Odatle je moguće zaključiti da je za proizvodnju n vrsta proizvoda neophodno angažovati n različitih faktora. Ako je proizvodnja dva proizvoda - radno-intenzivnog X1; i kapitalno-intenzivnog X2; - funkcija dva faktora, rada i kapitala, PX1 = f(L), PX2 = f(K) onda se analogijom logičkog rasuđivanja može zaključiti da je proizvodnja n vrsta proizvoda funkcija n različitih faktora: PX1,...,PXn = f(F1,...,Fn). Teorija komparativnih prednosti nastala je kao rezultat disproporcije broja egzistirajućih privreda i broja posmatranih faktora. Nemoguće je bilo svrstati veliki broj postojećih zemalja tako da svaka ostvaruje apsolutne prednosti po osnovu proizvodnje zasnovane na eksploataciji samo jednog ili dva osnovna faktora. Egzistencija velikog broja zemalja, koje zapravo ni u čemu nemaju aposlutnih prednosti, a opet aktivno učestvuju u međunarodnoj razmeni, afirmisala je koncept komparativnih prednosti. Novije teorije predstavljaju, u stvari, približavanje ranijih koncepata međunarodne trgovine idealnom modelu "nxnxn" - n zemalja, n proizvoda i n faktora. Usklađivanjem broja zemalja i proizvoda u međunarodnoj razmeni sa brojem faktora koji opredeljuju proizvodnu specijalizaciju, nestaje potreba za fikcijom zvanom "komparativne prednosti", a oslobađa se prostor za reafirmaciju koncepta apsolutnih prednosti. Na osnovu iznesenih pretpostavki koncipiran je danas jedan od najšire prihvaćenih makro koncepata strukturne konkurentnosti. 4.1.4.2. Strukturna konkurentnost Porterova teorija u sebi sadrži značajne elemente koncepta „strukturne konkurentnosti“. Osnove ovog koncepta, Česnajs (F. Chesnais, op. cit, p. 91.) je definisao na sledeći način: „Mikro i makro- dimenzija konkurentnosti su komplementarne, što znači da makro-ekonomska dimenzija mora uključivati faktore koji opredeljuju način formiranja privredne strukuture jedne zemlje i učešće u međunarodnoj podeli rada. To znači sledeće: • da se međunarodna konkurentnost nacionalnih privreda gradi na osnovu konkurentnosti preduzeća koja posluju unutar, i izvoze van granica date zemlje; i da predstavlja izraz volje preduzeća da se takmiče i dinamički razvijaju njihovu sposobnost da investiraju i inoviraju, kao rezultat sopstvenih istraživanja i uspešne primene uvezene tehnologije; ali i • da je nacionalna konkurentnost nešto više od prostog izraza kolektivne ili prosečne konkurentnosti njenih preduzeća, jer postoji mnogo načina na koje obeležja i mogućnosti domaće privrede, posmatrane kao entitet sa sopstvenim karakteristikama, zauzvrat utiču na konkurentnost preduzeća“. Reč je o složenom pojmu koji naglašava ulogu brojnih ekonomskih i institucionalnih činilaca u formiranju strukturne konkurentnosti nacije. Ovi činioci za preduzeća predstavljaju eksterne ekonomije ili neekonomije, odnosno faktore koji mogu stimulisati ili zaustaviti progresivne procese i uticati na promenu njihove konkurentske pozicije. Česnajs smatra da su od svih aspekata ekonomske strukutre, relevantnih za objašnjenje konkurentnosti, najviše istraženi: veličina domaćeg tržišta, struktura domaće proizvodnje po sektorima i granama proizvodnje, obim distribucije i snaga izvoznika na tržištu. Ostale, manje istražene faktore čine: karakteristike i obim porudžbina kupca i efikasnost netržišnih odnosa (integracije, kvazi- integracije i dr. organizacioni oblici). Brojni i kompleksni institucionalni i politički faktori utiču na strukturnu konkurentnost, a među njima, autor posebno ističe: konflikt interesa u okviru raspodele dohotka, stabilnost cena, fleksibilnost i prilagodljivost svih učesnika na tržištu i uravnoteženu ekonomsku strukturu u smislu optimalne proporicije između malih, srednjih i velikih preduzeća (Ibid, pp. 91-92.). Novi pristup potencira značaj strukturnih promena. Nije bitno ostvariti porast učešća na svetskom tržištu, koliko je važno povećati izvoz na tržište razvijenih zemalja ili ostvariti specijalizaciju u granama i segmentima koji predstavljaju višu fazu industrijske prerade, zahtevaju viši nivo tehnologije i apsorbuju stručnu radnu snagu. Samo na ovaj način privreda uvećava opšti nivo produktivnosti i ostvaruje konstantan rast životnog standarda stanovništva. Tradicionalno shvatanje o dominantnoj ulozi cenovnih faktora konkurentnosti (cene, troškovi, devizni kurs) još uvek se koristi pri tumačenju trgovine proizvodima niže faze prerade i standardizovane robe. Međutim, kako zemlja ekonomski napreduje i osvaja nove, kompleksnije oblasti proizvodnje, necenovni faktori dobijaju značajniju ulogu pri određivanju njene međunarodne konkurentnosti. Kvalitet, asortiman i dizajn proizvoda, razvoj marketinške aktivnosti, način i rokovi isporuke, oblici naplate, način pregovora,

imidž firme, investicije u razvoj i istraživanje i brojni drugi ekonomski, nacionalni, istorijski, politički i institucionalni faktori, značajno doprinose rastu produktivnosti nacionalne privrede i poboljšanju njene takmičarske pozicije. Prema tome, konkurentnost jedne privrede ne zavisi od stope njenog rasta, već od nivoa dostignutog razvoja, kao znatno kompleksnijeg pojma u ekonomskoj terminologiji. Kontrola nad geniričkim tehnologijama (čipovi, telekomunikacije, tehnologije novih materijala, biotehnologija, genetka, dizajn …) koje neposredno utiču na ekonomski rast i razvoj, postala je glavni instrument strategije konkurentosti. Ove tehnologije sa dejstvom širokog spektra, doprinose pojavi potpuno novih privrednih oblasti, te gašenju prevaziđenih grana i unapređivanju onih postojećih grana koje imaju izvesnu perspektivu u okviru savremenog koncepta ravoja. Na mikro nivou, strukturna konkurentnost preduzeća proizilazi iz kvaltieta upravljanja, dok se na makro nivou stukturna konkurentnosti zemlje zasniva na snazi i efikasnosti proizvodne strukture nacionalne privrede, njene tehničke infrastrukture i ostalih faktora koji čine okurženje u kojem preduzeća funkcionišu. Strukturna konokurentnost nacije zasniva se na četiri osnovna faktora (D. Ernst, D. O'Conor, 1989, p. 22.): 1. globalnoj efikasnosti nacionalne privrede, 2. fleksibilnosti strukutre njene industrije, 3.

stopi i načinu upotrebe kapitalnih investicija i	4.	**tehničkoj infrastrukturi**	122

i ostalim faktorima koji čine okruženje, odnosno ekonomski, socijalni i institucionalni okvir, kao i faktorima koji mogu u značajnoj meri podstaći produktivnost i konkurentnost domaćih preduzeća. Strukturna konkurentnosti jedne zemlje zavisi od: obima tržišta i stanja u kojem se nalazi; strukture odnosa unutar privrede; snage ponuđača i kupaca i njihove međusobne povezanosti; kao i raznih oblika povezivanja, integracija i ostalih formi saradnje preduzeća. Interakcijska povezanost ekonomskih subjekata na makro nivou dovodi do kontiniranih promena i povratnog uticaja na ekonomsku strkturu i postojeće organizacione oblike, kao i na tehnološku strukturu i infrastrukturu zemlje, što doprinosi promeni okruženja u kojem kompanije posluju. 4.1.4.3. Definisanje veličine zemlje Veličina zemlje bitno utiče na ponašanje nacionalne privrede. Ona predstavlja osnovni činilac samodovoljnosti ekonomije. Velike zemlje raspolažu prirodnim resursima, radnim potencijalom, dovoljno velikim domaćim tržištem i nisu opterećene zavisnošću od okruženja, mada i kod njih ona dinamično raste. Analogno ovome, male nacije ostaju hendikepirane imperativom da se po svaku cenu uključe u ekonomske odnose sa svetom. Međutim, i pored toga, male privrede imaju svoje prednosti u pojedinim sektorima privređivanja. Veličina zemlje ne predstavlja jedinstveno utvrđenu kategoriju. Lloyd tim povodom ističe: "Pošto postoji veći broj mogućih kriterija (za utvrđivanje veličine zemlje - primedba autora), nijedan nije opšte prihvaćen. Razni autori se suočavaju sa različitim aspektima 'veličine'. Osnovni razlog za postojanje raznolikosti kriterija proističe iz kompleksnosti ideja koje se tiču veličine zemlje i njenih ekonomskih konsekvenci. Ono što je bitno, to je da mera veličine zemlje bude određena na osnovu jednog kvantitativnog kriterijuma (P.J. Lloyd, 1968, p. 1.). Ekonomski analitičari afirmišu pojam „relativno dovoljne veličine zemlje", pod kojim, u teoretskom smislu, podrazumevaju onu veličinu zemlje koja pruža tehničke i ekonomske uslove za savremenu proizvodnju, bez izražene zavisnosti od drugih nacionalnih privreda (P. Jovanović Gavrilović, 1977, s. 10.). Kako se ovde radi o nemerljivom kriterijumu veličine zemlje, u praksi se mogu koristiti neki drugi kriterijumu, poput: broja stanovnika (Kuznetz, Chenery, Keesing, Marcy, Michaely, Engberg-Pedersen), površine zemlje (najčešće pomoćni kriterijum, Pearson), površine produktivnog zemljišta (Mac Gregor), veličine tržišta (Lloyd), godišnjeg iznosa BDP (Lloyd, Kadar, Vayrynen, Walsh), učešća u svetskoj trgovini (Marcy) i dr. Ima autora (Khalaf, Leduc, Weiller) koji kriterijume svrstavaju u tri kategorije: geografske (prirodni resursi i zemljišna površina), demografske (populacija) i ekonomske (veličina tržišta). Engberg-

Pedersen napominje da je za istraživanje efekta veličine zemlje na njeno funkcionisanje neophodno što više koristiti kriterijum raspoloživosti resursa, a apstrakovati ostale (P. Engberg-Pedersen, 1978.). Još jedno gledište zaslužuje da bude pomenuto, mada je izazvalo brojne polemike nakon objavljivanja 1963. godine. Reč je o teoiji "optimalne veličine zemlje", koja je nastala u vreme dominacije kolonijalizma, sa namerom da ukaže na probleme nerazvijenih zemalja (Vakil- Brahmananda, 1963, p 138.): "Ukoliko bi postepeno povećanje površine i stanovništva, uz pretpostavku o konstantnoj prosečnoj gustini naseljenosti, vodilo povećanju prosečne produktivnosti po radniku na dugi rok, onda se može zaključiti da je veličina date zemlje manja od optimalne. Ako postepeni porast površine i stanovništva, uz nepromenjenu gustinu naseljenosti, dovodi do dugoročnog smanjenja produktivnosti po radniku, onda je veličina zemlje veća od optimuma." Izvestan broj autora ukazuje na opravdanu logičnost ovog stava, ali istovremeno izražava sumnju u svrsishodnost utvrđivanja nekakve optimalne veličine zemlje, kao i u spregu između veličine zemlje i opadajućeg trenda produktivnosti (P. Jovanović Gavrilović, 1977, ss. 9-10). Bez aspiracija za daljom polemičkom raspravom, nije na odmet ukazati na iskustva Hong Konga i Singapura u toku poslednjih dvadesetak godina prošlog veka. Ekspanzija industrijalizacije na Dalekom istoku dovela je do preopterećenosti teritorijalno ograničene infrastrukture u ovim gradovima-državama, kao značajnim reeksporterima i glavnim tranzitnim lukama u regionu. Suženost prostora neophodnog za lokacijsku disperziju naraslih proizvodnih kapaciteta i magacinskih i stovarišnih površina, kao i neadekvatna opremljenost luka i nedovoljan kapacitet aerodroma i suvozemne saobraćajne mreže, značajno su redukovali tradicionalno visoku produktivnost lokalne radne snage. Neophodnost revitalizacije infrastrukturne i komunikacione mreže u ovim gradovima iziskivalo je investicona ulaganja i dodatno opterećivalo konkurentnost njihovog izvoza, po osnovu povećavanja troškova poslovanja, produžavanja vremena isporuka i opadanja kvaliteta robe usled zastoja i propusta u sektoru usluga skladištenja, tovarenja, transporta i sl. Primer azijskih mini država pokazuje da teritorijalna ograničenost u ekstremnim slučajevima zaista može značajno uticati na produktivnost i konkurentnost privrede. Teorija o optimalnoj veličini zemlje ogolila je suštinu kolonijalizma, pošto su imperijalne sile smatrale da je razvoj proizvodnih snaga u njima ograničen veličinom teritorije, čime su opravdavale svoju agresivnu politku prema nerazvijenim regionima širom sveta. Međutim, teorija je i nakon raspada klasičnog kolonijalizma imala nemerljiv doprinos razvoju ideja neokolonijalizma i globalizma, kao svojevrsnog oblika neotehnološke dominacije krupnog kapitala. Ona je nesunjivo inspirisala nastanak najpoznatijeg ekonomskog dela globalista "Granice rasta", u kojem su autori Kraljevskog instituta za spoljne poslove u Londonu zaključili da ekspanzija svetske populacije značajno ugrožava šanse za opstanak čovečanstva, pošto rast produktivnosti u proizvodnji hrane neće biti dovoljan da se podmire potrebe za hranom, koje se uvećavaju geometrijskom progresijom. Ovo je bio jedan od ključnih argumenata za tezu o neophodnosti prenošenja dela suvereniteta zemalja na nadnacionalni nivo. Međutim, problem ekonomski optimalne veličine zemlje ne treba rešavati agresivnom politikom prema drugim nacijama i neselektivnim ograničavanjem suvereniteta država, već afirmisanjem novih modela saradnje i razvoja kooperantskih odnosa među partnerima, koji bi se zasnivali na ostvarivanju uzajamnih interesa. Zato cilj globalizma ne sme biti u imperativnom ograničavanju suvereniteta država, već u dobrovoljnom prenošenju samo onog dela njihovog suvereniteta koji se odnosi na rešavanje globalnih problema, a koji se, inače, ne bi mogli efikasno tretirati na nacionalnom nivou. Imajući u vidu određivanje veličine Srbije u kontekstu sagledavanja njene međunarodne konkurentske pozicije, čini se najprihvatljivijom primena dvojnog kriterijuma: 1. broj stanovnika i učešće spoljnotrgovinske razmene u ostvarenom BDP i 2. veličina teritorija i raspoloživost resursa. Ova dva kriterijuma direktno ukazuju na zavisnost zemlje od okruženja. Prvi kriterijum daje sliku veličine i značaja lokalnog tržišta, kao potencijalne tražnje za proizvodima domaćeg porekla, dok drugi omogućava uvid u raznovrsnost i opskrbljenost domaćeg tržišta raspoloživih inputa. Sa 7,2

miliona stanovnika i teritorijom od 88,5 hiljda km2 (od čega gotovo 11 hiljada km2 otpada na pokrajinu Kosovo i Metohija, koja je pod administrativnom upravom UN), Srbija nesumnjivo spada u male zemlje u globalnim okvirima, učestvujući sa 0,1% u svetskoj populaciji i obuhvatajući približno isto toliki deo svetske teritorije (Statstički godišnjak Srbije, 2014.). Kada se ovome pridodaju podaci o prosečnom učešću ukupne spoljnotrgovinske razmene u BDP za poslednjih dvadeset godina (1995- 2014), od 65,4%, od čega je udeo izvoza iznosio 25,1%, a udeo uvoza 40,3%, može se zaključiti da je apsorpciona moć domaćeg tržišta bila daleko veća od potencijalnih izvoznih mogućnosti srpske privrede, naročito nakon administrativnog izmeštanja južne autonomne pokrajine iz ekonomskog sistema države, čime je ona osiromašena za značajna rudna i prirodna bogatstva, koja su mogla biti iskorišćena u procesu industrijske prerade za inostrano tržište. Ovo predstavlja glavni razlog što je proces privatizacije u Srbiji rezultirao nastajanjem većeg broja kompanija koje su bile više oslonjene na domaće tržište, nego na svetsko. 4.1.4.4. Konkurentnost male zemlje Pomenuti problemi ukazuju da je definisanje konkurentske pozicije male zemlje kompleksnije nego kada je reč o relativno velikoj zemlji. Tim povodom, Vivien Volš (V. Walsh, 1987, p. 91.) piše: “Konkurentnost malih nacionalnih ekonomija ne zavisi samo od ponašanja preduzeća u njoj, već i od drugih raznovrsnih faktora (uključujući i neke nemerljive), koji zadiru u etnos i kulturu nacije, kao i njenu industrijsku i institucionalnu infrastrukturu i koji obezbeđuju, više ili manje, stimulativno okruženje za inovacije, preduzetništvo, marketing i izvoz. Opterećene brojnim ograničenjima

(endogenim i egzogenim), male zemlje nisu tako slobodne u izboru grana i sektora industrije u kojima će se specijalizovati na međunarodnom **tržištu”.** 108

Međutim, kada treba predložiti konkretnu strategiju specijalizacije male zemlje, među ekonomistima nema jedinstva. Tako se u literaturi javio veliki broj predloga strategije razvoja malih zemalja, od kojih su najpoznatije: strategija iznalaženja niša na tržištu (niche strategy), strategija podsticanja transnacionalnih kompanija lociranih u maloj zemlji, strategija privlačenja investicija inostranih transnacionalnih kompanija, strategija kooperacije sa ostalim zemljama i strategija specijalizacije. Strategija „niša“ na tržištu Strategija specijalizacije Strategije integracije kompanija iz malih zemalja u svetsku privredu Strategija posedovanja sopstvenih TNK Strategija Strategija međunarodne privlačenja kooperacije investicija inostranih TNK Grafikon IV-1. Strategije integracije preduzeća iz malih zemalja u globalnu privredu Izvor: Izrada autora (a) Strategija iznalaženja "niša" na tržištu: Ova strategija polazi od pretpostavke da male zemlje treba da se specijalizuju za onu vrstu proizvodnje za koju ne postoji interes velikih zemalja. Mala zemlja mora tražiti slobodne prostore (niše) na tržištu, koje velike svetske kompanije i mala preduzeća iz velikih zemalja nemaju interes da popune, ili nisu dovoljno fleksibilna da to učine. Primer takvog međuprostora mogao bi se naći u domenu specijalizovane primene bazičnih tehnologija. U ovom segmetu su prepreke ulasku novih proizvođača najmanje, a ekonomija obima nema veliki značaj. Osnovni problem s kojim se mala zemlja suočava jeste pitanje sticanja i ovladavanja bazičnom tehnologijom. Ukoliko je neophodno, nju je moguće steći uvozom ili licencnim aranžmanom sa inostranim preduzećima. Proces ovladavanja i osavremenjavanja nove tehnologije najčešće je pitanje organizacije untar samog državnog aparata. Država je ta koja podstiče školovanje kadrova, njihovo permanentno obučavanje uz rad, trening, posete međunarodnim skupovima, razmenu stručnjaka, ili vodi politiku stimulisanja inovativnog angažovanja. Glavni nedostatak isključivog oslanjanja na strategiju "niša" jeste činjenica da mala zemlja u tom slučaju postaje manje važan deo globalne privrede, čime je ugrožena stabilnost njenog prisustva na međunarodnom tržištu, a što zahteva izraženu sposobnost prilagođavanja eksternim promenama. (b) Strategija posedovanja sopstvenih transnacionalnih

kompanija: Postoji prilično rasprostranjeno uverenje da su problemi male zemlje, u suštini, problemi malih preduzeća. Takođe je dokazano da male zemlje sa značajnim brojem sopstvenih transnacionalnih kompanija imaju više uspeha u prevazilaženju problema oskudice resursa ili infiltracije na svetsko tržište, nego što je to slučaj sa malim i srednjim preduzećima. Ova strategija polazi od pretpostavke da velika preduzeća u malim zemljama mogu znatno uvećati ukupnu nacionalnu konkurentnost. Male, inovativne firme mogu, takođe, imati važnu ulogu, ali uslovi za njihov opstanak moraju biti izuzetno povoljni. Velika kompanija ima stabilnost poslovanja i raspolaže većim mogućnostima za ekspanziju istraživačko-razvojne aktivnosti. Kritičari pomenute strategije primećuju da je velika kompanija, ipak, deo male zemlje. Resursi koje transnacionalna kompanija obezbeđuje zapravo su resursi te zemlje. Prema tome, kompanija ne može angažovati više resursa nego što njena matična zemlja poseduje. Bez obzira koji se stav usvoji, sigurno je da male zemlje koje se opredele za strategiju podsticanja sopstvenih transnacionalnih preduzeća moraju dobro odmeriti sve pozitivne i negativne strane svog izbora. Najveće srpske kompanije, koje su ispoljavale pretenzije da osnuju filijale u inostranstvu, oduvek su bile koncentrisane u okviru tercijarnog sektora (trgovina, telekomunikacije, investicioni radovi u inostranstvu, finansijske usluge)29. Specifičnost ovog sektora se ogleda u težnji preduzeća da se lociraju što bliže korisnicima svojih usluga. Kada je o industriji reč, specijalizacija na bazi osnivanja sopstvenih kompanija u inostranstvu, karakteristična je za preduzeća čija delatnost prestaje da uživa koristi od komparativnih prednosti u matičnoj zemlji, pa bivaju prinuđena da presele poslove u zemlju koja omogućava uslove za materijalizaciju komparativnih prednosti date delatnosti. U drugom slučaju, seljenje kapitala iz male zemlje u veliku, može biti prouzrokovano pogoršanjem uslova plasmana proizvoda, usled visokih uvoznih barijera u velikoj zemlji, ili potrebom da se približe tržištu faktora ili tržištu svojih finalnih proizvoda. Preduzeća koja se na međunarodnom tržištu pojavljuju kao izvoznici resursno-intenzivnih i radno-intenzivnih proizvoda, zbog visokih troškova transporta primarnih proizvoda, ili visoke ponude radne snage, obično teže da budu locirana na izvorištu faktora koji intenzivno koriste u procesu proizvodnje. Za razliku od njih, preduzeća koja proizvode robu široke potrošnje, teže da se lociraju bliže prodajnim tržištima. (c) Strategija privlačenja investicija inostranih transnacionalnih preduzeća: Ova strategija se najčešće predlaže zemljama koje ne raspolažu dovoljnim naučno-istraživačkim kapacitetima. Savremena teorija konkurentnosti polazi od istraživačkog rada, kao opredeljujućeg faktora specijalizacije u segmentu industrijske proizvodnje. Male, i pri tom još nedovoljno razvijene zemlje, ne raspolažu materijalnim i stručnim potencijalom za razvijanje novih proizvoda i tehnologija, kao dominantnih komponenti međunarodne konkurentnosti. Jedno od rešenja prestavlja uvoz tehnologije i znanja, kroz privlačenje direktnih investicija transnacionalnih preduzeća iz inostranstva (E. Arnold, 1986.). Praksa, međutim, često opovrgava pozitivna očekivanja ove strategije. Ne mali broj analiza ukazuje na činjenicu da inostrane transnacionalne kompanije samo neznatan deo naučno-istraživačkog rada poveravaju zemlji domaćinu. Većinu novokreiranih radnih mesta čine poslovi montiranja, koji zahtevaju minimalnu kvalifikacionu osposobljenost radne snage. Najveći deo tehnološki-intenzivnih operacija i aktivnosti obavlja se u okviru "roditeljske" kompanije u matičnoj zemlji (R. O'Brien, 1985.). S druge strane, male nerazvijene zemlje u međusobnom takmičenju u atraktivnosti privlačenja SDI još više gube pregovaračku poziciju prema transnacionalnim kompanijama. Pošto male zemlje treba da insistiraju na uslovljavanju transnacionalnih kompanija da praktično pomažu domaći razvoj naučnih i tehnoloških kapaciteta i grana visoke tehnologije, onda međusobno konkurisanje radi isticanja atraktivnosti za privlačenje inostranih investicija ne predstavlja najbolju strategiju. Imajući sve navedeno u vidu, mnogi autori koji se bave ovom oblašću istraživanja, iskazuju zabrinutost za visinu socijalnih i ekonomskih troškova koje male zemlje plaćaju, oslanjajući se na transnacionalne kompanije, kao glavni izvor tehnološkog know-how-a. Zato se predlažu alternativna rešenja, poput zajedničkih ulaganja ili ugovora o tehnološkoj saradnji (J. Baranson, 1978.). (d) Strategija međunarodne kooperacije:

Jedan manji broj ekonomista zastupa tezu po kojoj strategija kooperacije predstavlja optimalno rešenje za male zemlje da angažuju resurse u razvojno- 29 Svojevremeno, trgovinska kompanija GENEX ubrajana je među tridesetak najvećih evropskih TNK, brojne fijlijale po svetu imale su najveće domaće banke, a značajna ulaganja u inostranstvu u oblasti građevinarstva, nauke i sl. ostvarivala je i BK grupacija. Danas kompanija „Telekom“ poseduje deo kapitala sektora telekomunikacija u zemljama u okruženju. 132 istraživačke svrhe. Kroz kooperativni pristup naučnoj i razvojno-istraživačkoj delatnosti inkorporacijom većeg broja zemalja, aplikativno istraživanje i tehnološka infrastruktura, koji su neophodni za prevođenje znanja u komercijalno primenjive inovacije, mogu biti celovitije razvijani. Uključivanje male zemlje u neki od brojnih kooperativnih projekata visokih tehnolgija (ESPIRIT) ili razvojno- istraživačke organizacije (European Space Agency, RACE, CERN), nesumljivo bi imalo pozitivnog efekta na njene razvojne performanse. Međutim, neki autori naglašavaju značaj kooperacije po modelu međusobne saradnje malih zemalja, ističući bojazan da bi u partnerskim odnosima sa velikim privredama mogle doći u neravnopravan položaj (B. Dalum and J. Fagerberg, 1985.). Zato se, kao rešenje za male zemlje, postavlja imperativ da kooperacioni ugovori budu pažljivo planirani i da uključe, pored razvojno-istraživačkih, i marketinške i proizvodne aktivnosti, u cilju obezbeđivanja doprinosa i koristi svakog partnera u razvoju naučnih i tehnoloških kapaciteta, kao i eksploatacije ostvarenih rezultata. Kako svetskim tržištem proizvoda visoke tehnologije dominira oligopolska struktura, trend uključivanja malih zemalja u međunarodne projekte i organizacije imaće velikog značaja u budućem formiranju njihovih konkurentskih prednosti. (e) Strategija specijalizacije: Strategija specijalizacije predstavlja neku vrstu sinteze strategije kooperacije i strategije identifikacije „niša“ na tržištu. Ona podrazumeva specijalizaciju u izvesnim razvojno-istraživačkim oblastima, u cilju najracionalnijeg iskorišćenja raspoloživih resursa. Svaka zemlja mora sama identifikovati oblasti razvojno-istraživačke aktivnosti u koje će usmeriti resurse. Na kreatorima strukturnih promena u Srbiji je da predlože jedan opšti princip za identifikaciju oblasti u okviru kojih je moguće realizovati relativno obimne razvojne i istraživačke programe. Te oblasti moraju zadovoljiti najmanje sledeće kriterijume: • da istraživačko-razvojne aktivnosti doprinesu ostvarivanju socijalnih i ekonomskih ciljeva, • da obezbede osnov za formiranje pravaca dalje penetracije različitih oblasti, • da obezbede stabilne uslove razvoja i istraživanja u smislu troškova, raspoloživih ljudskih potencijala, tipova aktivnosti i oblasti nauke i tehnologije kojima je mala zemlja ovladala i • da doprinose jačanju relativne pozicije zemlje na međunarodnom tržištu. Prema ovom konceptu, za Srbiju je bolje da odbaci ideju takmičenja sa ekonomskim "gigantima" u sektorima visokih tehnologija i da se koncentriše na unapređivanje tehnološke osnove i konkurentnosti srednje tehnološki-intenzivnih sektora i proizvodnog dizajna, u kojima male zemlje tradiconalno imaju uspeha (R. Stankiewicz, 1982.). S jedne strane, tržišta relativno jednostavnih proizvoda, koji se baziraju na tradicionalnoj tehnologiji, sve su više saturirana ponudom iz ZUR i novoindustrijalizovanih zemalja. S druge strane, tržištima kompleksnih proizvoda, za čiju se produkciju koristi najsavremenija tehnologija, u sve većoj meri dominiraju industrijske supersile. To znači da je sve manje prostora na svetskom tržištu u koji bi se infiltrirale male, industrijski orijentisane zemlje. Stoga, njima kao jedino rešenje preostaje tehnološka ekspanzija u onim segmentima koji zadovoljavaju gore pobrojane kriterijume. Bez obzira na sve navedeno, savremeni koncept razvoja i jačanja konkurentske pozicije srpske industrije

mora predstavljati sintezu više **različitih strategija. Konkretno opredeljenje za primenu odgovarajućeg seta strategija zavisi od niza faktora multidisciplinarne prirode,** 108

ili u krajnjoj meri od osobenosti domaće privrede i preduzeća koja je čine. 4.1.5. Globalistički koncept konkurentnosti

Jedan od najuticajnijih sociologa i ekonomista SAD, Robert Rajk, autor je revolucionarnog rada iz domena međunarodne konkurentnosti pod nazivom: "Delo nacija: Priprema za kapitalizam XXI veka (R.B. Reich, 1991.). Centralna teza u radu je dokaz nepostojanja nacionalnih ekonomija. S njihovim odumiranjem nestaje i potreba za izučavanjem nacionalne konkurentnosti. Nacionalne ekonomije predstavljale su realnost u pedesetim godinama XX veka, dok su danas one prošlost. Savremene korporacije su deo “globalne mreže”. Proizvodi se dizajniraju u jednoj zemlji, proizvode u drugoj, u pogonima koje finansira treća, i prodaju u četvrtoj zemlji. Globalizacija ekonomije pogađa ljude na različite načine. Proizvodni radnici iz industrijski razvijenih zemalja izloženi 133 su konkurenciji radnika iz zemalja sa niskim nadnicama, visokim stopama nezaposlenosti i nedovoljno principijelnoj zakonskoj regulativi. Druga grupa radnika, iz domena uslužnih delatnosti kao što su domari, bolničarke, prodavci brze hrane i dr., nije direktno suočena sa inostranom konkurencijom, ali biva prepuštena izazovu procesa opšte automatizacije (kase, samouslužne benzinske pumpe i sl.). Izložena konkurenciji “automata” i ova grupa pogoršava svoj materijalni položaj. Pomenute dve grupe čine 55% radne snage SAD. Rajk dokazuje da će prihodi ovih kategorija radnika konstatno opadati. Nasuprot njima, treća grupa radnika, koja čini oko 20% radne snage u SAD, ima daleko povoljniju poziciju. Rajk ovu grupu naziva “simboličkim analitičarima”. Njihovo zanimanje se ne može lako objasniti: “Simbolički analitičari definišu probleme i oblikuju zaključke za sebe. Njihove karijere nisu konvencionalne, a sami sebe vide više kao deo neke mreže nego kao nekoga ko se uspinje hijerarhijskim lestvicama. Oni imaju titule kao što je 'projektant finansijskih sistema' i provode mnogo vremena u telefonskom komuniciranju” (W.R. Mead, 1992, s. 77.). Reč je o dobro plaćenim stručnjacima, koji neće iskusiti sudbinu proizvodnih radnika ili pružalaca usluga, već će, zahvaljujući zaokretu ka globalnoj ekonomiji, prosperirati. U savremenim uslovima, kada nacionalna ekonomija gubi tlo pod nogama, Rajk ne vidi izlaz u tradicionalnim ekonomsko-političkim i ekonomsko-nacionalističkim argumentima u prilog protekcionizma, dotacija i sl. Najbolji oblik nacionalne ekonomske politike predstavlja investiranje u ljude. “Kao na potencijalne pobednike, država bi, umesto na određene specifične industrijske grane, trebalo da se koncentriše na 'proizvodnju' građana koji su dovoljno obrazovani da učestvuju u svetskoj ekonomiji kao simbolički analitičari” (Ibid, s 78.). Iako Rajk smatra da država stalno mora stimulisati određene vrste ulaganja, kao i razvoj i održavanje infrastrukture, on njenu glavnu ulogu pripisuje obezbeđivanju intelektualnog potencijala građana, kao preduslova nacionalnog prosperiteta. Konkurentnost jedne zemlje nije određena vrednošću njenog izvoza, niti veličinom ostvarenog BDP, jer se procesom globalizacije gubi smisao pripisivanja nacionalnih atributa ovim kategorijama. Uspeh zemlje određuje podatak koliko je simboličkih analitičara podarila višenacionalnim korporacijama, odnosno, koja kvalifikaciona struktura njenih radnika nalazi zaposlenje u okviru transnacionalih kompanija. Mada se može tretirati pomalo futurističkim konceptom, Rajkovo tumačenje predstavlja još jedan doprinos objašnjavanju međunarodne konkurentnosti kroz prizmu procesa globalizacije i internacionalizacije svetske proizvodnje. Bez obzira da li se prihvata ceo koncept ili ne, samo isticanje neophodnosti podsticanja razvoja tehnologije, nauke i ljudskog kapitala dovoljno ukazuje na njegovu aktuelnost, posebno za slučaj malih nacionalnih privreda sa izraženom ponudom stručne radne snage. U aktuelnim okolnostima, globalna konkurentnost još uvek ne negira postojanje nacionalnih privreda. Polazeći od činjenice da se svet sve više integriše na ekonomskoj osnovi, pre svega kao rezultat razvoja informacionih tehnologija, korporacijske strategije se sve više baziraju na ovladavanju tehnologijama koje su postale ključna detarminanta konkuretnosti. Razvoj tehnologije je razultat procesa globalizacije i obrnuto, proces globalizacije nije moguće ostvariti bez tehnološkog napretka. Interakcijom tehnologije i globalizma, dolazi do pojave tehnoglobalizma u svetskim razmerama, koji definiše konture globalne konkurentosti. Oligopolistička konkurencija u kojoj dominiraju interesi velikih kompanija i tehnološke promene koje čine suštinu ekonomskog razvoja i konkurentnosti, čine bazu na kojoj je sazdana globalna konkurentnost.

Transnacionalne kompanije, čiji interesi prevazilaze nacionalne okvire, nosioci su globalne konkurentnosti, dok je država nosilac nacionalne konkurentnosti. Kompanija koja inovira, uvodi nova tehnološka rešenja i unapređuje znanja, predstavlja dominantnog učesnika na globanom tržištu. Međutim, svaka kompanija, ma koliko bila globalno orijentisana, funkcioniše u karakterističnom nacionanom okruženju. Ova nacionalna okruženja međusobno se konfrontiraju i ni jedan učesnik nije neosetljiv na njihove uticaje, bilo da potiču iz internog ili eksternog okruženja. Ovako shvaćena, država postaje faktor globalne konkurentnosti iz senke, jer je ona ta koja gradi osnovu nacionalne konkurentnosti i do te mere se meša u stvarenje konkurentske prednosti da se može govoriti o svojevrsnom vidu tehnološkog neomerkantilizma. 4.1.6. Održiva konkurentnost 4.1.6.1.Cirkularna ekonomija Od industrijske revolucije, svetska privreda se razvijala linearnim modelom rasta i potrošnje. Povećanje tražnje za resursima i konkurencije među proizvođačima, doveli su do velikog pritiska na životnu sredinu i potrebe za prelaskom na cirkularnu ekonomiju. Cirkularna ekonomija se odnosi na upravljanje industrijom kroz iskorišćavanje obnovljivih izvora energije, te smanjivanje i eliminaciju upotrebe hemikalija i stvaranja otpada. Doprinos cirkularne ekonomije globalnoj konkurentnosti je višestruk: dovodi do očuvanja ekološke ravnoteže, povećava efikasnost proizvodnje i dodatu vrednost proizvoda, pospešuje privredni rast, podstiče nova zapošljavanja i smanjuje količinu otpada, gotovo do nivoa njegove potpune eliminacije. Evropska unija već godinama iskazuje jasno opredeljenje za cirkularnu ekonomiju. Uz poboljšanje efikasnosti, odnosno smanjenje utrošaka resursa i fosilne energije u proizvodnji, zemlje Unije su se odlučile na promenu celokupnog operativnog sistema industrijske proizvodnje i njegovo prilagođavanje novoj paradigmi, koja se zasniva na nekoliko jednostavnih načela cirkularne ekonomije: • Dizajn otpada: Otpad ne postoji ako su materijali od kojih se sastoji neki proizvod namenjeni razgradnji ili ponovnoj upotrebi, bilo u tehničkom ili biološkom smislu. • Izgradnja otpornosti uz raznolikost: Raznolikost i prilagodljivost odlike su koje treba promovisati. • Podsticanje iskorišćavanja obnovljivih izvore energije: Svi sistemi trebalo bi da teže korišćenju obnovljivih i održivih izvora energije. • Ljudska aktivnost podupire: ekosisteme i izgradnju prirodnog kapitala, ljudsko zdravlje i sreću, zdravo i povezano društvo i kulturu. • Resursi se koriste u cilju ostvarivanja vrednosti, kako finansijske, tako i nefinansijske. • Razmišljanje o „sistemima“: Ključno je razumeti kako delovi utiču jedni na druge unutar celine i kako celina utiče na delove. Elementi se posmatraju u kontekstu životne okoline i celokupnog društva. • Razmišljanje u slojevima: Kod biorazgradivih materijala vrednost je u načinu na koji se njihovi delovi mogu razgraditi ili ponovo upotrebiti. Važan segment cirkularne ekonomije je upravljanje

otpadom, koje ima značajnu ulogu u otvaranju novih radnih mesta **i kreiranju** ekološki 95
prihvatljivih **tehnologija.**

Da bi se ova privredna aktivnost razvila, neophodno je organizovati celovit sistem upravljanja otpadom, što podrazumeva: razvrstavanje

otpada, sanaciju odlagališta i izgradnju centara za upravljanje **otpadom. Osim smanjenja** 95
odlaganja otpada na odlagalištima, krajnji cilj

ovih mera je da se u zemljama EU osigura

minimalno 50% odvojeno prikupljenog papira, stakla, plastike i metala do 2020. godine. 95
Preduslov **za ostvarenje tog cilja** je da se **građanima** omogući **razdvajanje otpada, što**

je u isključivoj nadležnosti jedinica lokalne samouprave. Postavljanjem odgovarajućeg broja kanti i kontejnera, kao i organizovanjem “zelenih ostrva” i izgradnjom “reciklažnih dvorišta”, svi građani treba da ostvare pristup nekom obliku primarne selekcije otapada. Evropska

komisija izradila je okvir koji će EU **pomoći** da postigne **postavljene ciljeve za postizanje održive industrije i cirkularne ekonomije. Procjenjuje se da će se na taj način količina** upotrebljenog **materijala do 2030. smanjiti za** 100

približno jednu četvrtinu.

Poboljšanje produktivnosti resursa ima potencijal uštede do 630 milijardi evra **godišnje za** evropsku **industriju.** 100

U procesu pristupanja EU, Hrvatska je analizirala uštede u privredi koju bi sektor reciklaže mogao ostvariti uz doslednu primenu okvira Evropske komisije. U analizi je utvrđeno da u Hrvatskoj ima mnogo neiskorišćenih sirovina, dok u sklopu mešanog komunalnog otpada Hrvati bacaju ogromne količine papira, kartona, kuhinjskog otpada, plastike, stakla, tekstila, metala, drveta i sl. Procene ukazuju da bi se njihovim recikliranjem u desetogodišnjem periodu moglo uštedeti oko milijardu evra. 4.1.6.2. Uticaj mera ekološke zaštite na strukturu komparativnih prednosti U vreme kada ekonomska aktivnost u svetu nije bila dovoljno razvijena, vazduh i voda su bili tretirani kao besplatni resursi, na koje

je malo ko obraćao pažnju kao **na faktore proizvodnje.** 69

Međutim, savremeni tokovi industrijalizacije doveli su u

pitanje ekološki opstanak planete, a naročito pojedinih njenih delova koji su izloženi permanentnom delovanju štetnih **fabričkih nus-proizvoda.** 69

Ekološko okruženje sve više je izloženo negativnim efektima brojnih hemijskih i bioloških zagađivača, pa samim tim i obnovljivi resursi, poput vode i vazduha, postaju sve deficitarniji. Kako prema ekonomskoj zakonitosti svaki deficitarni resurs postaje roba, tako i čista voda i vazduh više nikada neće moći besplatno da se koriste.

