povećanje spoljne i unutrašnje konkurentnosti, dakle otvaranje prema spoljnom tržištu, a u zemlji pospešivanje stvaranja mase novih konkurenata.

Godine iza nas devastirale su kapital društvenih preduzeća do nivoa da su gubici u pojedinim granama veći za dva do tri puta od imovine preduzeća i da svako odugovlačenje sa realizacijom procesa privatizacije može imati katastrofalne posledice po razvoj srpske privrede. Više ništa nema takav značaj kao vreme koje nam u ovom slučaju ne ide u prilog i zahteva hitnu i vrlo diversifikovanu aktivnost u pravcu podizanja unutrašnje i spoljne konkurentnosti srpske privrede.

Karakter i suštinu nužnih promena u Srbiji možemo da definišemo kao – novo preduzetničko društvo ili drugim rečima:

- Društvo čije su vrednosti (preduzeće i preduzetništvo) i njihove kombinacije u stalnom procesu kreiranja bogatstva i radnih mesta,
- Društvo koje u potpunosti podstiče i ohrabruje preuzimanje rizika,
- Društvo koje stvara nova preduzetnička zvanja u svim oblastima, bez diskriminacije između „nove“ i „stare“ ekonomije,
- Društvo koje identifikuje nove talente u preduzećima, da što pre uđu u avanturu preduzetničkog stvaranja.

U brzim promenama sveta u kojima je sposobnost odgovora na promene ključni faktor uspeha, ekonomska politika mora istaći važnost:

- Podrške preduzetničkim aktivnostima;
- Stvaranju okruženja koje pogoduje inovacijama i promenama;
- Osiguranju tržišta za uspešne robe i usluge.

Problemi razvoja svake od savremenih društvenih zajednica po svojoj kompleksnosti i obimu, znatno nadilaze kapacitete vlade i njenih institucija. Savremeni koncept održivog razvoja zahteva mnogo veću participaciju ostalih ključnih razvojnih faktora – poslovne zajednice, građana i njihovih organizacija.

Kao društvo nalazimo se na presudnoj prekretnici određivanja vlastite budućnosti. Zato je ključno pitanje: kako postaviti koncept budućih razvoja koji treba da nas dovede do veće efikasnosti naših preduzeća, njihove unutrašnje i spoljne konkurentnosti koristeći preduzetništvo i znanje kao ključni razvojni resurs.

1.1. Iskustva u promociji preduzetništva i malih i srednjih preduzeća u zemljama u tranziciji

Mala i srednja preduzeća (MSP) se smatraju jednom od vodećih snaga ekonomskog razvoja. Ona stimulišu privatno vlasništvo i preduzetničke sposobnosti, ona su fleksibilna i mogu se brzo prilagođavati promenama na tržištu. Generišu zaposlenost, stvaraju diversifikovanu ekonomsku aktivnost i doprinose izvozu i trgovini i osnovni su činioci razvoja konkurentne ekonomije. „Razvoj malih i srednjih preduzeća rezultat je reafirmacije tržišta, individualnog privatnog vlasništva i preduzetništva, kao i činjenice da mala i srednja preduzeća, zahvaljujući svojoj fleksibilnosti, mnogo lakše podnose recesiju.“¹¹

Prema zvaničnoj statistici, u Srbiji je na kraju prošle godine bilo ukupno 76.394 preduzeća, od čega 75.729 ili 99,1% malih i srednjih preduzeća. Prema najnovijim,

¹¹ Unković, M. (2009) *Međunarodna ekonomija*, Četvrto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 357

ažuriranim podacima Agencije za privredne registre, trenutno u Srbiji ima oko 86.000 preduzeća koja mogu biti kategorisana kao mala i srednja.¹²

Većina zemalja u tranziciji prihvatile su da su MSP suštinski deo ekonomskih reformi (Češka, Mađarska, Poljska, Slovačka i Slovenija). Tranzicija ka tržišnoj ekonomiji ima jaku korelaciju sa razvojem privatnog sektora, i naročito sa MSP koja imaju glavnu ulogu u procesu reformi.

Suština tranzicije svodi se na:¹³

- privatizaciju imovine;
- prelazak na tržišnu privredu i liberalizam;
- makroekonomsku stabilizaciju; i
- ostvarivanje konkurentnosti privrede.

Dosadašnja iskustva tih zemalja su pokazala da:

- su MSP generator ekonomskog razvoja;
- je razvoj MSP bio krucijalan element industrijskog restrukturiranja, što se potvrđuje već u početnoj fazi ekonomskih transformacija;
- iako mnoge ekonomije u tranziciji smatraju da je razvoj MSP važan element u procesu reformi, vlade se radije bave pitanjima privatizacije u odnosu na preduzetništvo i MSP.

Postoji opasnost da se privatizacija vidi kao cilj ekonomske transformacije, umesto samo da to bude instrument da bi ekonomija bila mnogo efikasnija kroz privatnu inicijativu i vlasništvo.

- Zemlje u tranziciji nemaju rešenu zakonsku regulativu, imaju ograničeno razumevanje preduzetništva, manjak infrastrukturnih i finansijskih mogućnosti što predstavlja veliku prepreku u formulisanju prihvatljive politike za MSP.

¹² <http://www.apr.gov.rs/> (pregledano 17.8.2010.)

¹³ Unković, M. (2009) *Međunarodna ekonomija*, Četvrto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 359

- Za razliku od većine zemalja u tranziciji u jugoistočnoj Evropi tek sledi da se osmisli koherentna politika vezana za razvoj sektora MSP (Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Makedonija).
- Pre skorijih političkih i ekonomskih promena, u centralnoj i istočnoj Evropi pojam MSP nije skoro ni postojao. MSP su smatrana – kolevkom kapitalizma.

Makroekonomska i analiza rezultata poslovanja privrede u Srbiji ukazuju na nepovoljna kretanja koja se karakterišu:

- visokim nivoom neefikasnosti preduzeća u svim sektorima privrede,
- tri puta većim uvozom od izvoza,
- padom industrijske proizvodnje,
- velikim brojem nezaposlenih,
- visokim učešćem materijalnih troškova administracije u budžetu.

Ključni razlog takvom stanju je:

- Imobilisanje kapitala velike vrednosti u vlasništvu društvenih preduzeća na niskom nivou upotrebe.
- Više od 66% vrednosti kapitala ukupne privrede u Srbiji u poslednjih osam godina proizvodi samo gubitke i nezaposlenost.
- Neefikasna društvena preduzeća u svakom poslovnom ciklusu negativno kontaminiraju bilans subkontraktora i njihovih banaka, čime celinu privrednog bića Srbije čine nelikvidnim i neefikasnim.

Raspolažući velikom imovinom u postojećem bankarskom ambijentu, društvena preduzeća mogu imovinom da obezbede pokriće za kreditno zaduženje kod banaka, koji zbog nelikvidnosti ne mogu da vrate, a po osnovu kolaterala troše sopstvenu supstancu. To kao posledicu ima pad iskorišćenosti kapaciteta, snižavanje nivoa uposlenosti radne snage i na kraju – njihovo otpuštanje.

Na drugoj strani, privatna preduzeća:

- jedina u kontinuitetu u poslednjih osam godina ostvaruju pozitivne rezultate poslovanja,
- sa malim kapitalom i brojem zaposlenih ne mogu da pokriju dominantno negativni uticaj lošeg stanja u društvenim preduzećima.

Visoko podkapitalizovana privatna preduzeća nemaju mogućnosti da sopstvenim kapitalom (pod postojećim uslovima) garantuju bankarske kredite kako bi ovaj sektor ušao u investicioni razvoj i time generisao veći prihod i veći broj radnih mesta. Moguće, efikasno rešenje je – hitna realokacija inputa na viši nivo efikasnog korišćenja što se može obaviti jedino njihovim preduzetničkim restrukturiranjem.

Preduzetničko restrukturiranje je moguće izvesti na najmanje dva načina:

- prodajom preduzeća stranim strateškim partnerima (dakle uvozom preduzetničkih sposobnosti i kapitala) i/ili
- prodajom društvenog kapitala pod povoljnim uslovima domaćim preduzetničkim i menadžerskim timovima iz postojećih privatnih preduzeća.

U tom smislu, Vlada Srbije je otvorila tenderske i aukcijske privatizacije što je ocenjeno kao dobar koncept. Osim slabosti postojećeg zakona, slabost se ogleda i kod pratećih instrumenata i institucija u sprovođenju privatizacije, ogleda se u nemogućnosti nisko akumulativnih i podkapitalizovanih privatnih preduzeća i njihovih vlasnika – da se pojave u funkciji kupca njima potrebnog dela ili celog društvenog preduzeća.

U Srbiji proteklih godina nije postojao razvijen finansijski sistem. Od finansijskog sistema jedino je uspešno funkcionisao sistem platnog prometa dok su banke bile više redistributivne institucije u vršenju socijalne funkcije države. Uz banke funkcionisao je i Fond za razvoj Vlade Srbije iz koga su krediti usmeravani ka velikim društvenim preduzećima bez obzira na sposobnost korisnika da kredite i vrate. Stanovništvo je u potpunosti izgubilo poverenje u bankarski sistem zbog problema sa neisplaćenom starom deviznom štednjom i piramidalnim deviznim štedionicama. Novac je čuvan kod kuća ili van domaćih bankarskih tokova.

Uz „velike državne“ banke postojale su i male privatne banke kao akcionarska društva čije se poslovanje uglavnom orijentisalo na kratkoročne pozajmice za obrtna sredstva i obavljanje platnog prometa prema inostranstvu. Pošto nije postojala štednja niti dugoročni izvori za dugoročne plasmane, izostajala je ozbiljna investiciona funkcija banaka.

Nedostatak dugoročnog kapitala, nadomešćivan je primarnom emisijom koju su povlašćene banke koristile za plasmane, koji su zbog nemogućnosti vraćanja bili otpisivani, i/ili kupovinu deviza na crnom tržištu. To je jednom broju banaka obezbeđivalo potreban kapital za tzv. „aranžmanske poslove“. Visoka stopa nevraćenih plasmana, nedostatak štednje i dugoročnih izvora učinili su bankarske pozajmice i kredite izuzetno skupim. Skupe bankarske kredite uzimala su samo preduzeća koja najčešće nisu mogla da ih vrate.

Praksa trgovačkih sudova u naplati potraživanja zbog Pravne praznine i neefikasnosti sudova doprinela je visokom stepenu zaštite dužnika u odnosu na poverioce. Iz godine u godinu situacija na finansijskom tržištu se do te mere pogoršavala da je ukupna nelikvidnost privrede i banaka dostigla nivo od 10 milijardi EUR.

U takvom stanju, banke nisu mogle da servisiraju kratkoročne potrebe postojećih preduzeća, generišu rast postojećih i formiranje novih privatnih MSP.

1.1.1. Problemi u finansijskom i bankarskom sektoru

- **nedostatak iskustva** - posebno u proceni i nadzoru poslovanja MSP, što za posledicu ima da se finansiranje MSP smatra previše rizičnim;
- **nedostatak sistema nadzora u bankama** - znači da se odobravaju samo visoko osigurani kratkoročni krediti;
- **nepostojanje sekundarnog tržišta** - uslovljava da je vrednovanje obezbeđenja teško izvesti i da je zaloge teško realizovati kada su u zakašnjenju;