Veza između saznanja da ugroženi faktori prestaju da budu besplatni i stepena ugroženosti 69
određenog **regiona**

ili zemlje, opravdava interes za analizom uticaja troškova zagađivanja životne sredine na teoriju međunarodne trgovine. Da bi se ovakva analiza sprovela u delo, neophodno je da se, uz primenu jednostavnog modela linearnog programiranja, problem permanentnog zagađivanja prirodnog okruženja inkorporira u H-O-S teoremu komparativnih prednosti. Analiza

se sastoji iz tri dela. U prvom delu se ukazuje **da** 237

akumulacija kapitala utiče na proširenje ekonomske aktivnosti, koja zauzvrat, postaje limitirana strogim standardima ekološke prevencije i da uvođenje zaštitinih ograničenja ne dozvoljava da jedan ili oba faktora proizvodnje (rad i kapital) ostvare punu zaposlenost. U drugom delu se uticaj zagađenosti prikazuje kroz cene u senci i dokazuje da u uslovima nepotpune zaposlenosti faktora, teoreme Rybczynski i Stolper-Samuelson gube zanačaj. U trećem delu, zaključuje se da sa eliminacijom osnovnih zagađivača u svakom od sekotra dolazi do promene spoljnotrgovinske strukture (N. Minabe, 1991.). Polazna pretpostavka je da preduzetnici teže da maksimiziraju ukupan prihod u proizvodnji dva proizvoda, X1 i X2, po datim cenama PX1 i PX2, u zavisnosti od homogenih funkcija dve grane industrije i relativne raspoloživosti faktora (rada i kapitala), uz ograničenje da proizvodnja bilo kojeg proizvoda ne može biti negativna veličina. Treći faktor proizvodnje predstavljaju čista voda ili vazduh, čija je raspoloživost ograničena ekološkim standardima. Pretpostavlja se da se i ovaj treći faktor, takođe, koristi kao input za proizvodnju X1 i X2. Prema modelu linearnog programiranja, maksimizacija prihoda (Z) predstavljena je jednačinom: Z =

PX 1 X 1 + PX 2 X 2 291

uz sledeća ograničenja zagađenosti faktora: a LX

1 X 1 + a LX **2 X 2** ≤ L a KX **1 X 1** + a KX **2 X 2** ≤ K a MX **1 X** 148

+ a MX

2 X 2 ≤ M X 1 , X 2 148

≥ 0 U prikazanim jednačinama, aij predstavlja broj jedinica faktora „i“ neophodnog za proizvodnju jedinice proizvoda „j“, dok su K, L i M, faktori proizvodnje - kapital, rad i čista voda ili vazduh. Sledećom dualnom jednačinom izražava se

težnja preduzetnika da minimiziraju troškove proizvodnje: Z = wL + rK + pmM u zavisnosti od: ⌈aLX1 aKX1 ⌊aLX 2⌋ a KX 2 w, r, pm ≥ 0 aaMMXX 12 ⌉⌉ ∗ ⌊⌊⌊ pm ⌋⌋⌈w⌉ r ⌋⌋ ≥⌈ PX 1 ⌉⌊ PX 2 ⌋⌋ gde su: w, r, pm, prihodi od upotrebe faktora, rada, kapitala i vode/vazduha. Kada je nivo privredne aktivnosti dovoljno nizak, ograničenja zagađenosti u jednačinama gube na značaju. U narednom grafikonu, prikazana je proizvodnja radno-intenzivnog proizvoda X1 i kapitalno-intenzivnog proizvoda X2 u jednoj zemlji. Linija GH predstavlja jednačinu profita, gde je Z0 rešenje linearnog programskog problema. Linije AE i BD predstavljaju ograničenja resursa, kapitala i rada, respektivno. Uz pretpostavku da je: a LX

1 / a LX 2 f a MX 1 / a MX 2 f a KX 1 / a KX 2	235

, izlomljena kriva ABS predstavlja originalnu Hecksher-Ohlin-ovu krivu proizvodnih mogućnosti ili „granicu efikasnosti“. Grafikon IV-2. Analiza proizvodnje dva proizvoda uz prisustvo dva faktora, rada i kapitala Izvor: N. Minabe, 1991. Akumulacija kapitala dovodi do pomeranja linije AE u položaj A’E’, označajvajući porast raspoloživosti ovog resursa. Kriva proizvodnih mogućnosti je sada A’S’B. Akumulacija kapitala je dovela do nadproporcionalnog rasta proizvodnje kapitalno-intenzivnog proizvoda X2, jer je: X 2 / X 2 = CS `/ OC ` . AA`/ OA = K / K S druge strane, proizvodnja radno-intenzivnog proizvoda X1 je opala, zbog ograničenja o konstantnim odnosima cena proizvoda. U ekonomskoj teoriji je ova zakonomernost definisana u okviru Rybczynski teoreme. Kada stepen industrijalizacije postane dovoljno visok, standardi zaštite okruženja pojavljuju se kao bitan faktor u jednačini ograničenja. Ovo ograničenje je predstavljeno linijom TU (grafikon IV-2). Nova kriva proizvodnih mogućnosti je A’ŠŪB. Tačka ravnotežne proizvodnje pomera se iz S’ u Š (ili Ū). Teorema Rybczynski može, ali i ne mora važiti u novim okolnostima. Neće važiti onda kada standardi zaštite okruženja postanu tako oštri da linija ograničenja iz pozicije TU pređe u novu poziciju T“U“. U okviru dualnog problema minimizacije troškova faktora, posebnu pažnju privlači odgovor na pitanje važi li u novim uslovima Samuelsono-ova teorija izjednačavanja cena faktora, kao i Stolper- Samuelson-ov efekat uticaja promena robnih cena na cene faktora. Treći autor jedne od najznačajnijih teorija spoljne trgovine, američki profesor Paul Samuelson, dopunio je Hecksher-a i Ohlin-a tezom da međunarodna robna razmena ne vrši samo egalizaciju cena različitih proizvoda, već i cena različitih faktora proizvodnje. U određenim situacijama, kada ravnotežne cene faktora (w,r, pm) nisu jedinstveno determinisane datim cenama na konkurentnom robnom tržištu, Samuelson-ova tvrdnja gubi na značaju. Naime, ni preduzetnici, a ni radnici obično nisu voljni, ako već nisu primorani, da plate troškove zagađenja okruženja, jer bi to vodilo do snižavanja prihoda po osnovu ulaganja rada i kapitala. Stolper-Samuelson-ov efekat podrazumeva da rast cene radno-intenzivnog proizvoda dovodi do više nego proporcionalnog rasta prinosa od rada i opadanja prinosa od kapitala. Ovaj efekat se ne ispoljava u slučaju kada zemlja nastavlja da proizvodi oba proizvoda (X1 i X2), jer rast cene proizvoda X1 nema uticaj na prinose odgovarajuće-intenzivnog faktora (u ovom slučaju rada) kada se proizvodna tačka nalazi u Š. S driuge strane, rast cene X2 neće uticati na prinose korenspodentno-intenzivnog faktora (kapital) kada se proizvodna tačka nalazi u Ū. Grafikon IV-3. Analiza proizvodnje dva proizvoda uz ograničenja standarda ekološke zaštite Izvor: N. Minabe, 1991. Na osnovu svega izloženog, moguće je analizirati međusobnu trgovinu dve zemlje u uslovima kada dođe do aktiviranja zagađivača i kada se preduzmu mere za eliminisanje njihovog negativnog dejstva (grafikon IV-3). Osnovno pitanje je da li u opisanoj situaciji dolazi do promene u strukturi komparativnih prednosti posmatranih zemalja? Tradicionalna Hecksher-Ohlin-ova kriva proizvodnih mogućnosti, ABS, opisuje slučaj pre aktiviranja zagađivača. Tačke S i T predstavljaju proizvodnju i potrošnju u slučaju kada su robne cene određene

nagibom PQ. U originalnom Hecksher-Ohlin-ovom modelu, data zemlja izvozi proizvod X2 u zamenu za uvoz proizvoda X1. Kada dođe do aktiviranja određenog zagađivača i preduzimanja mera za eliminisanje njegovog negativnog dejstva, kriva proizvodnih mogućnosti se pomera u položaj A'S'B'. Strutktura trgovine se promenila, jer posmatrana zemlja sada izvozi proizvod X1, a uvozi proizvod X2. Grafikon IV-4. Izmena u strukturi međunarodne trgovine izazvana aktiviranjem zagađivača Izvor: N. Minabe,1991. Prema tome, kada domaći proizvođači jednom budu bili primorani da stanovništvu isplaćuju nadoknadu za štete koje prouzrokuju zagađivanjem životne sredine u određenom regionu, treba očekivati da će istovremeno doći i do značajnih promena u strukturi komparativnih prednosti srpske privrede. U kojoj

bi se meri **održala konkurentska prednost** Srbije **u izvozu proizvoda nastalih pod dejstvom tzv. prljavih tehnologija,** predmet je dalje **matematičke razrade, ali je sigurno da bi došlo do bitne promene u visini i strukturi njihovih troškova.** 69

4.1.7. Determinante sistemske konkurentnosti u industriji Integracija industrijskog sektora domaće privrede u globalne proizvodne procese i trgovinske tokove najvećim delom zavisi od stepena njegove razvijenosti i konkurentnosti koju ispoljava na lokalnom tržištu. Sistematski pristup podsticanja konkurentnosti pokriva političke i ekonomske determinante uspešnog industrijskog razvoja. Reč je o pristupu u okviru kojeg država i ostali privredni subjekti zajedno aktivno učestvuju u kreiranju uslova neophodnih za razvoj konkurentnosti. Ovaj koncept pravi jasnu distinkciju između četiri nivoa delovanja: mikro nivoa korporacija i interkorporativnih mreža međuzavisnosti, mezo nivoa specifičnih politika i institucija, makro nivoa generičkih uslova privređivanja i meta nivoa sporo promenljivih varijabli, kao što su sociokulturne strukture, bazični ekonomski poredak i orijentacija, te kapacitet učesnika društvenog života da donose efikasne strateteške programe. Grafikon IV-5. Determinante sistemske konkurentnosti Izvor:

T. Altenburg, W. Hillebrand and **J.Meyer-Stamer, Building Systemic Competitiveness,** Reports **and** 221

Working Papers 3/1998, German Development Institute, p. 1. Ključni zahtevi uspešnog industrijskog razvoja su: • Na meta nivou: a) da veći deo društva prihvati razvojno orijentisane kulturne vrednosti, b) da se postigne nacionalni konsenzus o neophodnosti industrijskog razvoja i njene konkurentne integracije na globalno tržište i c) da društvo bude sposobno da zajednički formuliše vizije, kreira strategije i sprovodi odgovarajuće politike. • Na makro nivou: da se formira stabilno i predvidivo makroekonomsko okruženje, u skladu sa potrebama politike podržavanja realnog deviznog kursa i spoljnotrgovinske politike, koja stimuliše razvoj domaće industrije. • Na mezo nivou: da se formulišu specifične politike i izgrade institucije koje će imati za cilj da kreiraju konkurentske prednosti. Specifičnost politika se ogleda u njihovoj ciljnoj funkciji oblikovanja industrijskih grana i poslovnog okruženja (tehnološki instituti, trenažni centri, finansiranje izvoza i sl.) na osnovu lokalnih i regionalnih inicijativa za podsticanje konkurentnosti. Mnoge od institucija koje deluju na mezo nivou pripadaju nevladinom sektoru, u vidu poslovnih udruženja, neprofitnih organizacija ili preduzeća. • Na mikro nivou: da se kompanije osposobe za konkurentsku utakmicu kroz proces kontiniranog unapređivanja njihovog poslovanja i da se ostvari njihova mrežna povezanost sa ciljem maksimizacije pozitivnih eksternih efekata. Koncept sistemske konkurentnosti predstavlja teorijski napredak u odnosu na konzervativna

razmišljanja, koja favorizuju ulogu plana ili tržišta u procesu razvoja. Ekonomska istorija poznaje primere uspešnih industrijalizacija koje su ostvarene uz asistenciju čvrste državne administracije, kao i onih koje su najvećim delom bile rezultat slobodnog delovanja tržišnih zakona. Međutim, tajna uspešnih razvojnih strategija je u iznalaženju odgovarajuće ravnoteže između administrativno i tržišno rukovođenog koncepta i njihovom doziranju u skladu sa razvojnom fazom u kojoj se društvo nalazi. Srbija, poput većine zemalja u tranziciji, ne startuje od nule, već ima delimično izgrađenu industrijsku strukturu, u kojoj dominiraju mala i srednja preduzeća, uglavnom proizvođači netrajnih potrošnih dobara i srednje i velike kompanije u obalasti procesne industrije, poput prerade nafte, ili proizvodnje matala, đubriva, cementa i sl. Stoga, razvojno orijentisana industrijska politika u prvoj fazi ima za cilj da izvrši restrukturiranje uvozno-supstitutivnog sektora i stimuliše i podrži preduzeća da, u saradnji sa Vladom i ostalim društvenim akterima, reafrimišu koncept konkurentskih prednosti baziran na savremenim iskustvima globalne povezanosti. Proces razgradnje uvozno-supstitutivnog sektora i redefinisanja konkurentskih prednosti ne može se obaviti isključivo pod uticajem „nevidljive ruke tržišta“ koja, po pravilu, teži očuvanju postojeće proizvodne strukture. Da bi se efekti procesa reindustrijalizacije, u početnoj razvojnoj fazi, pozitivno odrazili na konkurentnost domaće privrede, slobodno delovanje tržišnih zakona mora, bar delimično, biti korigovano sa različitih nivoa vlasti.30 4.2. SAVREMENI KONCEPTI UTVRĐIVANJA KONKURENTSKIH PREDNOSTI ZEMALJA 4.2.1. Izgradnja konkurentnog okruženja prema konceptu Instituta za razvoj menadžmenta 4.2.1.1. Elementi konkurentnog okruženja Zemlje upravljaju svojim okruženjem u četiri osnovne dimenzije koje predstavljaju milje za uspostavljanje konkurentnih uslova funkcionisanja njihovih privreda. Te četiri fundamentalne dimenzije ogledaju se kroz sledeće odnose (IMD, 2006.): • atraktivnost vs. agresivnost, • lokalizam vs. globalizam, • sredstva vs. proces i • individualni rizik vs. socijalna kohezija. Ove četiri dimenzije najčešće zavise od tradicije, istorijskog nasleđa, ili sistema vrednosti, i duboko su ukorenjene u „modus operandi“ svake zemlje, tako da, u većini slučajeva, nisu precizno definisane i diferencirane. Međutim, moguće ih je integrisati u jednu globalnu sistemsku teoriju, koja je u stanju da opiše odnose između osa ovog četvorodimenzionalnog koordinatnog sistema. Jedinstvena teorija nema za cilj da kvantifikuje konkurentnost određene privrede, već da ukaže na „profil konkurentnosti“ koji karakteriše datu privredu i da anticipira njeno ponašanje u budućnosti. 30 Pod vršenjem vlasti se, prema definiciji Svetske banke, podrazumeva „upravljanje nacionalnim enkonomskim i društvenim resursima u cilju postizanja odgovarajućih razvojnih ciljeva“

(World Bank, Governance and Development, Washington, D.C, 1992, p. 234

1.). 141 Grafikon IV-6. Četiri fundamentalne dimenzije konkurentnosti Izvor:

IMD, World Competitiveness Yearbook 2006, Institute for Management and **Development,** 267

2006. a) Atraktivnost vs. agresivnost Zemlje na različite načine uređuju svoje poslovne odnose sa svetskom zajednicom. Tradicionalno, konkurentnost se povezuje sa agresivnošću zemlje po pitanju plasmana izvoznih proizvoda i SDI na svetsko tržište. Ovakvu strategiju penetracije globalnog tržišta svojevremeno su primenjivali: Nemačka, Japan i Republika Koreja. U poslednje vreme, pojavile su se zemlje koje upravljaju konkurentnošću kroz podizanje nivoa atraktivnosti svojih privreda. Republika Irska i Singapur su godinama podsticali atraktivnost svojih privreda za prilv SDI,

na bazi ponude široke lepeze raznih olakšica za investitore. Agresivna strategija doprinosi generisanju novostvorene vrednosti u zemlji, ali ne dovodi obavezno i do otvaranja novih radnih mesta. Za razliku od toga, strategija podsticanja atraktivnosti dovodi do novog zapošljavanja u zemlji destinacije SDI, ali, s druge strane, umanjuje nivo dohotka srazmerno visini odobrenih olakšica. Čak i najbogatije zemlje ne mogu ignosrisati značaj podsticanja atraktivnosti svojih privreda za priliv kapitala, baš zbog uticaja na zaposlenost. Naročito danas, u kriznim uslovima poslovanja, zemlje treba da naizmenično kombinuju obe strategije, da bi njihove privrede postale i ostale konkurentne na globalnom tržištu. U dosadašnjoj praksi, svaka zemlja je pokušavala da se usredsredi na jedan od ovih pristupa podsticanja konkurentnosti. Tako, Irska nije previše agresivna na međunarodnom tržištu, dok Republika Koreja nije dovoljno atraktivna za inostrane investitore. Velika Britanija je u prošlosti bila agresivna, da bi danas postala atraktivna za inostrani kapital. Švajcarska je išla obrnutim smerom, tako da je od atraktivne destinacije za priliv novca iz celog sveta, postala agresivni izvoznik prepoznatljive palete proizvoda širom planete. Sjedinjene Američke Države su, čini se, danas jedina zemlja koja je sposobna da u isto vreme bude i dovoljno gresivna u izvozu i dovoljno atraktivna za strane investitore. b.) Lokalizam vs. globalizam Privredni sistem svake zemlje, u biti, ne predstavlja homogenu celinu. U većini slučajeva, on se sastoji od dva tipa koegzistirajućih ekonomija – one koja se oslanja na bliska tržišta i one koja je globalno orijentisana. Lokalno orijentisana privreda uključuje tradicionalne aktivnosti: zanatstvo, socijalne i lične usluge (lekari, učitelji), administrativne aktivnosti (vlada, sudstvo) i, na posletku, aktivnosti koje podržavaju potrošnju (post-prodajni servisi, izrada po porudžbini). Ovakva privreda je locirana i generiše novostvorenu vrednost u blizini krajnjeg korisnika. Ona je najčešće zaštićena od strane države, što je čini neefikasnom i skupom. Globalno orijentisanu ekonomiju sačinjavaju kompanije koje operišu na međunarodnom tržištu. Proizvodnja u okviru takvih ekonomija ne mora nužno biti organizovana u blizini krajnjeg korisnika, zato što preduzeća ostvaruju korist na osnovu iskorišćavanja komparativnih prednosti tržišta širom sveta, naročito kada je reč o operacionalizacionim troškovima. Uopšteno gledajući, reč je o konkurentnim privredama, sa relativno niskim cenama proizvoda i usluga. Proporcija u doprinosu ove dve vrste ekonomija nacionalnom prosperitetu,

varira od zemlje do zemlje, u zavisnosti od njene veličine **i**	269

stepena razvijenosti. Istraživanja ukazuju da se u Zapadnoj Evropi u proseku oko 2/3 BDP generiše u okviru lokalno-orijentisanih ekonomija, a 1/3 u okviru globalno-orijentisanih privreda, te da su privrede manjih zemalja znatno više zavisne od svetskog tržišta, dok se velike zemlje, poput SAD, još uvek snažno oslanjaju na domaću tražnju, mada im trend globalizacije postaje sve zanimljiviji, pre svega zbog ostvarene tehnološke dominacije, kao glavne determinante globalnih promena. U toku poslednjih trideset godina, globalizam je ojačao do te mere, da je počeo ugrožavati lokalo-orijentisane ekonomije, namećući im praksu snižavanja ili ukidanja trgovinskih barijera, sklapanja sporazuma o slobodnoj trgovini, podsticanja regionalnih integracija, sprovođenja procesa privatizacije i deregulacije itd. Bitan efekat procesa globalizacije je u snižavanju cena, marži i zarada. Zemlje sa visokim životnim standardom i operacionalizacionim troškovima, poput Nemačke i Švajcarske, tek sada prolaze kroz surov proces prilagođavanja.

Neke druge zemlje, kao što su Velika Britanija, Čile, **ili** Singapur, blagovremeno **su**	313

pristupile globalizaciji svojih privreda i takvu praksu ne napuštaju ni danas. c.) Resursi vs. proces U upravljanju svojim ekonomskim okruženjem zemlje se mogu oslanjati na resurse, ili na proizvodne procese. Neke države su bogate osnovnim faktorima proizvodnje – zemlja, stanovništvo i prirodni resursi – ali ne spadaju u red konkurentnih privreda (Brazil, Indija i Rusija). Druge, pak, zemlje - poput Japana, Singapura i Švajcarske – siromašne su resursima, pa su primorane da ekonomski razvoj baziraju na transformacionim procesima. Generalno posmatrajući, ova druga grupa privreda je znatno konkurentnija od prve. Ekonomisti ponekad koriste izraz „zamena prirodinh resursa“, da bi ukazali na pravilo po kojem zemlje sa visokim prirodnim potencijalima nužno razvijaju osećaj samodovoljnosti. Ovo je ključni činilac značaja i uloge ekonomske novostvorene vrednosti u konktekstu politike konkurentnosti. Naime, nasleđeni resursi nisu obavezno i jedini prirodni resursi kojim neka zemlja raspolaže. Infrastruktura, industrijska postrojenja, edukacija i veština, takođe, spadaju u resurse koji se generacijama akumuliraju. Oni mogu, isto tako, izazvati osećaj samodovoljnosti kod „zrelih“ nacija koje su sklone da pobrkaju pojmove bogatstva i konkurentnosti. d.) Individualni rizik vs. socijalna kohezija Četvrta dimenzija koja učestvuje u oblikovanju konkurentskog okruženja jedne zemlje, ogleda se u razlici između sistema koji podstiče preduzimanje pojedinačnog rizika i onog koji štiti socijalnu koheziju. Takozvani, anglo-saksonski privredni model karakterišu: poslovni rizik, deregulacija, privatizacija i individulana odgovornost, uz minimalnu ulogu socijalne pomoći. Za razliku od toga, kontinentalni evropski model privrede više se oslanja na: postizanje opšte saglasnosti unutar društvene zajednice, uravnotežen pristup odgovornosti i visokobudžetni sistem socijalne zaštite. Godinama je postojao takmičarski duh između ova dva privredna modela i čini se da je anglo-saksonski najzad preovladao. Zakonodavstvo EU je sve do pojave globalne krize više bilo okrenuto deregulaciji i privatizaciji,

nego što je to bio slučaj u prošlosti. 182

Pojava Nove radničke partije u Britaniji i otvaranje bivših socijalističkih zemalja prema privatnom kapitalu, samo su neki od pokazatelja ovog trenda. Ipak, širenje globalne krize iz SAD na evropski kontinent, uticalo je na kreatore ekonomske politike širom Evrope i sveta da kritički pristupe analizi određenih elemenata neoklasične teorije privrednog rasta i rešenje za brojne novonastale probleme potraže u sinergetskom delovanju javnog i civilnog sektora. 4.2.1.2. Mapa konkurentnosti svetske privrede U praksi se kombinju efekti različitih dimenzija u cilju formiranja konkurentske strukture privrede. Najčešći primeri politika koje se uporedo vode su globalizam i podsticanje individualnog rizika i lokalizam i očuvanje socijalne kohezije. Na razvoj globalne ekonomije u velikoj meri utiče pristup koji favorizuje preduzimanje individulanog rizika i lične odgovornosti, odnosno, anglo-saksonski model organizacije privrede. Velika Britanija i SAD su bili pioniri internacionalizacije poslovanja i danas se svrstavaju među vodeće privrede na svetskom tržištu. Stoga, ne čudi što njihov pristup konkurentnosti, zasnovan na deregulaciji, privatizaciji i preduzetništvu, značajno utiče na oblikovanje globalnog modela privređivanja. Međutim, ovakva politika izaziva otpore kada se primeni na ekonomije koje su godinama funkcionisale u zaštićenom i adminstrativno-kontrolisanom okruženju. Socijalizacija rizika i odgovornosti se najčešće povezuje sa menadžmentom lokalno orijentisanih ekonomija, u kojima se, po pravilu, ne obraća dovoljno pažnje na posledice takve politike po konkurentnost privrede, jer ona nije ni izložena inostranoj konkurenciji. Ovakav pristup se primenjuje u okviru kontinentalnog evropskog modela privređivanja. Politička revolucija iz 19. veka i socijalne promene u 20. veku uticale su na vlade evropskih kontinentalih zemalja da počnu posvećivati posebnu pažnju socijalnoj koheziji. Holandija je definisala inovativnu soluciju za prevazilaženje ovog razvojnog

konflikta, tako što se opredelila za diferenciran sistem upravljanja u dve paralelne, ali povezane, ekonomije. S jedne strane, globalno-orijentisani segment privrede se vodi po anglo-saksonskom modelu - što podrazumeva potpunu privatizaciju i deregulaciju - kako bi bio spreman da odgovori zahtevima konkurentnosti na međunarodnom tržištu. S druge strane, u lokalno-orijentisanoj ekonomiji primenjene su neke inovativne mere, poput skraćenog radnog vremena, da bi se obezbedila socijalna kohezija na unutrašnjem planu. Danas, čak i neke od pionirskih zemalja anglo-saksonskog modela, poput Velike Britanije i Novog Zelanda, koje su među prvima inicirale čvrst i transperentan pristup konkurentnosti, pokušavaju da razviju „treći način“, u cilju ublažavanja socijalnih posledica tako drastične ekonomske politike. Privreda Srbije je ophrvana brojnim problemima, a najveći među njima su, nedostatak investicija i visoka nezaposlenost. Stoga se čini da je za Srbiju optimalna strategija da se u početku podstakne atraktivnost privrede za plasman „greenfield“ i „brownfield“ investicija (jer je proces privatizacije gotovo okončan) i to kako na bazi uvoza kapitala, tako i po osnovu aktiviranja pasivnog kapitala iz domaćih izvora. Pritom, izbor u koju granu će se kapital ulagati, treba da bude u osnovi slobodan, dok država zadržava mogućnost da indirektno utiče na odluku investitora kroz sistem mera i olakšica kojim će se sredstva usmeravati u strateške grane privrede poput: elektronske i računarske industrije, auto industrije, avio i svemirske industrije, genetskog inženjeringa, biotehnologije, usluga zasnovanih na znanju, proizvodnji hrane i sl. Normalno je da u većini navedenih privrednih oblasti Srbija ne može biti lider, niti može zaokružiti ceo tehnološki proces, međutim, ona može i mora da postane deo svetskog lanca proizvodnje u ovim oblastima, kroz podsticanje viših oblika saradnje s vodećim svetskim kompanijama. Put do toga vodi preko iznalaženja optimalnog odnosa između lokalno i globalno orijentisanih ekonomskih celina. Izvozno-orijentisani sektor privrede treba da bude potpuno privatizovan i što je moguće više relaksiran od direktnog državnog uticaja i komplikovanih administrativnih procedura. U okviru ovog dela privrede treba da dominira privatna inicijativa, uz visok nivo ličnog rizika i odgovornosti, ali i lične koristi po dobro obavljenom poslu. S druge strane, lokalno-orijentisan segment privrede može delom biti i u državnom vlastništvu,

ali se,	svakako,	**mora voditi računa o**	socijalnom aspektu, bar	**kada je**	87

reč o zdravstvu, obrazovanju, kulturi i dr. delatnostima od opšteg društvenog značaja. Ukoliko u pojedinim regionima zemlje ne postoji odgovarajuća ponuda zdravstvenih, obrazovnih, zanatskih i dr. usluga, odgovornost nije na privatnom sektoru, već krivica pada na celu zajednicu koja nije bila u stanju da na zadovoljavajući način isplanira potrebe za ovim delatnostima na lokalnom nivou. Nakon raspada Jugoslavije, koja je respolagala relativno širokom sirovinskom i energetskom bazom, Srbija je danas prinuđena da se fokusira na domaćinsko korišćenje preostalih raspoloživih resursa, uz sve veće uvažavanje procesnog pristupa u koncipiranju razvojne politike. Osnova nove politike je u libaralizaciji uvoza faktora koji bi se, na osnovu novokreiranih komparativnih prednosti, prerađivali u konkurentne proizvode za svetsko tržište. Kroz podsticanje viših oblika saradnje sa razvijenim zemljama (licencing, franshizing, leasing, factoring, međunarodna poslovno-tehnička i proizvodna kooperacija i sl.), domaćim preduzećima bi se obezbedio pristup nedostajućim faktorima proizvodnje (sirovine, kapital, znanje) i pružila mogućnost da ovladaju savremenim procesima njihovog angažovanja. Na konkurentsku poziciju jedne zemlje utiču brojni činioci, među kojima se posebno izdvajaju: (a) kulturološki, (b) tehnološki i (c) administrativni. a. Uticaj kulture na konkurentnost Jedan od najvažnijih faktora konkurentnog okruženja jeste nacionalno usvojen sistem vrednosti. Nemački sociolog i filozof, Maks Veber, je još početkom 20. veka, baveći se istraživanjima odnosa između kulture jedne nacije i njenog ekonomskog

razvoja, došao do zaključka da nacije ne konkurišu jedna drugoj samo robom i uslugama, već i kvalitetom obrazovanja i usvojenim sistemom vrednosti. Sa razvojem jedne nacije, evoluira i sistem vrednosti te društvene zajednice. Tokom modernog doba, sistem vrednosti je evoluirao kroz četiri faze (IMD, 2006.): • naporan rad: stanovništvo je u potpunosti posvećeno korporativnim ciljevima zemlje i spremno je na duži rad od uobičajenih 8 časova dnevno (primer: Republika Koreja), • bogatstvo: mada stanovništvo još uvek naporno radi, ono posvećuje više pažnje povećanju svog dohotka od rada (primer: Singapur), • učešće u društvenom životu: stanovništvo je manje zainteresovano za naporan rad, a znatno više je uključeno u proces preoblikovanja društvene zajednice (primer: SAD i Evropa krajem 1960- tih godina) i • lični uspeh: stanovništvo je mnogo više zainteresovano da razvija sopstveni privatni život, nego da unapređuje društvenu zajednicu (primer: SAD i Evropa u toku prve dekade 21. veka). Ovaj proces prirodne evolucije sistema nacionalnih vrednosti, od kolektivne ka individualnoj, prema teoretičarima globalizma, ne može imati reverzibilan tok, mada je njime moguće upravljati na izvestan način. Primera radi, Japan se u ovom trenutku nalazi u fazi tranzicije od kolektivnog ka individualnom sistemu vrednosti, što pretpostavlja preduzimanje dubinskih reformi političkog, socijalnog i ekonomskog sistema. Zanimljivo je porediti današnji sistem vrednosti u istočnoj Aziji, sa onim koji je vladao u SAD i Evropi tokom 19. veka. Aktuelni sistem vrednosti u zemljama istočne Azije zasnovan je na Konfučijanskim principima, koji podrazumevaju: naporan rad, lojalnost, disciplinu, štednju i obrazovanje. Slične principe sadrži i protestantska etika rada, koja je dominirala Evropom i SAD u XIX veku i koja proističe još iz perioda Velike industrijske revolucije. Grafikon IV-7. Tri modela ponašanja društvene zajednice Izvor: IMD, World Competitiveness Yearbook 2006. Grafikonom IV-7 prikazana su tri različita modela organizacije društvene zajednice: 1. Južno-evropski model karakterišu: nedovoljno razvijena infrastruktura, regulacija poslovnih aktivnosti, socijalna zaštita, postojanje paralelnih ekonomija i niski troškovi rada. Ovaj model favorizuje inovativnost. 2. Severno-evropski model odlikuju: snažan naglasak na stabilnosti, socijalni konsenzus i visok nivo regulative. On favorizuje dugoročne razvojne perspektive. 3. Anglo-saksonski model se zasniva na deregulaciji, privatizaciji, radnoj fleksibilnosti i izraženoj naklonosti ka prihvatanju rizika. Ovaj model se zasniva na preduzetništvu. Tokom poslednje dekade u svetu je učinjen veliki pomak od severno-evropskog ka anglo-saksonskom modelu društva. Ipak, najveći izazov za kreatore razvojnih strategija širom sveta predstavlja ostvarivanje ravnoteže između hiper-konkurntnog globalnog poslovnog okruženja, bliskog anglo-saksonskom modelu i lokalno orijentisanog okruženja sa višim nivoom socijalne odgovornosti, bliskog severno-evropskom modelu društvene organizacije. Srbija se danas nalazi na prelazu iz južno-evropskog u anglo-saksonski model organizovanog društva. Iz okruženja u kojem su doskora dominirali (ili još uvek dominiraju), nerazvijena infrasturkutra, centralno-planska regulativa, visok nivo socijalne zaštite i paralelni ekonomski sistemi (tržišna i „dogovorna“ ekonomija, regularno i „sivo“ tržište, dvojne proizvodne linije – za izvoz i za domaće potrebe, višestruki kursevi itd.), Srbija je, prećutno prihvatajući model Vašingtonskog konsenzusa, duboko zašla u proces privatizacije i deregulacije, uz svesrdnu podršku konceptu preuzimanja ličnog rizika kada su u pitanju poslovne odluke i očuvanje radnih mesta. Srbija je preskočila fazu koju odlikuju: stabilnost makroekonomskog sistema, pravedna raspodela dohotka, politika podsticanja i usmeravanja privrednog razvoja i socijalna kohezija. Imajući to u vidu, postaje jasnije zašto se danas sve više govori o nepostojanju odgovarajućeg nacionalnog sistema vrednosti. Narod u Srbiji, praktično nikada nije bio u prilici da usvoji sistem vrednosti, koji se zasniva na napornom radu i društvenom pozicioniranju u zavisnosti od rezultata rada, što u uslovima sve izraženije konkurencije na svetskom tržištu može predstavljati nanadoknadiv hendikep. b. Uticaj tehnologije Tokom poslednje dve dekade, neotehnološka ravolucija - oličena u razvoju kompjutera, telekomunikacija i interneta – vrši presudan uticaj na konkurentnost nacija. Danas se infrastruktura više ne razmatra na tradicionalan način, koji je u obzir uzimao samo puteve, železnicu, lučka postrojenja i aerodrome. Tehnološka infrastruktura postala je ključni faktor

globalne konkurentnosti. Raspolaganje jeftinim i efikasnim telekomunikacionim sistemom, internet vezama i mobilnom telefonijom, samo su neki od novih tehnoloških prioriteta zemalja koje žele da se ravnopravno takmiče na svetskom tržištu. Pojedine zemlje, poput Južne Afrike, Meksika, ili Poljske, preskaču određene tehnološke faze, razvijajući npr. mobilnu telefoniju, uprkos činjenici da ni u domenu fiksne telefonije nisu iscrpele sve potencijale. Tehnologija, takođe, utiče i na sistem obrazovanja.

Zemlje, kao što su SAD, Velika Britanija i 299

Francuska, postavile su pred sebe cilj povezivanja celokupnog školskog sistema preko interneta. Švedska i Finska su daleko odmakle u razvoju obrazovanja na distancu, jer raspolažu naprednim sistemom telekomunikacija i mrežne povezanosti. Međutim, jedan od glavnih faktora nedovoljne iskorišćenosti tehnološke infrastrukture u mnogim zemljama, jeste nedostatak stručnih kadrova. Stoga je prioritet svih međunarodno konkurentnih zemalja da iznedre stručnjake sposobne da novu tehnološku infrastrukturu stave u funkciju i postanu lideri globalnog razvoja. Irska je značajno investirala na ovom planu, obezbeđujući mladu i kvalitetnu radnu snagu, koja raspolaže visokim znanjima u oblasti IT, za potrebe lokalnih i inostranih preduzetnika.

To je samo jedan od razloga zašto je 76

ova zemlja u određenom periodu bila toliko atraktivna za investitore iz celog sveta. Novi tenološki zahtevi preduzeća podstakli su pojedine zemlje da daju prioritet razvoju tehnologije. Osnivanje istraživačkih centara i podsticanje saradnje između univrziteta i privrede, postalo je značajan faktor konkurentnosti na planu privlačenja SDI. Internet omogućava kompanijama da razvijaju e-trgovinu, e-nabavke, aukcije i e-tržišta van granica svoje zemlje. Sve ovo predstavlja snažan podstrek za vlasti širom sveta da ulažu u razvoj napredne tehnološke infrastrukture u svojim zemljama. Srbija se, nažalost, ne može pohvaliti naprednom infrastrukturom, bilo da se radi o tradicionalnom, ili tehnološkom aspektu posmatranja. U pogledu infrastrukture, Srbija je u protekloj godini iskazala izvesne komparativne prednosti po pitanju broja telefonskih priključaka, rasprostranjenosti internet veza i broja računara. U gotovo svim ostalim segmentima infrastrukture Srbija zaostaje za svetskim prosekom. Pored potrebe da se izvrše značajna ulaganja u tradicionalnu i tehnološku infrastrukturu, Srbija mora da nastavi i sa školovanjem mladih visokostručnih kadrova, boreći se da predupredi njihov prekomerni odliv u inostranstvo. Empirija pokazuje da su mnoge zemlje koristile mogućnost slanja svoje dece na školovanje i usavršavanje u inostranstvo, ali da su razvojne uspehe postigle samo one države koje su nalazile načine da zainteresuju mlade stručnjake da se vrate u zemlju i svoja novostečena znanja stave u funkciju nacionalnog prosperiteta. c. Nova uloga države Pored uticaja na globalnu konkurentnost, tehnološka revolucija postavlja i određene izazove pred neke od bazičnih funkcija države. Kako država da oporezuje ljude koji stiču novac preko interneta? U EU su razmatrali mogućnost uvođenja poreza na „neopipljive“ transakcije preko interneta. Pojedine države SAD jednostavno prihavataju da dohodak služi za nabavku izvesnog broja proizvoda preko interneta i oporezivanje vrše po kupovini istih. Problem predstavlja i način na koji država može da kontroliše operacije provajdera na mreži, koji mogu delovati u bilo kojoj zemlji, bez legalne registracije u toj državi. Računovodstveno evidentiranje „neopipljive imovine“ – brend, potrošači, know-how, ljudski kapital itd. – predstavlja, takođe, značajan problem, jer

tekuća računovodstvena praksa ne odražava stvarnu vrednost preduzeća. Berza akcija je pokušala da kompenzuje ove nedostatke. Primera radi, u 1978. godini knjigovodstvena vrednost najvećih javih kompanija u SAD iznosila je 95% njihove tržišne kapitalizacije, dok je dvadeset godina kasnije ovaj odnos pao na 28%. Problem „neopipljive“ aktive je u tome što ona često nije u vlastništvu preduzeća. S druge strane, konkurentnost je danas evoluirala sa „opipljivih“ na „neopipljive“ proizvode, odnosno, sa tona robe na bajte informacija. Time je ona širom otvorila vrata ekonomije znanja, što iziskuje i primenu novih računovodstvenih standarda. Očuvanje privatnosti, takođe, predstavlja bitan problem za većinu vlada širom sveta. Osnovno pitanje je šta u transparentnom svetu ne treba da bude transparentno? Koju vrstu informacija treba tajiti, ili je bar ne treba širiti? Kako se ovo pitanje odražava na borbu protiv terorizma u svetu? Ova fundametalna pitanja, koja čine suštinu funkcionisanja preduzeća, vlada i pojedinaca, postala su izvor nesuglasica između država, a naročito između SAD i Evrope. Tehnologija, istovremeno, predstavlja i veliki rizik za nacije, naročito kada je u pitanju sposobnost hakera da razbiju najbolje obezbeđene sisteme, poput sistema odbrane zemlje. Razbijanje tehnološke infrastrukture zemlje ima isti efekat kao narušavanje njene bezbednosti tradicionalnim vojnim atakom. I terorizam se sve više zasniva na visokim tehnologijama. Pretnje, iznude, ili avionska obrušavanja, predstavljaju aktivnosti u kojima se koristi najnovija tehnologija, a koje predstavljaju realnost i za preduzeća i za državnu administraciju. Uloga i odgovornost države u novom svetu razvijene konkurencije nije ni veća ni manja od dosadašnje. Ona je, jednostavno, drugačija. Država nastavlja da oblikuje konkurentno okruženje na različite načine - kroz oporezivanje, edukaciju ili zdravstvo, a dodatni segment njene odgovornosti leži u zahtevu da se ovo okruženje razvija na bezbedonosan način, što doprinosi redefinisanju tradicionalnog sistema odgovornosti. Na primer, država je često izbegavala da se direktno bavi izgradnjom infrastrukture. Privatizacija u oblasti telekomunikacija, energetike i transporta predstavlja najbolji pokazatelj tog trenda. Međutim, u očima javnosti, država ostaje glavni garant integriteta infrastrukture zemlje, čak i kada prenese operativnu odgovornost na privatni sektor. Konkurentnost predstavlja dinamičan koncept. Pošto se na globalnom nivou gotovo svi sa svima takmiče, to nagoni privredne subjekte u zemlji da neprestano preispituju svoju ulogu i odgovornost u procesu unapređivanja konkurentnosti nacije. Verovatno da u tom procesu najteži korak predstavlja prevazilaženje klasičnog ekonomskog pristupa, koji se tradicionalno bavi izvozom, „opipljivim“ proizvodima i bazičnom infrastrukturom, jer savremeni koncept konkurentnosti favorizuje ulogu obrazovanja, znanja, „neopipljivih“ proizvoda i tehnološke infrastrukture. Džon Majnard Kejnz je, svojevremeno, naglasio značaj prekida sa prošlošću, kada je tvrdio da realnu poteškoću ne čini razvoj novih ideja, već prevazilaženje starih. Teorija konkurentnosti pokušava da se izbori sa oba ova problema, da razvija nove ideje odstupajući od starih prevaziđenih klišea. 4.2.2. Indeks globalne konkurentnosti Svetskog ekonomskog foruma 4.2.2.1. Globalna kriza i konkurentnost U 2009. godini globalna ekonomija se suočila sa najvećom krizom u poslednjih nekoliko generacija. Svetska proizvodnja u toj godini se smanjila za rekordnih 2,5%, jer se finansijska kriza prenela u realnu ekonomiju, izazivajući veliki pad potrošnje, rastuću nezaposlenost i ponovno podizanje protekcionističkih barijera širom sveta. Mada se u početku činilo da bi zemlje u razvoju mogle biti izopštene od delovanja negativnih efekata krize, mnoge od ovih zemalja danas se sučeljavaju sa opadajućom tražnjom za svojim izvoznim proizvodima, padom cena primarnih proizvoda i značajnom redukcijom priliva inostranog kapitala i doznaka. Nedostatak likvidnih sredstava na globalnom nivou otežava kompanijama i vladama pomenutih zemalja pristup međunarodnom finansijkom tržištu. U takvim uslovima, kreatori ekonomske politike suočavaju se sa novim izazovima regulisanja privrednog ambijenta. Vlade širom sveta zauzimaju aktivan stav u odnosu na krizu i pojavu recesije. Na samom startu se krenulo sa pružanjem pomoći bankama ne bi li se izvukle iz krize, ili sa njihovom nacionalizacijom do mere koja omogućava da se spreči kolaps finansijskog sistema. Ove hitne mere praćene su obimnim finansijskim paketima za stimulisanje privrede i anticikličnom politikom koja ima

za cilj da podrži privredu i olakša njen oporavak. Teška ekonomska situacija istakla je potrebu očuvanja dugoročne konkurentske oštrice, uprkos zahtevu za postizanjem kratkoročnih urgentnih ciljeva. Konkurentne ekonomije su one koje iskazuju rast faktorske produktivnosti i na njemu grade svoj aktuelni i budući prosperitet. Ekonomsko okruženje usmereno ka podsticanju konkurentnosti može pomoći nacionalnoj privredi da prebrodi opadajuću fazu poslovnog ciklusa i omogući funkcionisanje mehanizama koji će podstaći snažne ekonomske performanse u budućem periodu. U poslednje tri dekade, Svetski ekonomski forum je u svojim godišnjim izveštajima o konkurentnosti istraživao

veliki broj faktora koji utiču **da nacionalne** privrede ostvare održiv **ekonomski rast i dugoročni prosperitet.** 60

Tokom svih ovih godina, cilj izveštaja bio je da se postave određeni parametri na osnovu kojih bi preduzetnici i kreatori ekonomske politike mogli da identifikuju prepreke koje im stoje na putu unapređenja konkurentnosti i formulišu strategije za njihovo prevazilaženje. Danas, kada se svetska privreda nalazi u okruženju punom izazova, izveštaj o konkurentnosti za 2013-2014. godinu predstavlja svojevrsnu kritičku opomenu, koja treba da ukaže na značaj sagledavanja posledica aktuelnih političkih odluka na budući prosperitet nacionalnih ekonomija.

Od 2005. godine, Svetski **ekonomski forum** zasniva **analizu konkurentnosti na Indeksu globalne konkurentnosti (Global Competitiveness Index** – GCI), kao sveobuhvatnom **indeksu koji** pokriva mikroekonomske **i makroekonomske temelje** 44

konkurentosti nacija. Ovaj indeks se definiše kao set

institucija, politika i faktora, koji determinišu **nivo produktivnosti zemlje. Nivo produktivnosti,** zauzvrat, opredeljuje održiv **nivo prosperiteta koji može** dostići **jedna** 60

zemlja. Drugim rečima, konkurentnije ekonomije su u stanju da generišu viši nivo dohotka za svoje stanovništvo. Nivo produktivnosti, takođe, određuje i visinu prinosa na jedinicu investicionih ulaganja u svakoj zemlji. Zbog činjenice da je stopa prinosa na investicije glavni pokretač privrednog rasta, proizilazi da su konkurentnije one ekonomije koje ostvaruju

brži rast na srednji i dugi rok. Koncept 11

konkurentosti sadrži statičke i dinamičke komponente. Mada produktivnost u potpunosti određuje sposobnost zemlje da održi nivo svog dohotka (statička konkurentnost), ona, takođe, predstavlja i jednu od glavnih determinanti prinosa na investicije, kao ključnog faktora u objašnjavanju potenciljala rasta svake privrede (dinamička konkurentnost).

Odrednice konkurentnosti su brojne i kompleksne. Ekonomisti su 44

vekovima pokušavali da utvrde determinante bogatstva naroda. Njihovi pokušaji se mogu rangirati, od merkantilista koji su se fokusirali na tezaurisanje blaga, preko Adama Smita i njegove specijalizacije i podele rada, do neoklasičnih ekonomista koji naglašavaju uticaj investicija u fizički kapital i infrastrukturu i u poslednje vreme, onih ekonomista koji analiziraju ulogu ostalih mehanizama za uvećavanje bogatstva, kao što su: edukacija i trening, tehnološki progres

(bez obzira da li je domaćeg ili uvoznog porekla), 265

makroekonomska stabilnost, upravljanje privredom, vladavina zakona, trensparentnost i funkcionalnost institucija, sofisticiranost kompanija, uslovi formiranja tražnje, veličina tržišta i sl. Svaka od ovih pretpostavki oslanja se na čvrste teorijske osnove. Suština je u tome da navedeni faktori konkurentnosti ne smeju biti međusobno isključivi, odnosno, da se više hipoteza o značajnosti istovremeno može dokazati kao istinito. Brojne ekonometrijske studije pokazale su, kod većine navedenih hipotetičkih pretpostavki, visok nivo simultane prihvatljivosti. Na taj način se delimično može objastniti zašto, uprkos ekonomskoj krizi, GCI 2013-14. nije iskazao dramatične promene u rangiranju zemalja po osnovu konkurentnosti, naročito kada je reč o onim privredama koje su kontinuirano podsticale ključne determinante rasta produktivnosti. 4.2.2.2. Definisanje indeksa globalne konkurentnosti Indeks globalne konkurentnosti pokriva vrlo široko područje indikatora, ukazujući na ponderisane proseke mnoštva različitih komponenti, od kojih svaka odražava jedan aspekt kompleksnog koncepta konkurentnosti. Sve ove komponente grupisane su u dvanaest stubova konkurentnosti.

Prvi stub: Institucije Institucionalno okruženje je determinisano **zakonskim i administrativnim okvirom unutar kojeg pojedinci,** kompanije **i** 44

vlada međusobno sarađuju, u cilju generisanja dohotka i ekonomskog bogatstva. Stabilnost institucionalnog okruženja dobila je na značaju posebno u periodu globalne krize, kada državni organi ostvaruju sve direktniji uticaj na ekonomije mnogih zemalja. Kvalitet institucija je snažno povezan sa konkurentnošću i privrednim rastom. On utiče

na investicione odluke i organizaciju proizvodnje i ima centralnu **ulogu** u određivanju načina **na** 44

koji se unutar društva raspodeljuju korist i troškovi nastali sprovođenjem određenih razvojnih strategija i politika. Tako, primera radi, vlasnici zemljišta, akcija ili intelektualne svojine, nisu voljni da investiraju u poboljšanje i održavanje svoje imovine, sve dok njihova vlasnička prava nisu adekvatno zaštićena. Uloga institucija se prostire i van zakonodavnog okvira. Stav vlade prema tržištu i slobodi poslovanja, kao i efiksnost njenog delovanja su, takođe, veoma bitni.

Izražena birokratija, preterana regulativa, korupcija, nepoštenje pri sklapanju državnih ugovora, a posebno javnih nabavki, nedostatak transparentnosti i poverenja, te dominacija politike nad sudstvom, mogu uzrokovati značajne poslovne troškove i usporiti proces ekonomskog razvoja. Odgovarajući menadžment javnih finansija, takođe, predstavlja bitan faktor poverenja u nacionalno poslovno okruženje. Posebno je važno ostvariti komplementarnost između kvaliteta menadžmenta javnih finansija i mera makroekonomske stabilnosti, o kojima će biti reči u okviru trećeg stuba konkurentnosti. Iako se ekonomska literatura mahom fokusira na javne institucije, privatne institucije, isto tako, predstaljaju važan element procesa kreiranja nacionlanog bogatstva. Aktuelna finansijska kriza je, nakon brojnih poslovnih skandala, rasvetlila značaj i ulogu računovodstvenih i izveštajnih standarda i transparentnosti, kao preventive od prevara i lošeg rukovođenja, jer oni obezbeđuju kvalitet upravljanja i podstiču poverenje kod investitora i potrošača. Poslovanje se razvija na osnovama dobre poslovne prakse, samo ukoliko menadžeri poštuju stroge moralne norme u odnosima s vladom, ostalim kompanijama i javnošću. Transparentnost privatnog sektora je nužna za obavljanje poslovne aktivnosti, a ostvaruje se kroz primenu odgovarajućih standarda, kao i računovodstvenu i revizorsku praksu, koji obezbeđuju blagovremen pristup informacijama. Drugi stub: Infrastruktura Ekstenzivna i efikasna infrastruktura predstavlja jedan od glavnih pokretača konkurentnosti. Infrastruktura je bitna za obezbeđivanje efikasnog funkcionisanja ekonomije i predstavlja važan činilac određivanja lokacije na kojoj će se odvijati privredna aktivnost, kao i vrste aktivnosti ili sektora koje treba razvijati u okviru određene privrede. Razvijena infrastruktura umanjuje negativan uticaj teritorijalne udaljenosti između pojedinih regiona, doprinoseći integraciji nacionalnog tržišta i njegovom povezivanju sa tržištima drugih zemalja ili regiona, uz relativno niske troškove. Kvalitet i obim infrastrukturne mreže značajno utiču na ekonomski rast i na različite načine sprečavaju širenje neravnoteža u raspodeli dohotka i razvoj siromaštva. S

tim u vezi, razvijena transportna i komunikaciona infrastrukturna mreža preduslov za	predstavljaju	44

povezivanje ekonomski zaostalih regiona sa naprednim privrednim aktivnostima i bazičnim uslužnim delatnostima. Efikasan oblik transporta robe, ljudi i usluga – kao što su kvalitetni autoputevi, železnica, luke i vazdušni prevoz – omogućava preduzetnicima da bezbedno i blagovremeno prevezu robu i usluge na tržište, a radnoj snazi da nesmetano flukturira ka onim poslovima gde je najpotrebnija. Privrede zavise i od kontinuiranog i redovnog snabdevanja električnom energijom, što omogućava nesmetano poslovanje kompanija i fabrika. Stabilna i ekstenzivna telekomunikaciona mreža doprinosi obimu i slobodi protoka informacija, što povećava ukupnu ekonomsku efikasnost, jer osigurava komunikaciju između preduzeća i omogućava da se poslovne odluke donose na osnovu relevantnih dostupnih informacija. Ovo je jedna od onih oblasti, kod koje kriza može izazvati pozitivne efekte na dugi rok, jer razvoj infrastrukture predstavlja ključnu stavku većine nacionalnih programa za podsticanje privrednog rasta u uslovima recesije. Treći stub: Makroekonomska stabilnost Stabilno makroekonomsko okruženje je od izuzetne važnosti za odvijanje poslovnih aktivnosti, pa samim tim, i za ukupnu konkurentnost na nacionalnom nivou. Mada makroekonomska stabilnost ne može sama po sebi dovesti do rasta produktivnosti privrede, primećeno je da poremećen makroekonomski sistem u jednoj zemlji izaziva značajnu štetu po njenu ekonomiju. Nijedna vlada ne može efikasno da služi svojoj državi, ukoliko je u obavezi da plaća visoke kamate na zaduženja iz ranijeg perioda. Ograničavanje fiskalnog deficita danas, omogućava svakoj vladi da reaguje na poslovne cikluse u nekom budućem

periodu. Ni kompanije ne mogu efikasno obavljati svoju aktivnost, ako inflacija izađe iz okvira koji omogućava planiranje poslovanja na duži rok. Ukratko, celokupna ekonomija

ne može rasti na održiv način, ukoliko nije obezbeđeno **stabilno makroekonomsko okruženje. Važno je napomenuti, da se ovaj stub** odnosi **samo na makroekonomsku stabilnost, tako da**	44

ne uzima direktno u obzir način na koji vlada upravlja javnim finansijama. Ova kvalitativna dimenzija pokrivena je analizom javnih institucija, kako je napred objašnjeno. Četvrti stub: Zdravstvena zaštita i primarno obrazovanje Zdravstveno stanje ukupne radne snage u jednoj zemlji je od vitalne važnosti za postizanje visokog nivoa konkurentnosti i produktivnosti. Radnici sa zdravstvenim problemima ne mogu u potpunosti iskoristiti svoje potencijale, što se, nesumnjivo, reflektuje na proizvodnost njihovog rada. Siromašan zdravstveni sistem doprinosi povećanju troškova poslovanja, jer je bolestan radnik često odsutan s posla, a i kada je prisutan na radnom mestu, manje efikasno obavlja svoju aktivnost. Stoga, investicije u obezbeđivanje zdravstvenih usluga ostvaruju veoma značajnu ulogu, kako sa čisto ekonomskog, tako i sa etičkog stanovišta. Pored zdravstva, ovaj stub obuhvata i kvantitet i kvalitet osnovnog obrazovanja populacije, koji je sve bitniji za funkcionisanje savremene privrede. Bazično obrazovanje podstiče efikasnost svakog pojedinog radnika. Radnici sa niskim nivoom formalnog obrazovanja obično mogu obavljati samo najjednostavnije manuelne operacije i teško se adaptiraju na uvođenje savremenih proizvodnih procesa i naprednih tehničkih dostignuća. Nedostaci u bazičnom obrazovnom sistemu mogu, prema tome, postati ozbiljna prepreka razvoju poslovne aktivnosti, jer otežavaju specijalizaciju kompanija u proizvodnji složenih proizvoda i proizovda koji generišu visok nivo novododate vrednosti. Na dugi rok i naročito u vreme krize, važno je izbegavati značajnije redukcije pri alokaciji resursa u ove kritične oblasti, uprkos tome što će budžeti mnogih zemalja morati da budu smanjeni, da bi se sprečilo dalje produbljivanje javnog duga izazvano podsticajnim ulaganjima iz prethodnog perioda. Peti stub: Viši nivoi obrazovanja i trening uz posao Kvalitet visokog obrazovanja i kurseva obuke i treninga radnika uz posao, predstavlja bitan faktor uspešnosti funkcionisanja svih onih ekonomija koje žele da napreduju na vrednosnoj lestvici, tako što će napustiti specijalizaciju na nivou jednostavnih proizvodnih procesa i proizvoda. U uslovima današnje globalizovane privrede, od pojedinih ekonomija se zahteva da neguju dobro edukovanu radnu snagu,

koja je u stanju da se brzo adaptira **na promene**	244

u okruženju. U okviru ovog stuba, poseban značaj imaju stopa uključenosti u programe sekundarnog i tercijarnog obrazovanja, kao i njihov kvalitet po oceni poslovnog sveta. Pored redovnog sistema obrazovanja, za konkurentnost jedne zemlje bitni su još i intenzitet i raširenost procesa treninga radnika. Njihov značaj odgleda se u velikom uticaju koji kontinuirana obuka uz posao ima na proces nadgradnje sposobnosti radne snage da se prilagodi promenama izazvanim razvojem privrede, a što je često bilo zanemarivano u prošlosti. Šesti stub: Efikasnost robnog tržišta Zemlje koje imaju efikasno robno tržište bolje su osposobljene su za produkciju odgovarajuće kombinacije proizvoda i usluga pod datim uslovima ponude i tražnje, kao i za efektivniju trgovinu tim proizvodima i uslugama. Postojanje zdrave tržišne konkurencije - domaće i inostrane - predstavlja bitan preduslov za podsticanje efikasnosti funkcionisanja tržišta,

pa samim tim, i za povećanje poslovne produktivnosti, jer obezbeđuje da napreduju ona preduzeća koja proizvode u skladu sa potrebama efikasnog tržišta. Okruženje koje najviše pogoduje robnoj razmeni je ono koje deluje u pravcu ograničavanja direktnog uticaja države na poslovnu aktivnost. Na konkurentnost negativno utiču nepotrebni i visoki porezi, kao i restriktivna i diskriminatorna pravila vezana za priliv stranih direktnih investicija (kada ograničavaju vlasnička prava nerezidenata), ili spoljnu trgovinu. Usporavanje privrednog rasta, praćeno smanjenjem spoljnotrgovinske razmene i rastom nezapolenosti, povećava pritisak na vladu u pravcu uvođenja mera zaštite domaćih kompanija i radnih mesta. Međutim, ograničavanje slobodnog protoka robe, ne samo da utiče na dalje usporavanje ekonomske aktivnosti, već i redukuje privredni rast na dugi rok. Efikasnost delovanja tržišta zavisi i od uslova formiranja tražnje, kao što su orijentacija i sofisticiranost potrošača. Iz kulturoloških razloga, potrošači u

nekim zemljama mogu biti	zahtevniji,	**nego u drugim.**	Ova razlika	**može**		44

uticati na formiranje konkurentskih prednosti, jer podstiče proizvođače da budu inventivniji i više vode računa o potrošačima, što obezbeđuje odgovarajuću disciplinu, koja je neophodna da bi tržište efikasno funkcionisalo. Sedmi stub: Efikasnost tržišta rada Efikasno i fleksibilno tržište rada omogućava radnicima da se zaposle na radna mesta u skladu sa njihovom najefikasnijom iskorišćenošću i podstiče ih da ulože maksimalan trud u cilju obavljanja svoje delatnosti. Tržište rada mora biti dovoljno fleksibilno da omogući ubrzane migracije radne snage iz jednog sektora u drugi, uz minimalne troškove, kao i fluktuaciju zarada bez prevelikog izazivanja socijalnih tenzija. Efikasno funkcionisanje tržišta rada obezbeđuje čist odnos između ulaganja u radnika i njegovog zalaganja na poslu, kao i optimalno korišćenje raspoloživog talenta, uključujući i jednak tretman polova. Osmi stub: Sofisticiranost finansijskog tržišta Aktuelna eknomska kriza pokazala je da čvrst i funkcionalan finansijski sektor ima centralnu ulogu u sprovođenju poslovne aktivnosti u svakoj zemlji. Efikasan finansijski sektor optimizira alokaciju kapitala (domaćeg i inostranog) u pravcu njegove najsvrsishodnije iskorišćenosti. On usmerava resurse ka onim investicionim programima koji obezbeđuju najveće očekivane prihode i u začetku destimuliše svaki pokušaj investiranja u politički orijentisane projekte. Temeljna i valjana procena rizika predstavlja ključni element usmeravanja resursa u pojedine privredne aktivnosti. Imajući u vidu da poslovno investiranje predstavlja osnovni faktor rasta produktivnosti, privreda zahteva dovoljno sofisticirano finansijsko tržište, koje je u stanju da obezbedi kapital za investiranje u privatni sektor, po osnovu bankarskih zajmova, trgovine hartijama od vrednosti, stranih ulaganja i ostalih izvora sredstava. Ovo potvrđuje narušavanje likvidnosti poslovnog i javnog sektora,

kako u razvijenim zemljama, tako i u zemljama u razvoju,	a koje	**predstavlja**				211

posledicu širenja negativnih efekata globalne ekonomske krize.

Da bi ispunio	navedene	**funkcije, bankarski sektor mora**	da posluje transparentno	**i**		44

da uliva poverenje komintentima, dok delovanje finansijskog tržišta – kako se odnedavno pokazalo – mora biti regulisano na način koji bi kontinuirano štitio interese investitora i ostalih relevantnih subjekata privređivanja. Deveti stub: Tehnološka spremnost U okviru devetog stuba konkurentnosti, ispituje se agilnost sa kojom jedna privreda asimilira postojeće napredne tehnologije u cilju podsticanja produktivnosti svake pojedine grane.31 U današnjem globalizovanom svetu, napredne tehnologije postaju sve bitniji faktor konkurentnosti i prosperiteta na 31 Ovde treba razlikovati nivo postojećih tehnologija koje su dostupne kompanijama u određenoj zemlji, od sposobnosti zemlje da inovira i izvozi znanje. Stoga je problematika tehnološke spremnosti zemlje razdvojena od problematike njene inovacione sposobnosti, koja se posebno razmatra u okviru 12. stuba konkurentnosti. 152 nivou preduzeća. U tom pogledu, naročito se ističu informacione i telekomunikacione tehnologije, koje su evoluirale u "tehnologije opšte namene" savremenog doba. Pozitivni efekti ovih tehnologija osećaju se u svim privrednim oblastima i predstavljaju efikasnu infrastruturu za razvoj komercijalnih transakcija. Stoga se sposobnost pristupanja informacionim i telekomunikacionim tehnologijama (uključujući i postojanje afirmativno orijentisanog regulatornog okruženja) i stepen njihove iskorišćenosti, mogu smatrati esencijalnim komponentama tehnološke spremnosti jedne zemlje. U kontekstu podsticanja konkurentnosti, irelevantno je da li su korišćene tehnologije domaćeg ili inostranog porekla. Suština je u tome da kompanije, koje posluju unutar granica jedne zemlje, imaju pristup naprednim proizvodima i savremnim šemama organizacije proizvodnje i poslovanja, kao i mogućnost njihovog nesmetanog korišćenja. Glavni izvor tehnologija iz inostranstva predstavljaju SDI. Zato posebno zabrinjava podatak da iz godine u godinu opadaju tokovi SDI u svetu, naročito kada je reč o njihovom prilivu u zemlje u razvoju. Tako je ukupan nivo SDI u svetu u 2007. godini iznosio rekordnih 1,9 biliona USD, da bi u 2008. opao za oko 15%, uz tendenciju daljeg pada u 2009.32 Ovaj trend predstavlja posledicu nestašice slobodnih finansijskih sredstava i sve opreznijeg pristupa investitora pri suočavanju s poslovnim rizicima. Deseti stub:

Veličina tržišta Veličina tržišta utiče **na** produktivnost zato što **velika tržišta** omogućavaju **preduzećima da** 44

eksploatišu efekte ekonomije obima. Tradicionalno, tržišta dostupna jednom preduzeću omeđena su nacionalnim

granicama. U eri globalizacije, međunarodna tržišta postaju supstitut **za** nacionalna **tržišta,** 44

naročito kada je reč o malim zemljama. Danas postoji široka empirijska potvrda o pozitivnom uticaju slobodne trgovine na privredni rast. Čak i kad izvesna istraživanja dovedu u sumnju ovu tvrdnju, preovlađuje generalni stav da trgovina pozitivno utiče na ekonomski rast, naročito kod onih zemalja koje ne raspolažu dovoljno velikim domaćim tržištem. Stoga se izvoz može tretirati kao supsititut za domaću tražnju, pri određivanju veličine tržišta koje pokriva preduzeće iz bilo koje države. Danas, kada postoji veliki broj nezavisnih zemalja, izlazak iz aktuelne recesije zahteva povećanje međunarodne robne razmene, kao podsticaja rastu tražnje. Stoga, dalje snižavanje trgovinskih prepreka deluje u pravcu povećanja tražnje za robom svakog pojedinog preuzeća i ubrzava proces prevazilaženja krize.33 Jedanaesti stub: Složenost poslovnog sistema Složen sistem poslovanja podstiče efikasnost u proizvodnji robe i usluga. Preko uticaja

na rast produktivnosti, on doprinosi i unapređenju nacionalne konkurentnosti. Sofisticiranost poslovanja podrazumeva kvalitet ukupne poslovne mreže u jednoj zemlji, kao i kvalitet operacija i strategija pojedinih njenih preduzeća. Uticaj poslovnog sistema je naročito bitan za zemlje koje su zakoračile u naprednu fazu privrednog razvoja, kada su bazični izvori rasta produktivnosti u velikoj meri već iscrpljeni. Kvalitet poslovne mreže i pratećih grana, koji se meri uz pomoć indikatora kvantiteta i kvalitata lokalnih dobavljača i obima njihove interakcije,

važan je iz više **razloga: kada su** određene kompanije **i** njihovi **dobavljači iz** različitih **sektora međusobno povezani u** okviru **geografski** 44

bliskih grupa (klastera), povećava se efikasnost poslovanja, pružaju veće šanse za razvoj inovacija i snižavaju prerpeke za ulazak novih preduzeća na tržište. Operacije i strategije koje preduzimaju pojedine kompanije (brendiranje, marketing, učešće u vertikalnom lancu generisanja viška vrednosti i proizvodnja ekskluzivnih i sofisticiranih proizvoda) zajednički doprinose razvoju složenih i savremenih poslovnih procesa. 32

World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009-2010, Geneva, Switzerland, 2009, p. 106

6. 33 Potreba za uključivanjem domaćih i inostranih tržišta u određivanje veličine tržišta, proističe iz činjenice da su izvozno orijentisane zemlje EU formalno samostalne, ali da imaju zajedničko tržište. Dvanaesti stub: Inovacije Poslednji stub konkurentnosti čine inovacije. Iako svaka zemlja značajnu dobit ostvaruje kroz poboljšanje institucija, izgradnju infrastrukture, redukciju makroekonomske nestabilnosti, ili unapređenje ljudskog kapitala, svi ovi faktori deluju prema zakonu opadajućih prinosa. Isto važi i za efikasnost rada finansijskog i robnog tržišta. Na dugi rok, životni standard se može popravljati isključivo uz uvođenje inovacija. Inovacije su naročito značajne za one ekonomije kod kojih mogućnost pristupa granicama znanja i integrisanja i adaptacije egzogenih tehnologija pokazuje tendenciju iščezavanja. Mada manje napredne zemlje, još uvek, mogu da povećaju produktivnost na osnovu adaptiranja postojećih tehnologija i inkrementalnih poboljšanja u ostalim oblastima, za zemlje koje su dosegle najvišu (inovacijama vođenu) fazu razvoja, to više nije dovoljno. Kompanije u ovim zemljama moraju kreirati i razvijati proizvode i procese koji su u stanju da održe konkurentsku oštricu njihove privrede. To zahteva okruženje koje odgovara potrebi razvoja inovativne aktivnosti uz podršku javnog i privatnog sektora. Ovo okruženje podrazumeva: investicije u istraživanje i razvoj (I-R), naročito privatnog sektora; razvoj naučnoistraživačkih institucija visokog kvaliteta; ekstenzivnu saradnju u oblasti

istraživanja između univerziteta i privrede i zaštitu intelektualne svojine. 96

Stoga je od velike važnosti da se za vreme krize ne dozvoli pad ni državnih ni privatnih ulaganja u I-R aktivnosti, pošto će to doprineti bržem oporavku zemlje i njenom privrednom rastu u budućem periodu. 4.2.2.3. Pozicioniranje zemalja

prema indeksu globalne konkurentnosti Uprkos tome što je svih dvanaest stubova konkurentnosti odvojeno objašnjeno, oni ne deluju nezavisno jedan od drugog. Navedeni stubovi konkurentnosti ne samo da utiču jedan na drugi, već imaju i tendenciju međusobnog podsticanja. Primera radi, inovativnu aktivnost (12. stub) nije moguće razviti u odsustvu institiucija (1. stub) koje garantuju vlasništvo nad intelektualnom svojinom, visoko obrazovane i dobro istrenirane radne snage (5. stub), dovoljno efikasnog tržišta (6-8. stub), ili ekstenzivne i delotvorne infrastrukture (2. stub). Mada indeks globalne konkurentnosti predstavlja agregatni pokazatelj uticaja svih dvanaest stubova konkurentnosti, rezultati se prikazuju i odvojeno, jer se na taj način stvara znatno bolji analitički okvir za sagledavanje konkretnih oblasti koje svaka zemlja treba da unapredi, u cilju popravljanja svoje konkurentske pozicije. Svaki stub konkurentnosti različito utiče na pojedine zemlje. Osnovi razlog je u tome što se svaka zemlja nalazi na određenom nivou razvijenosti. Uporedo s napretkom jedne zemlje na njenom razvojnom putu, zarade počinju da iskazuju tendenciju rasta, pa je u cilju održavanja visokog nivoa dohotka neophodno poboljšavati produktivnost. U skladu sa konceptom globalnog indeksa konkurenosti, u prvoj (najnižoj) fazi razvoja nalaze se tzv. faktorski-vođene privrede (factor-driven stage), koje konkurišu na svetskom tržištu na osnovu raspoloživosti faktora proizvodnje – pre svega, nekvalifikovane radne snage i prirodnih resursa. Kompanije iz ovih zemalja konkurišu na osnovu niskih cena i specijalizovne su za prodaju osnovnih proizvoda ili robe. Nezadovoljavajuća produktivnost rada u preduzećima iz nedovoljno razvijenih zemalja, odražava se na nizak nivo zarada zaposlenih. Održavanje konkurentske oštrice na ovom stupnju razvoja, zasniva se na: adekvatnom funkcionisanju javnih i privatnih institucija sistema (1. stub), razvoju infrastrukture (2. stub), stabilnosti makroekonomskog okruženja (3. stub) i zdravoj i pismenoj radnoj snazi (4. stub). Kako zarade počinju da se povećavaju uporedo s rastom privrede, zemlje ulaze u višu razvojnu fazu, u okviru koje se ekonomski rast zasniva na efikasnosti poslovanja (efficiency-driven stage). Da bi zemlja nastavila da se kreće uzlaznom putanjom u ovoj fazi razvoja, neophodno je da se njena preduzeća fokusiraju na rast efikasnosti proizvodnih procesa i poboljšanje kvaliteta proizvoda. U efikasnošću-vođenoj fazi razvoja, konkurentnost privrede

sve više zavisi od: sistema višeg **i** visokog **obrazovanja i** treninga **radne snage**	88

(5. stub), efikasnosti robnog tržišta (6. stub), funkcionalnosti

tržišta rada (7. stub), sofisticiranosti **finansijskog tržišta (8. stub),**	44

veličine domaćeg i/ili inostranog tržišta (10. stub) i sposobnosti maksimiziranja koristi od upotrebe postojeće tehnologije (9. stub). Na kraju svog razvojnog ciklusa, zemlje ulaze u inovacijama-vođenu razvojnu fazu, u okviru koje ispoljavaju spremnost da održe visok nivo zarada i odgovarajući stepen životnog standarda samo ukoliko osposobe svoju privredu da na svetskom tržištu konkuriše sa novim i ekskluzivnim proizvodima. Unutar ove razvojne faze, kompanije konkurišu na osnovu inovacija (12. stub) i produkcije novih i diferenciranih proizvoda, uz korišćenje najkompleksnijih proizvodnih procesa (11. stub). Koncept razvojnih faza integrisan je u indeks globalne konkurentnosti pripisivanjem viših relativnih pondera uz one stubove konkurentnosti koji imaju veći relativni značaj za zemlju u određenoj fazi razvoja. Iako svih dvanaest stubova utiču, do izvesne mere, na konkurentnost svih zemalja, relativni značaj svakog od njih zavisi od razvojnog stadijuma u kojem se zemlja nalazi. Da bi se ukazalo na vezu između

dvanaest stubova konkurentnosti i tri faze privrednog razvoja, formirana su tri sub-indeksa konkurentnosti, od kojih svaki ima naročit značaj za određenu razvojnu fazu. U okviru subindeksa bazičnih zahteva grupisani su oni stubovi konkurentnosti čiji uticaj dominira u najnižem (faktorski-vođenom) razvojnom stadijumu. Subindeks unapređenja efikasnosti uključuje stubove konkurentnosti koji značajno utiču na konkurentsku poziciju zemalja koje se nalaze u srednjoj (efikasnošću-vođenoj) fazi razvoja, dok subindeks inovacionih i sofistikacionih faktora sadrži stubove konkurentnosti koji su kritični za takmičarsku poziciju zemalja koje pripadaju najvišoj (inovacijama-vođenoj) fazi razvoja. Svakom subindeksu se u okviru svake razvojne faze pripisuje specifičan ponder. Da bi se dobio precizan ponder, utvrđena je regresija maksimuma verovatnoće ostvarivanja BDP per capita, u odnosu na svaki subindeks tokom proteklih godina, na osnovu čega su obračunati različiti regresioni koeficijenti za svaku fazu razvoja. Na osnovu ekonometrijskih procena, došlo se do sledećih pondera prikazanih u tabeli IV-1. Tabela IV-1. Ponderi tri osnovna subindeksa u svakoj od razvojnih faza Subindeks Razvojne faze

Faktorski-vođena (%) Efikasnošću-vođena (%) Inovacijama-vođena (%) Bazični zahtevi **60** 111 **40 20** Unapređenje **efikasnosti 35 50 50** Inovacioni i sofistikacioni **faktori**

5 10 30 Izvor:

World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009-2010, Geneva, Switzerland, 2009, p. 106

8. Sve zemlje su grupisane po razvojnim fazama na bazi dva kriterijuma posmatranja. Prvi kriterijum predstavlja nivo BDP per capita po tržištnom deviznom kursu. Ova mera je korišćena da bi se aproksimirale razlike u visini zarada između zemalja, jer nisu raspoloživi direktni međunarodno uporedivi podaci o visini zarada za sve posmatrane zemlje. . Tabela IV-2. Definisanje razvojnih faza prema kriterijumu BDP per capita Faze razvoja BDP per capita (USD) Faza 1: Faktorski-vođene < 2.000 Tranzicija iz faze 1 u fazu 2 2.000-3.000 Faza 2: Efikasnošću-vođene 3.000-9.000 Tranzicija iz faze 2 u fazu 3 9.000-17.000 Faza 3: Inovacijama-vođene > 17.000 Izvor:

World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009-2010, Geneva, Switzerland, 2009, p. 106

11. Drugi kriterijum meri stepen do kojeg se zemlje mogu tretirati kao faktorski-vođene. Aproksimaciju ove mere čini udeo izvoza mineralnih dobara u ukupnom izvozu robe i usluga,

pri čemu se polazi od pretpostavke da se 302

zemlje, u kojima petogodišnji prosek izvoza mineralnih proizvoda učestvuje sa više od 70% u ukupnom izvozu, mogu tretirati kao faktorski-vođene. Ekonomije koje se prema predloženim kriterijumima mogu svrstati u „međuprostor“ između dve razvojne faze, tretiraju se kao „privrede u tranziciji“. Kod takvih zemalja ponderi se menjaju u skladu sa njihovom postepenom tranzicijom iz jedne razvojne faze u drugu. Uvođenjem u model po 155 jedne tranzicione faze, između svake dve razvojne faze – tj. pripisivanjem većih pondera zemljama koje još nisu dostigle fazu razvoja kojoj ti ponderi odgovaraju – indeks „penalizuje“ one privrede koje još nisu spremne za ulazak u sledeću fazu razvoja. 4.3. SRBIJA I KONCEPT GLOBALNE KONKURENTNOSTI 4.3.1. Indeks globalne konkurentnosti za Srbiju 2013-14. 4.3.1.1. Opšte performanse Sa procenjenim BDP per capita u 2011. i 2012. godini od 6.081 i 4.943 USD respektivno, Republika Srbija je svrstana među zemlje koje se nalaze u središnoj fazi razvoja, u kojoj elementi efikasnosti sistema privređivanja najvećim delom utiču na njenu globalnu konkurentsku poziciju. Prema Indeksu globalne konkurentnosti za 2012-2013. godinu, Svetskog ekonomskog foruma,

Srbija je prema pokazateljima iz 2011. godine ostvarila **indeks globalne konkurentnosti** 120 **od 3,9, što je** svrstalo **na 95. poziciju među**

144 posmatrane zemlje sveta. Međutim, u narednom istraživanju Indeksa globalne konkurentnosti za 2013-2014. godinu, a prema ekonomskim pokazateljima za 2012. godinu, njen rejting je opao

na 3,77 indeksnih poena, a njen rang na **101.** poziciju **od 148 posmatranih zemalja** 120

(u poređenju sa 144 zemlje iz istraživanja za 2012-2013. godinu, Srbija zauzima 99. poziciju). U odnosu na prethodne godine, Srbija uglavnom nije napredovala na ovoj listi ni prema rangu ni prema skoru indeksa konkuretnosti, što ukazuje da tranzicone reforme nisu bile dovoljno uspešne po pitanju transformacije privrednog sistema i njegove adekvatne infiltracije u globalne tržišne tokove. Štaviše, prema indeksu konkuretnosti za 2013-2014. godinu, Srbija zauzima najnižu poziciju u poslednjih sedam godina. Tebela IV-3. Republika Srbija: Indeksi globalne konkurentnosti po godinama Indeks globalne konkurentnosti (reperna godina) Indeksi 2007-08 (2006.) 2008-09 (2007.) 2009-10 (2008.) 2010-11 (2009.) 2011-12 (2010.) 2012-13 (2011.) 2013-2014 (2012.)

Rang Skor Rang Skor Rang Skor Rang Skor Rang Skor Rang Skor Rang Skor 111

Indeks globalne konkurentnosti (GCI) Bazični **zahtevi 1.** stub: **Institucije 2.** stub: **Infrastruktura 3.** stub: Makroekonomska stabilnost **4.** stub: Zdravstvo **i** 218

primarno obrazovanje Unapređenje efikasnosti 5. stub: Više i visoko

obrazovanje i trening 6. stub: **Efikasnost** robnog **tržišta 7.** stub: **Efikasnost tržišta rada 8.** stub: **Sofisticiranost finansijskog tržišta 9.** stub: **Tehnološka spremnost 10.** stub: **Veličina tržišta** 96

Inovacije i složenost 11. stub: Složenost poslovnog sistema 12. stub: Inovacije 91 78 99 92 88 31 88 82 114 111 98 57 75 88 95 78 3,8 4,2 3,4 2,7 4,6 6,0 3,6 3,6 3,5 3,9 3,7 3,3 3,2 3,3 3,5 3,1 85 88 108 102 86 46 78 70 115 66 89 61 65 91 100 70 3,9 4,1 3,4 2,7 4,7 5,8 3,8 3,9 3,7 4,4 3,9 3,5 3,6 3,3 3,5 3,1 93 97 110 107 111 46 86 76 112 85 92 78 67 94 102 80 3,8 3,9 3,2 2,8 3,9 5,7 3,8 3,8 3,7 4,2 3,9 3,4 3,7 3,2 3,4 3,0 96 93 120 93 109 50 93 74 125 102 94 80 72 107 125 88 3,8 4,1 3,2 3,4 4,0 6,0 3,7 4,0 3,6 4,1 3,8 3,4 3,6 3,0 3,2 2,9 95 88 121 84 91 52 90 81 132 112 96 71 70 118 130 97 3,9 4,3 3,2 3,7 4,5 5,8 3,7 4,0 3,5 3,9 3,7 3,6 3,6 3,0 3,1 2,9 95 95 130 77 115 66 88 85 136 100 100 58 67 124 132 111 3,9 4,1 3,2 3,8 3,9 5,7 3,8 4,0 3,6 4,0 3,7 4,1 3,6 3,0 3,1 2,8 101 106 126 90 136 69 92 83 132 119 115 60 69 125 137 112 3,8 4,0 3,2 3,5 3,4 5,7 3,8 4,0 3,6 3,9 3,5 3,9 3,7 3,0 3,2 2,9 Izvor: WEF, Global Competitivenes Report, odgovarajuća izdanja. U poređenju sa prosekom grupe zemalja koje se nalaze u istoj razvojnoj fazi, Srbija iskazuje lošije performanse po osnovu svih pojedinih stubova konkurentnosti, osim sistema zdravstvene zaštite i primarnog obrazovanja, tehnoške spremnosti i veličine tržišta. S druge strane, najveći zaostatak za ovom referentnom grupom zemalja, Srbija ima po pitanju makroekonomske stabilnosti, složenosti poslovnog sistema i kvaliteta institucija sistema, tako da u ovim segmentima treba tražiti skrivene potencijale za podsticanje konkurentnosti i ubrzavanje rasta domaće privrede. Institucije 7 Inovacije 6 Infrastruktura 5 Složenost poslovnog sistema 4 Makroekonomska stabilnost 3 2 Veličina tržišta 1 Zdravstvo i primarno obrazovanje Tehnološka spremnost Više i

visoko obrazovanje i trening Razvijenost finansijskog **tržišta Efikasnost tržišta rada** Efikasnost robnog **tržišta** 170

Srbija Efikasnošću-vođene ekonomije Grafikon IV-8. Komparacija indeksa konkurentnosti Srbije i klastera efikasnošću-vođenih ekonomija Izvor: WEF, The Global Competitiveness Report 2013-2014 Prema odgovorima anketiranih preduzetnika, kao najproblematičniji faktori za obavljanje poslovne aktivnosti u Srbiji u 2012. godini, ističu se: korupcija, neefikasan birokratski aparat, otežan pristup finansijskim sredstvima i nestabilnost vlade. Posebno zabrinjava činjenica da se, iz godine u godinu, veliki broj poslovnih ljudi poziva na korupciju, kao jedan od glavnih ograničavajućih faktora širenja poslovne aktivnosti u Srbiji. Na visok nivo korupcije značajno utiče i visoko učešće "sive ekonomije" u strukturi domaće proizvodnje, koje se već godinama procenjuje na 30-40% vrednosti BDP. 0 2 4 6 Procenti 8 10 12 14 16 Korupcija Neefikasna birokratija Pristup finansijskim sredstvima Nestabilna vlast Neodgovarajuća infrastruktura Devizna regulativa Kriminal i krađa Inflacija Poreske stope Politička nestabilnost Poreska regulativa Niska radna etika raden snage Nedovoljno obrazovana radna snaga Nedovoljni inovativni kapaciteti Restriktivna radna regulativa Siromašan sistem javnog zdravstva 1.7 1.4 3.3 3.1 2.6 5.9 5.6 5.6 5.5 4.7 4.2 7.3 11.1 10.9 13.8 13.1 Grafikon IV-9. Najproblematičniji faktori za obavljanje poslovne aktivnosti u Republici Srbiji u 2012. godini (ponderisani procenti odgovora anketiranih preduzetnika)

Izvor: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2013-2014, Geneva, Switzerland, 2013. Posmatrano 210

prema ukupnom broju identifikovanih faktora konkurentnosti u okviru svih dvanaest stubova konkurentnosti, Srbija je u periodu krize zabeležila pad broja faktora po osnovu kojih ostvaruje komparativne prednosti i rast broja faktora koji predstavljaju komparatiavne nedostatke njene privrede. Od ukupno 105 posmatranih faktora konkurentnosti u 2006. godini (prema istraživanju GCI 2007-2008.), privreda Srbije je ispoljavala komparativne prednosti kod 23 (21,9%) pojedinačna faktora i komparativne nedostatke kod 82 (78,1%) faktora, da bi u 2012. godini (GCI 2013-2014.) od 119 identifikovanih faktora ostvarila prednosti kod 15 (10,9%), a nedostatke kod 104 (89,1%) pojedinačna faktora.34 Očigledno je da ni administracija ni privreda Srbije nisu spremno odreagovali na pojavu i širenje negativnih efekata svetske krize, poput nekih drugih zemalja. Iako su prvi značajniji efekti krize na domaću privredu primećeni u drugoj polovini 2008. godine, sa godinu dana zakašnjenja u odnosu na njenu pojavu u SAD, Srbija nije adekvatno regovala. To je posledica pogrešnog pristupa kreatora ekonomske politike u zemlji, koji su na krizu gledali kao na razvojnu šansu. Stoga je i broj podsticajnih faktora konkurentnosti u toj godini bio

više nego prepolovljen u odnosu na prethodnu godinu 288

(pad sa 21,8% na 10,0%), što je uticalo da rejting Srbije opadne za 8 pozicija (sa 85. na 93. mesto). 34 Zemlja ispoljava konkurentske prednosti u oblasima prema kojima je rangirana među 50 najuspešnijih . Prednosti Nedostaci 100 90 80 70 Procenti 60 50 78.1% 78.2% 90.0% 40 87.4% 87.4%86.5% 87.4% 30 20 10 0 20071-.9%20081-.8%201009.-0%21021.06-%201121.6-%20123-.5%21021.36-% 2 2 1 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 Grafikon IV-10. Procentualno učešće faktora koji predstavljaju konkurentske prednosti i konkurentske nedostatke privrede Srbije po godinama Napomena: Zemlja ima konkurentske prednosti u oblastima u kojima joj je rejting niži od 50. mesta. Izvor: WEF, Global Competitivenes Report, odgovarajuća izdanja. Pad konkurentnosti srpske privrede u periodu globalne krize, prevashodno je posledica subjektivnih propusta, a pre svega zastoja u sprovođenju tranzicionih reformskih zahvata. U ovom razdoblju, koje su obeležili pad domaće i inostrane tražnje, kriza budžeta, otežan pristup finansiranju privrede, rastuća nezaposlenost, visok javni i spoljni dug, nelikvidnost privrede itd., do izražaja su došli svi propusti u sprovođenju tranzicionih reformi iz prethodnog perioda. Ovde se, pre svega, misli na loše sprovedene procese privatizacije i reforme pravosuđa; zastoj u razvoju infrastrukture, kako fizičke tako i institucionalne; pad kvaliteta obrazovanja i odliv visokostručne radne snage; otuđenost bankarskog sektora; makroekonomsku i političku nestabilnost; nedostatak jasne razvojne strategije i sl. Nasuprot Srbiji, ostale zemlje potencijalni kandiati za prijem u članstvo u EU, ozbiljnije su pristupile pripremama za evropske integracije i u mnogo čemu je pretekle, kada je reč o ekonomskim performansama. Prema Indeksu globalne konkuretnosti za 2013-2014. godinu, najpovoljniju poziciju od zemalja CEFTA regiona, ostvarila je Crna Gora na 67. mestu, sa indeksom 4,20, a slede je Makedonija (73., 4,14), Hrvatska (75., 4,13), Bosna i Hercegovina (87., 4,02), Moldavija (89., 3,94), i Albanija (95., 3,85). Sve ove zemlje danas su konkurentije od Srbije, mada nekoliko godina ranije nije bio takav slučaj. Primera radi, u prvim godinama funkcionisanja multilateralnog CEFTA sporazuma, Srbija je prema Indeksu konkurentnosti za 2007-2008. bila rangirana

jedino iza Hrvatske (koja je u međuvremenu ušla kao 28. zemlja u EU) i Crne Gore. Globalna finansijska, a zatim i sveukupna ekonomska kriza, negativno je delovala na konkurentnost svetske privrede. Međutim, prema rezultatima

izveštaja Svetskog ekonomskog foruma o globalnoj konkurentnosti **za 2013-2014. godinu,** 101

stiče se utisak da je značajan broj zemalja uspeo da pronađe odgovarajuću kombinaciju mera ekonomske politike pomoću kojih je relativizovan negativan uticaj svetske krize na konkurentnost njihovih ekonomija.35 Za razliku od ovih zemalja, konkurentnost privrede Srbije je u velikom padu, što ukazuje da se kasni u rešavanju brojnih kompleksnih problema koji opterećuju poslovnu aktivnost u zemlji i destimulišu priliv stranih investicija, kao supstituta za nisku akumulativnost domaće privrede. Srpske vlasti moraju naći načina da se ozbiljno i u kontinuitetu uhvate u koštac bar sa onim problemima koji se mogu rešavati unutar zemlje i bez velikih ulaganja deficitarnog kapitala poput: sive ekonomije i korupcije; organizacije poslova obuke, treninga i prekvalifikacije radnika; kontrole monopola; efikasnosti investicionih ulaganja; kvaliteta korporativnog upravljanja; monitoringa javnih nabavki; političke stabilnosti; efikasnosti rešavanja sudskih sporova itd. 35 U poređenju sa prethodnim izveštajem, svoj položaj su popravile

Crna Gora, Makedonija, **Hrvatska** i **Bosna i Hercegovina,** a pokvarile **Srbija,** Moldavija **i** 177

Albanija. 159 Eliminacijom, ili bar ublažavanjem navedenih problema, otvoriće se perspektiva većeg priliva kapitala iz inostranstva, što bi omogućilo rešavanje i mnogo kompleksnijih problema, koji iziskuju značajna materijalna sredstva, kao što su: infrastruktura, tehnologija, uslovi finansiranja poslovne aktivnosti i sl. Srbija Hrvatska Crna Gora Albanija BIH Moldavija Makedonija 120 110 100 90 Rang 80 70 60 50 40 2007-2008 2008-2009 2009-2010 2010-2011 2011-2012 2012-2013 2013-2014 Grafikon IV-11. Rang indeksa GCI za zemlje CEFTA, istorijski podaci Izvor: WEF, Global Competitivenes Report, razna izdanja. 4.3.1.2. Bazični zahtevi Po pitanju bazičnih zahteva konkurentnosti,

Srbija je značajno **pogoršala svoju poziciju u odnosu na** 318

rezultate izveštaja za 2007-2008. Istina, skor je u ovom periodu samo neznatno smanjen, sa 4,2 na 4,0, ali je zbog činjenice da su ostali napredovali, rang Srbije opao sa 78. na 106. mesto u svetu. Od četiri bazična stuba konkurentnosti, najslabije rezultate u 2012. godini Srbija je zabeležila po osnovu makroekonomske stabilnosi (136.) i institucija sistema (126. pozicija). a. Institucije Prema indeksu konkurentnosti, najveći nedostaci u funkcionisanju sistema institucija u Srbiji, tiču se: neefikasnog koroprativnog upravljanja (rang 138.), neadekvatne zaštite interesa malih akcionara (144.), neefikasnosti u rešavanju poslovnih sporova (137.), opterećujućeg delovanja vladine regulative (142.), nedostatka poslovne etike u okviru funkcionisanja korporativnog sistema (127.), diskriminatornih odluka državnih službenika (127.), prekomerne javne potršnje (130.), nedovoljne zaštite vlasiničkih prava (130.), zavisnog sudstva (124.) itd. Najbolje performanse u okviru institucijalnog sistema, Srbija je ostvarila po pitanju: zaštite

investitora (69.), uticaja terorizma na poslovanje (66.), regularnosti plaćanja i mita (78.) i usluga policijske službe (81.). Međutim, ni ovi faktori se ne mogu smatrati komparatvinim prednostima Srbije, već se tu ispoljavaju najmanji nedostaci u odnosu na razvijeni svet. b. Infrastruktura U oblasti infrastrukture, Srbija je iskazala konkurentsku prednost jedino po pitanju broja fiksnih telefonskih linija na 100 stanovnika (rang 37.), dok u svim ostalim segmentima razvoja infrastrukture, Srbija značajno zaostaje za razvijenim zemljama. Najveći zaostatak se javlja po pitanju kvaliteta lučke i aviosaobraćajne infrastrukture, prema kojma Srbija zauzima 139. i 121. poziciju u svetu. Slede, kvaltet putne mreže, kvalitet ukupne infrestrukture, broj pretplatnika mobilne telefonija na 100 stanovnika i kvalitet železničke infrastrukture, gde je Srbija rangirana na 119., 115., 103. i 95. mesto među posmatranim zemljama sveta. c. Makroekonomska stabilnost Makroekonomska stabilnost u Srbiji ocenjena je kao nezadovoljavajuća (136. pozicija u svetu), a kao najveći problemi apostrofirani su nizak udeo bruto domaće štednje u BDP, visoko učešće budžetskog deficita u BDP, inflacija koja je u toku nekoliko godina bila među najvišim u Evropi i značajno učešće javnog duga u BDP. Međutim, ni po ostalim kriterijumima makroekonomske stabilnosti njena pozicija nije mnogo bolja. Prema kriterijumu učešća bruto nacionlane štednje u BDP, Srbija je rangirana kao 93. zemlja u svetu, prema kriterijumu ukupnog javnog duga u BDP kao 92. i prema udelu budžetskog deficita u BDP kao 90. Srbija je najbolje rangirana po pitanju kreditnog rejtinga zemlje, gde zauzima 80. poziciju u svetu. d. Zdravstvena zaštita i primarno obrazovanje Prema situaciji koja vlada u njenom zdravstvenom sistemu, Srbija je rangirana na 69. poziciju, pre svega zbog visokog rejtinga po pitanju prevencije od malarije, tubekuloze i HIV-a, kao i njihovog uticaja na poslovne rezultate domaćih kompanija. Nešto slabiji rezultat evidentiran je kod očekivanog životnog veka stanvoništva, gde sa prosečnih 74,6 godina, zauzima 59. poziciju među posmatranim zemljama. Prema sistemu osnovnog obrazovanja, Srbija iskazuje znatno skromnije rezultate u poređenju sa sistemom zdravstva. Prema kvalitetu osnovnog obrazovanja, sa skorom 3,7, ona je 81., dok prema obuhvatu stanovništva sistemom osnovnog obrazovanja, od 93,2%, zauzima 82. mesto u svetu. Uprkos tome što Srbija kao glavnu komparativnu prednost ističe mladu i edukovanu radnu snagu, činjenice to demantuju. Kvalitet sistema elementarnog obrazovanja u Srbiji značajno zaostaje u poređenju sa ostalim zemljama CEFTA regiona. Primera radi, sa skorom 5,4, najbolje rangirana je BIH na 16. mestu, a slede Crna Gora (5,0) na 27., Hrvatska (4,7) na 38., Albanija (4,3) na 53., Makedonija (3,9) na 70. i Moldavija (3,7) na 80. mestu. Međutim, prema kriterijumu uključenosti dece u sistem osnovnog obrazovanja, situacija

je znatno	povoljnija	**u odnosu na ostale zemlje**	CEFTA	**regiona.**		315

Veći procenat dece školskog uzrasta, uključenih u sistem osnovnog obrazovanja, od Srbije ima samo Crna Gora (93,7%), koja se prema ovom kriterijumu nalazi na 77. mestu u svetu, dok ostale zemlje značajno zaostaju – Albanija sa 83% se nalazi odmah iza Srbije na 83. poziciji, a slede Bosna i Hercegovina sa 88,4% na 107., Makedonija sa 88,0% na 109., Moldavija sa 87,8% na 111. i Hrvatska sa 86,8% na 116. poziciji. 4.3.1.3. Unapređenje efikasnosti a. Viši nivoi obrazovanja i trening uz posao U okviru ovog stuba, poseban značaj imaju stopa uključenosti u programe sekundarnog i tercijarnog obrazovanja, kao i njihov kvalitet po oceni poslovnog sveta. Sa bruto stopom uključenosti odgovarajuće starosne populacije u sistem srednjeg i visokog obrazovanja od 91,5% i 50,4% respektivno, Srbija je svrstana na 62. i 50. poziciju u svetu. Prema prvom kriterijumu (uključenost u sistem srednjeg obrazovanja), konkurentniju poziciju od Srbije zauzimaju Crna Gora i Hrvatska, dok ostale zemlje CEFTA zaostaju za njom. Prema kriterujumu uključenosti u sistem visokog obrazovanja, Srbija, posle Hrvatske, iskazuje najbolje performanse u