- činjenica da su **banke podkapitalizovane** - znači da one ne mogu da odobravaju dugoročne kredite iz sopstvenih izvora;
- **nedostatak evidencije o poslovanju preduzetnika i MSP** u prethodnom periodu u korelaciji sa činjenicom da se okruženje vrlo brzo menja, čini da je inherentni rizik projekata mnogo viši nego u uporedivoj zapadnoj privredi;
- **nedostatak diversifikovanih finansijskih institucija** - koje su uobičajene na Zapadu, kao što su „*venture capital*“ institucije. Razlog tome nije isključivo okruženje već takođe i nedostatak odgovarajuće zakonske procedure i iskustva kao i resursa;
- **odsustvo Vladinih mera podrške za podizanje nivoa motivacije banaka** - da se opredele za veći interes u finansiranju MSP;
- **kreditiranje malih preduzeća je vrlo rizično** - zbog visokog nivoa neizvesnosti sa kojom se MSP suočavaju (nepostojanje kvalifikovanih nefinansijskih usluga koje bi smanjile uticaj rizika nefinansijskih faktora – kvalitetna analiza tržišta, konkurencije, menadžerskih slabosti, slabosti organizacije i distribucije proizvoda i usluga, i sl.);
- **komercijalne i kreditne banke nemaju iskustva u poslovanju sa MSP**. Administrativni troškovi finansiranja MSP su jako visoki, a veličina kredita previše mala da bi pokrila ove troškove;
- **nedostatak transparentnosti u vrednovanju plasmana MSP i nedovoljna obučenost finansijskih institucija u poslovanju sa MSP**;
- **bankarski sektor je u celini nerazvijen sa zastarelim sistemom kliringa** - značajan broj transakcija je gotovinski zbog neizvesnosti i ograničenja;
- **MSP ne mogu da obezbede zalog** i/ili instrument obezbeđenja koje zahtevaju kreditne institucije; i
- **ne postoje pouzdane tržišne informacije i kreditna istorija potencijalnih zajmoprimaca.**

1.1.2. Slabosti finansiranja MSP

Dosadašnja praksa finansiranja privatnih MSP pokazala je i značajne slabosti:

- neodgovarajuću obučenost bankarskih službenika za rad sa MSP,
- neusklađenost bankarskih instrumenata i uslova korišćenja kredita sa različitim nivoom razvijenosti i potreba MSP,
- pokušaja da se jeftino dobijeni krediti za podsticaj preduzetništva i MSP iskoriste za brzo kapitalisanje datih plasmana pod nerazumno visokim kamatnim stopama (10-30%) i
- visinom različitih vrsta obezbeđenja kredita koji za 2-3 puta prevazilazi iznos kredita.

Banke nisu osposobljene da koriste uobičajene tehnike podrške preduzetnicima i privatnim MSP u skladu sa fazama razvijenosti na životnom portfoliju preduzeća, gde je za svaku od faza potrebna posebna vrsta finansijske podrške ili njihova kombinacija. Ostala je stara navika banaka da sav rizik razvoja i poslovanja prenesu na preduzeće umesto da podeli rizik rasta ili pada poslovanja u skladu sa svojim klijentima. To bi od banaka zahtevalo veću usmerenost na praćenje poslovanja klijenta u svakoj od faza njihovog poslovanja, a za to je minimalan broj postojećih banaka spreman.

1.1.3. Slabosti i ograničenja MSP

- **visok nivo potkapitalizovanosti MSP-a** (mala vrednost kapitala po pojedinačnom preduzeću, nizak nivo akumulacije i sl.);
- **zakonska ograničenja u korišćenju zaloga za zajmove**, posebno imajući u vidu da banke koriste visok nivo zaloga kao sredstvo za opravdanje rizika;
- **odsustvo bilo kakve serije podataka o turbulentnim tržišnim kretanjima** otežava sastavljanje razumnog Poslovnog plana;
- **nizak nivo upravljačke sposobnosti** vode u neuspeh mnoge MSP, posebno ona koja nastaju iz akcijske privatizacije čime se samo pojačava rezervisanost banaka u vezi sa MSP;

- **brze promene u okruženju**, uključujući inflaciju čini da je uobičajena „komercijalna“ kamatna stopa vrlo visoka i da je dugoročno finansiranje vrlo rizično;
- značajan je **nedostatak privatnog kapitala**-visoka inflacija je "oprala" štednju građana;
- **lično vlasništvo i njegovo vrednovanje je često neizvesno:**
 - nedostatak malih iznosa za start – up kapital;
 - trenutni uslovi poslovanja samo trgovačkom kompanijama omogućavaju da savladaju devizni rizik. Proizvodne kompanije koje žele da koriste savremenu opremu i nove tehnologije nemaju povoljan zakonski okvir za korišćenje lizinga kao pogodne forme.

Dosadašnje preživljavanje u vrlo teškim uslovima poslovanja za MSP više je izraz i isključivo zasluga preduzetničkih i menadžerskih sposobnosti njihovih vlasnika, nego podrška odgovarajućeg ambijenta za njihovo poslovanje.

2. Izrada biznis plana za dobijanje kredita za razvoj turističke delatnosti

2.1. Utvrđivanje boniteta i kreditne sposobnosti

Kod utvrđivanja kreditne sposobnosti i boniteta preduzeća bitno je istaći da je osnovni cilj da se utvrdi stepen rizičnosti, odnosno **sigurnosti vraćanja kredita**. Kreditno sposobno preduzeće je ono koje u dogovorenim rokovima vrati osnovicu duga sa dogovorenim kamatama.

Za ocenu boniteta koriste se brojni **racio brojevi** koji su diferencirani u nekoliko grupa:

- **Pokazatelji finansijske stabilnosti:** finansijska sigurnost, stepen kreditne sposobnosti i samofinansiranja.
- **Pokazatelji likvidnosti:** trenutna likvidnost, opšta likvidnost, tekuća likvidnost, dani vezivanja zaliha i obrtnih sredstava.

- **Pokazatelji poslovne uspešnosti:** stepen reproduktivne sposobnosti, odnos akumulacije prema trajnom kapitalu, prosečna zarada po radniku, akumulacija po radniku, bruto dobit po radniku i dr.

2.2. Izveštaj o bonitetu firme

Odlukom o bližim uslovima i načinu vođenja registra podataka o bonitetu pravnih lica i preduzetnika i davanju podataka i mišljenja o bonitetu, koji je propisala Narodna banka Srbije, sačinjava se izveštaj o bonitetu firme.

Prema navedenoj odluci, **Narodna banka Srbije obavlja sledeće funkcije:**

- vodi Registar boniteta;
- izrađuje Metodologiju za utvrđivanje podataka i pokazatelja o bonitetu pravnih lica i preduzetnika i davanje mišljenja o bonitetu privrednih društava;
- pribavlja i preuzima izvorne podatke i dokumente o bonitetu pravnih lica i preduzetnika;
- utvrđuje izvedene podatke i pokazatelje o bonitetu pravnih lica i preduzetnika;
- izrađuje izveštaje o bonitetu pravnih lica i preduzetnika i mišljenja o bonitetu privrednih društava;
- daje korisnicima podatke, izveštaje i mišljenja o bonitetu;
- vodi dokumentacionu bazu izveštaja i mišljenja o bonitetu;
- pruža usluge, na zahtev korisnika, u skladu sa Metodologijom;
- izrađuje makroekonomske informacije i analize za potrebe državnih organa i institucija Republike Srbije;
- pruža usluge u vezi sa poslovima koje obavlja u skladu sa navedenom odlukom.