Regionu. Međutim, kada je o kvalitetu edukativnog sistema reč, Srbija tu značajno zaostaje za konkurencijom. Sa skorom 3,1, Srbija je ostvarila 111. poziciju po rangu, čemu je više doprineo nezadovoljavajući kvalitet menadžment studija (114. pozicija), nego studija matematike i prirodnih nauka (55.). Prema oba ova kriterijuma, kvaltetu studija menadžmenta i kvalitetu studija matematike i prirodnih nauka, Srbija je od svih CEFTA članica konkurentnija jedino od Moldavije. Uz nizak kvalitet studija, izvestan problem predstavlja i nedovoljno korišćenje Interneta u visokoškolskim ustanovama. Sa skorom od 3,9, Srbija po ovom kriterijumu zauzima tek 84. mesto u svetu, što je znatno slabije od plasmana ostalih CEFTA članica. Pored redovnog sistema obrazovanja, za konkurentnost jedne zemlje bitni su još i intenzitet i raširenost procesa treninga radnika. Njihov značaj odgleda se u velikom uticaju koji kontinuirana obuka uz posao ima na proces nadgradnje sposobnosti radne snage da se prilagodi promenama izazvanim razvojem privrede, a što je često bilo zanemarivano u prošlosti.Kao posledica nedovoljne pažnje koja se posvećuje permanentnom edukovanju radne snage, Srbija je po kriterijumu ulaganja kompanija u trening radnika na 140. mestu sa skorom 3,0, a po kriterijumu raspoloživosti istraživačkih i trenažnih usluga na 121. mestu sa skorom 3,4. Imajući u vidu globalnu konkurentsku poziciju Srbije po oba kriterijuma, ne treba ni pominjati da su sve zemlje Regiona (izuzimajući Moldaviju po pitanju raspoloživosti istraživačkih i trenažnih usluga) ostvarile značajnija dostignuća po ovom pitanju u odnosu na nju. b. Efikasnost robnog tržišta Prema indeksu globalne konkurentnosti za 2013-2014. godinu, Srbija u ovom segmentu ostvaruje izvesne komparativne prednosti po osnovu broja procedura koje treba ispoštovati da bi se započeo biznis (6 procedura, rang 47.) i procentualnog učešća uvoza u BDP (60,7%, rang 42.). Među prvih sto zemlja, Srbija je svrstana još prema učešću poreza u profitu, broju dana neophodnih za otpočinjenje biznisa (12 dana, rang 57.) i visini carinske stope (5,2%, rang 70.). Imajući u vidu da ukupan udeo poreza u profitu u Srbiji iznosi 34%, ona je prema ovom kriterjumu rangirana na 53. mesto po konkurentnosti. Uprkos tome, Srbija po pitanju ukupne poreske stope nije lider u Regionu, štaviše, veću stopu od nje ima samo Albanija (38,7%). Najnižu stopu ukupnog poreskog opterećenja u CEFTA regionu ima Makednonija (9,4%), a slede je Crna Gora (22,3%), BIH (24,1%), Moldavija (31,2%) i Hrvatska (32,8%). S druge strane, kao najproblematičniji faktori efikasnosti robnog tržišta evidentirani su: nizak intenzitet konkurentnosti na lokalnom tržištu, monopolski uticaj i neefikasna antimonopolska politika, neopredeljenost potrošača, nedovoljno sofisticirani zahtevi kupaca, dominacija stranog vlasništva, negativan uticaj pravila poslovanja na priliv SDI, obuhvat i efekti oporezivanja, visoka cena sprovođenja agrarne politike, negativan uticaj necarinskih barijera na konkuretnost uvoza i složen postupak carinjenja uvozne robe. c. Efikasnost tržišta rada Sa aspekta funkcionisanja tržišta rada, Srbija ostvaruje komparativne prednosti po pitanju troškova otpremnina i fleksibilnosti politike određivanja zarada. Po ova dva kriterijuma, Srbija ostvaruje 23. i 35. poziciju među posmatranim zemljama. Troškovi otpuštanja radnika u Srbiji niži su nego u ostalim zemljama CEFTA. Otpremnine za otpuštene radnike u Srbiji u proseku iznose 7,7 nedeljnih zarada, u BIH 9,2, u Crnoj Gori 11,2, u Makednoniji 13, u Hrvatskoj 15,1, u Albaniji 20,8 i u Moldaviji 22,6. Sa skorom 5,4, Srbija spada u red onih zemalja u kojima visina zarada većim delom zavisi od sporazuma na nivou preduzeća, dok je uloga države uglavnom svedena na nivo monitoringa i administriranja u javnom sektoru. Nešto manje uplitanje centralnog autoriteta u politiku zarada zabeleženo je u Makedoniji (skor 5,5), dok sve ostale zemlje CEFTA po ovom kriterijumu konkurentnosti zaostaju za Srbijom, izuzev Moldavije čiji je skor, takođe, 5,4. Najveći nedostaci tržišta rada u Srbiji odnose se na odliv mlade stručne radne snage, nizak nivo saradnje između poslodavaca i radnika, minimalnu ulogu profesionalnog menadžmenta i nedovoljnu vezanost promena visine zarada za dinamiku produktivnosti. Prema rezultatima ankete sprovedene u okviru istraživanja globalne konkuretnosti za 2013-2014. godinu, odnos između poslodavaca i radnika se pre može opisati kao konfrontirajući, nego kao kooperativan. U rasponu ocena od 1(konfrontirajući odnos) do 7 (kooperativan odnos), Srbija je ostvarila skor 3,2, što je svrstava na

poražavajuće 144. mesto među 148 posmatranih zemalja. Sličnu poziciju Srbija je ostvarila i po pitanju oslanjanja na profesionalni menadžment (skor 3,1, rang 135.), pre svega kao posledicu mišljenja anketiranih da su na rukovodeća mesta najčešće postavljani ljudi po rođačkim i prijateljskim vezama, dok su meritorni i kvalifikovani stručni kadrovi nedovoljno zastupljeni. "Odliv mozgova" predstavlja najveći problem radne snage u Srbiji. Prema kapacitetu da sačuva talente da ne odu u inostranstvo, Srbija je ostvarila skor 1,8, što je svrstava na samo dno liste posmatranih zemalja (146. mesto ispred Mijanmara i Venecuele), a prema kapacitetu da privuče talente iz drugih zemalja ostvarila je skor od 1,6 i nalazi se na pretposlednjem, 147. mestu, ispred Venecuele. Visoki porezi na rad predstavljaju još jedan od faktora sa negativnim dejstvom na konkurentnost privrede. Prema ovom kriterijumu, Srbija je 130. u svetu, ali treba napomenuti da i mnoge razvijenije zemlje od Srbije imaju poreski sistem koji više opterećuje rad nego imovinu. Primera radi, neke od slabije plasiranih zemalja po ovom kriterijumu su: Italija, Rumunija, Belgija, Grčka, Portugal, Slovačka, Slovenija, Hrvatska, Češka, Mađarska itd. Interesantno je da i pored odlaska mladih ljudi nezadovoljnih životnim standardom, dugoročno posmatrano, zarade u Srbiji su rasle brže od produktivnosti rada. Prema ovom kriterijumu Srbija zauzima 118. poziciju sa skorom 3,4, što ukazuje na relativno nisku koreliranost između kretanja zarada i dinamike produktivnosti, koja se, preko rasta jediničnih troškova rada, negativno odražava na konkuretnost izvoza. Jedinični troškovi rada su rasli u periodu 2000-2012. godine, gotovo svake godine (indeks iznad 100), izuzev 2004., 2008., 2010. i 2011. Indeksi jediničnih troškova rada najviši su bili početkom tranzicionog perioda, a do izraženijeg rasta jediničnih troškova došlo je i u 2012. godini, što je posebno uticalo na pad rejtinga Srbije u ovom izveštaju o konkuretnosti. Sve ostale zemlje CEFTA mnogo više vode računa da ne dozvole da rast zarada nadmaši rast produktivnosti, pa su prema ovom kriterijumu svrstane daleko ispred Srbije. Najbolji rejting ima Albanija na 24. mestu, a najslabiji Hrvatska na 82. d. Razvijenost finansijskog tržišta Najbolje ocenjeni segment finansijskog tržišta u Srbiji je zaštita prava poverioca i dužnika. Prema indeksu zaštite prava učesnika na finansijskom tržištu,

koji se kreće u rasponu od 1	(prava nisu zaštićena)	do	134

10 (u potpunosti zaštićena prava), Srbija je ostvarila indeks 7, koji je doprineo njenom relativno visokom rangu na 42. mestu u svetu. Ipak, u poređenju sa prethodnom godinom, kada je ostvarila indeks 8 i bila na 24. poziciji, ovo predstavlja značajno pogoršanje. Srbija svoju poziciju deli sa još 22 zemlje sa istim indeksom, među kojima su i Hrvatska i Makedonija. Od zemalja CEFTA regiona, maksimalan nivo zaštite prava učestnika na finansijskom tržištu ima Crna Gora, dok je indeks Albanije nešto manji i iznosi 9, Moldavije 8, a jedina manje konkurentna zemlja od Srbije je Bosna i Hercegovina sa indeksom 5. Prema pokazatelju raspoloživosti finansijskih usluga, Srbija je ostvarila skor 3,9 i nalazi se na 99. mestu u globalnim razmerama, dok je prema ostalim kriterijumima njena pozicija još lošija. Najmanje razvijen segment finansijskog tržišta u Srbiji je tržište akcija. Prema uslovima finansiranja akcijskim kapitalom, Srbija je zauzela tek 136. poziciju na listi, što je uz Albaniju čini najmanje konkurentnom među zemljama CEFTA regiona. Prema kriterijumu raspoloživosti poslovnog (rizičnog) kapitala, Srbija je rangirana na 129. mesto, prema kriterijumu regulisanosti berze hartija od vrednosti na 121. mesto, a prema kriterijumu lakoće pristupa zajmovima na 120. mesto. Preduzetnici koji imaju inovativne, ali rizične projekte, u Srbiji teško mogu doći do kapitala za njihovo finansiranje. Međutim, situacija je još problematičnija u Bosni i Hercegovini i Albaniji, koje su po ovom kriterijumu proglašene nekonkurentnijim od Srbije. Srpsko tržište hartija od vrednosti je ocenjeno kao slabo regulisano i kontrolisano, pa je po tom kriterijumu ono manje konkuretno u odnosu na većinu zemalja Regiona. Prema oceni

ispitanika, niži nivo regulisanosti i kontrole ovog tržišta imaju samo Moldavija i Albanija. Do bankarskog zajma kompanije u Srbiji ne mogu doći samo na osnovu kvalitetno urađenog biznis plana, već je za to neophodno ponuditi i garancije u vidu zaloga. Prema mišljenju anketiranih biznismena, još teže se do bankarskog kapitala dolazi u Bosni i Hercegovini i Albaniji, dok su ostale zemlje CEFTA ocenjene kao nešto liberalnije po tom pitanju od Srbije. e. Tehnološka spremnost U okviru ovog stuba konkurentnosti, Srbija je iskazala konkurentnost po pitanju korišćenja Interneta (mereno međunarodnim Internet propusnim opsegom u kb/s po korisniku) i mobilnih komunikacija (broj korisnika širokopojasnih mobilnih komunikacija na 100 stanovnika). Prema prvom kriterijumu Srbija je 29., a prema drugom 41. najkonkurentnija zemlja od 148 posmatranih. Sa 70,5 kb/s međunarodnog Internet propusnog opsega po korisniku, Srbija je konkurentnija od svih CEFTA članica, osim Moldavije, koja se nalazi na 23. mestu sa propusnim opsegom od 94 kb/s po korisniku. Istovremeno, u Srbiji ima 40,2 pretplate za korišćenje širokopojasnih mobilnih komunikacija na 100 stanovnika i po tom kriterijumu, od CEFTA zemalja, uspešnija je samo Hrvatska sa 52,3 pretplate. Relativno zadovoljavajuće rezultate Srbija je ostvarila još i po pitanju broja pretplata fiksne Internet mreže na 100 stanovnika i procenta individualnih korisnika Ineternet mreže. Prema prvom kriterijumu Srbija je sa 10,2 pretplate na fiksnu Internet mrežu na 100 stanovnika plasirana na 61. mesto ispred Crne Gore i Albanije, dok je prema drugom kriterijumu, sa 48,1% pojedinačnih Internet korisnika, na 67. mestu, od kojeg je samo Moldavija slabije plasirana. Nažalost, prema nekim mnogo važnijim kriterijumima, kao što su korišćenje tehnologija od strane kompanija (136. mesto), raspoloživost najnovijih tehnologija (118. mesto) i tehnološki transfer po osnovu priliva SDI (115. mesto), Srbija iskazuje najmanju konkuretnost u okviru CEFTA regiona. To je posledica činjenice da stanovništvo Srbije ispoljava znatno više spremnosti za korišćenje naprednih tehnologija od privrede. Ovaj odnos se mora hitno menjati u cilju podsticanja privrede da investira u tehnološki progres i podiže nivo ukupne faktorske produktivnosti, kao jednog od najvažnijih pokretača ekonomskog rasta i razvoja. f. Veličina tržišta Prema indeksu veličine domaćeg tržišta od 3,5, Srbija je rangirana na 68. mesto, ispred svih ostalih zemalja CEFTA, što je, uglavnom, u skladu sa geografskim i demografskim realacijama u Regionu. Uz procenjeno učešće izvoza u BDP od 41% u 2012. godini, Srbija je po kriterijumu izvozne orijentacije plasirana na 71. poziciju od 148 posmatranih zemalja. Viši nivo izvozne orijentacije od Srbije imaju Makedonija, Hrvatska i Moldavija, dok se ostale zemlje CEFTA znatno više oslanjaju na sopstveno tržište. Prema nivou bruto domaćeg proizvoda izraženom po standardu pariteta kupovne moći od 78,7 milijardi internacionalnih dolara, Srbija je plasirana na 73. poziciju liste posmatranih zemalja. Kao i u slučaju veličine domaćeg tržišta, Srbija kao najveća zemlja u Regionu, je lider po ovom kriterijumu među zemljama CEFTA. Prema indeksu veličine izvoznog tržišta od 4,3, Srbija se nalazi na 76. mestu, odmah iza Hrvatske koja ima identičan indeks. Ove dve zemlje imaju ubedljivo najrasprostranjenije izvozno tržište od svih regionalnih konkurenata.

Na osnovu	iznetih	**pokazatelja, može se zaključiti da**	veličina tržišta ni	**u**	145

kom slučaju ne predstavlja izrazitu komparativnu prednost srpske privrede. Međutim, ne može se ni tvrditi da veličina tržišta predstavlja neprelaznu prepreku za postizanje održivog rasta po stopi koja bi unapredila ekonomske performanse zemlje u skladu sa potrebama vezanim za pristupanje EU. 4.3.1.4. Inovacije i složenost poslovnog sistema a. Složenost poslovnog sistema Ovo je segment konkurentosti u okviru kojeg Srbija beleži najlošije rezultate. Ni u jednom od 9 kriterijuma sadržanih u okviru ovog stuba konkuretnosti Srbija nije plasirana bolje od 116. mesta. Najslabiji rejting (145. pozcija) ima po pitanju prirode komparativnih prednosti, koje se, prema rezultatima ankete,

gotovo u potpunosti zasnivaju na jeftinom radu. Prema ovom kriterijumu,

Srbija je bolje plasirana **jedino od Bosne i Hercegovine.**	314

Poražavajuća činjenica za ceo region CEFTA je da ni većina drugih zemalja nije monogo odmakla po pitanju izvora komparativnih prednosti u odnosu na Srbiju. Najmanji uticaj niskih zarada na kokurentost beleže Hrvatska i Crna Gora, čije privrede se velikim delom oslanjaju na razvoj uslužnog sektora (turizam). Po osnovu spremnosti preduzetnika da prenose deo svojih ovlašćenja na podređene, Srbija je plasirana na 141. mesto, što ukazuje na visok nivo koncentracije moći i odlučivanja u sistemu upravljanja privrednim društvima. Prema tom kriterijumu, Srbija je ubedljivo najlošije rangirana među zemljama CEFTA regiona. Veoma nizak rejting Srbija ima i po pitanju spremnosti kompanija da primene savremene instrumente marketinga (135.) i sofisticirane proizvodne procese (130.). Po oba kriterijuma Srbija je ubedljivo najmanje konkurentna zemlja u Regionu. Prema kriterijumu razvijenosti klastera Srbija je plasirana na 129. poziciju, sa nešto boljim skorom od Moldavije, Bosne i Hercegovine i Albanije i znatno lošijim od ostalih zemalja Regiona. Uloga domaćih kompanija u vertikalnom lancu stvaranja vrednosti okarakterisana je od strane anketiranih privrednika kao sporedna (122. pozicija), jer su one uglavnom angažovane kao proizvođači sirovina i poluproizvoda, odnosno finalnih proizvoda nižeg nivoa složenosti. Drugim rečima, srpske kompanije ne učestvu u svim nivoima lanca generisanja novostvorene vrednosti, već samo u onim manje profitabilnim, što je osnovni uzrok niskog nivoa akumulativne sposobnosti domaće privrede. Još slabiji rejtin od Srbije imaju Bosna i Hercegovina i Albanija, dok su preduzeća iz ostalih CEFTA zemalja specijalizovana za učešće u višim segmenima vertikalne proizvodne povezanosti od srpskih kompanija. Najbolji plasman Srbija ima po kriterijumima brojnosti i kvaliteta lokalnih dobavljača (po oba kriterijuma je plasirana na 117. mesto) i kontrole međunarodne distribucije (116.). Prema kvantntitetu lokalnih dobavljača Srbija je bolje plasirana od Moldavije, Albanije i Crne Gore, što je uglavnom posledica razlike u veličini zemalja i brojnosti populacije. Međutim, porazna je činjenica da je po osnovu kvaliteta mreže lokalnih dobavljača, niži nivo konkurentosti od Srbije iskazala samo Albanija. Mada je najbolje plasirana po pitanju kontrole međunarodne distribucije i marketinga izvoznih proizvoda, Srbija je i prema ovom kriterijumu najmanje konkurentna u Regionu. Sve ostale zemlje CEFTA u većoj meri učestvuju u distribuciji i promociji svojih proizvoda u inostranstvu od Srbije, koja se, po tom pitanju, pretežno oslanja na inostrane trgovinske lance i marketinške kompanije. b. Inovacije Iako je još daleko od ulaska u fazu inovacijama-vođenog privrednog rasta, Srbija je ostvarila relativno zadovoljavajući rejting po osnovu bar dva stuba konkurentnosti inovacijama. Prema broju primenjenih patenata na milion stanovnika (2,8), Srbija zauzima 53. poziciju među 148 posmatranih zemalja. U okviru CEFTA regiona, Srbija ima veći broj primenjenih patenata na milion stanovnika u odnosu na Bosnu i Hercegovinu (2), Makedoniju (0,7), Moldaviju (0,4) i Albaniju (0,2), a manji u poređenju sa Crnom Gorom (3,2) i Hrvatskom (10,2). Prema kriterijumu kvaliteta naučnoistraživačkih institucija, Srbija, sa skorom 3,7, zauzima 66 poziciju u svetu, po čemu je konkurentnija od Makedonije, Albanije i Moldavije. Međutim, prema rezultatima ankete, kvalitet srpskih naučnoistraživačkih institucija je u izvesnom zaostatku u poređenju sa Hrvatskom, Crnom Gorom (obe imaju skor 4) i Bosnom i Hercegovinom (3,9). Po raspoloživosti naučnog i inženjerskog kadra, Srbija je rangirana na 85. poziciju, iza

Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Crne Gore, a ispred **Makedonije,**	84

Moldavije i Albanije. Prema ostala četiri kriterijuma inovativne konkurentnosti, Srbija je rangirana iznad stotog mesta. Prema mišljenju ispitanika, Srbija se po pitanju saradnje između univerziteta i industrije na problematici istraživanja i razvoja nalazi na 104. mestu u svetu. Izuzev Albanije i Moldavije, u ostalim zemljama CEFTA se, prema mišljenju anketiranih, ostvaruje viši nivo saradnje na relaciji nauka- privreda, nego u Srbiji. Neprikosnoveni lider je Bosna i Hercegovina na 37. mestu, sa nadprosečnim skorom koji ukazuje na relativno visok nivo ekstenzivnosti saradnje privrednih kompanija sa fakultetima u oblasti I-R projekata. Prema nivou javnih nabavki tehnološki naprednih proizvoda, Srbija je rangirana na 123. poziciju, prema visini ulaganja kompanija u I-R aktivnosti na 127. i prema kapacitetu za inoviranje na 133. Nažalost, spremnost privatnih preduzetnika u Srbiji da investiraju u istraživanje i razvoj manja je nego u bilo kojoj drugoj zemlji CEFTA, izuzev Moldavije. S druge strane, domaće vlasti u Srbiji, posredstvom javnih nabavki, više pomažu tehnološki napredne industrije,

nego što je to slučaj u Hrvatskoj ili Moldaviji, dok **je** kapacitet Srbije **da** 271

razvija inovativnu aktivnost, posle Moldavije, najmanji u Regionu. 4.3.2. Predlog mera za unapređenje konkurentnosti Srbije Globalizacija je dovela do izvesnog rasta privredne konkurentnosti u svetu, pre svega kroz razvoj modernih tehnologija, a posebno informatičke, koja je ceo svet pretvorila u “globalno selo”. Privredna ekspanzija u svetu biva praćena internacionalizacijom preduzeća i

menadžmenta, što iz dana u dan sve više jača razvojnu dinamiku i dalju **konkurenciju na** 124 međunarodnom **tržištu. Takvo otvoreno** i jedinstveno **tržište nameće visoke**

kriterijume kvaliteta, produktivnosti, razvojnih sposobnosti i afiniteta preduzeća, kao i kompetentnosti menadžment aparata. Međutim, u isto vreme, globalizacija privrednih tokova omogućila je nesmetano širenje krize širom sveta, bez obzira gde ona nastala. Prema rezultatima analize GCI 2013-14, aktuelna eknomska kriza bitno je uticala na konkuretnost globalne privrede u 2012. godini. U odgovoru na negativne efekte krize, mnoge zemlje su uspele da zadrže, pa čak i podstaknu konkurentnost svojih privreda, dok su neke druge samo produbile komparativne nedostatke za naprednim ekonomijama. Nažalost, prema izveštaju Svetskog ekonomskog foruma, privreda Srbije je u 2012. godini bitno pokvarila svoju konkurentsku poziciju u svetu, ostvarivši komparativne prednosti kod svega 12,6% faktora relevantnih za konkurentnost svake nacije. Kao najznačajniji nedostaci srpske privrede u posmatranoj godini, apostrofirani su: zasnivanje komparativnih prednosti na jeftinom radu, nesposobnost da se spreči odlazak talentovanih kadrova, kao i da se privuku talenti iz drugih zemalja, nerazvijen sistem treninga i obuke zaposlenih, neefikasna antimonopolska politika, opterećujuća državna regulativa, nedovoljna zaštita prava manjinskih akcionara, mala uloga i nizak intenzitet konkurentnosti na domaćem tržištu, koncentracija moći i odlučivanja u preduzećima, nedovoljni kapaciteti za razvoj inovativne aktivnosti, itd. Osnovna pravila koja država treba da ispoštuje da bi se poboljšala, ili bar održala, konkurentska pozicija na globalnom tržištu su da: 1. kreira stabilno i predvidivo zakonsko okruženje; 2. radi na stvaranju fleksibilne i elastične strukture privrede; 3. ravnopravno investira u bazičnu

i tehnološku infrastrukturu; 4. podstiče privatnu štednju i domaće investicije; 5. razvija 94 agresivan nastup na međunarodnom tržištu i podstiče priliv SDI; 6. obezbedi kvalitet, ažurnost i transparentnost

u radu državnih organa; 7. održava stabilan odnos između nivoa zarada, produktivnosti i oporezivanja; 8. očuva ravnotežu u društvu na osnovu smanjivanja dispariteta u prihodima i jačanja srednje klase; 9. ulaže u edukativni sistem, naročito u sekundarno i permanentno obrazovanje; 10. ostvari ravnotežu između lokalno i globalno orijentisanih ekonomija, da bi se osigurao kontinuitet kreiranja bogatstva i zaštititio sistem vrednosti koji preferira stanovništvo. Uz poštovanje deset navedenih pravila, Srbija bi imala velike šanse da stekne i održi povoljnu takmičarsku poziciju na svetskom tržištu, zasnovanu na opštim principima globalne konkurentnosti – jačanje ekonomskih performansi, podsticanje efikasnosti u funkcionisanju vlasti, podsticanje efikasnosti u poslovanju i razvoj infrastrukture. Kada je unapređenje ekonomskih performansi u pitanju, kreatori ekonomske politike moraju se pridržavati sledećih principa: a) prosperitet zemlje odražava njene ekonomske performanse iz prošlosti; b) konkurentnost zasnovana na tržišnim zakonitostima unapređuje ekonomske performanse zemlje; c) što je veća konkurencija na domaćem tržištu, to su preduzeća konkurentnija na međunarodnom tržištu; d) uspeh svake zemlje na međunarodnom tržištu predstavlja rezultat konkurentnosti domaćih preduzeća (pod uslovom da domaće tržište nije zaštićeno trgovinskim barijerama); e) otvorenost prema inostranstvu poboljšava ekonomske performanse zemlje; f) međunarodno investiranje utiče na znatno efikasnije alociranje resursa; g) izvozno-orijentisana konkurentnost je najčešće povezana sa ekspanzivnom orijentacijom domaće ekonomije. Da bi se podstakla efikasnost u radu vlade neophodno je: a) minimizirati direktan uticaj države na poslovanje, osim kada se radi o kreiranju konkurentskih uslova za funkcionisanje preduzeća; b) obezbediti predvidive makroekonomske i socijalne uslove poslovanja, čime se smanjuje izloženost domaćih preduzeća eksternim rizicima; c) povećati fleksibilnost u procesu adaptacije ekonomske politike promenama u međunarodnom okruženju; d) kreirati socijalno okruženje koje afirmiše korektno ponašanje, jednakost i pravdu u poslovanju, uz istovremeni porast osećanja sigurnosti za celokupnu populaciju. Efikasnost poslovanja se podiže na viši nivo kroz: a) podsticanje onih menadžerskih atributa koji su neophodni da bi preduzeće postalo konkurentno, a to su: efikasnost u radu i sposobnost adaptacije na promene u konkurentskom okruženju; b) pružanje finansijskih podsticaja za aktivnosti koje generišu novostvorenu vrednost; c) razvoj međunarodno-integrisanog finansijskog sektora, koji pozitivno deluje na globalnu konkurentnost zemlje; d) integraciju u međunarodne trgovinske tokove i proizvodne procese, radi održavanja visokog nivoa životnog standarda stanovništva; e) podsticanje preduzetništva, koje je od krucijalnog značaja za ekonomsku aktivnost u njenoj početnoj fazi, f) edukovanje visokostručne radne snage; g) podsticanje produktivnosti zasnovane na rastu novostvorene vrednosti; h) popravljanje položaja radne snage, kao bitnog preduslova za rast nacionalne konkurentnosti. Ulaganje u infrasturkturu podrazumeva prihvatanje sledećih načela: a) napredna infrastruktura u koju je uključen efikasan poslovni sistem, deluje podsticajno na privrednu aktivnost; b) razvijena infrastruktura uključuje informacionu tehnologiju i efikasan sistem zaštite okruženja; c) konkurentsku prednost je moguće izgradtiti i na osnovu efikasne i inovativne primene postojeće tehnologije; d) investicije u bazična istraživanja i inovativne aktivnosti koje podstiču znanje, važne su za zemlje u zreloj fazi ekonomskog razvoja; e) dugoročno ulaganje u oblast istraživanja i razvoja podstiče konkurentnost preduzeća; f) kvalitet života predstavlja značajan faktor atraktivnosti zemlje za priliv kapitala; g) odgovarajući i pristupačni obrazovni resursi doprinose razvoju privrede koja je

zasnovana na znanju. Glava V ANALIZA KONKURENTNOSTI IZVOZA SRBIJE 5.1. ANALIZA KONKURENTNOSTI IZVOZA 5.1.1. Analiza konkurentnosti na osnovu podataka o dinamici izvoza Veliki broj autora, kao najjednostavniji metod analize konkurentske pozicije pojedinih zemalja, koristi osnovne spoljnotrgovinske pokazatelje, kao što su obim i vrednost izvoza i njegova dinamika tokom vremena. Često se u literaturi nađe zaključak da je jedna zemlja konkurentnija od druge zato što izvozi više, ili ostvaruje dinamičniji rast izvoza. Međutim, visoka stopa rasta izvoza ne mora, a priori, da koincidira sa visokim nivoom konkurentnosti, kao što ni usporavanje izvozne ekspanzije ne mora odmah značiti da je došlo do pada konkurentnosti. Zemlje na niskom stepenu razvoja, po pravilu, ostvaruju više stope rasta osnovnih ekonomskih pokazatelja usled toga što startuju s minornim vrednostima tih istih pokazatelja u baznom periodu. S druge strane, visok startni osnov kod razvijenijih privreda podrazumeva usporeniju ekspanziju ekonomskih pokazatelja, merenih stopom rasta. Uvek treba imati u vidu pravilo da kvantitet ne podrazumeva istovremeno i kvalitet posmatrane pojave. Veći kvalitet predstavlja izvoz u kojem dominiraju industrijski proizvodi najviše faze prerade, a naročito onaj u kojem preovlađuju proizvodi bazirani na visokim tehnologijama i znanju. Zato ekonomisti često, u cilju letimične analize konkurentnosti, koriste podatke o per capita izvozu industrijskih proizvoda. Osim toga, akcenat se stavlja i na geografsku distribuciju izvoza, jer se privreda smatra uspešnijom ako pretežni deo izvoza plasira na tržište najrazvijenijih zemalja. Dinamički posmatrano, porast izvoza na tržište IRZ ukazuje na mogući rast konkurentnosti, dok njegov pad podrazumeva postojanje određenih slabosti usled kojih je izgubljena "bitka" sa konkurencijom. Ovakav način analitize predstavlja “by the way” istraživanje, koje dodatno mora biti potkrepljeno egzaktnim matematičkim, statističkim i ekonometrijskim metodama. Drugim rečima, na osnovu ovako dobijenih, grubih procena, istraživač je samo u situaciji da definiše konkretne ciljeve istraživanja i unapred formuliše neka očekivanja, koja bi mogla poslužiti kao okvirni kontrolni mehanizam u toku rada. 5.1.2. Bilansna analiza konkurentnosti Drugi, prilično rasprostranjen metod ispitivanja konkurentnosti zasniva se na analizi trgovinskog bilansa. Suficit trgovinskog bilansa, kao što je objašnjeno, ne predstavlja optimalan indikator nacionalne konkurentnosti. Čim privreda ostvari neuravnotežen trgovinski bilans, u smislu da izvoz premašuje uvoz, otvara se jaz između monetarnih i realnih agregata, koji inicira inflatorna kretanja u zemlji i pogoršava cenovnu konkurentnost, što automatski utiče na uravnoteženje spoljne trgovine. Razvijena mreža međunarodnih tokova novca omogućava u praksi egzistenciju neuravnoteženog trgovinskog bilansa u dužem periodu od godinu dana. Međutim, što se više odugovlači period uravnoteženja trgovinskog bilansa, to je pritisak, kako endogenih tako i egzogenih faktora, na cenovnu konkurentnost izraženiji. Prema tome, suficit trgovinskog bilansa može samo nagoveštavati da je zemlja u proteklom periodu ostvarila izvesnu prednost u plasmanu robe i/ili usluga na svetsko tržište, ali on često predstavlja i indikator očekivanog pogoršanja cenovne konkurentnosti u budućem periodu. Činjenica da su i najuspešnije privrede, poput SAD, Francuske ili Italije, beležile deficit robne razmene u dužem razdoblju, ukazuje na već iznetu tvrdnju o neprihvatljivosti ideje da bilans robne razmene odražava globalnu konkurentsku poziciju zemlje na određenom izvoznom tržištu. Međutim, kada je reč o pojedinim sektorima, granama ili proizvodima, ovaj vid analize pokazuje znatno bolje rezultate. U osnovi, postoje dva modela utvrđivanja iskazanih komparativnih prednosti pojedinih sektora privrede, koji se zasnivanju na podacima o bilansu spoljnotrgovinske razmene: 1. relativna pokrivenost uvoza izvozom (RPU) i 2. relativni spoljnotrgovinski saldo (RSS). Pokazatelj relativne pokrivenosti uvoza izvozom služi kao indikator iskazane komparativne prednosti sektora ili robne grupe, a predstavlja odnos pokrivenosti uvoza izvozom određenog sektora (odseka ili robne grupe) i pokrivenosti uvoza izvozom na nivou cele privrede: RPU = xij / X i ⇒ mij M j ⇒ RPU = xij ∑ xij mij ∑ mij / i i gde je:

xij - izvoz proizvoda i iz zemlje j, mij- uvoz proizvoda i iz zemlje j, Xj - ukupan izvoz zemlje j, Mj - ukupan uvoz zemlje j. 89

Ukoliko je pokrivenost uvoza izvozom posmatranog sektora veća od pokrivenosti ukupnog uvoza zemlje ukupnim izvozom, pokazatelj će imati veću vrednost, čime označava povoljan položaj datog sektora u spoljnotrgovinskoj razmeni. Sektori privrede sa većom vrednošću RPU imaju povoljniji odnos izvoza i uvoza i mogu se smatrati nosiocima izvozne ekspanzije. Drugi važan indikator iskazanih konkurentskih prednosti pojedinih sektora nacionalne privrede prestavlja relativni spoljnotrgovinski saldo (RSS). Ovaj pokazatelj se dobija iz odnosa neto izvoza sektora i njegove ukupne spoljnotrgovinske razmene, a definiše se izrazom: RSS =

X i − M i X i + M i gde je, Xi- 165

izvoz sektora i, a Mi - uvoz proizvoda iz sektora i. Relativni spoljnotrgoivnski saldo predstavlja, zapravo, učešće neto izvoza u ukupnoj spoljnotrgovinskoj razmeni proizvoda određenog sektora. Sektori koji imaju pozitivnu vrednost RSS ostvaruju neto izvoz i mogu se, prema ovom tumačenju, smatrati međunarodno konkurentnim. 5.1.3. Analiza tržišnog učešća Najfrekventniji oblik ispitivanja izvozne konkurentnosti zasniva se na analizi relativnog učešća zemlje (ili određenog izvoznika) u saturaciji svetskog (regionalnog) tržišta. Porast značaja (učešća) na određenom tržištu indicira jačanje konkurentske pozicije, dok njegov pad asocira na otupljivanje konkurentske oštrice posmatranog izvoznika. Mnogi ekonomisti smatraju da je analiza učešća na tržištu, zapravo, jedini prihvatljiv oblik utvrđivanja konkurentske pozicije izvoznika. Distancirajući se od ovako kategoričkih tvrdnji, ali i uz konstataciju da je reč o sigurno najznačajnijem obliku istraživanja u oblasti konkurentnosti, u daljem tekstu će biti prikazani osnovni oblici CMS analize (Constant Market Share Analysis). Najjednostavniji indikator tržišnog učešća jeste koeficijent penetracije određenog proizvoda i proizvođača na inostrano tržište: Cijr = mxi.jj ≤1 gde je, Cijr - koeficijent izvoza proizvoda r iz zemlje i na tržište zemlje j, xij - ukupan izvoz toga proizvoda iz

zemlje i na tržište zemlje j izražen u apsolutnoj vrednsoti, m.j - ukupan uvoz toga proizvoda na tržištu zemlje j iz svih zemalja u svetu 71

izražen u apsolutnoj vrednosti. Dinamički posmatrano, rast koeficijenta penetracije mogao bi značiti povećanje konkurentnosti izvoznika, dok bi trend pada ukazivao na gubitak konkurentske prednosti. S druge strane, ako se analiza vrši na osnovu simultanog preseka, onda veća vrednost koeficijenta ukazuje da je dati izvoznik konkurentniji (apsorbovao je veći deo posmatranog tržišta) od partnera sa kojim se poredi. Globalni koeficijent penetracije na svetsko tržište dobija se kada se ukupan izvoz zemlje podeli sa svetskim uvozom (izvozom). Pretvoren u procente, ovaj pokazatelj kazuje koliki je udeo posmatrane zemlje u međunarodnoj trgovini. Koeficijent penetracije, kao najjednostavniji sintetički pokazatelj konkurentnosti, predstavljao je osnov za dalju razradu "market share" analize u ekonomskoj literaturi. U savremenoj literaturi postoji više modifikacija metoda procene tržišnog učešća, među kojima su najpoznatiji: pokazatelj iskazane komparativne prednosti RCA (Reveald Comparative Advantage) Ballase i CMS-

model (Constant Market Share Analysis) Tysyzynskog i Narvekara. Koeficijent tzv. iskazane komparativne prednosti dobija se tako što se utvrdi relativni udeo izvoza pojedinih robnih sektora posmatrane zemlje u ukupnom svetskom izvozu tih istih sektora, a zatim se taj pokazatelj dovede u odnos, sa relativnim učešćem ukupnog izvoza zemlje u ukupnom svetskom izvozu. Ukoliko se RCA izračunati za dve godine stave u odnos, mogu se sagledati promene komparativnih prednosti, odnosno međunarodne konkurentnosti pojedinih sektora (B. Balassa, 1967, p. 203.). Koeficijent u baznoj godini ima sledeći oblik: xij RCA0 = xit xnj = zij Z j xnt a u poslednjoj godini posmatranja: xi1j RCA1 = xi1t xn1j = zi1j Z 1j xn1t Promena komparativne prednosti u razdoblju između dve posmatrane godine jednaka je količniku dva koeficijenta: z i1j RCA1 Z 1j RCA0 zij = Z j

Simboli imaju sledeće značenje: Xij - izvoz **proizvoda i** zemlje j **u** 121

baznoj godini, Xit - izvoz proizvoda i svih zemalja u baznoj godini, Xni - izvoz svih proizvoda zemlje j u baznom periodu, Xnt - izvoz svih proizvoda svih zemalja u baznom periodu, Zij -

udeo izvoza proizvoda i zemlje j u ukupnom izvozu proizvoda i 89

svih zemalja, Zj - udeo ukupnog izvoza zemlje j u ukupnom izvozu svih zemalja, 0 - bazna godina, 1 - tekuća godina, i - proizvod, j - zemlja, n - svi proizvodi, t - sve zemlje. Izvozno konkurentni sektori su oni kod kojih je pokazatelj iskazane komparativne prednosti Zij/Zj>1. Nekonkurentni su oni sektori kod kojih je Zij/Zj<1, dok su prosečno konkurentni sektori koji ostvaruju učešće na svetskom tržištu ravno učešću ukupnog izvoza zemlje, odnosno kod kojih je Zij/Zj=1. Na osnovu dinamičke analize sagledavaju se promene iskazanih komparativnih prednosti sektora privrede u određenom vremenskom razdoblju. Poboljšanje konkurentske pozicije ostvaruju oni sektori kod kojih je (Z1ij : Z1j) / (Zij : Zj) > 1. “Constant Market Share Analysis” omogućava da se sagleda u kojoj meri zemlja uspeva da zadrži svoj udeo u robnoj i geografskoj strukturi svetske trgovine i koji uzroci utiču na promenu tog udela. Polazeći od pretpostavke da je zemlja u stanju da održi postignuto učešće u svetskoj trgovini, formulisan je model hipotetičkog izvoza posmatrane zemlje, koji se ostvaruje u uslovima njegove savršene prilagodljivosti promenama u dinamici i strukturi svetske tražnje. Hipotetički (potencijalni) izvoz se dobija kada se uporedi izvoz neke zemlje u baznom periodu, sa promenom obima i strukture svetske tražnje. Kada je ostvareni izvoz u tekućoj godini veći od hopotetičkog, to može ukazati na eventualni rast konkurentnosti, a ukoliko je ostvareni izvoz manji od hipotetičkog, postoje indicije da je u posmatranom razdoblju došlo do pogoršanja konkurentske pozicije posmatrane zemlje. Matematički izraženo, hipotetički izvoz izražava formula (K.W. Rothschild, 1975, p. 222.): HX = ∑ (jXi0 * ri) n i=1 gde simboli imaju sledeće značenje: ri - indeks rasta svetskog uvoza proizvoda i u razdoblju između perioda 0 i I, jX0i - izvoz proizvoda i zemlje j u periodu o, n - broj posmatranih proizvoda. Kada se ostvarena stopa rasta ukupnog izvoza zemlje j podeli sa hipotetičkom stopom rasta, dobija se indeks izvozne konkurentnosti (K) zemlje j, što izražava formula:36 jX0 /∑(jXo*ri) ⇒ j X 1 j X i o K= i 36 M. Grgić, op. cit., str. 36. ⇒ K = j X 1 o * ∑ (jX 0 * ri) ⇒ 1 j X 0 /

j X i ⇒ K = ∑ (jXjX0 **1*** ri) . **i** 330

Značenje simbola je identično kao u prethodnom slučaju, s tom razlikom što novopridodati simboli predstavljaju: jX0 - ukupan izvoz zemlje j u baznoj godini, jX1 - ukupan izvoz zemlje j u poslednjoj godini i K - indeks izvozne konkurentnosti. 5.2. KONKURENTNOST ROBNOG IZVOZA 5.2.1. Obim i dinamika robne razmene sa svetom i stepen otvorenosti srpske privrede Neposredno pred raspad SFRJ, Srbija je imala skoro uravnoteženu robnu razmenu sa svetom. U 1988. godini pokrivenost robnog uvoza izvozom u Republici Srbiji iznosila je 98,4%, da bi u 2004. opala na jednu trećinu. U dvadesetogodišnjem periodu, od 1988. do 2008. godine, koji obuhvata razdoblje od neposredno pre raspada Jugoslavije do pojave svetske krize, dolarska vrednost robnog izvoza Srbije uvećana je 2,3 puta, uvoza 3,4 puta i ukupne robne razmene 2,7 puta. U istom periodu, negativan saldo robne razmene povećan je skoro 150 puta, sa 80 miliona USD na 11.902 miliona USD. Do eskalacije deficita robne razmene naročito je došlo u periodu tranzicije srpske privrede, što predstavlja logičnu posledicu liberalizacije trgovine, rasta životnog standarda i povećanja realnih investicija podstaknutih prilivom inostranog kapitala kroz proces privatizacije (tabela A-6 u aneksu). Izuzev 2009. i 2012. godine, u kojima je Srbiju zadesila snažna recesesija, robni izvoz je nastavio da raste po dvocifrenoj stopi do 2013. godine, a onda je u sledećoj godini zabeležena nova stagnacija izazvana velikim poplavama. Posmatrajući tempo izvoznog rasta, ceo period tranzicije može se podeliti na dva razdoblja, do pojave krize (2000-2008.) kada je izvoz rastao po prosečnoj godišnjoj stopi od 26,4%, i nakon pojave krize (2009-2014.), kada je prosečna godišnja stopa rasta izvoza opala na 6,8%. Ipak, robni izvoz je u 2014. dostigao 14.843

miliona USD, što je 3 **puta više nego u** 277

1988. U istom periodu, uvoz je povećan 4,2 puta, a ukupna robna razmena 3,6 puta. Robni izvoz po stanovniku je u 2013. godini iznosio 2.000 USD, da bi u 2014. bio neznatno povećan na 2.033 USD, dok je udeo Srbije u svetskom robnom prometu iznosio 0,78 promila. Prema učešću u svetskom izvozu, Srbija iskazuje znatno bolje performanse od Hrvatske i svih zemalja CEFTA (Albanija 0,12; Moldavija 0,13; Makedonija 0,23; BIH 0,30 i Hrvatska 0,63 promila), ali, istovremeno, i značajno zaostaje u odnosu na novoprimljene članice EU (Češka 8,58; Mađarska 5,74; Slovačka 4,57; Rumunija 3,50; Slovenija 1,81 i Bugarska 1,57 promila).37 Međutim, prema per capita robnom izvozu Srbija zaostaje za svim novoprimljenim članicama EU i Makedonijom. Primera radi, Slovenija ima osam puta veći robni izvoz po stanovniku od Srbije, Mađarska pet puta, a Bugarska dva puta. 37 Podaci UNCTAD, 2014. USD 16000 14000 12000 10000 8000 6000 4000 2000 0 1 1 1 5 0 10807 1 0 0 4 0 3 0 8 2755 2002 1497 823 2 2 0 3 729 6 6 8 18000 9 4 6250 5924 Slovenija a S r B I H B ugarskRumunija rvatskaakedonija bija rnaGora banija oldavija H A I M C M Grafikon V-1. Per capita robni izvoz odabranih zemalja u 2013. godini (USD) Izvor: Obračun na osnovu podataka UNCTAD, 2014. Nakon čitave decenije ekonomske i političke izopštenosti Srbije iz svetske zajednice, demokratske promene iz 2000. utrle su put za njenu postupnu reintegraciju u globalne trgovinske tokove, što je rezultiralo povećanom otvorenošću domaće privrede. Koeficijent otvorenosti privrede, na osnovu pokazatelja o proizvodnji, izvozu i uvozu pojedinih grana delatnosti, predstavlja prosečnu vrednost zbira količnika ukupne robne razmene i ukupne ponude pojedinih grana, i obračunava se po sledećoj formuli: Tj = i=1 Pi + Mi ∑n Ei+Mi n gde su: T-koeficijent otvorenosti, E-izvoz, M-uvoz, P-proizvodnja, n-broj grana, i-grane, j-zemlja. Visoka vrednost koeficijenta karakteriše privrede koje su otvorene u odnosu na okruženje, dok nulta vrednost ukazuje na autarkičnu privredu. Otvaranje privrede tokom poslednje dve i po decenije moguće je uočiti na narednom primeru obračuna koeficijenata za odabrane godine: 1988. (poslednju pre raspada

Jugoslavije), 2001. (prvu nakon demokratskih promena u Srbiji), 2005. (središnu u procesu privatizacije), 2008. (poslednju pre pojave globalne krize) i 2013. (poslednju za koju su bili dostupni svi podaci neophodni za obračun). Tabela V-1. Koeficijent otvorenosti privrede Srbije, 1989.-2013. godine Godina Koeficijent otvorenosti (Tj) 1989. 0,46074 2001. 0,41245 2005. 0,77986 2008. 0,85909 2013. 0,89223 Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS, Statistički godišnjak, odgovarajuća izdanja. Prema ovom pokazatelju, u 1989. godini manje od polovine ukupne ponude na tržištu Srbije bilo je plasirano u inostranstvo. Srpski proizvođači su pretežno bili orijentisani na domaće tržište, odnosno na razmenu robe sa proizvođačima iz ostalih jugoslovenskih republika. Iako u 2001. godini Jugoslavije već odavno nije bilo, pa su bivše republike tretirane kao inostranstvo, otvorenost srpske privrede je dodatno opala, kao posledica dugoročne eliminacije domaćih preduzeća sa svetskog tržišta usled sankcija UN, kao i zbog razaranja značajnih industrijskih kapacitata tokom NATO agresije na SRJ. Efekti obnove i restrukturiranja domaće industrije počeli su se osećati sredinom prve decencije novog milenijuma, kada je došlo do osetnog rasta koeficijenta otvorenosti srpske privrede. Orijentacija ka spoljnim tržištima nastavljena je i u narednim godinama, mada su ona većim delom služila kao „rezervoar“ za snabdevanje Srbije deficitarnom robom, nego kao destinacija za izvoz domaćih proizvoda. Posmatrano po pojedinim industrijskim oblastima, u 1989. godini na spoljna tržišta su najviše bili orijentisani: prerada obojenih metala, proizvodnja rude gvožđa, proizvodnja hemijskih proizvoda, proizvodnja obojenih metala, proizvodnja nafte i gasa, brodogradnja, crna metalurgija i proizvodnja nemetala. Nasuprot tome, najveći stepen autarkije zabeležen je u: elektroprivredi; proizvodnji uglja; proizvodnji građevinskog materijala; proizvodnji pića; proizvodnji stočne hrane; proizvodnji kamena, šljunka i peska i sektoru poljoprivrede i ribarstva (tabela A-7 u aneksu). Proces restrukturiranja privrede Srbije doprineo je pojavi nekih novih grana i revitalizaciji starih, tako da je u 2008. godini, poslednjoj pre pojave globalne krize, primat najotvorenijih delatnosti pripao: reciklaži, proizvodnji osnovnih metala, proizvodnji ostalih saobraćajnih sredstava, proizvodnji drugih električnih mašina i aparata, proizvodnji predmeta od kože i obuće itd. Robne razmene s inostranstvom nije bilo u okviru delatnosti: druge komunalne, društvene i lične usluge; poslovanje s nekretninama i vodoprivreda; dok je mali obim razmene primetan u okviru primarne poljoprivrede i elektroprivrede. Čini se da upravo ova dva sektora predstavljaju neiskorišćene potencijale za rast izvoza, pre svega svega zbog sve većeg značaja hrane i energenata za razvoj regiona. Srbija bi morala da iskoristi sve raspoložive potencijale za razvoj energetske baze, od solarne energije do bio-mase, kako bi smanjila zavisnost od uvoza gasa i tečnih goriva i postala jedan od lidera u snabdevanju električnom energijom regiona Srednje i Istočne Evrope. U 2013. godini primetna je još izraženija orijentacije domaće privrede ka saradnji sa okruženjem, koliko zbog niskog nivoa lokalne tražnje izazvanog krizom, toliko i zbog izvesnog oživljavanja industrijske proizvodnje u ovoj godini. Oblasti koje su se najviše oslanjale na spoljno tržište u 2013. godini su proizvodnja: elektro opreme, automobila, osnovnih metala, ostalih saobraćajnih sredstava, odeće, kože i proizvoda od kože, duvanskih proizvoda, proizvoda od gume i plastike, nameštaja, nepomenutih mašina, hemijskih proizvoda itd. 5.2.2. Pakt stabilnosti za Jugoistočnu Evropu Ekonomski odnosi Srbije sa svetom nakon 2000. godine uglavnom su se odvijali pod uticajem kontinuiranih napora za uključivanjem zemlje u EU, na šta je poseban uticaj imao Pakt stabilnosti za Jugoistočnu Evropu. Reč je o originalnoj formuli EU za Balkan, kojom je kao prvi korak predviđeno stvaranje carinske unije Albanije, BIH, Srbije, UNMIK-Kosova, Crne Gore, Makedonije, Moldavije. Hrvatske, Rumunije i Bugarske (CEFTA), a kao drugi korak njihovo kolektivno pristupanje Uniji, ali ne u svojstvu punopravnog, već „novog udruženog članstva“, zasnovanog na prihvatanju samo nekih elemenata ekonomskog i političkog uređenja EU. U međuvremenu, odustalo se od kolektivnog pristupanja CEFTA regiona Uniji, već su pojedinačno primljene Bugarska i Rumunija 2007. godine i Hrvatska 2013. godine, tako da je grupacija svedena na 6 zemalja i UNMIK-Kosovo, čiji je prijem u EU odložen do daljeg. Idejnu osnovu za ekonomsko udruživanje zemalja

Balkana na principu ukidanja carina u međusobnoj trgovini i formiranja jedinstvenog carinskog režima prema trećim zemljama, čini neoklasična teorija carinske unije.38 Prema ovom konceptu, presudan značaj za ekspanziju industrije u zemljama u razvoju pripada ekonomiji obima. Osnovu tezu neoklasičara da porast trgovine, ostvaren njenom liberalizacijom unutar carinske unije, doprinosi izjednačajvanju cena proizvoda i faktora proizvodnje, rodonačelnici Pakta stabilnosti tumače kao mogućnost da se, kroz optimalnu alokaciju investicija i „efekat širenja“ unutar grupacije, stimuliše policentirčni razvoj na Balkanu. 38 Najveći pobornici ovog koncepta su: E. Hecksher, B. Ohlin, P.A. Samuelson, B. Balassa, F. Kahnert, S.B. Linder i dr. 175 Međutim, neki drugi autori su pokazali da se rezultati tržišnih integracija industrijski razvijenih zemalja ne mogu, a priori, preslikati na tržišne integracije zemalja u razvoju (G. Murdal, 1963.). Njihove analize su ukazale na svu pogubnost zanemarivanja ekonomskih razlika unutar regiona, negirajući tezu o jednakim mogućnostima ubrzanja industrijskog rasta u svim zemljama zajedničkog tržišta. Naime, pod uticajem „efekta polarizacije“ unutar grupe zemalja koje se razlikuju po nivou razvijenosti, industrijska proizvodnja, po pravilu, se koncentriše u privredno naprednijim oblastima integrisanog regiona. Stoga, ukoliko bi se proces ekonomskog udruživanja

zemalja koje se nalaze na različitom nivou industrijskog **razvoja** 126

ograničio isključučivo na redukciju carina u međusobnoj trgovini, došlo bi do „efekta polarizacije“, čiji je intenzitet veći što su zemlje nerazvijenije i što su privredni dispariteti unutar integrisanog prostora izraženiji. Čak, ni

u okviru pojedinih zemalja, isključivo oslanjanje na delovanje jedinstvenog **tržišta nije dovelo do optimalne alokacije faktora** proizvodnje. **U Italiji i** dalje **postoji podela na bogati** sever **i siromašni jug,** 141

u bivšoj SFRJ i pored fondova za finansiranje privredno zaostalih regiona, Kosovo i Metohija, Crna Gora i Makedonija nikada nisu dostigli prosek razvijenosti federacije, a slični primeri mogu se naći i u ostalim zemljama sveta. Iz navedenog se može zaključiti da od carinske unije najveću korist izvlače industijski razvijeniji delovi integrisanog prostora, čime se još više produbljuje jaz prema ekonomski zaostalim regionima. Ovo proizilazi iz jednostavne činjenice da države s višim nivoom produktivnosti u industriji ostvaruju ekstraprofit, kao posledicu prelivanja viška vrednosti iz zemalja u kojima je industrijski sektor manje razvijen. 5.2.3. Ispunjenost uslova za sprovođenje ubrzane liberalizacije trgovine Optimalnu alokaciju faktora proizvodnje u razmatranim uslovima moguće je ostvariti samo na osnovu sprege tržišnih i administrativnih mehanizama, gde bi ovi drugi služili za korekciju krutog delovanja tržišnih zakonitosti, a u pravcu stimulisanja policentričnog razvoja. Ovakva strategija podrazumevala bi nešto drugačiju ulogu Agencije za rekonstrukciju i razvoj jugoistočne Evrope, koja ne bi smala potpuno zapostaviti nacionalne banke, već bi, u izvesnim segmentima, morala sarađivati sa njima na zajedničkim projektima razvoja zaostalih delova ovog regiona. Pogrešno bi bilo zaključiti da napred izneto predstavlja zalaganje za povratak na administrativno-planski sistem dirigovanja privredom. Naprotiv, dalja afirmacija tržišnih zakonitosti predstavlja conditio sine qua non opstanka srpskog društva, ali njihovo uvođenje ne sme biti stihijsko sa šokantnim dejstvom na domaću privredu, koja ne raspolaže objektivnim uslovima za njihovo slobodno delovanje. Pre primene „šok terapije“ u procesu liberalizacije srpske privrede

trebalo je razmotriti nekoliko ključnih pitanja: • Da li bi visoko uvozno zavisna privreda, sa skromnim deviznim rezervama, bila u stanju da očuva stabilnost kursa domaće valute bez povećanog zaduživanja u inostranstvu? • Na kojem bi se nivou formirala cena rada na slobodnom tržištu radne snage u uslovima velike priznate i latentne nezaposlenosti? • Koliko bi plaćali proizvode inostranog porekla u uslovima sve izraženije tražnje za njima? • I na posletku, da li bi u strukturi domaćeg izvoza na globalno tržište moglo rasti učešće industrijskih proizvoda, ili bi se Srbija postepeno pretvorila u svetsku pijacu sirovina i ostalih primarnih proizvoda? Aktuelna situacija u domaćoj privredi nedvosmisleno ukazuje na opravdanost ovih pitanja. Stepen otvorenosti privrede, meren spoljnotrgovinskim koeficijentom, povećan

je u 2013. **godini, u odnosu na** 2005. **godinu, sa** 70,8 **na**	168

92,7%.39 Istovremeno, devizne rezerve Narodne banke Srbije 39 Obračun

na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku. Posmatrani period **je**	276

zaključen sa 2013. godinom, kao poslednjom za koju je izvršena procena vrednosti BDP izraženo u evrima. 176 (NBS) povećane su sa 4,9 na 11,2 mlrd. evra, a spoljni dug sa 12,5 na 25,8 mlrd. evra, kao i njihov udeo u BDP, sa 23,3 na 32,7% i sa 59,3 na 75,2%, respektivno.40 Na grafikonu 1, na kojem su prikazani rezulatati linearne regresione analize za period 2005.- 2013. godine, po modelu: Y i = β0i + β1it (gde su „Yi“učešća spoljnog duga, deviznih rezervi NBS i ukupne trgovinske razmene u BDP, a „t“ vremenska komponenta), moguće je uočiti da linearni trend učešća spoljnog duga u BDP ima veći tangens ugla koji obrazuje sa X-osom (βsd1=2,8979) od linearnog trenda krivih devizne rezerve/BDP (βdr1= 0,7675) i ukupna trgovina/BDP (βut1=2,1217). Ovo ukazuje da je rast spoljne zaduženosti u posmatranom periodu bio dinamičniji od rasta ukupne trgovine i rasta deviznih rezervi NBS. U proseku se svake godine udeo spoljnog duga u BDP uvećavao za 5,3% (βsd1/βsd0=0,0534), udeo ukupne trgovine u BDP za 3,0% (βut1/ βut0=0,0303) i udeo deviznih rezervi NBS u BDP za 2,7% (βdr1/βdr0=0,0272). Dakle, libearlizacija trgovine je doprinela otvaranju domaće privrede i izvesnom povećanju deviznih rezervi, ali je mnogo više uticala na porast zaduženosti zemlje prema inostranstvu. Rast zaduženosti predstavlja sve veće opterećenje za budžet i privredu Republike Srbije, koja je u 2005. godini na ime otplate duga morala da izdvoji 5% BDP, da bi u 2013. taj iznos porastao na 13,4% BDP.41 Grafikon V-2. Učešće ukupne robne razmene, deviznih rezervi i spoljnog duga u BDP, u periodu 2005-2013. godine Izvor: Obračun na bazi podataka NBS. Visoka zaduženost Srbije narušava autonomiju vođenja monetarne politike, a naročito politike deviznog kursa, jer ograničava mogućnost intervencije na deviznom tržištu u cilju očuvanja stabilnosti nacionalne valute. Tako je efektivni kurs dinara u

decembru 2014. godine, u odnosu na odgovarajući mesec prethodne godine, depresirao **za**	64

7,6% u nominalnom i za 6,0% u realnom iznosu, što je samo delimično popravilo cenovnu konkurentnost izvoza Srbije, uz istovremeno poskupljenje uvozne robe i dalje zaoštravanje problema spoljne zaduženosti.42 Rast izvoza nije značajnije uticao na poboljšanje uslova života u Srbiji u kojoj je zagarantovana minimalna zarada među najnižim u Evropi, uprkos tome što je najniža cena jednog časa rada u 2015. povećana za 5,2% (sa 115 na 121 dinar), tako da najmanja neto mesečna zarada, za prosečnih 176 40 Obračun na bazi podataka Odeljenja statistike

Narodne banke Srbije, http://www.nbs.rs/internet/cirilica/ 80 **/index.html** 90

41 NBS, Statistika, Indikatori eksterne pozicije Srbije. 42 Obračun na osnovu podataka: NBS, Statistika, Pregled kretanja kursa dinara. 177 radnik časova, iznosi 21.296 dinara. Preračunato u evre,43, minimalna satnica iznosi približno 1 evro, a minimalna mesečna neto zarada 176,8 evra, što je na nivou minimalnih zarada u Bugarskoj (184,1) i Albaniji (157,0). Poređenja radi, minimalne mesečne zarade u ostalim zemljama JIE značajno su više: u Sloveniji 790,7 evra, u Slovačkoj 352,0 evra, u Češkoj Republici 331,7 evra, u Hrvatskoj 315,6 evra, u Crnoj Gori 288,0 evra, u Rumuniji 217,5 evra, u Makedoniji 213,7 evra itd.44 Osim niske cene rada, još uvek veliki problem predstavlja nezaposlenost, koja je među najvišim u Evropi. Administrativna stopa nezaposlenosti, prema podacima za januar 2015. godine iznosila je 28,84%45, dok je stopa nezaposlenosti, obračunata prema metodologiji Međunarodne organizacije rada, u četvrtom kvartalu 2014. godine iznosila 16,8%, ali uz visok procenat lica koja su bila angažovana u neformalnom sektoru (24,2%)46. Na posletku, liberalizacija spoljnotrgovinske aktivnosti nije doprinela ni značajnijoj promeni strukutre srpskog izvoza na dugi rok. U 2014. godini sredstva za reprodukciju učestvovala su sa 52,4%, roba široke potrošnje sa 39,9% i oprema sa 7,7% u strukturi robnog izvoza Srbije, što je gotovo nepromenjeno stanje u odnosu na 2000. godinu, u kojoj su učešća ovih robnih grupa iznosila 56,4%, 35,8% i 7,7%, respektivno. Naročito treba istaći da je udeo proizvoda visoke tehnologije (oprema) u ukupnom izvozu, ostao nepromenjen u poslednjih deceniju i po. Sumirajući rezultate procesa liberalizacije u Srbiji, moguće je zaključiti da se na njenom primeru u velikoj meri potvrđuju nalazi onih istraživanja koja sugerišu da slobodna trgovina može uticati na privredni rast, ali da ne doprinosi suzbijanju siromaštva, jer podstiče širenje nejednakosti u sferi raspodele dohotka (M.A. Trabelsi and N. Liouane, 2013.).47 5.2.4. Dekompozicija dinamike izvoza Kada se utvrdi indikativni porast ili pad konkurentnosti određene privrede u posmatranom periodu, CMS-model omogućava otkrivanje uzroka ovih promena. Metod analize osnovnih uzroka promene dinamike izvoza nacionalne privrede formulisao je Tysyzynsky 1951. godine. Prva značajnija primena modela vezuje se za skandinavskog ekonomistu Narvekara, a kasnije je usvojen i od većine ostalih eminentnih ekonomista širom sveta (Leamer, Stern i dr.). Promena vrednosti izvoza neke zemlje u određenom razdoblju predstavlja rezultantu četiri osnovna makroekonomska efekata: promene vrednosti svetske trgovine, adekvatnosti prilagođavanja strukturnim promenama svetske tražnje, regionalne redistribucije izvoza u zemlje sa ekspanzivnim privrednim rastom i uspešnosti izvoznika da konkurišu na međunarodnom tržištu. Analogija postoji bez obzira da li se vrši dekomponovanje uticaja pojedinih činilaca na rast ili na pad vrednosti izvoza, jer su oba divergentna kretanja eksportne aktivnosti posledica delovanja identičnih faktora na strani ponude i tražnje, ali sa različitim efektima po izvozne rezultate. Kada se utvrdi promena konkurentske pozicije date zemlje, primenjujući prethodnu jednačinu, moguće je utvrditi koliki je procentualni doprinos svakog od pomenutih efekata pri povećanju ili smanjenju učešća zemlje na svetskom tržištu. Uticaj sva četiri faktora na promenu izvoza jedne zemlje prikazuje jenačina: $\sum X_{i1} - \sum X_{i0} = (\sum rX_{i0} - \sum X_{i0}) + (\sum r_i X_{i0} - \sum rX_{i0}) + (\sum\sum r_{ij} X_{i0j} - \sum r_i X_{i0}) + (\sum\sum X_{i1j} - \sum\sum r_{ij} X_{i0j})$

i i i i i i i j i i j i j 154

Simboli imaju sledeće značenje: Xi = vrednost ukupnog izvoza proizvoda i iz posmatrane zemlje, Xij = vrednost izvoza proizvoda i u zemlju j iz posmatrane zemlje, r = indeksi rasta svetskog 43 Prema srednjem kursu evra na dan 23. februara 2015. godine. 44 Eurostat, database, februar 2015. 45 Bilten Nacionalne službe za zapošljavanje, januar 2015. 46

Republički zavod za statistiku, Anketa o radnoj snazi za IV kvartal 2014. 64

47 Pogldati: Mohamed Ali Trabelsi, Naoufel Liouane (2013); J.P. Cling, M. Razafindrakoto, F. Roubaud, (2005), i F.Bourguignon (2002). izvoza u određenom periodu, ri = indeks rasta svetskog izvoza proizvoda i u određenom periodu, rij = indeks rasta svetskog izvoza proizvoda i u zemlju j u određenom periodu, 0 = bazna godina posmatranog perioda, 1 = poslednja godina posmatranog perioda. Uticaj svakog od posmatranih efekata predstavljen je pojedinim sabircima jedinstvene jednačine: ACE = ∑ rX 0i − ∑ X 0i i i Efekat porasta ukupne svetske trgovine (Average Change Effect - ACE) pokazuje koliko treba da iznosi vrednost ukupnog izvoza zemlje u poslednjoj godini posmatranja, ako bi zadržala učeše u svetskoj trgovini na nivou onog iz bazne godine. CCE = ∑riX0i − ∑rX0i i i Efekat robne strukture (Commodity Composition Effect - CCE) predstavlja razliku između izvoza posmatrane zemlje na svako pojedino tržište po pojedinim robnim grupama na koje se primenjuje različita stopa rasta i izvoza koji bi bio ostvaren kada ne bi bilo razlika u stopama rasta po pojedinim proizvodnim grupama. MSE =∑∑rijX0ij − ∑riX0i i j i Efekat regionalne strukure (Market Structure Effect - MSE) predstavlja razliku između ostvarenog izvoza posmatrane zemlje na svako pojedino tržište po stopi rasta uvoza na tim tržištima i vrednostima izvoza koji bi se ostvario pod pretpostavkom postojanja jedinstvene stope rasta uvoza na svim tržištima. CE =∑ ∑ X1ij − ∑ ∑ rij X0ij i j i j Efekat konkurentnosti (Competitiveness Effect – CE) dobija se kao razlika između ostvarenog rasta izvoza u posmatranom periodu i hipotetičkog rasta izvoza zasnovanog na dejstvu prethodna tri efekta, i predstavlja rezidual regresione jednačine rasta izvoza koji se pripisuje promeni cenovne i kvalitativne konkurentnosti izvoznih proizvoda. U cilju analize konkurentnosti, globalno tržište je segmentirano na dvadesetjednu geografsku celinu, dok je robni aspekt predstavljen sektorskom strukturom izvoza prema SMTK (Rev. 4). Dvadeset zemalja koje prema dvadesetogodišnjem proseku predstavljaju najznačajnija izvozna tržišta za srpske proizvode, konstantno je učestvovalo sa visokim procentom u strukturi srpskog izvoza,

koji je u 2002. **godini iznosio** 86%, **a u** 2013. **godini** 186

87%. Na sva ostala tržišta je u 2002. godini plasirano svega 14%, a u 2013. godini 13% ukupnog robnog izvoza Srbije.48 Republika Srbija

je u 2002. **godini ostvarila ukupan** robni izvoz **u iznosu od** 287

2.075 miliona USD, da bi u 2013. on dostigao 14.614 miliona. Vrednost izvoza u 2013. godini bila je za 12.539 miliona USD veća nego u 2002. Istovremeno, svetski izvoz je povećan sa 6.465 milijardi USD na 18.818 milijardi USD, što predstavlja rast za 12.353 milijardi USD. Srpski izvoz je u posmatranom periodu 48 Italija, Nemačka, BIH, Ruska Federacija, Rumunija, Crna Gora, Republika Makedonija, Slovenija, Hrvatska, Francuska, Bugarska, Mađarska, Češka Republika, Austrija, SAD, Turska, Grčka, Velika Britanija, Ukrajina, Kina, ostale zemlje. Crna Gora je je obuhvaćena tek nakon njenog osamostaljenja 2005. godine, sa prvim podacima za 2006. Međuitm, imajući u vidu neznatan doprinos Crne Gore globalnoj trgovini, ova primedba nema većeg uticaja na dobijene rezultate istraživanja. 179 ostvario dinamičniji rast od svetskog, jer je uvećan 7 puta, dok je vrednost globalne trgovine bila utrostručena. Na osnovu obračuna sprovedenog primenom prilagođene verzije baznog oblika regresione jednačine: ΔX =

α + β1ΔX 1 + β 2ΔX 2 + β 3ΔX 3 + ε , gde **ΔX**	140

predstavlja prirast izvoza, α slobodan koeficijent regresije, β koeficijente regresije uz nezavisno promenjlive (prirast izvoza po osnovu rasta svetske trgovine, efekta robne strukture i efekta regionalne orijentacije), a ε rezidualnu veličinu (efekat konkurentnosti), dobijene su sledeće ocene regresionih koeficijenata ΔX = 0,419ΔX1 + 0,016ΔX2 – 0,047ΔX3 + ε Tumačenje dobijenih rezulata je sledeće: • efektom porasta ukupne svetske trgovine može se objastniti 41,9% (ili 5,3 mlrd. USD) ukupnog povećanja izvoza Republike Srbije od 12,5 mlrd. USD u periodu 2002-2013. godine, • efektom promene robne strukture izvoza u skladu sa trendovima globalne tražnje, moguće je objasniti svega 1,6% (201 milion USD) prirasta izvoza u posmatranom periodu, • dok je neadekvatna regionalna orijentacija imala negativan uticaj na rast izvozne aktivnosti od 4,7%, što iznosi 589 miliona USD, • najveći deo povećanja

izvoza u 2013. godini, u odnosu na 2002. **godinu,** može **se**	114

objasniti rastom konkurentnosti, koji je zaslužan za 61,2% (ili 7,7 mlrd. USD) prirasta izvoza u posmatranom periodu. Tabela V-2. Uticaj konkuretnosti na prirast izvoza Srbije u 2013. godini u odnosu na 2002. Prirast izvoza Efekat porasta ukupne svetske trgovine Efekat robne strukture Efekat regionalne orijentacije Efekat konkurentnosti U mil. USD 12539 5254 201 -589 7674 U procentima 100,0 41,9 1,6 -4,7 61,2 Izvor: Obračun na osnovu baze podataka RZS i UNCTAD. 5.2.5. Regionalna analiza konkurentnosti 5.2.5.1. Indeks konkurentnosti na osnovu regionalne strukture izvoza Radi sticanja kompletnijeg uvida u problematiku izvozne konkurntnosti, neophodno je nešto više prostora posvetiti regionalnom aspektu analize. On treba da ukaže na kojem tržištu srpski izvoznici postižu najbolje rezultate u pogledu konkurentnosti. U tu svrhu iskorišćen je prilagođeni indeks konkurentnosti na osnovu regionalne analize: j K = ∑ (jXjXi0 1* ri) i gde simboli imaju sledeće značenje: jK = regionalni indeks izvozne konkurentnosti, jX1 = ukupan izvoz zemlje j u poslednoj godini posmatranog perioda, jXi0 = izvoz zemlje „j“ u zemlju „i“ u baznoj godini i ri = indeks rasta uvoza zemlje i u poslednjoj godini u odnosu na baznu godinu. Analizom je obuhvaćeno pomenutih dvadeset najvećih izvoznih tržišta za srpske proizvode, a period posmatranja je 2002

-2013. godine. Imajući u vidu da je u periodu 264

pre pojave globalne eknomske krize Srbija ostvarivala znatno dinamičniji rast izvoza, nego u vreme krize, posmatrani period je podeljen u dva podperioda, od kojih prvi obuhvata razdoblje od 2002. do 2008. godine, a drugi od 2008. do 2013. Ovih dvadeset zemalja, koje konstantno apsorbuju više od 85% robnog izvoza Srbije, predstavljaju značajne svetske uvoznike proizvoda. Njihovo zbirno učešće u ukupnom svetskom robnom uvozu je 2002. godine iznosilo 49,4%, da bi u 2008. opalo na 47,2%, a u 2013. na 45,3%, pre svega zbog krize koja je najviše pogodila evropske razvijene zemlje. Međutim, u periodu između 2002. i 2013. godine, ova grupa zemalja je povećala robni uvoz za 41,4% (u prvom podperdiodu 2002-2008. uvoz je povećan za 27,9%, a u drugom 2008-2013. za 10,5%), što je znatno manje od rasta uvoza ostalih zemalja koji je iznosio 66,4% (52,8% u prvom podperiodu i 54,7% u drugom), kao i od rasta svetskog uvoza od 54,0% (33,9 u prvom i 15,0 u drugom podperiodu). Sumarno posmatrano, tempo rasta najznačajnijih srpskih izvoznih tržišta tokom celog posmatranog perioda zaostajao je za tempom rasta ostalih izvoznih tržišta. Ukupno ostvareni izvoz Republike Srbije u 2008. godini je 3,6 puta premašio hipotetički, koji se dobija kada se izvoz po pojedinim zemljama u baznoj 2002. godini pomnoži indeksom uvoza posmatranih zemalja u istom periodu. Relativno posmatrano, Srpski izvoznici u 2008. godini su na račun konkurencije prisvojili najveći deo tržišta Hrvatske (indeks 7,2), Turske (6,3), Češke Republike (5,7), Austrije (5,4), Bugarske (4,8), Rumunije (4,6) i Francuske (4,4). Međutim, imajući u vidu apsolutne pokazatelje, najveći premašaj hipotetičkog izvoza, koji omogućava da Srpski izvoznici zadrže nepromenjeno učešće na tržištu, ostvaren je u Nemačkoj (za 826 miliona USD), BIH (za 821 milion USD) i Italiji (za 735 miliona USD). Rast konkurentnosti srpskih proizvoda u razdoblju koje je prethodilo krizi beleži se i na ostalim najznačajnijim srpskim izvoznim tržištima, ali je on na nivou proseka ili ispod proseka dvadeset posmatranih zemalja (tabela A-8 u aneksu). 8,0 7,2 7,0 6,3 6,0 5,7 5,4 Indeksi 5,0 4,8 4,6 4,4 4,0 3,9 3,8 3,6 3,5 jK=3,6 3,0 3,1 3,1 2,9 2,6 2,6 2,0 2,1 1,9 1,3 1,0 0,0 Hrvatska urska AustriBjaugarsRkuamunFirjaancuSsIkoavnenija V.Britanija krajina Italija BIHRusija S A D T U M Kainkaedonija Grafikon V-3. Odnos stvarnog i hipotetičkog izvoza u 2008. godini po zemljama (baza 2002. godina) Napomena: Crna Gora u ovom periodu nije imala status samostalne države. Izvor: Obračun na osnovu baze podataka RZS i UNCTAD U kriznom razdoblju srpski izvoz, takođe, beleži rast, ali po znatno nižoj dinamici. Ipak, i u ovoj fazi Srbija je povećala svoje učešće na skoro svim najznačajnijim izvoznim tržištima, osim Austrije i Ukrajine, na kojima

je u 2013. **godini, u odnosu na 2008. godinu,** izgubila deo tržišta **u** 88

vrednosti od 85 i 13 miliona USD, respektivno. Ukrajina je u posmatranom periodu smanjila uvoznu tražnju za oko 10%, što je, pre svega, posledica političkih nemira u ovoj zemlji. Imajući u vidu da Srbija nije uvela sankcije Rusiji, to se jednim delom negativno odrazilo i na njen izvoz u Ukarajinu. S druge strane, Austrija je zabeležila neznatno smanjenje uvozne tražnje u 2013. godini u odnosu predkrizno stanje, međutim, spska preduzeća nisu uspela da održe tempo izvoza nekih svojih tradicionalnih eksportnih proizvoda, poput valjanih neplatiranih proizvoda, rotacionih elektičnih mašina i zamrznutih malina, što je značajno doprinelo padu njihovog učešća na austrijskom tržištu. U 2013. godini srpski proizvodi su u proseku bili za 40% konkurentniji na svojim tradicionalnim izvoznim tržištima, nego u 2008.

Najveći rast konkurentnosti u ovom periodu srpski proizvodi su ostvarili na tržištu SAD i Turske, gde su uvećali svoje učešće 7 i 6,4 puta, respektivno. Znatno manji, ali još uvek nadprosečan rast konkurentnosti zabeležen je i na tržištima: Italije, Rumunije, Kine, Češke Republike i Ruske Federacije, dok je na ostalim tržištima rast konkurentnosti bio na nivou proseka ili manji od njega. Posmatrano u apsolutnim iznosima, srpska preduzeća su u posmatranom razdoblju povećala svoje učešće na italijanskom tržištu za 1,4 mlrd. USD, na nemačkom tržištu za 605 miliona USD, a na tržištima Ruske Federacije, Rumunije i SAD za 473, 431 i 422 miliona USD, respektivno. Na rast izvoza u Italiju najviše je uticao povećan plasman FIAT-ovih automobila, pšenice, kukuruza i šećera, a u Nemačku plasman rotacionih električnih mašina, automobila, setova provodnika za avione, brodove i vozila i voća. 8,0 7,0 7,0 6,4 6,0 Indeksi 5,0 4,0 3,0 2,4 2,0 2,2 2,2 2,1 1,8 1,0 1,5 1,4 1,4 1,3 1,3 1,2 1,1 1,1 1,0 1,0 1,0 0,9 jK=1,4 0,0 S A D Turska Italijamunija u Kina usija R R HrvatskBaugarska akedonFijraancuVs.kBaritanija BCIrHnaGorSaloveniUjakrajina M Grafikon V-4.Odnos stvarnog i hipotetičkog izvoza u 2013. godini po zemljama (baza 2008. godina) Izvor: Obračun na osnovu baze podataka RZS i UNCTAD 5.2.5.2. Dominiantna uloga tržišta EU i usitnjenost ponude Srbija najvećim delom robu izvozi u evropske zemlje, pre svega, zbog njihove blizine i tradicionalne vezanosti za ova tržišta. U 2014. godini je 94,1% srpskog robnog izvoza bilo plasirano u evropske zemlje, a pre svega u EU, koja apsorbuje više od dve trećine izvoza Srbije. Udeo ovih zemalja u izvozu Srbije povećan je, u periodu 1997.-2014. godine, sa 50% na 64,6%, pri čemu se najveći deo srpskog izvoza plasira u najrazvijenije zemlje evro-zone. Međutim, učešće razvijenih zemalja evro-zone u ukupnom izvozu Srbije iskazuje dugoročni trend pada. U periodu 1997-2012. udeo tržišta evro zone u strukturi srpskog izvoza smanjen je sa 39,3% na 34,3%, što je posledica rastuće konkurencije i sve težih uslova za plasman robe na najzahtevnija tržišta evropskih zemalja. Tek zahvaljujući naglom padu vrednosti dolara u odnosu na evro, što je bila posledica ekspanzivne monetarne politike Federalnih rezervi, tržište evro zone dobija na atraktivnosti, tako da je u 2014. godini nešto više od 41% robnog izvoza Srbije plasirano na ovo tržište (tabela A-9 u aneksu). Imajući u vidu da je učešće tržišta zemalja ZND (Zajednica nezavisnih država) u strukturi srpskog robnog izvoza ostalo nepromenjeno u periodu od 1997. do 2014. godine, povećanje orijentacije domaćih izvoznika na zemlje EU odvija se na teret smanjenja učešća regiona CEFTA i ostalih, uglavnom vanevropskih zemlja, u strukturi srpskog izvoza. Udeo zemalja CEFTA i grupe „ostalih zemalja“ u regionalnoj strukturi izvoza Srbije, smanjen je u periodu 1997-2014. godine sa 28,7% na 19,0% i sa 13,0% na 7,8%, respektivno. Iako se naizgled čini da je robni izvoz Srbije regionalno visoko koncentrisan, analiza po pojedinim nacionalnim tržištima ukazuje na suprotan zaključak. Naime, Srbija izvozi proizvode u preko 100 zemalja sveta, a njena najznačajnija izvozna tržišta su već godinama: Nemačka, Italija, Ruska Federacija i bivše jugoslovenske republike BIH, Makedonija, Crna Gora (od osamostaljenja) i Slovenija. Postepeno, sa uključivanjem u međunarodne ekonomske tokove nakon ukidanja sankcija UN, Srbija je povećavala broj zemalja u koje plasira svoje proizvode, tako da je vremenom opadao relativan značaj prvih deset najvećih tržišta u regionalnoj strukturi njenog izvoza. U peroidu 2001-2014. godine, učešće prvih deset najznačajnijih tržišta u ukupnom robnom izvozu Srbije smanjeno je sa 73,2% na 69,0%. Naročito je primetan relativan pad značaja izvoznih tržišta Nemačke, BIH i Makedonije, dok je udeo tržišta Italije u ukupnom izvozu Srbije povećan. S druge strane, uporedo sa normalizacijom političkih odnosa u regionu, obnovljena je ekonomska saradnja sa Slovenijom i Hrvatskom, čime je uvećano njihovo učešće u strukturi srpskog izvoza. Povećanje udela u regionalnoj strukturi izvoza Srbije ostvarila je i Ruska Federacija, pre svega zahvaljujući potpisanom Sporazumu o slobodnoj trgovini, koji, međutim, još uvek nije iskorišćen u skladu sa mogućnostima koje nudi (tabela A-10 u aneksu). Kao mera regionalne koncentracije srpskog izvoza korišćen je Hirfendal-Hiršmanov modifikovani koeficijent regionalne koncentracije, koji se izračunava po sledećoj formuli: ∑ (xij)2 − n Gxj =

i=1 X j 1− 1 n 1 n 254

gde su: Gij – koeficijent regionalne koncentracije izvoza, i = 1…n, n – broj izvoznih tržišta, Xij - izvoz zemlje”j” u zemlju ”i” u određenoj godini i Xj - vrednost ukupnog izvoza zemlje ”j” u istoj godini. Koeficijent se kreće u rasponu 0 (potpuno diverzifikovan izvoz) do 1 (potpuno koncentrisan izvoz). Obračun je vršen na osnovu podataka RZS o izvozu u 102 zemlje sveta, sa kojima je ostvarena najintenzivnija spoljnotrgovinska razmena, dok je preosatali izvoz obuhvaćen zbirnom grupom ”ostale zemlje” (n=103). Tabela V-3. Džini-Hiršmanov koeficijent regionalne koncentracije robnog izvoza ”Gij”, 2001-2013. 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 0,219 0,209 0,198 0,198 0,196 0,182 0,179 0,176 0,168 0,166 0,142 0,142 0,157 Izvor: Obračun na osnovu podataka objavljenih u Statističkm godišnjaku, RZS (odgovarajuća izdanja). Niski koeficijenti regionalne koncentracije izvoza ukazuju na izraženu disperziju eksportne aktivnosti Srbije u periodu 2001-2013. godine, koja je vremenom sve više rasla. Velika disperzija u uslovima niskog nivoa izvoza, predstavlja pouzdan pokazatelj nedostatka strategije penetracije globalnog tržišta kroz odabir ključnih destinacija koje bi bile od suštinskog značaja za rast volumena srpskog izvoza. Ekonomska teorija jasno ukazuje na potrebu male zemlje da diverzifikuje izvoz, kako bi smanjila osetljivost na delovanje negativnih efekata iz okruženja. U slučaju Srbije to pretpostavlja izbor nekoliko strateških tržišta na kojma bi se izvoz koncentrisao, čak i nezavisno od njegove kratkoročne isplativosti. Relativno mali obim izvoza plasiran na preko 100 različitih destinacija u svetu raspršuje mogućnost dugoročnog utemeljenja čvrstih pozicija srpskih kompanija na najznačajnijim svetskim tržištima. Osim toga, usitnjenost izvoza je posledica činjenice da polovina izvoznika spada u grupu mikro preduzeća (0-9 zaposlenih) i još 25% u grupu malih preduzeća (10-49 zaposlenih). S druge strane, udeo srednjih (50-249 zaposlenih) i velikih preduzeća (više od 250 zaposlenih) u ukupnom broju izvoznih kompanija smanjen

je u 2012. godini u odnosu na 2008. sa 9,3 na 168

8,1% i sa 2,9 na 2,5%, respektivno. Uprkos smanjenom broju velikih i srednjih preduzeća koje se bave spoljnom trgovinom, njihov udeo u izvozu je i dalje dominantan. To stvara potrebu za organizovanim nastupom MSP na inostranom tržištu, kao i na finansijskom tržištu radi dobijanja povoljnih izvoznih kredita. Upravo ovim pitanjima država mora da posveti posebnu pažnju u budućem periodu, kroz upravljanje klasterima, osnivanje razvojne banke i dokapitalizaciju banke za međunarodnu saradnju. 5.2.5.3. Mogućnosti za povećanje izvoza u zemlje BRIKS-a Tržišta razvijenih privreda, poput EU, spadaju u red najzahtevnijih, pa učešće u konkurentskoj utakmici za zadobijanje poverenja potrošača iz tih zemlja značajno utiče na kvalitet domaće produkcije. Međutim, to ne sme predstavljati opravdanje da se zapostavi saradnja sa ostalim regionalnim centrima. Zemlje BRIKS-a danas predstavljaju najdinamičnije privrede u svetu, tako da povezanost sa tim tržištem otvara mogućnost za stabilan rast izvoznih prihoda u budućnosti, što je u skladu sa težnjom da izvoz postane vodeći faktor održivog privrednog rasta i razvoja zemlje. Tabela V-4. Robni uvoz zemalja BRIKS u 2000. i 2013. godini (mil. USD) Zemlje Uvoz 2000. Uvoz 2013. Indeks 2013/2000 Brazil 58.643 250.447 4,3 Kina 225.024 1.949.992 8,7 Indija 51.523 466.042 9,0 Rusija 44.862 342.980 7,6 Južna Afrika 29.695 126.350 4,3 BRIKS ukupno 409.747 3.135.811 7,7 Izvor: UNCTAD,

Handbook of Statistics 2014, UN, New York and Geneva, 281

2014. Nažalost, ova grupacija zemalja, koja predstavlja gotovo polovinu svetske populacije (oko 3,1 mlrd. stanovnika), učestvovala je u robnom izvozu Srbije u 2013. godini sa oko 7,6%, što čini povećanje od svega 2,4 p.p. u odnosu na 2001. godinu.

Ako se ima u vidu da je zbog 170

ubrzanog razvoja zemalja BRIKS, njihov robni uvoz povećan 7,7 puta u periodu 2000.-2013. godine, onda postaje jasno da sprski izvoznici nisu uspeli da pronađu „niše“ i izvuku korist od rasta uvozne tražnje na ovom tržištu. Opravdanja, koja potenciraju udaljenost ovih tržišta i njihovu veličinu kojoj srpski izvoznici ne mogu da se prilagode ponuđenom količinom, nisu prihvatljiva. Činjenica da se preko polovine srpskog izvoza plasira na tržište EU sa oko 400 miliona stanovnika,

što je gotovo tri puta više nego što 304

ima Ruska Federacija, ukazuje da se roba može kontinuirano izvoziti i na najveća i najprobirljivija tržišta, ukoliko postoje plan i iskrena želja da se tamo bude prisutan. S druge strane, primer Republike Koreje, Tajvana, Hong Konga i Singapura, pokazuje da ni velika geografska udaljenost od središta svetskih privrednih zbivanja, nije ovim zemljama predstavljala smetnju da postanu istinski lideri globalne trgovine industrijskim proizvodima. Od svih zemalja BRIKS, Srbija je razvila najtešnje ekonomske odnose sa Rusijom, dok su privredni odnosi sa Kinom u velikom usponu. Naime, već preko deceniju i po Kina beleži značajno učešće u uvozu Srbije (oko 7% u 2014. godini), uz zanemarljiv izvoz Srbije u tu zemlju. S druge strane, Kina se poslendjih godina pojavljuje kao važan kreditor Srbije, i to preko učešća u izgradnji infrastrukture, za čije finansiranje kineske državne banke daju povoljne kredite (nova TE Kostolac, most Borča - Zemun, dve deonice 'Koridora 11'). Tradicionalno prijateljstvo dva naroda, relativno razvijene poslovne veze, te sličnost jezika i kultura, faktori su koji pospešuju ekonomsko povezivanje Srbije i Rusije. Ipak, do sada je bilo samo nekoliko značajnih ruskih investicija u Srbiji (NIS i Lukoil). Za srpsku privredu od velikog značaja može biti snažan rast ruske uvozne tražnje.

Izazov respektabilnog ruskog tržišta posebno dolazi do izražaja zbog povlašćenog tretmana srpskih preduzeća 131

zahvaljujući sporazumu o slobodnoj trgovini između dve zemlje.