Registar boniteta je jedinstvena, standardizovana, elektronska baza podataka o bonitetu pravnih lica i preduzetnika koji imaju sedište na teritoriji Republike Srbije.

Ti podaci su javni i dostupni svim pravnim i fizičkim licima. Oni se vode po grupama pravnih lica i to za:

- privredna društva, zadruge i ustanove,
- banke,
- društva za osiguranje,
- davaoce finansijskog lizinga,
- društva za upravljanje dobrovoljnim penzijskim fondovima,
- društva za upravljanje investicionim fondovima,
- berze i brokersko-dilerska društva.

2.2.1. Metodologija izrade biznis plana – osnovni elementi

1. Naziv, sedište i adresa i komunikacione veze podnosioca biznis plana;
2. Menadžment odgovoran za biznis plan sa poslovnim referencama;
3. Rezime biznis plana sa ključnim informacijama;
4. Opis glavne poslovne aktivnosti preduzeća i biznis plana;
5. Stanje preduzeća (prošlost, sadašnjost i ciljevi za budućnost);
6. Opis proizvoda ili usluga koji su predmet biznis plana;
7. Osnovni profil ciljnih tržišta;
8. Marketing strategija i plan prodaje;
9. Poslovna strategija menadžmenta za realizaciju biznis plana;
10. Struktura organizacije i broj potrebnih kadrova za realizaciju biznis plana;
11. Finansijski segment biznis plana;
12. Predlog za korišćenje podsticajnih finansijskih sredstava;
13. Plan primene biznis plana;
14. Plan povraćaja investicija;
15. Zaključak.¹⁴

¹⁴ Stakić, B. (2008) *Finansijski i devizni menadžment u turizmu*, Peto izdanje, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, str. 295

1. OSNOVNI PODACI O INVESTITORU

- 1.1. Kratak istorijat i osnivanje
- 1.2. Delatnost
- 1.3. Organizacija
 - 1.3.1. Zaposleni
- 1.4. Oblik organizovanja i kapitala
- 1.5. Vlasništvo subjekta
- 1.6. Ekonomski rezultati poslovanja

Tabela 3: Osnovni podaci o investitoru

PUNI NAZIV	Restoran "BUENO" S.U.R. Aleksandra Petrović
SEDIŠTE	Beograd, Srbija
ADRESA	Bulevar Kralja Aleksandra 115e
MATIČNI BROJ	10000590
NAZIV I ŠIFRA DELATNOSTI	11223 - Pripremanje i služenje specijaliteta sa roštilja, gotovih jela, pečenja, salate, čorbe, poslastice; točenje i služenje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka i sl.
PIB	10115589
DIREKTOR	Petrović Aleksandra
OBLIK ORGANIZOVANJA	Samostalna ugostiteljska radnja
TELEFONI	+ 381 11 987 6543 + 381 65 987 6543
FAKS	+ 381 11 987 6542
BROJ TEKUĆEG RAČUNA	260-0136850001175-24 „Komercijalna“ banka, Beograd
GODINA OSNIVANJA	2001.god

Iako se po Metodologiji rezime stavlja na prvo mesto, on predstavlja rekapitulaciju svih poglavlja koja su sadržana u biznis planu. Rezime je značajan jer sadrži dovoljno elemenata za preliminarnu ocenu podobnosti investicionog projekta za kreditiranje. Rezime biznis plana se najčešće daje u formi obrazaca koji sadrže rekapitulirane odgovore na osnovna pitanja koja biznis plan detaljno obrađuje. Diferenciraju se na dve velike grupe i to: (a) Podaci o investitoru;

(b) Podaci o biznis planu.

2. REZIME INVESTICIONOG PROGRAMA

- 2.1. Investitor
- 2.2. Projekat
- 2.3. Struktura investicije
- 2.4. Izvori finansiranja
- 2.5. Očekivani efekti
- 2.6. Finansijska ocena opravdanosti ulaganja

Tabela 4: Rezime investicionog programa

NAZIV INVESTICIONOG PROGRAMA	Rekonstrukcija i obnavljanje opreme SUR – Restoran „BUENO“
LOKACIJA PROJEKTA	Zvezdara – Beograd
KARAKTER INVESTICIJE	Ulaganje u ugostiteljsku infrastrukturu
CILJ INVESTICIJE	Povećanje kvaliteta i obima usluga
TERMINSKI PLAN	Početak rekonstrukcije: maj 2010. godine Završetak rekonstrukcije: oktobar 2010. godine Početak redovnog pružanja usluga: januar 2011. godine
PREDVIĐENI EKONOMSKI VEK PROJEKTA	10 godina
DEVIZNI KURS	1 EURO = 103,58 RSD
RAST CENA U PERIODU IZGRADNJE	0.00%

Tabela 5: Investicioni program

INVESTICIJE U OSNOVNA SREDSTVA: REKONSTRUKCIJA OBJEKTA OPREMA	5,694,934 3,562,845	% 53.93 33.74
INVESTICIJE U OBRITNA SREDSTVA	1,261,452	11.95
INTERKALARNA KAMATA	40,000	0.38
INVESTICIJE - UKUPNO	10,559,231	100.00

Uobičajeno je da se ukratko predstavi razvojni put investitora od njegovog osnivanja, kako u pogledu statusnih promena tako i u pogledu svojinske transformacije, promene strukture vlasništva i oblika organizovanja. Treba navesti registrovane delatnosti kojim se investitor bavi, sa posebnim naglaskom na osnovnu delatnost, postojeći proizvodni program kao i eventualne oscilacije u strukturi i kretanju ukupnog obima proizvodnje i prodaje.

Ovaj deo biznis plana treba da uspostavi vezu sa novom investicijom i da ukaže na osnovne probleme i rezultate poslovanja, kao i da naznači ključne zadatke razvoja preduzeća obuhvaćene novim investicionim programom.

Organizacija

- Organizaciona struktura RESTORANA „BUENO“ je prilagođena rastućim i sve složenijim tržišnim zahtevima.

Delatnost

- Osnovna šifra delatnosti RESTORANA „BUENO“ S.U.R. ALEKSANDRA PETROVIĆ, Bul. Kralja Aleksandra 115e, Beograd je 11223 - Pripremanje i služenje specijaliteta sa roštilja, gotovih jela, pečenja, salata; služenje gotovih kolača i industrijskog sladoleda; točenje i služenje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka i sl. Budući razvojni planovi odnose se na proširenje uslužnih programa i tržišta. RESTORAN „BUENO“ ima sedište u Beogradu, a vrši delatnost i raspolaže imovinom na lokaciji u opštini Zvezdara.

Zaposleni

- U RESTORANU „BUENO“ je stalno zaposleno 50 radnika. Po realizaciji ovog investicionog programa planira se zapošljavanje još 10 radnika.

Rentabilnost projekta

- utvrđena na bazi sledećih pokazatelja:
 - razdoblje povrata investicionog ulaganja
 - neto sadašnje vrednosti
 - interne stope rentabilnosti.

Analiza rentabilnosti

- Neto sadašnja vrednost je pozitivna i iznosi 32,660,309 RSD dok je relativna neto sadašnja vrednost visoka i iznosi 3.09. Interna stopa rentabilnosti premašuje 50% i veća je od individualne diskontne stope koja je 4.40%.

Tabela 6: Metoda vremena povraćaja investicionog ulaganja

God.	Visina investicionog ulaganja	Iznos	Nepokriveni deo
		Akumulacije	investicija
0	10,559,231	0	-10,559,231
1	0	1,552,046	-9,007,185
2	0	2,756,483	-6,250,702
3	0	3,136,196	-3,114,506
4	0	3,532,575	418,069

Na osnovu izvršene ocene projekta može se konstatovati da je projekat pozitivno ocenjen i prihvatljiv za izvođenje. Ocenom boniteta investitora konstatovano je da je sposoban da uspešno realizuje projekat. Tržište nabavke i tržište prodaje je u potpunosti obezbeđeno. Projekat ostvaruje profitabilne rezultate. Rentabilnost i likvidnost projekta su na visokom nivou što omogućuje sigurno izmirenje kreditnih obaveza. Na osnovu izloženog, projekat se ocenjuje pozitivnom ocenom i preporučuje učešće kreditora u njegovom finansiranju.

3. Privredna kretanja u turizmu Srbije

Turizam je veoma važan segment privrede i predstavlja granu koja daje mogućnost za razvoj cele društvene zajednice.

Proizvodi i usluge mnogih delatnosti koje učestvuju u formiranju turističkog proizvoda (trgovina, saobraćaj, poljoprivreda i dr.), ostvaruju veliki plasman kroz turističku potrošnju. Učešće turističko - ugostiteljske privrede u društvenom proizvodu Republike iznosi oko 2% a u ukupnom izvozu roba i usluga do 9%.

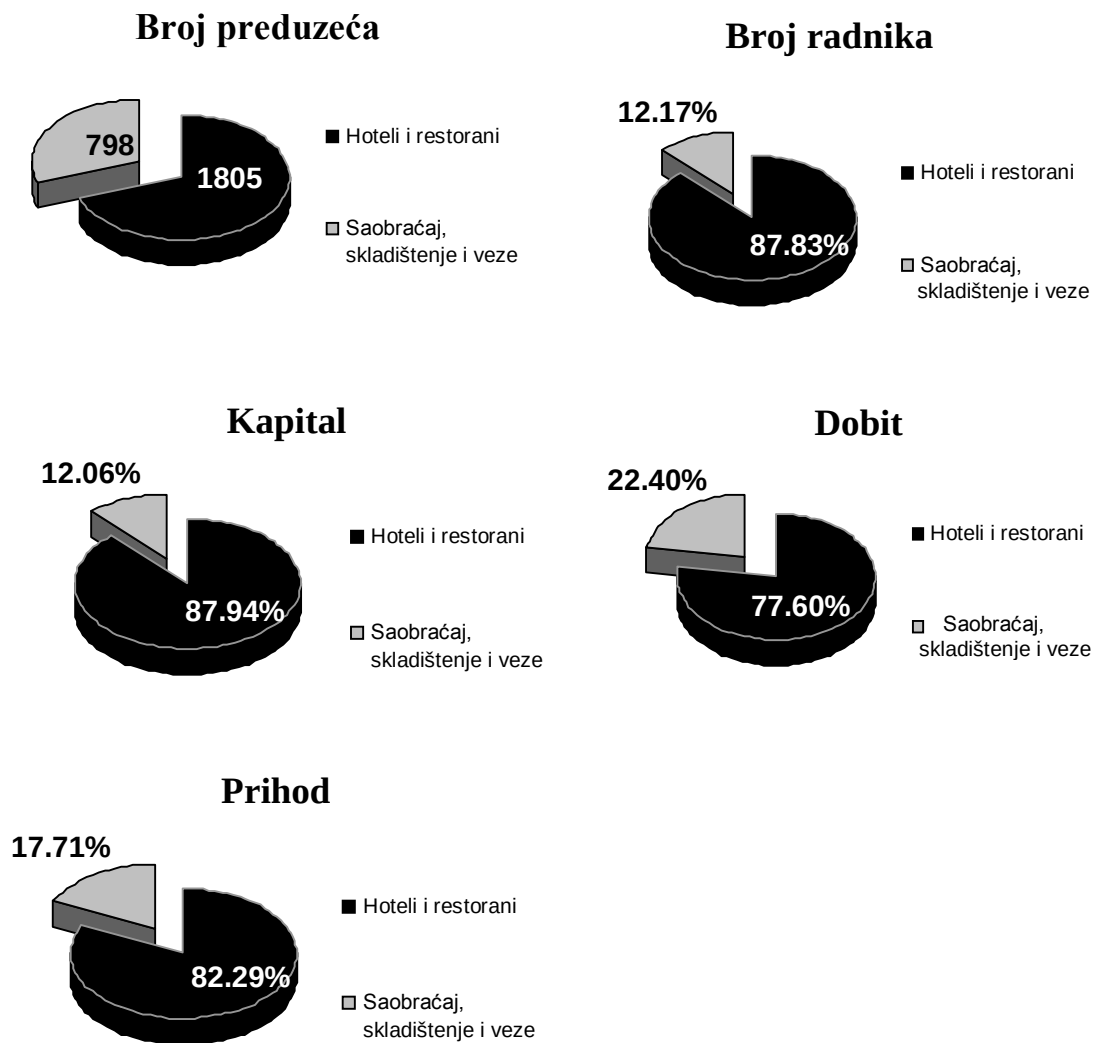
Razvoj i organizacija sadržaja turističke ponude Srbije odvija se kroz turizam velikih gradova, tranzit na glavnim magistralnim pravcima, planinski, banjski, lovni, seoski, etno i eko turizam u očuvanim prirodnim sredinama, nautički turizam na Dunavu.