Mnogi to vide kao veliku prednost Srbije u odnosu na druge zemlje regiona i šansu za 131

privlačenje stranog kapitala. Međutim, sprovođenje ovog sporazuma opterećeno je izvesnim ograničenjima: • Izvoz na rusko tržište komplikuje složeni carinski režim. Pored zone slobodne trgovine, za neobuhvaćene proizvode čiji značaj i broj nije mali, primenjuje se režim najpovlašćenije nacije, kao i preferencijalni tretman. Sa liste robe na koju se ne plaća carina često su izuzeti baš oni proizvodi koje bi Srbija mogla da izvozi u Rusiju. Primera radi, carina se plaća na akciznu robu (alkohol, cigarete), pamučne tkanine, belu tehniku, putničke automobile i neke druge proizvode koji čine bitan segment srpskog izvoznog asortimana, a ujedno su i potencijalno interesantni ovom tržištu. • Poteškoću za domaće izvoznike predstavlja i procedura oko dobijanja pečata za uverenje o poreklu robe, jer bar polovina komponenti izvezenog artikla mora biti domaćeg porekla. • Problem su i visoki transportni troškovi, jer prevoz jednog šlepera od 20 tona košta 3.500-4.000 evra, što značajno opterećuje cenu izvoznog proizvoda. I pored toga, robni izvoz Srbije u Rusiju iskazao je značajan rast u 2013. i 2014, premašivši godišnju vrednost od milijardu USD, što čini 7% ukupnog robnog izvoza. Najveće učešće u strukturi izvoza na ovo tržište imaju: hemijski i medicinski proizvodi, voće i proizvodi od plastike. Svesni značaja ruskog tržišta, domaći privrednici sve više pokušavaju da organizovano nastupe na tom tržištu.. U Privrednoj komori Srbije je još 2004. godine osnovana sekcija za Rusiju, koja je usvojila predlog da domaća preduzeća koordiniraju svoj nastup na rusko tržište po granskom i prozvodnom principu. Istovremeno, ulažu se napori za reaktiviranje građevinske operative, koja je, ne tako davno, na ruskom tržištu zarađivala skoro milijardu dolara godišnje. Osim toga, izgradnja Evroazijskog ekonomskog saveza, koji uključuje i jedinstvene carine, učinila je da ugovor o slobodnoj trgovini sa Rusijom dobije multilateralan karakter. 5.2.5.4.Trgovina sa zemljama CEFTA Drugo pitanje koje proizilazi iz regionalne analize srpskog izvoza, vezano je za Multilaterlni CEFTA sporazum, koji je potpisan 2006. godine. Ovaj sporazum se danas primenjuje na teritoriji koja obuhvata 242 hiljade km2 i oko 23 miliona stanovnika, uz prosečni per capita BDP/PPS od približno 9,5 hiljada dolara.49 Liberalizacija trgovine unutar CEFTA regiona, izvorno je imala za cilj da zemlje Zapadnog Balkana i Moldaviju, u što kraćem roku, osposobi da ostvare minimum ekonomskih i institucionalnih uslova za pristupanje EU. Zemlje CEFTA regiona još uvek značajno zaostaju u nivou razvijenosti za prosekom EU. Najrazvijenija zemlja CEFTA grupacije, do prijama u EU, bila je Hrvatska sa per capita BDP/PPS u 2013. godini na nivou 61% proseka EU-28. Iza Hrvatske prema pokazatelju životnog standarda nalazi se Crna Gora (40%), dok ostale zemlje CEFTA, među kojima je i Srbija, još više zaostaju za prosekom EU (tabela A-11 u aneksu). Prosperitet svake zemlje determinisan je nivoom produktivnosti njene

privrede, koji se meri vrednošću proizvedenih dobara i usluga po 169

zaposlenom. Produktivnost zavisi od vrednosti proizvedene robe i usluga i efikasnosti procesa proizvodnje. Visok nivo produktivnosti omogućava visoke zarade, jaku valutu i atraktivne prinose od ulaganja kapitala, što sve zajedno čini visok standard života. Konkurentnost jedne zemlje zapravo je determinisana nivoom produktivnosti njene privrede. Produktivnost rada privreda zemalja CEFTA regiona, merena BDP/PPS po zaposlenom, značajno je niža od nivoa produktivnosti koje ostvaruju razvijene zemlje. Primera radi, dolarski iznos BDP/PPS po zaposlenom u privredama Srbije i Crne Gore je u 2013. godini procenjen na 29,0% iznosa ostvarenog u SAD. Prema ovim procenama, viši nivo

produktivnosti od Srbije i Crne Gore u posmatranoj godini beleže Hrvatska (45,1% u odnosu na SAD), Makednonija (29,9%) i Bosna i Hercegovina (29,8%), dok Albanija i Moldavija značajno zaostaju. 49 Stanje nakon prijema Hrvatske u punopravno članstvo Evropske unije u julu 2013. Tabela V-5. Produktivnost rada u zemaljama CEFTA, 2013. godina (SAD=100) Zemlje 1997-2006 Prosečna godišnja stopa promena produktivnosti (%) 2007-2012 2011 2012 2013 procena Indeksi produktivnosti rada u 2013. godini (SAD=100) Albanija 5,40 3,80 1,90 -1,60 0,70 21,6 Bosna i Hercegovina 8,60 1,60 4,40 -0,20 0,30 29,8 Hrvatska 3,40 0,70 2,40 2,00 0,10 45,1 Makedonija 3,00 -0,40 -0,30 -0,40 1,10 29,9 Moldavija 6,20 4,40 4,00 1,50 5,30 11,1 Srbija i Crna Gora 4,70 4,30 8,10 -1,00 2,70 29,0 Izvor:

The Conference Board Total Economy Database (January 2014) 312

Nizak nivo produktivnosti bitno utiče na konkurentsku poziciju zemalja Regiona. U poslednjem izveštaju Svetskog ekonomskog foruma50, najbolje rangirana zemlja Regiona prema iskazanom nivou konkurentnosti u 2013. godini je Makedonija, koja zauzima tek 63. mesto od 144 privrede koje su obuhvaćene istraživanjem. Iza nje je Crna Gora na 67. mestu, a slede je: Hrvatska (77.), Moldavija (82.), Srbija (94.) i Albanija (97.), dok Bosna i Hercegovina nije obuhvaćena ovim istraživanjem. Doduše, sa indeksom globalne konkurentnosti od 4,26 i 4,23, Makedonija i Crna Gora su rangirane ispred nekih zemalja EU, poput, Slovenije, Slovačke i Grčke. No, i pored toga što se Makedonija nalazi u gornjoj polovini rangiranih privreda, ona je jedva dostigla prosečan nivo konkurentnosti u svetu, koji odgovara indeksu od 4,24 (najkonkurentnija je Švajcarska sa indeksom 5,70, a najmanje konkurentna Gvineja sa indeksom 2,79). Stoga se pred zemlje Regiona, kao osnovni zadatak, nameće potreba unapređenja konkurentnosti njihovih privreda, kroz pružanje pune podrške procesu podsticanja produktivnosti rada, kapitala i ostalih faktora proizvodnje. Zona slobodne trgovine zemalja Zapadnog Balkana i Moldavije, predstavlja način da se čitav Region postupno uvede u proces sveopšte liberalizacije ekonomskih odnosa u svetu. Globalizacija ima za cilj da podstakne povoljne efekte produktivnosti, na taj način što proširuje tržište za konkurentne zemlje. Ona, takođe, treba da doprinese povećanju troškova kojima će biti izložene zemlje s niskom produktivnošću, tako što redukuje mogućnost za opstanak niskoproduktivnih kompanija, kao i za zapošljavanje radnika nižeg nivoa kvalifikovanosti i radne sposobnosti na dobro plaćene poslove. Drugim rečima, liberalizacija trgovine odgovara zemljama sa visokim nivoom produktivnosti, pošto im omogućava proširenje tržišta i ostvarivanje ekstra-profita u razmeni sa manje razvijenim zemljama. Liberalizacija trgovine unutar Zone, na osnovu nesmetanog delovanja zakona prosečne profitne stope, dovodi do prelivanja viška vrednosti iz zemalja sa nižim nivoom produktivnosti u zemlje sa višim nivoom produktivnosti. Mehanizam delovanja prosečne profitne stope predstavlja, zapravo, osnovni ispit za uspešnost funkcionisanja Zone. Naime, suočavajući se sa visokim troškovima koji proističu iz nerazvijenosti, pojedine zemlje pokušavaju da na svaki način ograniče slobodno delovanje tržišta, čime usporavaju razvoj Zone, neretko dovodeći do apsurda i pitanje njenog postojanja. Dosadašnja iskustva ukazuju da formiranje Zone slobodne trgovine zemalja Zapadnog Balkana i Moldavije nije rezultiralo pozitivnim izmenama u regionalnoj strukturi spoljnotrgovinske razmene Srbije. Udeo zemalja CEFTA regiona u ukupnom robnom izvozu Srbije smanjen je sa 36,3% u 2004. godini na 28,5% u 2007. (prva godina nakon primene Multilateralnog CEFTA 2006 sporazuma) uz kontinuirani trend pada do 18,6% u 2013. Istovremeno, pad iskazuje i udeo zemalja Regiona u robnom uvozu Srbije koji je u 2013. godini gotovo prepolovljen u poređenju sa 2005. Pad udela zemalja CEFTA u ukupnom izvozu Srbije, predstavalja posledicu usporenijeg rasta njenog izvoza u zemlje Regiona, od rasta ukupnog robnog izvoza. Vrednost izvezene robe u zemlje CEFTA je u 2013. bila 3,2 puta veća u odnosu na 1997. godinu, dok

je, istovremeno, izvoz u zemlje ZND povećan 3,4 puta, u zemlje EU 6,2 puta i u „ostale“ zemlje 5,7 puta. Najdinamičniji rast izvoza u CEFTA region Srbija je ostvarila u periodu 2003-2005. godine, u vreme primene bilateralnih sporazuma 50

The Global Competitiveness Report 2013-2014, World Economic Forum, 2014.	76

o liberalizaciji trgovine među zemljama članicama. Nakon potpisivanja Multilateralnog CEFTA 2006 sporazuma, srpski izvoz u zemlje EU najbrže raste, dok izvoz u CEFTA nastavlja trend rasta sve do pojave globalne krize u drugoj polovini 2008. Uprkos liberalizaciji trgovine unutar Regiona, rast izvoza Srbije u zemlje CEFTA je tokom kriznog perioda zaostajao za izvozom u ostale regione. Grafikon V-5. Indeksi rasta izvoza Srbije po regionima, 1997-2013. (1997=100) Izvor: Obaračun na osnovu podataka iz tabele A-8 u aneksu. Da bi se izbegao uticaj promene broja članica CEFTA na vrednost izvoza Srbije u zemlje Zone, najbolje je posmatrati period od momenta potpisivanja Multilateralnog sporazuma iz 2006. i momenta kada je Hrvatska prestala da bude članica CEFTA u julu 2013. Ukupan sprski izvoz u periodu 2006-2013.

godine rastao je po prosečnoj godišnjoj stopi od 17%, koliko je	321

iznosio i rast izvoza u zemlje EU (izvoz u zemlje EZ15 bio je nešto usporeniji, 15,6%). Istovremeno, izvoz u CEFTA rastao je

po prosečnoj godišnjoj stopi od 7,3%, izvoz u zemlje ZND po stopi od	252

26,8% i izvoz u ostale zemlje po stopi od 42,3%. Na osnovu navedenih podataka lako je uočiti da izmene u članstvu CEFTA ne utiču previše na validnost teze o dugoročnom opadajućem trendu značaja ovog tržišta za robni izvoz Republike Srbije. Već na primeru Srbije postaje uočljivo, da se pojedine zemlje-članice Zone veoma razlikuju po vezanosti za intragrupacijsku trgovinu. Česta je praksa da pojedine zemlje ne pokazuju isti stepen vezanosti za grupaciju kada je reč o izvozu i uvozu, pa stoga, pri obračunu stepena integrisanosti Zone treba uzeti u obzir obe vrste podataka. Stepen međusobne povezanosti članica trgovinske grupacije izračunava se koeficijentom integrisanosti, na osnovu sledeće formule: Ki = 1n ∑mn=1⎛⎝⎜⎜EExxti ++ IImmit⎞⎠⎟⎟m , pri čemu je, Ki – indeks integrisanosti; Exi i Imi – intragrupacijski izvoz i uvoz; Ext i Imt – ukupan izvoz i uvoz; n – broj integrisanih zemalja. Tabela V-6. Stepen integrisanosti CEFTA grupacije u periodu 2005-2013. godine Članice CEFTA 2005 2007 2009 2010 2011 2012 2013 Promena koeficijenta integrisanosti 1 2 3 4 5 6 7 8 9=8-2 Moldavija 0,0024 0,0031 0,0038 0,0040 0,0039 0,0033 0,0031 0,0007 Crna Gora 0,4377 0,4183 0,4022 0,4027 0,4402 0,4754 0,4062 -0,0315 Srbija 0,1731 0,1697 0,1800 0,1748 0,1651 0,1572 0,1175 -0,0556 Hrvatska* 0,0833 0,1062 0,1047 0,1031 0,1087 0,1167 - 0,0334 BIH 0,3023 0,4536 0,3031 0,3008 0,2845 0,2737 0,1280 -0,1743 Makedonija 0,1812 0,1870 0,2056 0,1883 0,1765 0,1636 0,1298 -0,0514 Albanija 0,0291 0,0566 0,0766 0,0940 0,0967 0,1000 0,0805 0,0514 UNMIK** - - 0,3591 0,3567 0,3417 0,2559 0,2845 -0,0746 Ki (CEFTA) 0,1727 0,1992 0,2044 0,2030 0,2022 0,1932 0,1642 -0,0085 Napomena: *Hrvatska je u julu 2013.

postala punopravan član EU (pokazatelj promene integrisanosti se odnosi na 2012. u odnosu na 2005. godinu). **Podaci za UNMIK prikazuju se od 2009. godine (pokazatelj promene integrisanosti se odnosi na 2013. u odnosu na 2009. godinu). Izvor: Obračun na osnovu podataka iz nacionalnih statistika. Nivo integrisanosti CEFTA grupacije u 2007. godini iznosio je nešto manje od 20%, i samo za 2,6 procentnih poena bio je viši nego 2005. godine, u vreme kada se otpočinjalo sa formiranjem Zone slobodne trgovine na bazi velikog broja bilateralnih sporazuma. Jačanje kohezionih veza unutar grupacije trajalo je sve do 2011. godine,

da bi u naredne dve godine došlo do 136

značajnog slabljenja sprega među članicama Zone. Štaviše, integirsanost CEFTA je u 2013. bila manja nego u 2005. Pojedinačno posmatarano, članice CEFTA pokazuju različit nivo intraregionalne povezanosti. Bivše jugoslovenske republike iskazuju znatno veći stepen integrisanosti sa Regionom od Moldavije i Albanije, kao jedine dve članice CEFTA koje nisu bile deo SFRJ. Na osnovu ovih zaključaka, teško je oteti se utisku da Zona slobodne trgovine zemalja Zapadnog Balkana i Moldavije, bilo da je regulisana bilateralnim sporazumima ili jedinstvenim multilateralnim sporazumom, do sada, nije ispoljila rezulate shodno entuzijazmu koji je pratio njeno formiranje, te da bi sličan nivo integrisanosti posmatranih zemalja bio postignut i da nije došlo do njenog osnivanja. Intraregionalna saradnja na prostoru Zapadnog Balkana još uvek se najvećim delom zasniva na istorijskoj međuzavisnosti privreda bivših jugoslovenskih republika, čiji kapaciteti i struktura odgovaraju potrebama jedinstvene države koju su činile u prošlosti. Najviši nivo integrisanosti sa Regionom u 2013. iskazale su Crna Gora (više od 40% spoljnotrgovinske razmene obavlja unutar regiona) i UNMIK Kosovo (oko 28%), a slede ih Mekdonija, BIH i Srbija (sa oko 12%). Nešto viši nivo integrisanosti ovih privreda sa regionom, u odnosu na Moldaviju i Albaniju, uglavnom je posledica specijalnih veza zasnovanih na etničkoj pripadnosti i tradicionalnoj proizvodnoj međuzavisnosti. 5.2.5.5. Komparacija trgovinskih struktura Srbije i zemalja CEFTA Bez obzira na činjenicu da relativni obim intraregionalne razmene ukazuje na stepen integrisanosti članica grupacije, naročito u slučaju zemalja koje se nalaze na nižem stupnju razvoja, o uspešnosti njihove povezanosti još bolje govore podaci o robnoj strukturi međusobne trgovine i njenim promenama tokom vremena. Pošto se trgovinski preferencijali najvećim delom odobravaju za industrijske proizvode, intragrupacijska trgovina u većini slučajeva iskazuje najdinamičniji rast u segmentu tzv. netradicionalnih proizvoda. Ova zakonomernost treba da doprinese većoj diverzifikaciji izvoza i međusobnom povezivanju industrijskih sektora zemalja članica grupacije. Međutim, pomenuti efekat nije bio previše izražen u prošlosti, imajući u vidu relativno ograničen obim interne trgovine u većini integracionih grupacija u svetu. Dva moguća uzroka nešto usporenijeg tempa rasta robne razmene Srbije sa ostalim članicama CEFTA su: podudarnost u strukturama ekonomija posmatranih zemalja i/ili značajna uloga necarinskih barijera u međusobnoj trgovini. U

cilju razmatranja strukturne prilagođenosti izvoza Srbije strukturi uvoza ostalih **zemalja** 62

CEFTA grupacije, korišćen je

koeficijent podudarnosti (coefficient of conformity), koji se dobija primenom sledeće formule: ∑ xij xik n Cc = i =1 n n , i =1 121

∑ xij2 ∑ xik2 i=1 gde je: Cc- koeficijent podudarnosti,

xij- udeo izvoza ili uvoza proizvoda i u ukupnom izvozu ili uvozu zemlje j, a xik- udeo izvoza ili uvoza proizvoda i u ukupnom izvozu ili uvozu zemlje k. Teorijski, vrednost koeficijenta podudarnosti kreće se u intervalu 0-1, pri čemu vrednost 1 označava podudarnost izvoza zemlje j i uvoza zemlje k, 62

dok vrednost 0 ukazuje na odstustvo bilo kakvog slaganja ove dve strukture. Prema rezultatima dobijenim na osnovu sektorskih pokazatelja, uočava se da postoji relativno visok stepen slaganja strukture robnog izvoza Srbije sa strukturama robnog uvoza ostalih zemalja Regiona, što znači da Srbija, generalno, raspolaže profilom proizvoda koji se tradicionalno uvoze u zemljama CEFTA grupacije. U 2013. je sektorska struktura srpskog izvoza bila 80-90% podudarna sa strukturama uvoza ostalih članica CEFTA, čime su ostvareni preduslovi za obavljanje intra-sektorske razmene. Tabela V-7. Koeficijenti podudarnosti sektorske strukture ukupnog robnog izvoza Srbije i ukupnog robnog uvoza zemalja CEFTA, 2013. (prema SMTK) Albanija BIH Hrvatska Makedonija Moldavija Crna Gora 2013. 0,907 0,887 0,876 0,826 0,912 0,912 Izvor: Nacionalne statistike. Međutim, na osnovu analize strukture izvoza i uvoza Srbije u trgovini sa zemljama CEFTA, prema detaljnim podacima o robnim grupama SMTK, uočava se dominacija međugranske trgovine. Koeficijenti podudarnosti izvoza i uvoza Srbije u trgovini sa Moldavijom i Albanijom imaju izuzetno niske vrednosti, što je pouzdan pokazatelj da se razmena sa ove dve zemlje gotovo u potpunosti obavlja na međugranskom nivou. S druge strane, u 2013. godini se oko 60% trgovine sa Crnom Gorom i oko 40% trgovine sa BIH i Hrvatskom, obavljalo na intragranskoj osnovi, kao posledica njihove višedecenijske međusobne repro-zavisnosti. Tabela V-8. Koeficijenti podudarnosti robne strukture izvoza i uvoza Srbije u razmeni sa ostalim zemljama CEFTA grupacije, 2004.-2013. godine Albanija BIH Hrvatska Makedonija Moldavija Crna Gora 2004. 0,0419 0,2711 0,1624 0,4574 0,0000 - 2007. 0,0084 0,1377 0,1779 0,3765 0,0103 0,2044 2010. 0,1625 0,1580 0,3825 0,2657 0,0061 0,5371 2013. 0,0452 0,4028 0,3719 0,2940 0,1261 0,6163 Izvor: Obračun prema podacima RZS, Baza podataka. Iz svega iznetog, može se izvesti zaključak da strukturna nepodudarnost ne predstavlja bitan ograničavajući faktor u trgovini Srbije sa zemljama Regiona, a naročito u robnoj razmeni sa bivšim jugoslovenskim republikama. Stoga, pažnju treba više usmeriti ka unutrašnjim barijerama, koje mogu predstavljati značajnu kočnicu dinamičnijem rastu spoljne trgovine u Regionu. 5.2.5.6. Tretman necarinskih barijera u okviru CEFTA Ukoliko se ima u vidu da je multilateralnim CEFTA 2006 sporazumom jasno definisana liberalizacija u domenu carina i klasičnih necarinskih barijera, glavnu prepreku dinamičnijem rastu intra-regionalne razmene čine tehničke i administrativne barijere. U međunarodno regulisane necarinske barijere mogu se ubrojati sve tradiconalne necarinske barijere i deo tehničkih barijera trgovini, dok drugi deo tehničkih prepreka i administrativne barijere još nisu u potpunosti međunarodno regulisane. Poslednjih godina čine se napori da se u okviru STO i drugih međunarodnih organizacija regulišu sve preostale necarinske barijere. Ovaj proces je poznat kao „olakšavanje“ međunarodnih trgovinskih tokova (trade facilitation). Za razliku od višestranog uklanjanja necarinskih barijera u međunarodnoj razmeni na plurilateralnoj osnovi, odnosno, na bazi potpisivanja višestrukih

međunarodnih ugovora kojima se reguliše obavljanje trgovine između tri i više država, multilateralni CEFTA 2006 sporazum reguliše primenu necarinskih barijera u međusobnoj trgovini država potpisnica, tako što predviđa: • uklanjanje i zabranu uspostavljanja novih kvantitativnih restrikcija u uvozu i izvozu država potpisnica sporazuma; • obavezu obaveštavanja prilikom uvođenja novih tehničkih propisa; • izvršavanje liberalizacije javnih nabavki; • obezbeđenje zaštite prava intelektualne svojine na nediskriminatornoj osnovi; • regulisanje dampinga u skladu sa pravilima STO; • proceduru prilikom primene zaštitnih mera (safeguards) od strane država potpisnica sporazuma. Uprkos tome, veliki broj neregulisanih tehničkih i administrativnih barijera predstavlja značajnu prepreku ekspanziji trgovine između zemalja potpisnica CEFTA sporazuma. Samim tim, ne mogu biti ostvarena očekivanja ni po osnovu priliva stranih investicija u Region, kao ni po osnovu razvoja viših oblika ekonomske saradnje između preduzeća zemalja potpisnica Sporazuma. Države Regiona deklarativno su opredeljene za slobodnu trgovinu, ali istovremeno svaka od njih nastoji da zaštiti svoju privredu primenom necarinskih barijera. Ipak, sve one iskazuju spremnost na recipročno uklanjanje necarinskih barijera, na osnovu principa ustanovljenih CEFTA sporazumom i pravilima STO i EU. Na inicijativu Privredne komore Srbije i uz podršku Evrokomora, u Beogradu je aprila 2007. godine konstituisan Stalni forum privrednih komora CEFTA zemalja,

sa ciljem da se putem međukomorske saradnje i dijaloga, pruži podrška privredi ovih zemalja **da maksimiziraju pozitivne efekte** liberalizacije **trgovine u regionu.** 160

Forum je prihvatio da projekat za evidentiranje necarinskih barijera i upitnik za pravila o poreklu robe budu ustanovljeni kao CEFTA projekti, i da se primenjuju u svim komorama regiona, uz zahtev za tehničku podršku od strane Saveta za regionalnu saradnju (naslednik Pakta za stabilnost JIE). Privredna komora Srbije je uzela aktivno učešće u programu evidentiranja necarinskih barijera sa kojima se domaći izvoznici suočavaju na tržištu zemalja CEFTA grupacije, i u tu svrhu je anketirala jedan broj preduzeća koja se bave spoljnotrgovinskom aktivnošću. Na osnovu rezultata sprovedene ankete, uočava se da srpski privrednici imaju primedbe na postojanje velikog broja različitih necarinskih barijera, koje otežavaju promet robe u regonu. Najveći broj primedbi srpske strane odnosi se na: 1. neprimereno veliki broj zahteva susednih zemalja za naknadnu proveru izdatih dokaza o poreklu robe iz Srbije, često kad za to nema opravdanja; 2. pokušaje osvajanja srpskog tržišta jeftinim proizvodima na osnovu netačnih dokumenata o poreklu proizvoda; 3. zabranu uvoza ili uvođenje kompenzatornih mera na pojedine proizvode iz Srbije, bez odgovarjućeg obrazloženja; 4. uvođenje restriktivnih kriterijuma za turističke pratioce (npr. Hrvatska je insistirala na obaveznosti hrvatskog državljanstva); 5. nemogućnost uvoznog carinjenja robe subotom i zahtev da originalna dokumenta budu u latiničnom pismu. 6. zahteve

da se u proizvođačke specifikacije, koje spadaju u poslovnu tajnu, tačno unese normativ utroška materijala; 188

7. otežanu registraciju lekova i proizvoda za zaštitu bilja iz Srbije, dok se istovremeno lekovi iz ovih zemalja u Srbiji registruju bez teškoća; 8. zabranu uvoza nekih pakovanja vode iz Srbije, zbog navodne bakteriološke neispravnosti, iako rezultati superanalize to ne potvrđuju; 9. izričite zahteve da, pored uobičajenih podataka, deklaracija sadrži punu adresu uvoznika, pri čemu, nije dozvoljeno da se ovaj podatak nalazi na stikeru koji se prilepljuje na odgovarajuće

mesto, već isključivo da bude odštampan na originalnoj ambalaži; 10. obavezu da se prilikom posete Moldaviji, obezbede tri vize (bugarske jer se tamo nalazi konzulat Moldavije, moldavske i rumunske-tranzitne); 11. nepriznavanje licence pojedinih srpskih instituta (npr. Instituta „Mihajlo Pupin“ iz Beograda za projektovanje i izvođenje telekomunikacionih radova u Republici Srpskoj) i onemogućavanje nostrifikovanja licence koju je izdalo nadležno Ministarstvo; 12. nepriznavanje srpskih standarda za pojedine proizvode, poput brašna, i sl. Istovremeno i privrednici ostalih CEFTA zemalja, ukazuju da problema ima i na srpskoj strani, kojoj se najviše zamera na: 1. sporosti izdavanja veterinarskih uverenja (naročito o kvalitetu svežeg mesa) i dozvola za transport opasnih materija; 2. visokim troškovima pribavljanja sertifikata o kvalitetu; 3. obavezi uzorkovanja svakog kamiona, čak i onda kada se radi o standardizovanom proizvodu, kao i na dugom čekanju radiološke kontrole; 4. nedovoljnom broju transportnih dozvola i značajnoj razlici u visini transportnih dažbina između domaćih i inostranih prevoznika itd. Brojni sporovi koji su u prošlosti opterećivali međusobnu trgovinu zemalja Regiona, danas su svedeni na relativno zadovoljavajući nivo, pre svega zahvaljujući efiksnom delovanju Stalnog foruma privrednih komora CEFTA, uz podršku Saveta za regionalnu saradnju. Preostala nerešena pitanja se najvećim delom odnose na deo tehničkih i adminstrativnih barijera, poput ujednačavanja standarda kvaliteta, ili međusobnog uvažavanja kompetencija nacionalnih inspekcijskih i kontrolnih službi. Na kompleksnost problema ukazuje i činjenica da ni STO još uvek nije našla odgovarajuće mere za kontrolisanje većeg dela tehničkih i administrativnih trgovinski prepreka. Primena necarinskih barijera u međusobnoj trgovini članica Zone slobodne trgovine zemalja Zapadnog Balkana i Moldavije, najvećim delom predstavlja posledicu prilagođavanja zemalja Regiona činjeničnom stanju da CEFTA ne predstavlja „predvorje“ za njihov kolektivni prijem u EU, kako je prvobitno isticano, već za pojedinačno pristupanje, u skladu sa rezultatima koje svaka zemlja iskazuje u pogledu razvoja, makroeknomske stabilnosti i prilagođenosti institucija sistema uslovima koji važe u Uniji. Stoga, nijedna od njih nije voljna da dozvoli odlivanje novostvorene vrednosti kroz slobodnu trgovinsku razmenu, koja se zasniva na razlikama u produktivnosti, već nastoji da zaštiti domaće tržište uz primenu svih mera, koja ne bi ugrozile proces pregovora o pristupanju EU. Liberalizacija trgovine unutar CEFTA grupacije ne predstavlja autonomnu odluku zemalja članica, već odluku nametnutu od strane Brisela, koji je na ovaj način uslovio nastavak procesa širenja EU na region Balkana. U tom kontekstu, sve zemlje kandidati za pristupanje EU više postaju zainteresovane za prilagođavanje svojih proizvodnih procesa i trgovinskih tokova potrebama najrazvijenijih evropskih privreda, nego zemljama u Regionu. 5.2.6. Karakteristike robne strukture izvoza Srbije 5.2.6.1. Komplementarnost strukture srpskog izvoza i svetske tražnje za uvozom Nivo koncentracije robnog izvoza, meren Herfindal-Hiršmanovim indeksom (Herfindahl- Hirschmann index), ukazuje na nisku robnu koncentraciju spoljne trgovine Srbije. U izvozu Srbije u 2013. godini ukupno je učestvovalo 245 robnih grupa SMTK, ostvarivši nizak nivo robne koncentracije izvoza od 0,114. Poređenja radi, u 2005. godini je na strani izvoza učestvovalo 235 robnih grupa, a koeficijent koncentracije je bio 0,105. Nizak nivo koncentracije još više predstavlja odliku srpskog uvoza, u kojem je u 2005. godini učestvovalo 248 robnih grupa, a u 2013. godini 249 robnih grupa, uz koeficijente koncentracije od 0,084 i 0,099, respektivno. Visok nivo diverzifikovanosti spoljne trgovine posledica je procesa liberalizacije i nestrateškog pristupa izazovima koje ona sa sobom nosi. Da bi se ustanovilo da li struktura robnog izvoza Srbije otežava integrisanje domaćih kompanija u globalne trgovinske tokove, neophodno je primeniti obračun indeksa komplementarnosti robne strukture spskog izvoza i strukture svetske uvozne tražnje, prema sledećem obrascu: ∑ Eij−Mik Se j m k = 1 − i 2 Simboli imaju sledeće značenje: Sejmk = indeks komplementarnosti strukture izvoza zemlje (ili grupe zemalja) j i strukture uvoza zemlje (ili grupe zemalja) k; i = SMTK Revizija 3; j = izvoznik; k = uvoznik; Eij =

udeo proizvoda i u ukupnom izvozu zemlje j; Mik = udeo proizvoda i u ukupnom uvozu zemlje k. 89

Indeks komplementarnosti robnog izvoza prikazuje koliko se izvozna struktura neke zemlje (ili grupe zemalja) j slaže sa uvoznom strukturom partnerske zemlje (ili grupe zemalja) k. Indeks se kreće u rasponu 0-1, pri čemu 0 indicira da ne postoji slaganje strukture izvoza zemlje (ili grupe zemalja) j, sa uvoznom strukturom zemlje (ili grupe zemalja) k, dok 1 indicira savršenu korespondenciju između ovih struktura. U konkretnom slučaju, utvrđen je stepen slaganja sektorske strukture robnog izvoza Srbije i sektorske strukture svetskog uvoza, kao grupe koju sačinava više od 200 zemalja. Jedan od najvećih nedostataka indeksa komplementranosti je što u uslovima nejednakih partnera, dobijeni procenti ne odražavanu nivo slaganja posmatranih struktura. Primera radi, indeks komplementarnosti izvozne strukture Srbije i strukture svetske uvozne tražnje u 2013. godini iznosi 0,468, što se, za razliku od slučaja trgovine između partnera iste veličine, ne može protumačiti na način da 46,8% međusobne razmene predstavlja rezultat slaganja njihovih izvoznih i uvoznih struktura. Da bi se ovaj nedostatak otklonio, po istom principu je obračunat indeks komplementarnosti za ZUT JIE (koje još nisu pristupile EU) i ZND, što omogućava poređenje rezultata i indireknto utvrđivanje stepena slaganja izvoznih struktura pojedinih ZUT sa strukturom svetskog uvoza (tabela A- 12 u aneksu). Na osnovu rezultata obračuna za pojedine godine koje korenspondiraju sa trajanjem globalne krize (2008-2013.) prezentiranih u tabeli A-12 u aneksu, moguće je doći do dva zaključka koji su bitni za dalji tok analize: 1. stepen slaganja sektorske strukture srpskog izvoza i sektorske stukture svetskog uvoza, tokom celog kriznog perioda, iskazuje visok nivo stabilnosti i 2. struktura sektorskog izvoza Srbije pokazuje daleko najveći stepen slaganja sa strukturom globalne uvozne tražnje od svih posmatranih ZUT. Ovo ukazuje da sektorska struktura srpskog izvoza ne predstavlja ograničavajući faktor za značajniji prodor srpskih kompanija na svetsko robno tržište. Međutim, struktura svetskog uvoza, usled visokog sadržaja proizvoda niže faze prerade, nije takva kakvoj bi Srbija trebalo da teži. Usled nadpolovičnog udela

EU u ukupnom izvozu Srbije postoji pretpostavka da bi sama uvozna tražnja EU u velikoj meri mogla oblikovati strukturu izvoza srpske privrede, odnosno, da su promene do kojih dolazi u strukturi robnog izvoza Srbije dobrim delom posledica prilagođavanja domaće privrede uvoznoj tražnji njenog najvažnijeg trgovinskog partnera. 1

U analizi stepena slaganja

strukture srpskog robnog izvoza sa strukturom uvozne tražnje 184

u EU, treba poći od pretpostavke

da je struktura robnog izvoza Srbije, posle punog ispoljavanje **efekata globalne ekonomske krize,** 1

postala manje prilagođena strukturi robnog uvoza EU, nego pre krize. Stoga analizu komplementarnosti struktura izvoza Srbije i uvoza EU treba svesti na predkrizni period. Eksterni uvoz EU15 će zbog visokog "kvaliteta" poslužiti kao referentna

struktura kojoj bi Srbija trebalo da teži. Hipotetički, 1

postoje četiri osnovna slučaja koji mogu proizaći iz ovog odnosa: 1.

Ako bi visok **rast srpskog izvoza bio praćen rastom** 1

koeficijenata komplementarnosti uz povećanje udela robe

više faze prerade u izvozu, onda bio se moglo govoriti o poželjnom, odnosno, kvalitetnom rastu izvoza. 1

2.

Ako bi porast izvoza bio praćen padom koeficijenata sličnosti, uz istovremeni pad udela proizvoda **više faze finalizacije u izvozu Srbije, onda je jasno da bi u pitanju bio rast forsiran primarnim proizvodima, odnosno nekvalitetan rast.** 1

3.

Ako bi rast izvoza bio praćen istovremenim rastom keoficijenta sličnosti i padom udela industrijskih proizvoda u izvozu, onda je najverovatnije u pitanju snažna strutkurna **promena EU uvozne tražnje komplementarna sa srpskom izvoznom ponudom, koja bi u narednim godinama, ali ne i dugoročno, doprinela rastu izvoza.** 1

4.

Ako bi pad koeficijenta sličnosti bio praćen rastom udela industrijskih proizvoda, opet bi u pitanju bila promena EU uvozne tražnje, odnosno njeno udaljavanje od srpske izvozne ponude, koje bi moglo biti inicirano znatnim poboljšanjem EU uvozne tražnje u smislu većeg udela sofisticiranijih proizvoda. 1

Tabela V-9. Indeks komplementarnosti strukture izvoza Srbije i eksterne uvozne tražnje EU15, 1990-2009. God. 1990 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 Sejmk 0,563 0,525 0,561 0,556 0,569 0,525 0,515 0,510 0,527 0,555 0,571 Izvor: Obračun na osnovu baze podataka RZS i Eurostat Poređenje

izvozne strukture Srbije sa eksternom uvoznom tražnjom EU15 **pokazuje da je 2000. u odnosu na 1990.** godini **došlo do značajnog pada sličnosti datih struktura.** U **2001.** godini **je** zabeležen rast **podudarnosti, da bi ovi procesi bili** prekinuti **već u sledećoj godini. Uzroke pada** komplementarnosti **u** 1

2002. godini

treba tražiti u potrebi sprske privrede da po svaku cenu ostvari rast **izvoza, što je povećavalo udeo** 119

primarnih proizvoda (pre svega agro-industrijskog kompleksa) u

izvoznoj strukturi, koji su u uvoznoj strukturi EU15 **znatno manje zastupljeni.** 157

Naredne, 2003. godine, zabeležen je rast koeficijenata podudarnosti, da bi rezultati za tri sledeće godine pokazali izraženo smanjenje sličnosti struktura, čak, ispod nivoa ostvarenog u 2000. godini. Uzrok ovog pada, takođe, treba tražiti

u snažnom povećanju ukupnog izvoza, koji je dobrim delom bio forsiran **i proizvodima niže faze finalizacije** 1

odseka

67-gvožđe i čelik i 68-obojeni metali, 150

koji su u strukturi uvozne tražnje EU15 bili znatno manje zastupljeni. Nakon 2006. godine beleži se blagi rast indikatora sličnost, koji se preneo čak i na kriznu 2009. godinu. I pored izražene nestabilnosti, vrednost indeksa komplementarnosti srpske izvozne i EU15 uvozne strukture je samo blago porasla, što ukazuje da je domaći izvoz zadržao nepovoljnu strukturu. Sličnost

srpske izvozne strukture sa uvoznom tražnjom EU15 **je** među najmanjim **od** 1

svih ZUT. Za razliku od Srbije, ove zemlje su beležile rast koeficijenata podudarnosti u procesu pristupanja evropskim integracijama početkom devedesetih, i danas ostvaruju znatno veću podudarnost svojih izvoznih struktura sa strukturom uvozne tražnje EU15. Iskustva ovih zemalja

pokazuju put kojim bi Srbija trebalo da ide. 1

Međutim, u Srbiji se ponavljaju osamdesete godine prošlog veka, kada visok izvoz nije bio praćen strukturnim promenama, već se pretežno zasnivao na proizvodima niže faze prerade (hrana i proizvodi svrstani po materijalu). Za razliku od Srbije, u strukturi tgovine IRZ i naprednih ZUT51, veoma značajnu ulogu

imaju odseci sektora-7, koji **uglavnom čine tehnološki intenzivni proizvodi,** 1

što je pokazatelj velike kvalitativne razlike između ovih struktura. Hipoteza o eventualnom strukturnom unapređenju domaćeg izvoza biće testirana metodom komparacije učešća „human and physical capital“ i „high skill” intenzivnih proizvoda u strukturi izvoza Srbije i EU, prema odsecima SMTK (u skladu sa metodologijom Kandogan, 2005.). Tabela V-10.

Struktura izvoza Srbije po faktorskoj intenzivnosti proizvoda 1990-2009. (u % ukupnog izvoza) 1

1990 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009

Resursno intenzivni 35,8 48,0 43,9 50,4 44,6 56,8 56,6 57,9 54,4 53,5 47,2 Radno intenzivni 29,9 24,1 31,8 26,8 25,3 23,4 24,2 23,0 24,1 21,0 24,7 "Human and physical. capit." int. **33,8 22,6 21,6 20,5 28,5 19,2 18,9 18,9 21,4 24,7 26,4 Izvor: RZS.** 1

Na osnovu rezultata obračuna prezentiranih u tabeli,

može se zaključiti da je u odnosu na 1990. godinu **došlo do** bitnog **pogoršanja strukture domaćeg izvoza, što se posebno može videti na osnovu pada udela „human and physical capital“ intenzivnih robnih odseka u** ukupnom **izvozu** (koji **kod** IRZ **imaju ubedljivo najveće učešće), kao i na osnovu porasta udela resursnih proizvoda.** Nakon **2006.** godine, **udeo „human and physical capital“** 1

grupe, koju čine proizvodi visokog nivoa finalizacije i

koja najviše opredeljuje sumarni kvalitet strukture izvoza, blago **je** 1

povećan, što je doprinelo izvesnom kvalitativnom poboljšanju strukture domaćeg izvoza. Pozitivno je i to, što udeo resursno intenzivnih proizvoda, takođe, iskazuje blagi pad od 2006. godine, mada njihovo učešće u strukturi izvoza u EU15 ostaje i dalje relativno visoko.

Struktura izvoza Srbije po faktorskoj intenzivnosti proizvoda pokazuje da je većinski deo domaćeg izvoza baziran na resursno **i** radno intenzivnim **proizvodima i** 1

da se tu situacija praktično nije značajnije **promenila** još od **2000.** 1

godine. Komparirajući dobijene indikatore sa istim pokazateljima kod IRZ i naprednih ZUT, vidljivo je da razvijene zemlje, imaju daleko

manje učešće resursno intenzivnih proizvoda u izvozu, kao i viši udeo proizvoda intenzivnih ljudskim i fizičkim kapitalom (kod razvijenih i naprednijih **zemalja u tranziciji, resursno-intenzivni proizvodi** 1

imaju, u proseku, upola manje učešće u sturkturi ukupnog izvoza. Tabela V-11.

Struktura izvoza Srbije po kvalifikovanosti radne snage 1990 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 industrijski 73,9 64,8 65,7 59,7 67,2 63,8 64,4 63,7 66,3 69,1 64,2 Radno intenzivni 1

('Low skill') 39,4 42,4 44,9 39,8 46,9 42,3 43,2 42,9 42,1 41,2 36,7 Int. kval. Radom ('High skill') 34,5 22,5 20,8 19,9 20,2 21,5 21,2 20,8 24,2 27,9 27,4

primarni 25,5 32,4 31,6 38,0 31,3 35,5 35,3 36,1 33,6 30,1 34,2 Izvor: RZS. 1

Nepovoljna struktura domaćeg izvoza može se sagledati i **ako ga razvrstamo na tri kategorije: primarne proizvode, radno-** intezivne **industrijske proizvode i industrijske proizvode kod kojih dominira kvalifikovani rad i uporedimo** dobijene **rezultate sa drugim državama** 1

(na osnovu podataka iz baze UNCTAD). Stagnantnost

izvozne strukture, nakon **rapidnog pogoršanja u poslednjoj dekadi** dvadesetog **veka, može se pratiti i na osnovu niskog udela industrijskih proizvoda intenzivnih kvalifikovanim radom, koji** predstavljaju relevantan pokazatelj **sumarnog kvaliteta izvoza. Udeo te** grupe proizvoda **je od 2000.** godine **približno** upola **manji od** 1

odgovarajućeg pokazatelja za napredne ZUT ili EU. Primera 51 Prva grupa ZUT koja je primljena u punopravno članstvo EU. radi, udeo proizvoda intenzivnih kvalifikovanim radom je u Nemačkoj, 2002. godine, iznosio 69,1%, u Češkoj Republici (2003.) 57,1%, u Sloveniji (2005) 53,4% itd. Nasuprot tome,

učešće proizvoda intenzivnih nisko-kvalifikovanim **radom, i posebno primarnih proizvoda,** je **daleko** veće **nego kod posmatranih zemalja, što ukazuje na nepromenjenu nepovoljnu** 1

strukturu domaćeg izvoza i praktično odsustvo proizvoda sa visokom dodatom vrednošu. **Od 2006. do 2009. došlo je do izvesnih pozitivnih promena strukture izvoza u pravcu porasta udela proizvoda sa višim stepenom** kvalifikovanosti. Međutim, **udeo industrijskih proizvoda** 1

čija je proizvodnja intenzivna kvalifikovanim radom, je u 2009. godini iznosio

27,4% ukupnog izvoza, što je još uvek znatno niže od udela kod **npr. Nemačke, Češke** 1

i ostalih naprednih zemalja. S druge strane, udeo primarnih proizvoda, koji je u 2009. iznosio oko trećine ukupnog

izvoza Srbije, je i dalje daleko veći nego kod razvijenih zemalja i naprednih ZUT.