3.1. Broj preduzeća i broj zaposlenih

„Turističko - ugostiteljsku privredu Srbije čini 1.938 preduzeća, od kojih su 1.273 hotelsko-ugostiteljska (65,7%) i 665 turistička (34,3%). Ukupan broj zaposlenih iznosi oko 23.030 radnika. Turizam Republike Srbije raspolaže sa oko 88.000 ležajeva (u osnovnim 36.000 a u komplementarnim 22.000 smeštajnih jedinica). Najveći broj kapaciteta nalazi se u banjskim i planinskim centrima. Kategorizacijom objekata postojeća ponuda sistematski se prilagođava standardima međunarodnog tržišta.“¹⁵

¹⁵ <http://www.pks.rs/> (pregledano 19.8.2010.)

Slika 1: Broj preduzeća i broj zaposlenih



Izvor: <http://www.pks.rs/> (pregledano 19.8.2010.)

U hotelsko-ugostiteljskim preduzećima zaposleno je 23.030 radnika, odnosno 88,8% od ukupno zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu, dok je u turističkim agencijama zaposleno 2.900 radnika, što čini 11,2% od ukupno zaposlenih u ovoj grani. Zaposleni u turističko-ugostiteljskoj privredi (25.930) učestvuju sa 2,4% u broju zaposlenih u privredi (1.087.295).

3.2. Devizni priliv

Stalni rast inostranog turističkog prometa, počev od 2000. godine, doprineo je povećanju deviznog priliva od turizma:

Tabela 7: Devizni priliv od turizma u Srbiji

Godina	Broj noćenja inostranih turista	Devizni priliv u milionima USD
2000.	430.655	22,6
2001.	592.600	42,7
2002.	738.261	77,3
2003.	791.702	159,7
2004.	851.059	221,0
2005.	991.748	305,0
2006.	1.015.312	409,0
2007.	2.306.558	531,3
2008.	7.334.106	940,0
2009.	6.776.763	900,0
Januar - Februar 2010.	675.284	91,2

Izvor: <http://www.turizam.merr.gov.rs/> (pregledano 25.8.2010.)

Devizni priliv od turizma u 2009. iznosio je 900 miliona dolara, što je za 5 % niže u odnosu na 2008. (940 miliona dolara).

Zarada je još uvek niža od uporedivih destinacija tako da bi u Srbiji trebalo da se poboljša kvalitet usluge.

Uticaaj svetske ekonomske krize poslednjih godina oslabio je razvoj turizma u celom svetu pa i kod nas, što je smanjilo i broj zaposlenih u oblasti turizma i

ugostiteljstva. Poslednjih par godina zabeležen je veći broj domaćih turista, jer im banke omogućavaju povoljne kredite kako bi se prihodi od turizma održali.

3.3. Kongresni turizam u Srbiji

3.3.1. Struktura smeštajnih jedinica

Ukupan broj smeštajnih jedinica u ugostiteljstvu Srbije iznosi 87.325, od čega su :

Tabela 8: Struktura smeštajnih jedinica u Srbiji

• Osnovni kapaciteti (hoteli, moteli, pansioni, turistička naselja) 46.932 - 53,7%	<i>U osnovnim smeštajnim kapacitetima dominantno učešće imaju:</i> ▪ hotelski kapaciteti 35.458 - 75,5%
• Komplementarni kapaciteti (banjska lečilišta, radnička odmarališta, planinarski domovi) 40.393 - 46,3%	<i>U komplementarnim kapacitetima najveće učešće imaju:</i> ▪ privatne sobe 22.122 - 54,7%, ▪ dečija i omladinska odmarališta 7.419 - 18,4%, ▪ radnička odmarališta 6.461 - 16,0%.

Izvor: <http://www.pks.rs/> (predgledano 25.8.2010.)

Potrebno je, takođe, istaći da smeštajnu ponudu Srbije karakteriše zastarelost kapaciteta koji su, uglavnom, izgrađeni pre 1985. godine. Oko 70% hotela čine hoteli nižih kategorija (sa tri i dve zvezdice).¹⁶

Kategorizacijom objekata postojeća ponuda sistematski se prilagođava standardima međunarodnog tržišta.

Saglasno Zakonu o turizmu, odnosno Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uslovima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, koji je donelo i sprovodi Ministarstvo

¹⁶ <http://www.pks.rs/> (pregledano 25.8.2010.)

ekonomije i regionalnog razvoja-sektor turizma, radi se revizija kategorisanja objekata, pri čemu dolazi do promene kategorija - razvrstavanje u niže kategorije, usled gubljenja potrebnih kvaliteta i utvrđenih kriterijuma, ili prelazak u višu kategoriju u odnosu na postojeću - nova ulaganja i doprinos boljem kvalitetu usluga.

3.3.2. Hoteli za održavanje konferencija

U Beogradu u ponudi za održavanje konferencija trenutno ima oko dvadesetak hotela. Januara 2010. godine održan je Svetski kongres hotelijera i restoratera na kome je učestvovalo oko 200 predstavnika hotelske privrede iz celog sveta. Beograd je predstavljen kao idealno mesto za hotele poznatih lanaca kao što su Hilton, Kempinski, Radison... Problem Beograda je nekvalitetan smeštaj. U gradu postoje samo dva poznata brenda "Holiday inn" i "Hyatt". Beograd i Srbija imaju sve potencijale da postanu turistička sila, a upravo ovakvi sajmovi su način da se nađemo na listi investicija poznatih svetskih lanaca hotela.

3.3.3. Sava centar

Sava Centar je najveći kongresni, kulturni i poslovni centar u našoj zemlji i jedan od najvećih u Evropi, čija delatnost obuhvata organizaciju kongresnih i svih vrsta umetničkih skupova i manifestacija.

Izgrađen 1977, Sava Centar predstavlja moderan kompleks smešten u jednom od najlepših delova Beograda, udaljen svega pet minuta od centra grada i 15 minuta vožnjom od aerodroma Beograd . U njegovoj neposrednoj blizini nalaze se hoteli de lux kategorije "Hyatt Regency" i "Continental" koji, zajedno sa Sava Centrom čini jedinstven arhitektonski prostor sastavljen od tri celine: poslovna zgrada - objekat A, velika kongresno koncertna dvorana - objekat B i hotel Continental.

U okviru dva svoja objekta (objekat A i objekat B) Sava Centar raspolaže sa 15 sala, ukupnog kapaciteta 7.000 mesta, opremljenih najsavremenijom audio opremom i višekanalnim sistemom za simultano prevođenje (Infra Red), sistemom za multimedijalne prezentacije, internet konekcijom, kao i vrhunskom rasvetnom tehnikom

Sava Centar je savremeni centar izuzetne domaće i međunarodne reputacije koji već skoro tri decenije uspešno organizuje najveće međunarodne kongresne skupove i umetničke manifestacije. U Sava Centru je do sada održano preko 7.000 domaćih i međunarodnih skupova i manifestacija sa više od 1.500.000 učesnika, kao i oko 8.000 kulturnih događaja kojima je prisustvovalo više od 7.000.000 posetilaca. Sava Centar je bio domaćin niza velikih međunarodnih kongresnih skupova kao što su KEBS, Generalna Skupština Svetske banke i Međunarodnog Monetarnog Fonda, Generalna Skupština UNESCO, 9 Samit nesvrstanih zemalja, Skupština EBRD, Svetskog kongresa rudara, Samita Rektora, ortopeda, stomatologa, hirurga ... kao i mesto gostovanja najvećih imena svetske umetničke scene. U njemu se, već godinama, održavaju značajne kulturne manifestacije kao što su FEST, BEMUS, BITEF ...

Sava Centar je član većeg broja međunarodnih kongresnih i umetničkih asocijacija, kao što su ICCA (International Congress and Convention Association), AIPC (The International Association of Congress Centres), ISPPA (International Society of the Performing Arts), ILMC (International Live Music Conference).

3.3.4. Značaj osnivanja Biroa za organizovanje konferencija

Uspešno organizovanje konferencija iziskuje specijalan pristup ciljnom tržištu i postojanje organizacije za te potrebe - **Biroa za organizovanje konferencija**. Ovo se može postići samo okupljanjem grupe dobro obučanih, stručnih lica, posvećenih tom zadatku da se promoviše, marketinški predstavi i proda ponuda Srbije na globalnom tržištu.

Činjenica da se raspolaze hotelima i konferencijskim prostorom nije sama po sebi dovoljna za privlačenje klijenata za konferencije, bez obzira na kvalitet objekata. Konkurentna, strateški osmišljena i održiva prodaja, marketing i usluge su ključni za uspeh na međunarodnom konferencijskom tržištu.

Na konferencijskom tržištu u svetu, a posebno u Evropi, sa njegovim širokim asortimanom tradicionalnih i novih konferencija i infrastrukturom za organizovanje skupova, vlada izuzetna konkurencija.

Kongresni turizam kao deo turističke ponude više od decenije pokazuje znake zaostajanja. Problemi 90-tih učinili su da nekada značajni priliv turizma bude sveden na minimalno učešće. Naše pozicije u svetskim i evropskim organizacijama kongresnih biroa i kongresnih gradova u ovom trenutku se obnavljaju. Projekat razvoja kongresnih biroa u Srbiji jeste jedan od značajnih projekata koji se razvija uz pomoć USAID pretpostavlja da će Srbija u ovom segmentu turizma vrlo brzo objediniti svoje kapacitete i u strateški definisanom nastupu zauzeti svoje mesto na svetskom tržištu.

4. Kreditiranja u turizmu od strane Vlade Republike Srbije u 2010. godini

4.1. Projekti razvoja turizma u 2010. godini

**Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja je raspisalo konkurs :
ZA DODELU SUBVENCIJA (bespovratnih sredstava) ZA PROJEKTE RAZVOJA
TURIZMA U 2010. GODINI.**

Kriterijumi za korišćenje sredstava:

1. Usklađenost projekta sa Strategijom razvoja turizma Republike Srbije;
2. Razvoj prioritetnih turističkih prizvoda;
3. Razvoj turističkih prostora;
4. Adekvatno upravljanje turističkim resursima i razvojnim procesima u turizmu;
5. Step razvijenosti opštine.

4.1.1. Uslovi za korišćenje subvencija

Zahtev za korišćenje bespovratnih sredstava podnosi se Ministarstvu ekonomije i regionalnog razvoja, Sektor za turizam, i sadrži:

- osnovne podatke o podnosiocu;
- osnovne podatke o projektu;

- plan finansiranja projekta;
- budžet projekta i
- vreme realizacije projekta.

Za jedan projekat može se podneti samo jedan zahtev u toku budžetske godine. Za svaku budžetsku godinu podnosi se novi zahtev. Učešće bespovratnih sredstava u finansiranju projekta ne može biti veće od 50 % ukupne vrednosti projekta.

Krajnji rok za podnošenje zahteva je 15.12.2010. godine.

Međusobna prava i obaveze u vezi sa korišćenjem bespovratnih sredstava uređuju se ugovorom koji se zaključuje između Ministarstva ekonomije i regionalnog razvoja i korisnika bespovratnih sredstava.