Posmatrajući faktorsku intenzivnost domaćeg robnog izvoza, pozitivno je da **posle 2006,** 1 **pa i u 2009. raste udeo "human and physical capital"** grupe proizvoda, **koja najviše opredeljuje sumarni kvalitet strukture izvoza. Povoljan je i trend pada učešća resursno intenzivnih proizvoda posle 2006, posebno** 2009. godine. **Druga klasifikacija,** sa razvrstavanjem **izvoza na: primarne, radno i „skill“ intenzivne industrijske proizvode, pokazuje dve suprotne tendencije; da opada udeo industrijskih proizvoda intenzivnih** nisko-kvalifikovanim **radom i da raste udeo primarnih proizvoda.**

5.2.6.2. Analiza komparativnih prednosti na nivou robnih grupa Primenom formule za izračunavanje koeficijenta otkrivenih komparativnih prednosti na podatke o izvozu Srbije po robnim grupama SMTK, za period 2004-2013. godine, moguće je utvrditi koje su grupe proizvoda ostvarivale povoljnu konkurentsku poziciju na svetskom tržištu u svakoj od posmatranih godina (statičke komparativne perednosti) i da li je došlo do promene u strukturi konkurentske pozicije pojedinih robnih grupa u posmatranom razdoblju (dinamičke komparativne prednosti). U 2004. godini komparativne prednosti su ostvarene kod agrarnih i primarnih proizvoda, dok su industrijski proizvodi iskazali znatno slabije izvozne performanse. U periodu od 2004. do 2008. godine, agrarni i primarni proizvodi su postepeno gubili komparativne prednosti, dok su ih industrijski proizvodi sticali. U vreme krize koje je obuhvaćeno periodom od 2008. do 2013. godine, situacija se ponovo menja, tako da industrijski proizvodi gube komparativne prednosti, dok kod primarnih proizvoda one rastu (detaljnija analiza predstavljena je u okviru tabele A-13 u aneksu). Tabela V-12. Komparativne prednosti izvoza Srbije prema faktorskoj intenzivnosti, na osnovu pokazatelja otkirivenih komparativnih prednosti (RCA), u periodu 2004-2013. godine Robne grupe SMTK prema tipu tehnologije 2004 Statičke RCA 2008 2013 RCA 2008 RCA 2004 Dinamičke RCA RCA 2013 RCA 2008 RCA 2013 RCA 2004 I Agrarni i primarni proizvodi 1,36 0,85 1,05 0,63 1,24 0,77 II Industrijski proizvodi – sve tehnologije: 0,90 1,06 0,98 1,18 0,92 1,09 A. Intenzivne ljudskim kapitalom 0,37 0,54 0,55 1,46 1,02 1,49 1. Visoka tehnologija 0,24 0,25 0,27 1,04 1,08 1,13 1.1. Radno intenzivne 0,14 0,12 0,17 0,86 1,42 1,21 1.2. Kapitalno intenzivne 0,39 0,44 0,40 1,13 0,91 1,03 2. Srednja tehnologija 0,41 0,56 0,56 1,37 1,00 1,37 2.1. Radno intenzivne 0,34 0,58 0,58 1,71 1,00 1,71 2.2. Kapitlano intenzivne 0,51 0,52 0,53 1,02 1,02 1,04 2.2.1. Resursno intenzivne 1,03 0,81 0,80 0,79 0,99 0,78 2.2.2. Ostalo 0,12 0,25 0,25 2,08 1,00 2,08 3. Ostalo 0,53 1,09 1,13 2,06 1,04 2,13 B. Kapitalno intenzivne 0,56 0,59 0,41 1,05 0,69 0,73 C. Radno intenzivne 1,38 1,56 1,46 1,13 0,94 1,06 D. Resursno intenzivni 2,69 2,68 2,24 1,00 0,84 0,83 1. Slabo 1,35 1,74 1,53 1,29 0,88 1,13 2. Jako 3,17 2,92 2,44 0,92 0,84 0,77 2.1. Intenzivni ljudskim kapitalom 3,67 3,15 2,08 0,86 0,66 0,57 2.2. Ostalo 2,44 2,56 2,94 1,05 1,15 1,20 E. Ostalo 2,11 1,26 0,68 0,60 0,54 0,32 Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS i UNCTAD Kada se 2013. uporedi sa 2004. godinom, uočava se da su komapративne prednosti u izvozu primarnih proizvoda smanjene za 23%, dok su komparativne prednosti u izvozu industrijskih proizvoda povećane za 9%. Varijacije u nivou iskazanih komparativnih prednosti kod poljoprivrednih i ostalih primarnih proizvoda, predstavljaju posledicu osetljivosti obima i vrednosti izvoza ovih proizvoda u odnosu na volatilnost berzanskih cena i svetske tražnje. Sa rastom svetskih berzanskih cena hrane i ostalih primarnih proizvoda, po pravilu bi trebalo da raste i srpski eksport ovih proizvoda, pošto povećanje cena stimuliše proizvođače da izvoze. Ali, ukoliko se uporedi kretanje svetskih cena primarnih proizvoda sa dinamičkim pokazateljem komparativnih prednosti srpskog izvoza primarnih proizvoda, uočava se sledeći paradoks: sa rastom

svetskih cena primaranih proizvoda smanjuju se komparativne prednosti srpskog izvoza agrarnih i primarnih proizvoda. U

prvi mah moglo **bi** se **očekivati da je sa svetskom ekonomskom krizom pogoršana struktura domaćeg izvoza, i da je u vreme krize intenziviran izvoz** robe **niže faze finalizacije sa nižim cenama na svetskom tržištu. Međutim, desilo se nešto manje-više očekivano za poznavaoce kretanja berzanskih cena i tražnje, a to je snažan pad cena osnovnih metala,** ali **i tražnje za njima, kao i pad cena hrane na svetskom tržištu, dakle proizvoda koji** 1

tradicionalno beleže dominantno učešće u strukturi izvoza. Udeo crnih i obojenih metala u domaćem izvozu je drastično opao, dok se

udeo hrane, istina, povećao, jer je ona vrlo malo elastična na promene dohotka. 1

Poljoprivredne sirovine Hrana Minerali i rude RCA 1,8 1,6 Lančani indeksi 1,4 1,2 1 0,8 0,6 0,4 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Grafikon V-6. Agrarni i primarni proizvodi: dinamika RCA i svetskih berzanskih cena (lančani indeksi) Izvor: Obračun na osnovu baza podataka RZS i UNCTAD Srpski agrani sektor je mogao postići i bolje izvozne rezultate, da je dovoljno pripremljen za utakmicu na globalnom tržištu. Naime, domaći izvoznici ne koriste sve mehanizme, koji omogućavaju brzu reakciju na promene uslova poslovanja na globalnom tržištu. Srbija nema dovoljno zaliha odgovarajućeg kvaliteta, kojim bi promptno reagovala na rast traženje za poljoprivrednim proizvodima na svetskom tržištu. Nedovoljan obim savremene proizvodnje (staklenici, plastenici, sistemi navodnjavanja), redukovan stočni fond, nefleksibilni klanični kapaciteti, neadekvatni skladišni prostori (magacini, hladnjače), nerazvijena spoljnotrgovinska mreža i nepovoljni uslovi fiansiranja zaliha,

samo su neki od faktora koji nepovoljno utiču na 166

izvoz primarnih proizvoda. Najveće statičke komparativne prednosti u okviru primarnog sektora, u 2013. godini, iskazali su: voće, pripremljeno i proizvodi (osim sokova); kukuruz u zrnu; brašno, prekrupa i griz od pšenice; prekrupa i brašno od ostalih žitarica; uljano semenje i ostala ulja i bezalkoholna pića. Od značajnijih robnih grupa, najveće dinamičke prednosti u periodu 2004-2013. ostvarili su: iverje, sečka i otpaci od drveta; električna energija; naftni gasovi; prerađen duvan; sir i urda i žive životinje. Kada je o ovom kompleksu reč, posebno treba podsticati komparativne prednosti u izvozu električne energije i bezalkoholih pića, jer će globalna zajednica u budućnosti sve više biti suočena sa neštašicom energije i vode. Kada je o industrijskim proizvodima reč, Srbija iskazuje komparativne prednosti u izvozu radno i resursno intezivnih prozvoda. Radno-intenzivni industrijski sektori su u svim posmatranim godinama iskazivali statičke izvozne komparativne prednosti. Osim statičkih komparativnih prednosti, ovi sektori su iskazali i rast dinamičkih komparativnih prednosti kada se 2013. godina uporedi sa 2004. Međutim, u periodu 2008-2013. i kod ovih

sektora je evidentiran pad dinamičkih komparatvinih prednosti, pre svega zbog činjenice da njihovi proizvodi najvećim delom zavise od izvozne tražnje, koja je za vreme krize značajno smanjena, naročito u zemljama EU, kao najvažnijem izvoznom tržištu za plasman srpskih proizvoda. U okviru radno-intenzivnih proizvoda, najizraženije komparativne prednosti u 2013. godini iskazali su: pribor za odeću od tekstila; metalni kontejneri; automobilske gume; oružje i municija; oprema za domaćinstvo od prostih metala i obuća. Međutim, većina ovih proizvoda ne iskazuje i dinamičke prednosti. Osim pribora za odeću i metalnih kontejnera, dinamičke prednosti u posmatranom desetogodišnjem periodu iskazali su još: til, čipke, vez, trake i ostalo; proizvodi od plute; stoni pribor; motocikli i bicikli; satovi i časovnici i prikolice i poluprikolice. Najviši nivo statičkih komparativnih prednosti, tokom svih posmatranih godina, iskazivao je sektor resursno-inenzivne industrijske proizvodnje. U meri u kojoj su troškovi upotrebljenih resursa beležili veći udeo u strukturi cene proizvodnje ("jako resursno-intenzivni" proizvodi), komparativne prednosti u izvozu takvih proizvoda bivale su sve izraženije. Međutim, dinamički posmatrano, komparatvine prednosti ovog sektora su postajale sve manje,

tako da je	njihov nivo	**u**	2013.	**godini bio za oko**		180

17% niži u odnosu na 2004. godinu. Slabljenje komparativnih prednosti u ovom periodu posebno karakteriše proizvodnju "jako resurno-intenzivnih" proizvoda (naročito kod proizvodnje intenzivne ljudskim kapitalom), dok se kod "slabo resursno-intenzivnih proizvoda" uočava izvesno poboljšanje komparativnih prednosti. Od resursno-intenzivnih proizvoda, po nivou iskazanih komparativnih prednosti u 2013. godini ističu se: valjani neplatirani i platirani proizvodi; proizvodi od drveta; glineni vatrostalni građevinski materijal; bakar; aluminijum; olovo i kalaj. Svi ovi proizvodi, osim proizvoda od drveta, zabeležili su značajno pogoršanje dinamičkih komparativnih prednosti, pre svega, kao posledicu pada cena i tražnje za obojenim metalima i građevinskim materijalom. Nažalost, statičke komparativne prednosti nisu evidentirane u industrijskim sektorima čija proizvodnja zahteva značajna ulaganja u ljudski i fizički kapital, a upravo je reč o industrijskim granama od strateškog interesa za globalnu ekonomiju. I pored toga, utešno deluje podatak da je sektor industrije čija proizvodnja zahteva intenzivnu upotrebu ljudskog kapitala iskazao dinamičke komparativne prednosti čak i u periodu krize, što može predstavljati signal da se na ovaj sektor ozbiljno može računati kao na jedan od lidera izvoza u bliskoj budućnosti. 5.3. TENDENCIJE NA SVETSKOM TRŽIŠTU USLUGA I IZGLEDI RASTA SRPSKOG IZVOZA 5.3.1. Globalne i regionalne tendencije u svetskoj razmeni usluga Tražnja za razmenjivim uslugama na svetskom tržištu poslednjih nekoliko decenija je u usponu. Sa razvojem znanja i tehnoloških inovacija manifestovale su se strukturne promene, naročito u pravcu 197 dinamičnijeg rasta tražnje za raznovrsnim poslovnim, profesionalnim i tehničkim uslugama. Zahvaljujući razvoju novih usluga, a pre svega, ICT sektora, veća tehnološka intenzivnost, produktivnost i konkurentnost postaju sve značajnije karakteristike tercijarnih delatnosti, bitno opredeljujući veći stepen njihove razmenjivosti na svetskom tržištu. Takve promene se ne mogu ignorisati ukoliko se želi ostvariti zadovoljavajuća pozicija na globalnom tržištu usluga, što sve više respektuju i zemlje u razvoju, u naporima da ostvare dinamičniji rast i razvoj svojih ekonomija. Zemlje čiji je održiv i zadovoljavajući privredni rast u jakoj korelaciji sa rastom izvoza, treba da posvete posebnu pažnju praćenju tržišnih zahteva i blagovremenom prilagođavanju tražnji, ne samo kada je reč o međunarodnom tržištu robe, već i kada se radi o tržištu raznovrsnih usluga. Za srpsku privredu je to poseban izazov, s obzirom na postavljene ciljeve razvojne strategije i ekonomske politike za naredni period, kada glavni generator ekonomskog rasta i razvoja treba da bude veći izvoz, kako robe, tako i

razmenljivih usluga. Sve zemlje, učesnice međunarodne trgovine, zainteresovane su da ostvare što bolju poziciju na globalnom tržištu robe i usluga. U uslovima visokog stepena liberalizacije, konkurentska utakmica među njima postaje sve intenzivnija. Zbog toga, koncept međunarodnog marketinga i istraživanja tržišta dobija sve veći značaj, ne samo u razvijenim tržišnim ekonomijama, već i u

zemljama u razvoju i zemljama **u tranziciji.** Cilj **je** da **se** blagovremeno sagledaju 40
promene **i**

tendencije na svetskom tržištu, kako bi se na vreme i adekvatno reagovalo prilagođavanjem sopstvene ponude i ostvarili što bolji spoljnotrgovinski rezultati. Ukupan svetski izvoz komercijalnih usluga u 2013. godini premašio je vrednost od 4.720 milijardi USD, što predstavlja petinu ukupnog

izvoza robe i usluga u toj godini (UNCTAD, 2014.). Mada **je** 90

izvoz robe gotovo četiri puta veći od izvoza usluga,

treba imati na umu da se značaj usluga **u** međunarodnoj trgovini **ne može** 156

posmatrati samo kroz takav red veličina. Značaj usluga je veći nego što zvanična statistika prikazuje, s obzirom da raznovrsne usluge učestvuju kao važni inputi u proizvodnji robe, determinišući njihovu vrednost, produktivnost i konkurentnost. Tabela V-13. Izvoz usluga po razvijenosti zemalja, 2003-2013. (mlrd. USD, %) 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Svet 1626,5 2192,8 2537,9 2826,0 3337,5 3888,8 3414,6 3896,3 4372,9 4473,8 4720,2 IRZ 1415,0 1641,5 1858,2 2038,6 2339,0 2777,2 2419,8 2695,4 3011,3 3003,4 3169,7 ZUR 402,7 497,0 622,5 718,1 848,1 1000,3 902,5 1110,0 1252,7 1353,1 1422,5 ZUT 44,8 54,3 57,3 69,3 90,4 111,4 92,2 91,0 109,0 117,3 128,0 Srbija 1,0 1,5 1,6 2,1 3,2 4,0 3,5 3,5 4,2 3,9 4,6 Struktura u %: Svet 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 100,00 IRZ 87,00 74,86 73,22 72,14 70,08 71,42 70,87 69,18 68,86 67,13 67,15 ZUR 24,76 22,67 24,53 25,41 25,41 25,72 26,43 28,49 28,65 30,24 30,14 ZUT 2,75 2,48 2,26 2,45 2,71 2,86 2,70 2,34 2,49 2,62 2,71 Srbija 0,06 0,07 0,06 0,07 0,10 0,10 0,10 0,09 0,10 0,09 0,10 Izvor: Obračun na osnovu podataka statistike platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. Iako su se negativni efekti svetske ekonomske krize manifestovali kroz usporavanje dinamike međunarodne trgovine, kako robe, tako i usluga, poslednjih godina oporavak je dinamičniji kada je reč o trgovini usluga u odnosu na trgovinu proizvoda. U 2012. godini ukupan svetski izvoz robe ostao je skoro nepromenjen u odnosu na prethodnu godinu (stopa rasta od 0,4%), a u 2013. zabeležen je

rast po stopi od 2, 2%, **dok je** sektor usluga ostvario **rast** globalnog izvoza **od** 247

2

,3% u 2012. godini i 5.5% u 2013. godini 179

(UNCTAD, 2014.).52 Rast izvoza komercijalnih usluga od posebnog je značaja za grupu najmanje razvijenih zemalja. Prema podacima Svetske trgovinske organizacije, od 2000. godine izvoz komercijalnih usluga iz najmanje razvijenih zemalja rastao je po prosečnoj godišnoj stopi od 14%, dok je ta stopa za ostatak sveta bila 9% (WTO, 2014, p. 22.). Uprkos činjenici da su najmanje razvijene zemlje ostvarile vrlo dinamičan rast izvoza komercijalnih usluga (13% u 2013. godini), u odnosu na ostatak sveta (6% u 52WTO, International Trade Statistics 2014., p. 22. 2013. godini), njihov udeo u svetskom izvozu komercijalnih usluga ostao je skroman (svega 0,7% u 2013. godini). Ipak, posmatrano u globalnim okvirima, razlike u dinamici rasta izvoza usluga sa pojedinih područja, doprinele su i promenama regionalnih učešća u globalnom izvozu komercijalnih usluga. Tako, podaci pokazuju da se udeo pojedinih regiona u svetskom izvozu komercijalnih usluga poslednjih godina menja. Evropski udeo izvoza komercijalnih usluga u svetskom

smanjen je sa 51,8% u 2005. godini, na 47,2% u 2013. godini, 145

pre svega, pod uticajem značajnog pada izvoza usluga putovanja. Takođe, smanjen je i udeo regiona Severne Amerike, i to

sa 17,3% u 2005. godini, na 16,4% u 2013. godini. 251

Istovremeno sa padom učešća Evropskog regiona i regiona Severne Amerike u svetskom izvozu komercijalnih usluga, evidentiran je rast udela drugih regiona, a pre svega Azije, koja je dostigla 26,2% učešća u globalnom izvozu usluga u 2013. godini (dok je u 2005. godini njen udeo bio 21,7%). Rastući udeo ovog područja ostvaren je, pre svega, pod uticajem rasta prihoda od usluga putovanja (naročito u sledećim zemljama: Makao, Kina i Tajland), a takođe i pod uticajem rasta izvoza grupe „ostalih komercijalnih usluga“ (naročito iz Indije i Kine). Zajednica nezavisnih država (ZND) ostvarila je povećanje učešća u globalnom izvozu komercijalnih usluga, sa 1,6%, na 2,5% u 2013. godini. Na ovom području evidentiran je najdinamičniji prosečan godišnji rast izvoza komercijalnih usluga od 2005. godine (po prosečnoj stopi od 14%). Takav rast je ostvaren, pre svega, zahvaljujući povećanju ruskog izvoza transportnih usluga, koje predstavljaju najznačajniji izvozni segment uslužnog sektora čitavog Regiona. Takođe, regioni Centralne i Južne Amerike ostvarili su povećanje udela u globalnom izvozu komercijalnih usluga. Udeo regiona Srednjeg Istoka ostao je stabilan (2,6% u 2005. i 2,7% u 2013. godini), dok je udeo Afrike ostao relativno skroman (svega 1,9% u 2013. godini). Na listi deset vodećih izvoznika komercijalnih usluga u svetu, prema podacima Svetske trgovinske organizacije za 2013. godinu (WTO, 2014.), nalaze se: EU-28 (isključujući intra-EU trgovinu), SAD, Kina, Indija, Japan, Hong Kong, Singapur, Republika Koreja, Švajcarska i Kanada. Na pomenutih deset vodećih zemalja učesnica u međunarodnoj trgovini komercijalnih usluga otpada 73,4% ukupne svetske trgovine komercijalnih usluga u 2013. godini. Samo EU 28

(bez intra EU trgovine) i SAD ostvarile su izvoz u vrednosti od 891 milijardu USD i 662 milijarde USD, respektivno, i učestvovale su u ukupnom svetskom izvozu komercijalnih usluga sa 25,2% i 18,7%, zauzevši prvo i drugo mesto. Na trećem mestu je Kina, sa ostvarenim izvozom u vrednosti od 205 milijardi USD i učešćem od 5,8% u ukupnom globalnom izvozu komercijalnih usluga. Među 40 zemlja, rangiranih prema vrednosti izvoza, najdinamičniji rast izvoza usluga u 2013. godini zabeležile su sledeće zemlje: Meksiko (po stopi od 21%), Tajland (19%), Makao, Kina (18%), Katar 16%, Belorusija (16%), Ujedinjeni Arapski Emirati (15%) itd. I na listi vodećih uvoznika komercijalnih usluga u svetu, na prvom i drugom mestu su zemlje EU28 (bez intra EU trgovine) i SAD, sa ostvarenim vrednostima uvoza od 668 milijardi USD i 432 milijarde USD, odnosno, sa učešćem u ukupnom uvozu komercijalnih usluga od 19,7% i 12,7% respektivno (zajedno, ove dve zemlje učestvuju u ukupnom svetskom uvozu komercijalnih usluga sa 32,4%). Treća pozicija, kao i na listi vodećih izvoznika, pripada Kini, sa ostvarenim uvozom u vrednosti od 329 milijardi USD i učešćem u ukupnom svetskom uvozu od 9,7%. Osim pomenute tri zemlje, među prvih deset, svrstavaju se: Japan, Singapur, Indija, Ruska Federacija, Republika Koreja, Kanada i Brazil. Na pomenutih prvih deset zemalja, najvećih uvoznika, otpada 66,7% ukupnog svetskog uvoza komercijalnih usluga. Među 40 zemalja rangiranih prema vrednosti uvoza, najdinamičniji rast uvoza usluga u 2013. godini zabeležile su sledeće zemlje: Kina (18%), Ruska Federacija (18%), Turska (16%), Švajcarska 13%, Ujedinjeni Arapski Emirati (12%), Katar (12%) i Ukrajina (11%). 5.3.2. Strukturne karakteristike svetske razmene usluga Trend liberalizacije međunarodne trgovine, kao i razvoj savremene tehnologije koja je primenjiva u sektoru usluga, pogodovao je većoj razmenjivosti raznovrsnih usluga i intenziviranju konkurentske utakmice među zemljama. Karakteristike uslužnih delatnosti, koje su u prošlosti tretirane kao manje produktivne, a više radno, nego tehnološki intenzivne, i koje su često podrazumevale neposredni kontakt između proizvođača i korisnika, u savremenim uslovima bitno su promenjene. Zahvaljujući razvoju znanja i široj primeni tehnoloških inovacija, naročito u oblastima raznovrsnih kompjuterskih i informatičkih usluga, kao i savremenih komunikacionih usluga, prostorna udaljenost između prodavca i kupca usluga gubi na značaju, a produktivnost i konkurentnost dobijaju na značaju. Usluge postaju lakše razmenjive, a utakmica za sticanje konkurentskih prednosti na međunarodnom tržištu sve intenzivnija. Konkurentnost usluga postaje i sve značajnija komponenta konkurentnosti robe, budući da raznovrsne usluge učestvuju u kreiranju vrednosti robe, kao proizvodni inputi. Sve to se manifestovalo kroz promene u strukturi ponude i tražnje usluga na svetskom tržištu, posmatrano po vrstama usluga. Podaci Svetske trgovinske organizacije pokazuju da je udeo klasičnih usluga u ukupnoj svetskoj trgovini usluga opao, dok se udeo ostalih (pre svega, poslovnih) usluga povećao. Na primer, udeo transporta u ukupnom izvozu komercijalnih usluga u 2000. godini iznosio je 23,2%, a u 2013. godini 19,5%.53 Udeo usluga putovanja istovremeno je smanjen, sa 32,0% na 25,5%, dok je udeo grupe ostalih usluga povećan sa 44,8% na 54,9%. Tabela V-14. Svetska trgovina komercijalnih usluga, po vrstama usluga (u mlrd. USD i %) Vrednost (mlrd. USD) 2013 2000 2005 Učešće (%) 2011 2012 2013 Izvoz: Sve komercijalne usluge 4645 100,0 100,0 100,0 100,0 100,0 Transport 905 23,2 22,6 20,5 20,2 19,5 Putovanja 1185 32,0 27,9 24,8 25,1 25,5 Ostale usluge 2550 44,8 49,3 54,5 54,5 54,9 Uvoz: Sve komercijalne usluge 4380 100,0 100,0 100,0 100,0 100,0 Transport 1165 28,6 28,6 27,4 27,3 26,6 Putovanja 1070 30,1 27,4 23,4 23,9 24,5 Ostale usluge 2085 41,2 44,0 48,0 47,5 47,6 Izvor: WTO, International Trade Statistics 2014., p. 121. Grupi „ostalih usluga“ svojstven je vrlo dinamičan rast globalne trgovine, u poređenju sa drugim vrstama usluga. Njihove prosečne godišnje stope rasta izvoza bile su najviše u vremenskim intervalima 2000-2005. godine

(rast po prosečnoj godišnjoj stopi od

13) i 2005-2010. godine

(rast po prosečnoj godišnjoj stopi od	208

11), kada su zabeležene više stope u odnosu na ukupan rast komercijalnih usluga i u odnosu na rast usluga transporta i usluga putovanja (tabela A-14 u aneksu). U okviru grupe ostalih usluga ekspanziju su ostvarile naročito raznovrsne poslovne i profesionalne usluge, gde su uključene kompjuterske i vezane usluge i komunikacione usluge kao tipične vrste novih usluga, zasnovanih na znanju i tehnološkim inovacijama.54 Svetski izvoz kompjuterskih i informatičkih usluga u periodu 2005-2013. godine rastao je po prosečnoj godišnjoj stopi od 14%. U 2012. godini ostvaren je rast njihovog izvoza

po stopi od 5%, **a u** 2013. godini **po stopi od**	24

10%. U 2013. godini svetski izvoz kompjuterskih i informatičkih usluga dostigao je vrednost od 285 milijardi USD.55 53 WTO, „Trade in Commercial Services“, International Trade Statistics 2014, WTO, 2014. 54 www.wto.org 55 Najveći izvoznici kompjuterskih i informatičkih usluga u svetu, prema podacima za 2013. godinu su: EU-28 (sa ostvarenim ekstra-EU izvozom u vrednosti od 62,3 milijarde USD), Indija (49,5 milijardi USD), SAD (18,2 milijarde 200 Svetski izvoz komunikacionih usluga u periodu 2005-2013. godine

rastao je po prosečnoj godišnjoj stopi od 9%.	145

U 2012. godini ostvaren je rast njihovog izvoza

po stopi od 5%, **a u** 2013. godini **po stopi od**	24

9%. U 2013. godini svetski izvoz komunikacionih usluga dostigao je vrednost od 120 milijardi USD.56 5.3.3. Značaj usluga za spoljnu trgovinu Srbije Prema podacima iz platnog bilansa, Narodne banke Srbije, Republika Srbija

je u 2013. **godini ostvarila izvoz** robe **i usluga** u vrednosti **od**	76

19.127,1 milion USD. Izvoz robe dostigao je vrednost od 14.564,5 miliona USD, a izvoz usluga 4.562,7 miliona USD.57 Iako je izvoz robe bio 3,2 puta veći od izvoza usluga, razmenjive usluge su važan segment spoljnotrgovinske razmene Republike Srbije, koji bi još značajnije mogao doprineti budućem dinamičnijem izvozno-orijentisanom rastu privrede

Srbije i ostvarivanju zapaženijih deviznih prihoda.

Udeo prihoda od izvoza usluga u ukupnim prihodima od izvoza robe i usluga 197

Srbije u 2013. godini iznosio je 23,85%. Udeo usluga u ukup. izvozu 24% Udeo robe u ukup. izvozu 76% Grafikon V-7. Struktura ukupnog srpskog izvoza u 2013. godini (u %), Izvor: NBS U 2013. godini uvoz robe i usluga dostigao je vrednost od 23.945,7 miliona USD, od čega na uvoz robe otpada 19.840,9 miliona USD, a na uvoz usluga 4.104,8 miliona USD. Uvoz robe bio je 4,8 puta veći od uvoza usluga, a udeo uvoza usluga u ukupnoj vrednosti uvoza robe i usluga iznosi 17,1%. USD), Kina (15,4 milijarde USD), Kanada (6,9 milijardi USD), Izrael (4,3 milijarde USD u 2012. godini), Filipini (2,8 milijardi USD), Ruska Federacija (2,6 milijardi USD), Malezija (2,0 milijardi USD) i Kostarika (2,0 milijardi USD). Najdinamičniji rast izvoza kompjuterskih i informatičkih usluga u 2013. godini, među deset vodećih zemalja izvoznica, ostvarila je ZND (po stopi od 25%). WTO, op. cit,. p. 134 56 Najveći izvoznici komunikacionih usluga u svetu, prema podacima za 2013. godinu su: EU-28 (sa ostvarenim ekstra-EU izvozom u vrednosti od 31, 9 milijardi USD), SAD (14,8 milijardi USD), Kuvajt (3,4 milijarde USD), Kanada (2,7 milijarde USD), Kina (1,7 milijardi USD), Hong Kong (1,8 milijardi USD u 2012. godini), Indija (2,2 milijarde USD), Ruska Federacija (1,7 milijardi USD), Australija (1,2 milijarde USD) i Indonezija (0,8 milijardi USD). Najdinamičniji rast izvoza komunikacionih usluga u 2013. godini, među deset vodećih zemalja izvoznica, ostvarila je Indija (po stopi od 34%). WTO, op. cit,. p. 128-129. 57

Prema metodologiji sadržanoj u Priručniku za izradu platnog bilansa, peto izdanje Međunarodnog monetarnog fonda 1993 189

(BPM 5 – Balance of Payment Manuel 5). Na osnovu podataka NBS, objavljenih u martu 2014. 201 Udeo usluga u ukup. uvozu 17% Udeo robe u ukup. uvozu 83% Grafikon V-8. Struktura ukupnog srpskog uvoza u 2013. godini (u %) Izvor: NBS Za razliku od bilansa robne razmene, kojem je svojstven deficit, bilansu usluga je već godinama svojstven suficit. Za dvanaest meseci 2013. godine deficit bilansa robne razmene dostigao je 5.276,4 miliona USD, a istovremeno je suficit bilansa usluga iznosio 457,8 miliona USD, što znači da je oko 8,7% negativnog robnog salda “pokriveno” pozitivnim saldom bilansa usluga. Doprinos sektora usluga pokriću negativnog salda robne razmene, tj. zapaženijem smanjivanju deficita tekućeg računa platnog bilansa, mogao bi da se realizuje dinamičnijim rastom izvoza usluga. Ako se posmatraju tendencije spoljnotrgovinske razmene usluga Srbije u periodu 2007-2013. godine), uočava se da je pad izvoza evidentiran

u 2009. u odnosu na 2008. godinu (za 13.5%) i u 2012. u odnosu na 2011. godinu 90

(za 6%). Ovakve nepovoljne oscilacije posledica su otežanih uslova plasmana u inostranstvu (pre svega u EU, kao najznačajnijoj destinaciji srpskog izvoza), zbog ekonomske krize koja je imala šire međunarodne razmere. Nakon kriznih uticaja 2009. i 2012. godine, usledio je rast ukupnog izvoza usluga iz Srbije, pa je u 2013. godini dostignut izvoz

koji je bio za 14,9% veći

u odnosu na prethodnu **godinu** i **za** 44 **,1%** veći **u odnosu na** 2007. **godinu**	82

(tabela A-15 u aneksu). Slične tendencije uočljive su i kada se posmatra kretanje ukupnog uvoza usluga u Srbiju. Osim pada izvoza, uvoz je, takođe, smanjen u dve pomenute godine, budući da su krizni uslovi bili evidentni i u domaćoj privredi, manifestujući se i kroz smanjenu tražnju za raznovrsnim uslugama koje se nabavljaju iz inostranstva. Tako je vrednost uvoza usluga u 2009.

u odnosu na 2008. **godinu** opala za **oko 20%, a u** 2012. u **odnosu na** 2011. **godinu**	158

za 5,7%. Nakon ovih godina, usledio je oporavak tražnje, pa je u 2013. u

odnosu na 2012. godinu uvoz bio veći **za 8,** 8%, **a u odnosu na**	114

2007. godinu za 16,5%. Prikazana dinamika izvoza i uvoza imala je odgovarajuće efekte na saldo

razmene usluga sa inostranstvom. Bilans razmene usluga Srbije sa inostranstvom bio **je** negativan **u** prve dve **godine**	212

posmatranog vremenskog intervala, dok je u narednim godinama bio pozitivan. Najveći pozitivan saldo evidentiran je u 2013. godini, kada je dostigao oko 458 miliona USD i bio

veći 2,3 puta u odnosu na prethodnu godinu	260

i 38,2

puta veći u odnosu na 2010. **godinu.**	333

Sektor usluga i dalje je jedan od retkih segmenata srpske privrede, koji ostvaruje veći izvoz od uvoza u razmeni sa inostranstvom. Imajući u vidu činjenicu da izvoz treba da bude glavna pokretačka snaga dinamičnog i stabilnog privrednog rasta i razvoja srpske privrede u budućem periodu, veoma je važno da se adekvatno iskoriste sve

mogućnosti za povećanje izvoza,

ne samo robe, već i raznovrsnih usluga. Na taj način bi se obezbedilo i	175

postepeno ublažavanje aktuelnih ekonomskih problema vezanih za visoku nezaposlenost, budžetski deficit, javni dug, relativno nizak nivo životnog standarda velikog dela stanovništva itd. 5.3.4. Strukturne karakteristike spoljnotrgovinske razmene usluga Srbije u 2013. godini, po vrstama usluga Prema podacima Narodne banke Srbije, u 2013. godini

ostvaren je izvoz usluga Srbije u vrednosti od	64

približno 4.563

miliona USD i uvoz u vrednosti od 4. 105 miliona USD, tako da je ostvaren suficit od 458 miliona USD.	64

Tabela V-15. Bilans usluga, Republika Srbija (bez Kosova i Metohije), januar – decembar 2013. (u milionima USD i %) Vrste usluga Izvoz Uvoz Saldo Struktura Struktura izvoza uvoza Pokrivenost uvoza izvozom (u milionima USD) (u %) (u %) Ukupno 4562,67 4104,84 457,83 100,00 100,00 111,15 Turizam 1052,88 1117,05 -64,16 23,08 27,21 94,26 Saobraćaj: Pomorski Vazdušni Drumski Železnički Rečni Poštanske i kurirske usluge Ostalo* 1079,37 0,00 211,74 451,89 82,95 38,34 5,57 288,87 1117,12 68,67 230,14 184,75 58,71 56,40 6,23 512,22 -37,75 -68,67 -18,39 267,13 24,24 -18,05 -0,66 -223,34 23,66 0,00 4,64 9,90 1,82 0,84 0,12 6,33 27,22 1,67 5,61 4,50 1,43 1,37 0,15 12,45 96,62 0,00 92,01 244,59 141,28 67,99 89,38 56,40 Usluge komunikacija 580,73 369,71 211,02 12,73 9,01 157,08 Investicioni radovi 263,15 110,08 153,07 5,77 2,68 239,06 Ostalo: Osiguranje Finansijske usluge Posr. i usluge u vezi s trgov. Operativni zakup Prava industrijske svojine Poslov. profes. i tehn. usl. Usl. za lič. kult. pot. rekr. Usl. državnih institucija Ostale usluge 1586,54 28,94 34,74 87,11 10,14 44,47 970,14 137,55 5,54 267,90 1390,90 52,92 49,77 53,76 48,31 221,24 758,24 79,36 61,57 65,72 195,65 -23,98 -15,04 33,35 -38,16 -176,77 211,90 58,19 -56,03 202,18 34,77 0,63 0,76 1,91 0,22 0,98 21,26 3,02 0,12 5,87 33,88 1,29 1,21 1,31 1,18 5,39 18,47 1,93 1,50 1,60 114,07 54,70 69,79 162,03 20,99 20,10 127,95 173,33 9,00 407,64 *Transport nafte i gasa, iznajmljivanje vozila i dr. Napomene: Podaci iz

platnog bilansa podložni su korekcijama, prema zvaničnim izvorima.	71

Zbog prikazivanja pojedinih transakcija sa decimalom, moguća su odstupanja u ukupnom iznosu. Prema Priručniku za platni bilans MMF, šesto izdanje, računarske i informatičke usluge uključene su u usluge u oblasti komunikacija. Izvor: Obračunato na osnovu podataka devizne statistike Narodne banke Srbije, Bilans usluga, Beograd, mart, 2014. Posmatrano po vrstama usluga, pozitivan doprinos ukupnom suficitu bilansa usluga pružile su sledeće delatnosti:

drumski saobraćaj (sa ostvarenim suficitom od 267,1 milion USD), usluge u oblasti komunikacija (211,0 miliona USD), poslovne, profesionalne i tehničke usluge (211,9 miliona USD), investicioni radovi (153,1 milion USD),

usluge za lične i kulturne potrebe i rekreaciju 78

(58,2 miliona USD) itd. Ostalo Investicioni radovi Usluge komunikacija Saobraćaj Turizam Saldo Uvoz Izvoz -200 0 200 400 600 800 1000 1200 1400 1600 1800 M ilioni USD Grafikon V-9.

Izvoz, uvoz i saldo po osnovnim kategorijama usluga, 64

2013.

Izvor: Grafikon izrađen na osnovu podataka Narodne banke Srbije Deficit 64

je zabeležen u sledećim oblastima: usluge transporta nafte i gasa, iznajmljivanja vozila i sl. (-223,3 miliona USD); prava industrijske svojine (-176,8 miliona USD); pomorski saobraćaj (-68,7 miliona USD); turizam (-64,2 miliona USD); usluge državnih institucija (-56,0 miliona USD); operativni zakup (-38,2 miliona USD); osiguranje (-24,0 miliona USD); vazdušni saobraćaj (-18,4 miliona USD); rečni saobraćaj (-18,1 milion USD) itd. Na osnovu podataka o vrednostima izvoza i uvoza po pojedinim vrstama usluga, u 2013. godini pokazatelj pokrivenosti uvoza izvozom bio je najpovoljniji u oblastima drumskog saobraćaja (244,6%), investicionih radova (239,1%), usluga za lične i kulturne potrebe i rekreaciju (173,3%), posredovanja i usluga vezanih za trgovinu (162,0%), zatim, usluga u oblasti komunikacija (157,1%), železničkog saobraćaja (141,3%), poslovnih, profesionalnih i tehničkih usluga (127,9%), itd. Struktura srpskog izvoza usluga u 2013. godini, bila je sledeća: učešće saobraćaja je 23,7%, turizma 23,1%, investicionih radova u inostranstvu 5,8%, usluga u oblasti komunikacija 12,7%.58 Na grupu „ostalo“ (osiguranje; finansijske

usluge; posredovanje i usluge u vezi sa **trgovinom; operativni zakup; prava** 78

industrijske svojine; poslovne, profesionalne i tehničke

usluge; usluge za lične i kulturne potrebe i rekreaciju; usluge državnih institucija i 78

ostale usluge) otpadalo je ukupno 34,8% od ukupnog izvoza usluga Srbije u

posmatranom periodu. Najznačajnija izvozna **stavka** iz **grupe** „ostalo“ **su** 163

poslovne, **profesionalne i tehničke usluge, sa učešćem u ukupnom izvozu usluga Srbije od**

21,3%. Ostalo 34,8% Saobraćaj 23,7% Investicioni radovi 5,8% Usluge komunikac. 12.7% Turizam 23,1% Grafikon V-10. Udeo pojedinih vrsta usluga u ukupnom izvozu sektora usluga, Republika Srbija, 2013. Izvor: NBS, 2014. 58Prema istraživanju Svetske banke, merenjem otkrivenih komparativnih prednosti (RCA- revealed comparative advantage), uočava se da Srbija poseduje jak RCA pokazatelj u oblasti komunikacionih usluga, dok su transportne usluge na drugom mestu, prema podacima za 2000. i 2005. godinu. World Bank Group, op.cit., p. 22. 204 Struktura uvoza usluga Srbije u 2013. godini, bila je sledeća: učešće turizma je 27,2%; saobraćaja 27,2%; investicionih radova 2,7% i usluga u oblasti komunikacija 9,0%. Na devet vrsta usluga, obuhvaćenih kategorijom „ostalo“, otpada 33,9% od ukupnog uvoza usluga Srbije. U okviru ove grupe, najznačajniju pojedinačnu uvoznu stavku čine poslovne, profesionalne i tehničke usluge, na koje otpada 18,5% od ukupnog uvoza usluga Srbije i prava industrijske svojine sa 5,4%. Evidentno je da i u strukturi srpskog izvoza i u strukturi uvoza usluga zapaženo mesto pripada klasičnim uslugama, kao što su saobraćaj i turizam, ali, takođe i poslovnim, profesionalnim i tehničkim uslugama i uslugama komunikacija, koje su sve traženije,

kako na međunarodnom, tako i na domaćem tržištu 182

usluga. Ostalo Saobraćaj 33,9% 27,2% Investicioni radovi 2,7% Usluge Turizam komunikac. 27,2% 12.7% Grafikon V-11. Udeo pojedinih vrsta usluga u ukupnom uvozu sektora usluga, Republika Srbija, 2013. Izvor: NBS, 2014. Buduće investicije u dalji razvoj izvozno-orijentisanih uslužnih delatnosti, treba da doprinesu unapređenju njihove konkurentnosti i boljem pozicioniranju Srbije na međunarodnom tržištu usluga. 5.3.5. Konkurentnost srpskog izvoza usluga Iako je u 2013. ostvarila 4,6 puta veći devizni priliv po osnovu izvoza uslužnog sektora nego u 2003. godini, Srbija je neznatno povećala učešće u svetskom izvozu usluga, sa 0,06% na 0,1%. Istovremeno, udeo Srbije u izvozu usluga zemalja u tranziciji porastao je sa 2,23% na 3,85% u 2010. i 2011. godini, da bi u naredne dve godine opao na 3,32% i 3,59%, respektivno. Pad tražnje na globalnom tržištu u prvim godinama globalne krize znatno je manje uticao na izvoz usluga Srbije nego na izvoz usluga ostalih zemalja u tranziciji, dok je obrnut slučaj bio u periodu 2011-2013. godine, kada je izvoz usluga zemalja u tranziciji iskazao nešto bolje performanse oporavka. Tabela V-16:

Učešće Srbije u svetskom izvozu usluga i u 87

izvozu usluga ZUT, 2003-2013. (mlrd. USD, %) 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Izvoz Srbije (mlrd. USD) 1,0 1,5 1,6 2,1 3,2 4,0 3,5 3,5 4,2 3,9 4,6 Procentualno učešće Srbije: u svetskom izvozu (%) 0,06 0,07 0,06 0,07 0,10 0,10 0,10 0,09 0,10 0,09 0,10 u izvozu ZUT (%) 2,23 2,76 2,79 3,03 3,54 3,59 3,80 3,85 3,85 3,32 3,59 Izvor: Obračun na osnovu podataka statistike platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. U narednom grafikonu prikazana je logaritamska vrednost deviznog priliva od usluga iskazanog u dolarima, za Srbiju i glavne grupe zemalja svrstanih po ekonomskoj razvijenosti. Na osnovu ocene koeficijenata regresije logaritamskog trenda , izvršeno je poređenje dinamike izvoza usluga Srbije i posmatranih grupacija u periodu 2003-2013. godine. Grafikon V-12. Logaritam izvoza usluga Srbije i različitih grupacija zemalja svrstanih po ekonomskoj razvijenosti, 2003-2013. Izvor: Obračun na

osnovu podataka statistike platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. Koeficijent determinacije modela za sve posmatrane grupacije kreće se u rasponu R2 = 0,9365- 0,9801, odakle sledi da je zavisnost izvoza usluga svake pojedine grupacije u odnosu na vremensku dimenziju objašnjena modelom jednostavne logaritamske regresije sa 93,6-98,0% verovatnoće, odnosno da je korišćeni model reprezentativan. Znacaj parametara α i β u analizi regresionog modela nije jednak, pošto je tumačenje ocene parametra β bitno značajnije od tumačenja ocene parametra α. Parametar α predstavlja procenjenu ili očekivanu vrednost zavisne varijable Y, kada vrednost nezavisne varijable X teži 0 (tačka preseka funkcije sa Y-osom), dok parametar β služi za obračun procenjene vrednosti zavisne varijable za određenu procentualnu promenu nezavisno promenljive. Najveću ocenjenu vrednost β koeficijenta regresije trenda ima Srbija, što ukazuje da je ugao koji tangenta logaritamskog trenda izvoza usluga Srbije sklapa sa X-osom najmanje oštar, odnosno da je nagib trend linije najstrmiji, a dinamika rasta najveća. Nešto usporeniji trend rasta izvoza usluga u posmatranom periodu ostvarile su

zemlje u razvoju i zemlje u tranziciji, dok **su** industrijski razvijene **ekonomije** 242

beležile najusporeniji rast izvoza usluga u posmatranom periodu. Tabela V-17. Koeficijenti regresije logaritamskog trenda izvoza usluga, 2003-2013. α β R 2 Svet 3,2044 0,1921 0,9769 Industrijski razvijene zemlje (IRZ) 3,1234 0,1526 0,9539 Zemlje u razvoju (ZUR) 2,5566 0,2365 0,9667 Zemlje u tranziciji (ZUT) 1,6112 0,1944 0,9801 Srbija -0,0236 0,2877 0,9365 Izvor: Obračun na osnovu podataka statistike platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. Kao pokazatelj konkurentnosti izvoza uslužnog sektora Srbije poslužiće prilagođena verzija CMS modela hipotetičkog izvoza, koja omogućava komparaciju stvarnog i hipotetičkog deviznog priliva po osnovu izvoza usluga u periodu 2003-2013. godine. Hipotetički izvoz u poslednjoj godini posmatranja dobija se primenom indeksa rasta svetskog uvoza usluga na devizni priliv Srbije od usluga u baznoj godini. Ukoliko bi ostvareni devizni priliv u tekućoj godini bio veći od hipotetičkog, to bi moglo sugerisati da je u posmatranom periodu došlo do unapređenja konkurentnosti izvoza uslužnih proizvoda srpske privrede. Hipotetički devizni priliv od izvoza usluga zemlje j u tekućoj godini obračunat je na osnovu formule (K.W. Rotschild, 1975, p. 222).59 j HDP1 = (j DPi0 * si) , n ∑ i =1 gde si predstavlja indeks rasta svetskog uvoza usluga u tekućoj godini u odnosu na baznu, a jDPi0 izvoz uslužnog proizvoda i iz zemlje j u baznoj godini. Tabela V-18. Dekompozicija rasta deviznog priliva od izvoza usluga Srbije u 2013. u odnosu na 2003. godinu (milioni USD, %) Izvoz Srbije DP 2003 DP 2013 HDP2013 DP 2013-HDP2013 Uticaj globalnog trenda trgovine uslug. (%) Uticaj konkurentnosti i dr. strukturnih faktora (%) Ukupno usluge 1044,76 4562,67 2523,53 2039,14 55,31 44,69 Transport 240,54 1079,37 586,03 493,34 54,29 45,71 Turizam 170,30 1052,88 357,61 695,27 33,97 66,03 Komunikacije, kompjuterske i informatičke usluge 71,44 580,73 176,39 404,34 30,37 69,63 Investicioni radovi 289,49 1586,54 768,42 818,12 48,43 51,57 Osiguranje 15,91 28,95 30,08 -1,13 103,91 -3,91 Finansijske usluge 4,72 34,74 13,15 21,59 37,86 62,14 Autorska prava, naknade i licence 4,77 44,47 12,77 31,70 28,71 71,29 Ostale poslovne usluge 214,69 1335,30 612,11 723,19 45,84 54,16 Lične, kulturne i rekreativne usluge 24,80 137,55 57,37 80,18 41,71 58,29 Usluge državnih institucija 24,60 5,54 41,46 -35,92 748,37 -648,37 Izvor: Obračun na osnovu podataka iz platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. Na osnovu prikazanog analitičkog modela može se zaključiti da je devizni priliv Srbije od realizacije usluga na globalnom tržištu u 2013. godini iznosio 4,56 mlrd. USD,