4.1.2. Korišćenje subvencija

Pravo konkurisanja imaju turističke organizacije, destinacijske menadžment organizacije, privredna društva, preduzeća, odnosno druge organizacije i institucije čiji je osnivač Vlada ili jedinica lokalne samouprave, pravna lica koja upravljaju turističkim prostorom i objektima turističke infrastrukture kao i neprofitne institucije za projekte razvoja turizma iz Srbije. A projektima treba da se obezbeđuje:

- **promocija Srbije** kao turističke destinacije, promocija i unapređenje kvaliteta ponude turističkih mesta, regija i prostora, unapređenje receptivno turističko - ugostiteljske ponude;
- **razvoj javnih zabavno rekreativnih sadržaja;**
- **edukacija i treninzi** u turizmu, unapređenje statističkih istraživanja i metodologije satelitskih računa;
- **izrada prostornih i urbanističkih planova** i razvojnih planova restrukturiranja i tržišnog pozicioniranja turističkih mesta i turističkih regija, kao i projekata bazične komunalne i turističke infrastrukture i turističke suprastrukture;
- **izgradnja pristupnih saobraćajnica** do turističkih mesta i lokacija koje su u skladu sa Strategijom razvoja turizma;

- **uređenje građevinskog zemljišta** kao osnove za izgradnju turističkih objekata izgradnjom komunalne infrastrukture kao što su: hidrotehnički objekti, vodovod i kanalizacija sa uređajima za prečišćavanje otpadnih voda, energetska postrojenja u okviru elektro mreže, PTT mreža, lokalne saobraćajnice, parkinzi i uređenje javnih površina (trgovi, otvorene pijace, platoi, natkrivene komunikacije, dečja igrališta, marine, pristaništa, pristani i dr.);
- **uređenje zemljišta namenjenog opštoj rekreaciji** u turističkim mestima i turističkim regijama (ski-staze, pešačke staze, trim staze, biciklističke staze, trening staze, staze za motorne sanke, staze zdravlja, uređenje obala reka i jezera, panoramski putevi i dr.);
- **izgradnja turističke infrastrukture**, postavljanje turističke signalizacije u turističkim mestima i turističkim regijama;
- **rekonstrukcija i izgradnja objekata** od posebnog značaja za razvoj turizma u turističkim mestima (vidikovci, prirodne atrakcije, istorijski spomenici, vizitorski centri, platoi, kongresne dvorane, objekti za odmor i rekreaciju, atrijumi itd.), kao i izgradnju i rekonstrukciju objekata sa sadržajima nekomercijalnog društvenog standarda;
- **realizacija posebnih turističkih projekata** (uređaji za beleženje meteoroloških podataka, javni toaleti na turističkim lokacijama, sistemi za prikupljanje, sortiranje, odvoženje i preradu čvrstog otpada itd.).¹⁷

¹⁷ <http://www.merr.gov.rs/> (pregledano 01.9.2010.)

Z A K L J U Ć A K

Na kraju svega možemo zaključiti da turizam ima veliki uticaj na privredu u Srbiji. Putem turizma, naročito inostranog, u Srbiji se postiže privredni rast, zapošljavanje i kvalitet života stanovnika. Takođe se obezbeđuje razvoj pozitivnog internacionalnog imidža zemlje. Da bi se iskoristio potencijal, neki od ključnih izazova za rast turizma moraju da se reše, kao što su poboljšanja u pogledu smeštaja/infrastrukture, efikasnosti pružanja usluga, te nedostataka informacija za turiste i znanja stranih jezika. Neophodno je poboljšati niske standarde pružanja usluga i promeniti način razmišljanja kako bi bio usmeren na klijente i tržište. Isto tako, bilo kakva potencijalna politička nestabilnost u budućnosti bi se u značajnoj meri mogla odraziti na razvoj ove privredne grane. O turizmu se uvek govorilo kao o velikoj i neiskorišćenoj šansi Srbije koja ima „lepote koje niko nema”. Ova privredna grana biće i dalje samo šansa dok se ne preduzmu potrebne mere da bi od turizma napravili industriju. U turizam treba uložiti tri milijarde evra da bi Srbija 2015. godine imala 2,5 milijarde evra godišnjeg prihoda.

Srbija dugoročno svoju konkurentnost u turizmu mora da gradi na sledećim strateškim prednostima:

- 1) **ljudskom potencijalu;**
- 2) **geostrateškom položaju Srbije i Beograda**, koji zauzima centralno mesto u saobraćajnim tokovima Evrope;
- 3) **prirodnim potencijalima, podzemne i nadzemne vode** koje predstavljaju snažnu osnovu za rekreaciju u budućnosti;
- 4) **očuvanju potencijala planina, šuma i ruralnih područja**, kao izvora za kreiranje novih proizvoda i inovacija u turizmu;
- 5) **bogatim arheološkom i arhitektonskom nasleđu**, s naglaskom na manastire, istorijske gradove i tradicionalno graditeljstvo što predstavlja za Srbiju sjajnu prezentaciju kao destinaciju s vrednom istorijskom i kulturnom baštinom;
- 6) **aktuelno duhovnog stvaralaštva** i sklonosti festivalima, slavljinama i drugim manifestacijama i događajima.

Iz državnih institucija stižu uveravanja da se planovi razvoja turizma zasnivaju na realnim potencijalima Srbije. Tako je izračunato da bi 2015. godine Srbija trebalo da ostvari blizu 20 miliona noćenja turista (polovina inostranih) i prihod od 1,5 milijarde evra. U Strategiji razvoja turizma do 2015. godine identifikovano je nekoliko karakterističnih turističkih područja koji bi trebalo da podignu ponudu zemlje i njenu prepoznatljivost. Ta područja su Beograd, Vojvodina, zapadna i istočna Srbija.

L I T E R A T U R A

- 1) Hadžić, M. (2007) *Bankarstvo*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd
- 2) Ivaniš, M. (2006) *Osnovi finansija*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd
- 3) Jeremić, Lj.(2007) *Osnovi finansija*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd
- 4) Stakić, B. (2008) *Finansijski i devizni menadžment u turizmu*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd
- 5) Unković, M. (2009) *Međunarodna ekonomija*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd
- 6) Unković, S, Zečević, B. (2006) *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu

Elektronski izvori:

www.nbs.rs

www.pks.rs

www.rpk-uzice.co.rs

www.turizam.merr.gov.rs

www.ubs-asb.com