što je za oko 3, 52 **mlrd. više u** 282

poređenju sa 2003. Da je povećanje izvoza usluga Srbije u 2013. godini, u odnosu na 2003. godinu, bilo identično rastu globalne trgovine uslugama u istom periodu,

ostvareni devizni priliv Srbije **po osnovu izvoza usluga u** 286

2013. bio bi identičan hipotetičkom i iznosio bi 2,52 mlrd. USD. Međutim, ostvareni devizni priliv Srbije od realizacije usluga na međunarodnom tržištu u 2013. godini premašio je procenjenu hipotetičku vrednost izvoza za 2,04 mlrd. USD, tako da se 55,3% ukupnog izvoza usluga Srbije u 2013. godini može pripisati uticaju rasta globalne trgovine uslugama, a 44,69% delovanju ostalih nedefinisanih faktora, među kojima značajno mesto pripada unapređenju konkurentnosti domaćeg uslužnog sektora i drugim strukturnim faktorima, a pre svega odabiru tržišta i asortimanu ponude uslužnih proizvoda. Posmatrano po pojedinim vrstama usluga, manji devizni priliv od hipotetički procenjenog u 2013. godini zabeležen je u sektorima osiguranja i usluga državnih institucija. Dok se drastičan pad 59

K.W. Rothschild, **Export Structure, Export Flexibility and Competitiveness, Weltwirtschaftliches Archiv, 1975,** Band 111, **p. 222.** 196

207 deviznog priliva po osnovu državnih insititucija u posmatranom periodu može pripisati procesu privatizacije i deregulacije privredne aktivnosti u Srbiji, odnosno transferu brojnih usluga iz javnog u privatni sektor, dotle se podbačaj deviznog priliva po osnovu usluga osiguranja mora tumačiti kao posledica niskog nivoa kapitalizovanosti ovog sektora i nedovoljno sofisticirane ponude usluga osiguranja. Domaća osiguravajuća društva nisu imala odgovarajući kapital kojim bi ozbiljnije konkurisala osiguravajućim kompanijama iz razvijenih zemalja u opsluživanju krizom zahvaćene evropske ekonomije. Ostali uslužni sektori ostvarili su bolje izvozne performanse u 2013. godini od procenjenih na bazi globalnog rasta trgovine uslugama. Najveći prebačaj deviznog priliva od očekivanog u posmatranoj godini zabeležen je u sektorima: autorskih prava, naknada i licenci; komunikacija, kompjuterskih i informatičkih usluga; turizma i finansijskih usluga. 5.3.6. Statičke i dinamičke komparativne prednosti sektora usluga U periodu 2003-2013. godine, devizni priliv od izvoza usluga Srbije povećan je za 337%, uz prosečnu godišnju stopu od 17,5%, a najveći rast je zabeležen u periodu do momenta u kojem je globalna finansijska kriza počela ispoljavati negativne efekte na domaću privredu. Prosečan godišnji rast deviznog priliva od izvoza usluga u periodu koji prethodi krizi, 2003-2008. godine, iznosio je 31,7%, što se može okvalifikovati kao period dinamičnog rasta, dok je u vreme krize, 2009-2013. godine, prosečan godišnji rast opao na 3,2%, što predstavlja period usporenog rasta. Jedan od često korišćenih indikatora iskazanih komparativnih prednosti pojedinih sektora nacionalne privrede prestavlja relativni spoljnotrgovinski saldo (RSS). Ovaj pokazatelj se dobija iz odnosa neto izvoza sektora (grane) i njegove ukupne spoljnotrgovinske razmene, a definiše se izrazom (B. Balassa, 1965): RSS =

X i − M i , X i + M i gde je: Xi 165

- izvoz sektora i, a Mi - uvoz sektora i. U ovom slučaju, relativni spoljnotrgoivnski saldo predstavlja, zapravo, učešće neto izvoza u ukupnoj spoljnotrgovinskoj razmeni određenog uslužog sektora ili grane. Sektori ili grane, koji imaju pozitivnu vrednost RSS, ostvaruju neto izvoz i mogu se smatrati, po ovom tumačenju, međunarodno konkurentnim. U cilju formiranja duže vremenske serije, u radu su korišćeni podaci po klasifikaciji BPM5, u okviru koje je moguće izdvojiti ukupno 18 sektora i grana koje su se bavile uslužnom delatnošću u periodu 2003-2013. godine. Tabela V-19. Koeficijenti relativnog spoljnotrgovinskog salda uslužnog sektora Srbije, po vrstama usluga, 2003-2013. RSS 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Iskazane kompar. prednosti Neiskazane kompar. prednosti 2013-2003 Turizam 0.05 -0.02 0.08 0.10 -0.09 -0.14 -0.05 -0.09 -0.06 -0.06 -0.03 3 8 -0.08 Pomorski saobraćaj -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 -1.00 0 11 0.00 Vazdušni saobraćaj 0.38 0.30 0.23 0.28 -0.06 -0.07 -0.06 -0.04 -0.04 -0.04 -0.04 4 7 -0.42 Drumski saobraćaj 0.09 0.01 0.11 0.14 0.25 0.32 0.37 0.37 0.36 0.37 0.42 11 0 0.33 Železnički saobraćaj 0.36 -0.03 0.05 -0.07 0.08 -0.03 -0.11 -0.04 -0.01 0.05 0.17 5 6 -0.19 Rečni saobraćaj 0.44 0.11 -0.01 -0.23 -0.33 -0.32 -0.30 -0.39 -0.35 -0.22 -0.19 2 9 -0.63 Poštanske, kurirske

i ostale usluge* -0. 32 -0. 35 -0. 34 -0. 43 -0. 44 -0. 38 -0. 37 -0. 113

40 -0.32 -0.30 -0.28 0 11 0.04 Računarske, informat. i komunikac. usluge 0.50 0.49 0.34 0.25 -0.12 -0.09 -0.03 0.05 0.13 0.17 0.22 8 3 -0.28 Investicioni radovi 0.21 0.28 0.14 0.14 0.26 0.48 0.31 0.14 0.35 0.30 0.41 11 0 0.20 Osiguranje -0.28 -0.60 -0.37 -0.14 -0.19 -0.33 -0.35 -0.33 -0.38 -0.46 -0.29 0 11 -0.02 Finansijske usluge -0.52 -0.81 -0.74 -0.60 -0.20 -0.24 -0.60 -0.12 -0.12 -0.01 -0.18 0 11 0.34 Posredovanje i usluge. u vezi sa trgovinom 0.36 0.26 0.13 0.11 0.23 0.17 0.23 0.18 0.14 0.24 0.24 11 0 -0.13 Operativni zakup -0.94 -0.97 -0.95 -0.93 -0.91 -0.74 -0.80 -0.71 -0.75 -0.65 -0.65 0 11 0.29 Autor. prava, naknade i licence -0.74 -0.74 -0.71 -0.83 -0.86 -0.75 -0.39 -0.60 -0.53 -0.66 -0.67 0 11 0.08 Poslovne, prof. i tehničke usluge 0.02 -0.13 -0.19 -0.15 0.05 0.13 0.16 0.17 0.11 0.13 0.12 8 3 0.10 Usluge. za lične, kulturne potrebe i rekreac. 0.02 0.09 0.09 0.15 0.24 0.29 0.34 0.36 0.38 0.29 0.27 11 0 0.25 Usluge državnih institucija -0.28 -0.26 -0.42 -0.50 -0.36 -0.33 -0.58 -0.72 -0.71 -0.84 -0.83 0 11 -0.55 Ostale usluge i neregistrovano 0.92 0.94 0.85 0.88 0.52 0.51 0.53 0.53 0.57 0.47 0.61 11 0 -0.31 Iskazane komparativne prednosti 11 8 9 8 7 6 6 7 7 8 8 8 Neiskazane komparativne prednosti 7 10 9 10 11 12 12 11 11 10 10 10 * Transport nafte i gasa, iznajmljivanje vozila i dr. Izvor: Obračun na osnovu podataka, prema klasifikaciji BPM5, iz platnog bilansa NBS i UNCTAD, 2014. U 2003. godini je komparativne prednosti, merene koeficijentom relativnog spoljnotrgovinskog salda, iskazalo ukupno jedanaest uslužnih delatnosti i grana srpske privrede, a sedam nije ispoljilo takve komparativne prednosti. Relativno visok procenat usluga koje su iskazivale komparativne prednosti početkom tranzicionog perioda može se pripisati početnim rezultatima reintegrisanja srpske privrede u međunarodne trgovinske tokove. Period dinamičnog rasta izvoza usluga karakteriše smanjivanje broja uslužnih grana koje su iskazivale komparativne prednosti, da bi u predkriznom periodu, 2008. godine, njihov broj bio sveden na svega šest grana: investicione radove u inostranstvu; ostale usluge i neregistrovano; drumski saobraćaj;

usluge za lične i kulturne potrebe i rekreaciju; posredovanje i **usluge**	78

u vezi s trgovinom i poslovne, profesionalne i tehničke usluge. Grane koje su izgubile komparativne prednosti

u 2008. godini, **u odnosu na** 2003. **godinu, su:** rečni, vazdušni **i**	75

železnički saobraćaj, turizam i računarske, informatičke i komunikacione usluge. Reč je o granama koje su se u periodu povoljne konjunkture na svetskom i domaćem tržištu transformisale od neto izvoznika u neto uvoznike, pošto nisu raspolagale kapacitetima ponude koji bi mogli da isprate dinamičan rast životnog standarda domaćeg stanovništva i povećane potrebe globalnog tržišta. Sa rastom zarada u prvim godinama tranzicije povećan je broj turističkih putovanja iz Srbije u inostranstvo,

što je uticalo na rast odliva deviza **po ovom osnovu.**	143

Istovremeno, proces reintegracije Srbije u globalne ekonomske tokove doprineo je povećanju međunarodnog protoka putnika, što nedovoljni kapaciteti domaćeg avio prevoznika (JAT) nisu mogli podmiriti, usled čega je značajan deo međunarodnog vazdušnog transporta bio prepušten inostranim kompanijama, a što je iziskivalo dodatni odliv deviza uz istovemeno smanjenje deviznog priliva. Slična situacija je i sa druga dva vida saobraćaja, železničkim i rečnim. Rast privredne aktivnosti podrazumevao je povećan obim transporta sirovina i robe, a dotrajala železnička i lučka infrastruktura, kao i zastarelost železničke opreme i rečne trgovačke flote, delovali su u pravcu smanjenja domaćih transportnih kapaciteta i ugrožavanja konkurentske pozicije u međunarodnom teretnom prevozu. Ulaskom norveških i austrijskih mobilnih operatera pojačana je konkurecija na domaćem tržištu, što je doprinelo povećanim ulaganjima u infrastrukturu i tehnologiju. U isto vreme je i proces pripreme Srbije za pristupanje EU, uslovio potrebu za uvođenjem reda u sektoru računarskih i informatičkih usluga. Svi računari su morali biti opremljeni legalnim softverom, što je predstavljalo dodatne devizne izdatke u odnosu na prethodno stanje u kojem ovaj tržišni segment nije bio pravno regulisan na adekvatan način. Period usporenog rasta izvoza usluga karakteriše povećanje broja uslužnih grana koje ispoljavaju komparativne prednosti. Pad industrijske proizvodnje u kriznom periodu smanjio je potrebe za dodatnim transportnim angažmanom, tako da su Železnice Srbije ponovo ispoljile minimalne komparativne prednosti, kada je u pitanju robni međunarodni promet. Nakon dolaska Microsoft-a u Srbiju došlo je do značajnog razvoja računarskog i informatičkog sektora, koji je zajedno sa sektorom komunikacija, od 2010. konstantno iskazivao komparativne prednosti u smislu ostvarivanja sve većeg neto izvoza. Tokom svih jedanest posmatranih godina (2003-2013.), komparativne prednosti su iskazivali: drumski saobraćaj, investicioni radovi u inostranstvu, posredovanje i usluge u vezi s trgovinom,

usluge za lične i kulturne potrebe i rekreaciju i	78

grupa ostale i neregistrovane usluge. Posebno je bitno istaći da su u osam od jedanaest posmatranih godina, komparativne prednosti iskazale i računarske, informatičke i komunikacione usluge, kao i poslovne, profesionalne i tehničke usluge, koje spadaju u grupu najsofisticiranijih uslužnih oblasti. 209 Dinamički posmatrano, kod osam uslužnih grana je zabeležen porast komparativnih prednosti u 2013.

godini u odnosu na 2003. **godinu,** dok **je kod** 185

deset grana evidentiran njihov pad. Grane sa najmarkantnijm pozitivnim dinamičkim promanama komparativnih prednosti u posmatranom razdoblju su: finansijske usluge, drumski saobraćaj, operativni zakup i investicioni radovi u inostranstvu. Istovremeno, kompartivna pozicija na globalnom tržištu usluga najviše je pogoršana u oblastima: rečnog i vazdušnog saobraćaja i usluga državnih institucija. Tabela V-20. Rang uslužnih grana delatnosti prema strukturi izvoza i pokazatelju komparativnih prednosti u 2003. i 2013. godini i Spirmenov ro koeficijent korelacije ranga Rang 2003. Rang 2013. Rang promene 2013-20 03 strukture (u) RSS (v) strukture (u) RSS (v) strukture (u) RSS (v) Turizam 2 9 1 9 2 11 Pomorski saobraćaj 18 18 18 18 9 9 Vazdušni saobraćaj 8 4 8 10 11 16 Drumski saobraćaj 9 8 4 2 4 2 Železnički saobraćaj 10 5 11 7 13 13 Rečni saobraćaj 14 3 13 12 10 18 Poštanske, kurirske i ostale usluge* 5 14 5 13 14 8 Računar, informat. i komunik. usluge 6 2 3 6 3 14 Investicioni radovi 4 7 7 3 16 5 Osiguranje 13 13 15 14 12 10 Finansijske usluge 16 15 14 11 7 1 Posredovanje,usl. u vezi sa trgovinom 7 6 10 5 17 12 Operativni zakup 17 17 16 15 8 3 Autor. prava, naknade i licence 15 16 12 16 6 7 Poslovne, prof. i tehničke usluge 4 10 2 8 1 6 Usl. za lične i kult.potrebe i rekr. 11 11 9 4 5 4 Usluge državnih institucija 12 12 17 17 15 17 Ostale usluge i neregistrovano 1 1 6 1 18 15 Spirmenov ro (rs) 0,63 0,67 0,40 Izvor: Obračun na osnovu podataka NBS. Spirmenov ro koeficijent korelacije ranga (Spirmenov ro), kao

neparametarska analogija linearnog koeficijenta korelacije, pomaže da se utvrdi **koja vrsta odnosa postoji, ako ga uopšte ima, između podataka osnovnog skupa sa nepoznatom raspodelom.** Spirmenov ro **koeficijent korelacije** 144

ranga se označava simbolom rs za podatke o uzorku i simbolom ρs za podatke o osnovnom skupu, i predstavlja koeficijent proste linearne korelacije između rangova.

Da bi se izračunala vrednost rs **vrši se rangiranje podataka za svaku promenljivu, x i y posebno, a njihovim rangovima se dodeljuju simboli u i v. Razlika između svakog para rangova** označava **se sa d = u – v,** 116

a broj rangiranih grana n u ovom slučaju iznosi 18. Obračun Spirmenovog koeficijenta korelacije ranga vrši se pomoću formule: Obračunom korelacije ranga uslužnih delatnosti po kriterijumu učešća u ukupnom izvozu usluga i kriterijumu relativnog spoljnotrgovinskog salda, kao pokazatelja nivoa iskazanih komparativnih prednosti,

može se zaključiti **da je u** 2003. i 2013. **godini** 334

postojala pozitivna povezanost posmatranih pojava. U 2003. godini Spirmenov koeficijent korelacije ranga iznosio je 0,63, a u 2013. godini 0,67. U oba slučaja utvrđena je srednja pozitivna korelaciona povezanost između učešća grane u izvozu usluga i nivoa komparativnih prednosti koje je ispoljila u posmatranoj godini. Međutim, analizom korelacione veze između ranga pojedinih grana po kriterijumu promene udela u izvozu usluga i kriterijumu otkrivenih dinamičkih komparativnih prednosti u periodu 2003- 2013. godine, dobijena vrednost koeficijenta iznosi 0,40, što ukazuje na slabu pozitivnu povezanost posmatranih pojava. Dakle, rezultati analize ukazuju na nešto veći stepen pozitivne korelacione povezanosti izvoza pojedinih uslužnih grana i njihovih komparativnih prednosti na statičkom, nego na dinamičkom nivou posmatranja. Preciznu ocenu uticaja promene komparativnih prednosti na promenu udela pojedinih grana u ukupnom devinom prilivu po osnovu usluga u 2013. u odnosu na 2003. godinu, moguće je dobiti na osnovu proste regresione analize. Rezultati regresione analize uticaja nezavisno promenljive X (promena vrednosti RSS) na zavisno promenljivu Y (prmena u učešća u strukturi izvoza), potvrđuju nalaze korelacione analize. Dobijena linearna regresija oblika: Y = -0,0681 + 3,8799*X , ne ukazuje na postojanje relevantnog uticaja dinamičkih komparativnih prednosti pojedinih uslužnih grana na promenu njihovog udela u strukturi ukupnog deviznog priliva po osnovu izvoza usluga, pošto ocena odsečka i ocena nagiba nisu značajne na nivou od 0,05, odnosno, varijabla „kolona 2“ (nezavisno promenljiva) ne utiče na varijablu „kolona 1“ (zavisno promenljiva). Analiza 1. Prosta regresija (dinamička analiza 2003-2013.) Objašnjavajuća promenljiva X = Kolona 2 Zavisna promenljiva Y = Kolona 1 Kolona 1 = -0,0681 + 3,8799 * Kolona 2 Parametar Ocena Stand. Greška ocene t-vrednost p-vrednost Odsečak -0,0681 1,10 -0,0619 0,9514 Nagib 3,8799 3,76161 1,0314 0,3177 Koeficijent determinacije r2 = 0,0623 (6,2346 %) Standardna greška regresije s = (4,6602) Komentar: Ocena odsečka NIJE

značajna na nivou od 0,05 Ocena nagiba NIJE **značajna na nivou od 0,** 216

05. Varijabla Kolona 2 NE utiče na varijablu Kolona 1 Slična je situacija i kada se sagledaju rezultati regresione analize uticaja statičkih komparativnih prednosti na strukturu izvoza usluga u 2003. i 2013. godini. Ni u 2003, ni u 2013. godini, iskazane komparativne prednosti pojedinih uslužnih grana, na nivou od 0,05, nisu imale uticaja na njihovo učešće u strukturi ukupnog izvoza usluga Republike Srbije. Prema podacima za 2003. godinu dobijena je linearna regresija oblika: Y = 8,0975 + 1,6999*X , koja ne ukazuje na postojanje relevantnog uticaja statičkih komparativnih prednosti pojedinih uslužnih grana na njihov udeo u strukturi ukupnog deviznog priliva po osnovu izvoza usluga, pošto je ocena odsečka značajna na nivou 0,05, ali ocena nagiba nije značajna na nivou od 0,05, na osnovu čega se zaključuje da varijabla „kolona 2“ (nezavisno promenljiva) ne utiče na varijablu „kolona 1“ (zavisno promenljiva). Analiza 2. Prosta regresija (satička analiza 2003.) Objašnjavajuća promenljiva X = Kolona 2 Zavisna promenljiva Y = Kolona 1 Kolona 1 = 8,0978 + 1,6999 * Kolona 2 Parametar Ocena Stand. Greška ocene t-vrednost p-vrednost Odsečak 8,0978 2,60230 3,1118 0,0067 Nagib 1,6999 5,08741 0,3341 0,7426 Koeficijent determinacije r2 = 0,0069 (0,693 %) Standardna greška regresije s = (11,006) Komentar: Ocena odsečka je

značajna na nivou 0,05 Ocena nagiba NIJE značajna na nivou 171

od 0,05. Varijabla Kolona 2 NE utiče na varijablu Kolona 1 Prema podacima za 2013. godinu linearna regresiona jednačina ima oblik: Y = 5,5039 + 3,0354*X , što ne ukazuje na postojanje relevantnog uticaja statičkih komparativnih prednosti pojedinih uslužnih grana na njihov udeo u strukturi ukupnog deviznog priliva po osnovu izvoza usluga, pošto je ocena odsečka značajna na nivou 0,05, ali ocena nagiba nije značajna na nivou od 0,05, na osnovu čega se zaključuje da varijabla „kolona 2“ (nezavisno promenljiva) ne utiče na varijablu „kolona 1“ (zavisno promenljiva). Analiza 3. Prosta regresija (satička analiza 2013.) Objašnjavajuća promenljiva X = Kolona 2 Zavisna promenljiva Y = Kolona 1 Kolona 1 = 5,5039 + 3,0354 * Kolona 2 Parametar Ocena Stand. Greška ocene t-vrednost p-vrednost Odsečak 5,5039 1,67260 3,2906 0,0046 Nagib 3,0354 3,67311 0,8264 0,4207 Koeficijent determinacije r2 = 0,0409 (4,0936 %) Standardna greška regresije s = (7,0916) Komentar: Ocena odsečka je

značajna na nivou 0,05 Ocena nagiba NIJE značajna na nivou 171

od 0,05. Varijabla Kolona 2 NE utiče na varijablu Kolona 1 Na osnovu rezultata korelacione i regresione analize dolazi se do zaključka da se u Srbiji formirala prilično nefleksibilna struktura izvoza usluga, u okviru koje najveće učeće imaju grane koje nisu vodeći neto izvoznici. Integrisanost uslužnog sektora Srbije na globalno tržište usluga vršeno je po principu zadovoljenja domaćih potreba, dok je izvoz uglavnom služio da doprinese pokrivanju odliva deviza po osnovu uvoza usluga. Nesistematski pristup razvoju sektora usluga rezultirao je u činjenici da Srbija ni u jednoj uslužnoj oblasti ne spada u red značajnijih svetskih izvoznika. S druge strane, Srbija spada među 25 najvećih izvoznika usluga među

zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji u 71

pet uslužnih oblasti: lične, kulturne i rekreativne usluge, građevinski radovi, kompjuterske i informacione tehnologije (kod kojih spada i u grupu najznačajnijih uvoznika među ovim zemljama), ostale poslovne usluge i autorska prava, naknade i licence. Tabela V-21. Usluge u kojima je Srbija jedan od 25 najznačajijih izvoznika među

zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji (procentualno učešće u izvozu zemalja u 71

razvoju i zemalja u tranziciji), 2010, 2012 i 2013. godine 2010 2012 2013 Investicioni radovi 0,56 0,48 0,54 Kompjuterske i informacione tehnologije 0,27 0,34 0,39 Autorska prava, naknade i licence 0,47 0,31 0,31 Ostale poslovne usluge 0,42 0,34 0,35 Lične, kulturne i rekreativne 3,05 1,73 1,46 Izvor: Obračun na osnovu podataka UNCTAD, 2014. 5.3.7. Analiza izvoznih potencijala pojedinih vrsta usluga Jedna od glavnih pretpostavki uspešnije izvozne orijentacije uslužnog sektora Srbije u budućem periodu je prilagođavanje ponude zahtevima međunarodnog tržišta. Trend rasta trgovine komercijalnim uslugama u svetu ukazuje na rastuću tražnju i ponudu. Međutim, rast

svetske trgovine uslugama praćen je i odgovarajućim strukturnim promenama. Empirijska istraživanja pokazuju da u strukturi svetske trgovine usluga rastući značaj imaju

raznovrsne poslovne, profesionalne i tehničke usluge, a posebno **kompjuterske,** informacione **i** komunikacione **usluge,**

78

čiji razvoj je rezultat tehnoloških inovacija i znanja. Udeo klasičnih usluga, kao što su transport i putovanja (odnosno saobraćaj i turizam), u globalnoj trgovini ispoljio je trend pada. Shodno promenama u strukturi trgovine usluga u svetu, unapređenje strukture izvoza usluga Srbije, slično kao i kada je reč o robnoj strukturi izvoza, treba da se zasniva na pospešivanju izvoza tehnološki, odnosno, znanjem intenzivnijih vrsta usluga (kompjuterske i informatičke, komunikacione, ostale poslovne, profesionalne i tehničke usluge) koje su sve više potrebne svetskom tržištu, obezbeđujući bolje pozicioniranje na tom tržištu, kao i veće devizne prihode. Zbog činjenice da ove vrste usluga mogu doprineti unapređenju konkurentnosti svih segmenata privrede, one zavređuju sve veću pažnju kreatora politike konkurentnosti širom sveta i postaju sve značajniji instrumenti konkurentske utakmice na međunarodnom tržištu robe i usluga. Zato su ove usluge značajne i za razvoj srpske privrede, čije potrebe se manifestuju kroz zapažen oslonac, ne samo na domaću proizvodnju, već i na uvoz, uz istovremeno nastojanje da se obezbedi odgovarajući nivo konkurentnosti i uspešan plasman na inostranom tržištu. Tabela V-22. Rang pojedinih uslužnih oblasti prema učešću u sturkturi izvoza usluga u 2003. i 2013. godini i prema promeni učešća u 2013. u odnosu na 2003. (%, procentni poeni) Struktura izvoza u 2003. Struktura izvoza u 2013. Promena strukture izvoza u 2013 u odnosu na 2003. Rang uslužnih oblasti % Rang uslužnih oblasti % Rang uslužnih oblasti p.p. Ostale usluge i neregistrovano 18,34 Turizam 23,08 Poslovne, prof. i tehničke usluge 8,34 Turizam 16,30 Poslovne, prof. i tehničke usluge 21,26 Turizam 6,78 Poslovne, prof. i tehničke usluge 12,92 Računar., informat. i komun. uslu. 12,73 Računar., informat. i komun. uslu. 5,89 Investicioni radovi 9,00 Drumski saobraćaj 9,90 Drumski saobraćaj 4,77 Poštanske, kurirske i ostale usluge* 8,37 Poštanske, kurirske i ostale usluge* 6,45 Usl. za lične i kult.potrebe i rekr. 0,64 Računar., informat. i komun. uslu. 6,84 Ostale usluge i neregistrovano 5,87 Autor. prava, naknade i licence 0,51 Posredov.,usl. u vezi sa trgovinom 6,33 Investicioni radovi 5,77 Finansijske usluge 0,31 Vazdušni saobraćaj 5,47 Vazdušni saobraćaj 4,64 Operativni zakup 0,15 Drumski saobraćaj 5,13 Usl. za lične i kult.potrebe i rekr. 3,01 Pomorski saobraćaj 0,00 Železnički saobraćaj 3,02 Posredov.,usl. u vezi sa trgovinom 1,91 Rečni saobraćaj -0,19 Usl. za lične i kult.potrebe i rekr. 2,37 Železnički saobraćaj 1,82 Vazdušni saobraćaj -0,83 Usluge državnih institucija 2,35 Autor. prava, naknade i licence 0,97 Osiguranje -0,89 Osiguranje 1,52 Rečni saobraćaj 0,84 Železnički saobraćaj -1,20 Rečni saobraćaj 1,03 Finansijske usluge 0,76 Poštanske, kurirske i ostale usluge* -1,92 Autor. prava, naknade i licence 0,46 Osiguranje 0,63 Usluge državnih institucija -2,23 Finansijske usluge 0,45 Operativni zakup 0,22 Investicioni radovi -3,23 Operativni zakup 0,07 Usluge državnih institucija 0,12 Posredov.,usl. u vezi sa trgovinom -4,42 Pomorski saobraćaj 0,00 Pomorski saobraćaj 0,00 Ostale usluge i neregistrovano -12,47 Izvor: Obračun prema podacima NBS Ako bi se sektor usluga posmatrao kroz prizmu podele na dve velike grupe usluga – 1. klasične i 2. nove vrste usluga zasnovane na tehnološkim inovacijama i znanju - evidentno je da u strukturi srpskog izvoza usluga još uvek dominiraju tradicionalne usluge, poput saobraćaja, turizma i investicionih radova u inostranstvu. Prema podacima iz Platnog bilansa NBS, zbirno učešće ove tri vrste usluga u ukupnom izvozu usluga Srbije u 2003. godini iznosilo je 48,3%, a u 2013. godini 52,5%. Ovom rastu je posebno doprineo razvoj turističke aktivnosti, čiji je udeo u 2013. godini, u poređenju sa 2003. godinom, povećan sa

16,3% na 23,1%, dok je uticaj saobraćaja bio neutralan (neznatan rast sa 23,0% na 23,6%), a uticaj investicionih radova negativan (pad sa 9,0% na 5,8%). S druge strane, 213 ohrabruje činjenica da neke od najsofisticiranijih vrsta usluga ostvaruju sve značajniju ulogu u izvozu usluga Srbije. Udeo poslovnih, profesionalnih i tehničkih usluga, kao i računarskih, informatičkih i komunikacionih usluga u 2013. je udvostučen u odnosu na 2003. godinu, sa 12,9% i 6,8% na 21,3% i 12,7%, respektivno. Pri definisanju strategije razvoja srpske privrede treba se oslanjati na iskustva razvijenih zemalja, kao i na iskustva nekih zemalja u usponu i razvoju, koje su uspele da kreiraju sopstvene komparativne prednosti u oblasti niza novih usluga, vođene rastućom tražnjom za takvim vrstama usluga u svetu, a koristeći šanse koje pruža liberalizacija trgovine međunarodnih razmera. Zahvaljujući primenjenim kvalitetnim strategijama, zasnovanim na adaptiranju potrebama i zahtevima svetskog tržišta, neke zemlje u razvoju i usponu, poput Indije i Kine, na primer, danas se svrstavaju među vodeće zemlje izvoznice kompjuterskih i informatičkih, kao i komunikacionih usluga u svetu. Ključ uspeha je oslonac na savremeni „know-how“, primenu novih tehnoloških dostignuća i na kreiranje takvog sistema obrazovanja koji razvija visokoobrazovane kadrove u toj oblasti. Razvoj različitih oblika saradnje sa vodećim kompanijama u tim oblastima predstavlja dobru opciju za postizanje poželjnih strukturnih promena i unapređenje izvoznih rezultata. Uz akcentiranje značaja kompjuterskih i informatičkih, komunikacionih i drugih poslovnih usluga za buduću razvojnu i spoljnoekonomsku orijentaciju srpske privrede, ne treba zanemariti i potrebu za investicijama u razvoj, pre svega, saobraćaja, a takođe i turizma, građevinarstva i drugih vrsta tradicionalnih uslužnih delatnosti, koje mogu ostvariti poboljšanje svoje konkurentske pozicije na međunarodnom tržištu. 5.4. FAKTORI KONKURENTNOSTI SRPSKOG IZVOZA 5.4.1. Determinante komparativnih prednosti Globalna ekonomija najvećim delom funkcioniše na načelima neoklaskičnog koncepta slobodne trgovine. Naučno pokriće za dominaciju ideje o slobodnoj trgovini predstavlja teorija komparativnih prednosti Dejvida Rikarda. Prema ovoj teoriji, zemlje ostvaruju relativnu prednost u proizvodnji određenog proizvoda, čak i kada u apsolutnom smislu zaostaju u proizvodnji svih proizvoda, u poređenju sa drugim zemljama. Iz ovog proizilazi osnovno pitanje, zašto zemlje imaju komparativne prednosti u proizvodnji samo određenih proizvoda i usluga, dok se kod ostalih proizvoda i usluga one ne iskazuju? Ovo pitanje zadire u problematiku konkurentnosti, jer da bi zemlja postala međunarodno konkurentna, ona mora da iskazuje komparativne prednosti u proizvodnji zadovoljavajućeg broja raznovrsnih proizvoda i usluga. U kojim oblastima će određena zemlja imati komparativne prednosti, velikim delom zavisi od raspoloživosti prirodnih resursa. Tako, Saudijska Arabija ne bi ostvarilvala komparativne prednosti u proizvodnji nafte, da njene peščane pustinje nisu veoma bogate nalazištima ovog energenta. Takođe, izvori nafte u Severnom moru omogućili su Velikoj Britaniji da od neto-uvoznika nafte postane njen neto-izvoznik. Ovde je reč o tzv. otkrivenim komparativnim prednostima, koje proizilaze iz bogatstva određenim prirodnim resursima, i koje su uglavnom statičke prirode. Statičnost se zasniva na tome što će Saudijska Arabija još dugo raspolagati naftom i izvoziti je, Crna Gora će trajno izlaziti na more i razvijati turizam, a Srbija imati plodno poljoprivredno zemljište i proizvoditi hranu. Međutim, osim prirodnih bogatstava, veliki značaj u formiranju komparativnih prednosti pridaje se i kapitalu, kako fizičkom, tako i ljudskom. Kapitalna ulaganja direktno utiču na promenu fizionomije proizvodnje i doprinose eksploataciji pozitivnih efekata ekonomije obima, rasta produktivnosti, organizacionih promena i sl. Investicije privatnog i javnog sektora u ljudski kapital (kroz edukaciju i trening), istraživanje i razvoj (da bi se razvio novi proizvod ili unapredio postojeći), ili infrastrukturu, doprinose kreiranju komparativnih prednosti i u onim oblastima u kojima je data zemlja tradicionalno iskazivala slabosti (tzv. stečene komparativne prednosti). Oblasti u kojima jedna zemlja iskazuje komparativne prednosti podložne su promeni tokom vremena, delom zbog aktivnosti date zemlje, a delom i zbog povećanja efikasnosti, ili otkrića novih resursa u konkurentnim zemljama. Ova činjenica stečenim komparativnim prednostima daje izrazito dinamički karakter i utiče na

evolutivne procese u strukturi privrede svake zemlje, što se u krajnjem ishodu odražava na njen rast i razvoj. Iako je privreda Srbije oduvek bila orijentisana na sektor poljoprivrede, a kasnije i bazične industrije, danas u njenoj strukturi dominiraju usluge, koje učestvuju sa približno dve trećine (ukoliko se prihvati metodologija po kojoj i građevinarstvo spada u uslužne delatnosti), dok je udeo primarnog i sekundarnog sektora sveden na jednu trećinu. Nažalost, mnoge od ovih uslužnih oblasti nemaju velikog značaja u međunarodnoj razmeni, delom zbog toga što nisu međunarodno razmenjive (npr. frizerske usluge), a delom zbog činjenice da nisu dovoljno atraktivne (npr. turističke usluge u Srbiji nikada neće dostići nivo koji one imaju u primorskim ili alpskim zemljama). Tako, udeo usluga u strukturi deviznog priliva od izvoza Srbije u 2014. godini iznosi približno 25% (5.041 milion USD), a udeo prerađivačke industrije 66% (13.073 miliona USD), iako prerađivačka industrija učestvuje tek sa 16% u bruto dodatoj vrednosti.60 5.4.2. Faktori konkurentnosti Pitanje faktora konkurentnosti ima izvesnih sličnosti sa problematikom komparativnih prednosti. Ukoliko izvesne promene u privrednom ambijentu učine određenu industrijsku granu u nekoj zemlji manje konkurentnom, tada bi posmatrana zemlja mogla izgubiti komparativne prednosti u okviru date grane. Faktori koji mogu uticati na promenu konkurentske pozicije pojedinih industrijskih grana, mogu se klasifikovati u dve grupe: cenovne i necenovne. Prva grupa faktora utiče na konkuretnost neke grane ili proizvoda preko cena, a druga posredstvom necenovnih (kvalitativnih) činilaca. Među najznačajnije cenovne faktore konkuretnosti ubrajaju se: 1. devizni kurs, 2. relativna stopa inflacije i 3. jedinični troškovi rada. Devizni kurs je jedan od najčešće pominjanih faktora konkurentnosti i obično se vezuje za tvrdnju da precenjen valutni kurs koči domaću industriju. Ukoliko nacionalna valuta određene zemlje jača u odnosu na ostale nacionalne valute, njeni izvozni proizvodi postaju relativno skuplji na inosranom tržištu, dok istovremeno uvozni proizvodi postaju relativno jeftiniji na domaćem tržištu. U tom slučaju, na gubitku su izvoznici i domaće uvozno-supstitutivne kompanije, dok ekstra zaradu ostvaruju jedino uvoznici. Cene iskazuju trend rasta u svim zemljama, ali ukoliko cene u jednoj zemlji rastu brže u odnosu na cene u drugim zemljama, tada bi, uz nepromenjen devizni kurs, efekat na spoljnu trgovinu bio sličan onom kao kada dolazi do jačanja nacionalne valute. Relativna stopa inflacije predstavlja razliku između stope rasta cena u dve zemlje i ukazuje za koliko je procenata, pri nepromenjenom kursu, izvozni proizvod zemlje sa višom inflacijom postao relativno skuplji na tržištu zemlje sa nižom inflacijom, i obrnuto, koliko su uvozni proizvodi iz zemlje sa nižim rastom cena postali relativno jefitniji na tržištu zemlje u kojoj su cene iskazale dinamičniji rast. Jedinični troškovi rada se definišu kao troškovi rada kompanije po jedinici proizvoda. Viši troškovi mogu uticati na rast cena ponude određene firme, što dovodi do istih problema koji su napred navedeni. Naravno, kompanije mogu odlučiti da očuvaju svoju konkurentsku poziciju tako što ne bi povećavale cene u skladu sa rastom jediničnih troškova rada, ali u tom slučaju bi došlo do sužavanja njhove profitne margine, što bi ugrozilo konkurentnost na dugi rok zbog smanjene mogućnosti za bazičnim investicionim ulaganjima. Za razmatranje jediničnih troškova rada od velike je važnosti praćenje promena u produktivnosti rada. Ukoliko se poveća količina proizvoda po radniku, onda rast troškova rada, kroz povećanja zarada, na primer, neće nužno dovesti do rasta jediničnih troškova rada, jer je povećanje zarada bilo praćeno rastom proizvodnje. Drugim rečima, rast plata je zarađen na osnovu povećanja proizvodnje. 60 Obračun prema podacima RZS i NBS. Necenovni faktori konkurentnosti predstavljaju ključni element podsticanja izvoza, posebno kada je reč o tržištu nesavršene konkurencije, čiju osnovnu karakteristiku predstavlja cenovna stabilnost. Pojava i rast multinacionalnih kompanija doprineli su trasformaciji jedinstvenog globalnog tržišta u mnoštvo velikih oligopolskih tržišta. Cene su često manje važan faktor konkurentnosti na međunarodnom tržištu od necenovnih faktora, jer se pri analizi međunarodne konkurentske pozicije određene zemlje, uvek sagledava konkuretnost kompanija koje posluju unutar te zemlje. Prema švedskom ekonomisti Linderu, svaka zemlja na međunarodnom tržištu konkuriše onim proizvodima (i uslugama) koje je prethodno razvila na domaćem

tržištu. Dakle, struktura izvoza svake zemlje, najvećim delom, zavisi od strukture ponude u toj zemlji. Ukoliko je tržište u posmatranoj zemlji nedovoljno konkurentno, odnosno ukoliko se na njemu odvija utakmica između malog broja velikih i uticajnih kompanija, koje se međusobno takmiče na osnovu necenovnih svojstava svoje ponude, onda ta svojstva, takođe, postaju dominantna karakteristika njihovog izvoza. Zbog toga, izvozni proizvodi i usluge iz zemalja sa monopolskim domaćim tržištem, obično imaju visok kvalitet praćen odgovarajuće visokom cenom. Od velikog broja necenovnih faktora, koji utiču na konkurentsku poziciju izvoznika na međunarodnom tržištu, u litertaturi se najviše ističu: 1. dohodna elastičnost, 2. kvalitet ponude, 3. dizajn proizvoda, 4. marketinška aktivnost i 5. organizacija isporuka i post-prodajnih servisnih usluga. Rast ekonomije, izražen realnom stopom rasta BDP, u proseku povećava dohodak stanovništva, koji će se većim delom odliti u potrošnju. Deo prirasta dohotka namenjenog potrošnji biće usmeren na nabavku proizvoda iz uvoza. Promena domaće tražnje za proizvodima (i uslugama) iz uvoza po jedinici prirasta dohotka predstavlja dohodnu elestičnost tražnje za uvozom. Međutim, kao što je važno za svaku zemlju da ukalkuliše svoju dohodnu elestičnost tražnje za uvozom, tako je potrebno da izvrši analizu i dohodnog elasticiteta drugih zemalja za njenim izvozom. Ovaj elesticitet ukazuje kako se rast drugih privreda, kroz rast dohotka njihovog stanovništva, odražava na promenu izvoza posmatrane zemlje. Kvalitet proizvoda predstavlja jedan od najkompleksnijih i najznačajnijih faktora konkurentnosti. Primera radi, Mercedes proizvodi konkurentne automobile, uprkos relativno visokoj ceni koju postižu na svetskom tržištu. Razlog je u kvalitetu njihovih proizvoda. Ekonomski analitičari ne mogu direktno kvantifikovati „kvalitativnu komponentu“, pa se često služe posrednim metodama. Jedan od najfrekventnijih metoda što egzaktnije kvantifikacije kvalitativnih svojstava proizvoda jeste obračun vrednosti po toni izvoza. Pri datoj težini proizvoda, kvalitet će uticati da njegova izvozna vrednost bude realtivno visoka u odnosu na izvezenu količinu. Sličan je slučaj i sa dizajnom. Uspešan dizajn proizvoda poboljšava njegov kvalitet i doprinosi povećanju prodaje. I kvalitet i dizajn zavise od spremnosti izvozne kompanije da investira u istraživanje i razvoj. Svaka kompanija koja posluje na oligopolskom tržištu mora biti svesna uloge i značaja svoje marketing službe. Na samom početku, služba marketinga ima zadatak da istraži i odabere tržišta na kojima će biti ponuđen novi proizvod (strategija selekcije). Odabir izvoznog tržišta zavisi od mnoštva različitih faktora, poput veličine tržišta, ponašanja potrošača, postojeće i potencijalne konkurencije, poslovne klime, podsticajnog zakonodavstva, običaja i sl. Od pravilnosti procene tržišta najvećim delom zavisi uspeh izvoznog posla. Druga bitna funkcija marektinga je da doprinese održavanju i povećanju učešća posmatranog proizvoda na odabranom izvoznom tržišu. U tu svrhu služe različite promotivne aktivnosti poput, oglašavanja, reklamiranja, učešća na sajmovima i izložbama i sl., kao i izbor odgovarajućih kanala prodaje. Organizacija pravovremene isporuke i formiranje post-prodajne servisne mreže predstavljaju veoma važan aspekt necenovne konkurentosti ponude na inostranom tržištu, iako izvoznici često neopravdano ignorišu ove aktivnosti. Kroz poštovanje rokova isporuka i organizaciju kvalitetne servisne podrške, proizvođači stiču odgovarajuću reputaciju koja ostvaruje pozitivne efekte na buduće poslovne aranžmane u inostranstvu. 5.4.2.1. Cenovni faktori konkurentnosti srpskog izvoza Mnogi proizvođači u Srbiji smatraju da je devizni kurs ključni činilac koji opredeljuje njihovu konkurentsku poziciju, naročito u sektoru prerađivačke industrije. Kurs dinara nije pratio visoku stopu inflacije nakon decembra 2000. godine, kada je izvršena poslednja velika devalvacija nacionalne valute. Zvanični kurs dinara je tada devalvirao pet puta, sa 6 na 30 dinara za nemačku marku, izjednačivši se sa „crnim kursom“ prema kojem su se u praksi odvijale gotovo sve privredne transakcije u zemlji. Ukoliko se pretpostavi da je ovom devalvacijom kurs dinara osvario svoju ravnotežnu vrednost, onda promene realnog efektivnog kursa ukazuju na značajne varijacije u cenovnoj konkuretnosti srpskog izvoza po pojedinim godinama. Realni efektivni kurs dinara je uglavnom rastao do 2009. godine, a isto se desilo i u 2011. Pogoršanje cenovne konkuretnosti je imalo dvostruko dejstvo na domaću prerađivačku

industriju: bitno je umanjilo njene izvozne performanse i istovremeno je izložilo značajnoj konkurenciji uvozne robe. Sve to se odrazilo na neuspeh privatizacije i restrukturiranja ovog sektora, što je bitno usporilo njegov oporavak. Prema podacima predstavljenim u grafikonu 1, može se identifikovati visok nivo negativne podudarnosti dinamike proizvodnje prerađivačke industrije sa promenom cenovne konkuretnosti. Obračunom Pirsonovog (Pearson) koeficijenta korelacije po formuli: ∑ (X i − φX)* (Yi − φY) n r= i=1 ∑ (Xi −φX)2* ∑(Yi −φY)2

n n , i=1 i= 1 φX = n1 i∑= n1X i , φY = n1 i∑= 154

n1Yi , evidentiran je značajan nivo negativne povezanosti (r = -0,86) serija godišnjih indeksa fizičkog obima proizvodnje prerađenih industrijskih proizvoda (X) i realnog efektivog kursa dinara (Y), u periodu 2000- 2012. godine (φX i φY, označavaju prosečne indekse obima proizvodnje i deviznog kursa) . Ovo ukazuje da je apresijacija realnog efektivnog kursa nacionalne valute gotovo obavezno dovodila do pada industrijske produkcije i obrnuto, njegova depresijacija do izvesnog oporavka proizvodnje ovog sektora. Grafikon V-13 .Dinamika realnog efektivnog kursa dinara i fizičkog obima industrijske proizvodnje, 2000-2012. Izvor: Obračun na osnovu podataka NBS. Značajan uticaj kursa na industrijsku proizvodnju posledica je njene izražene zavisnosti od spoljnog tržišta. Da bi se optimalno iskoristili kapaciteti domaće industrije, koja je „dizajnirana“ za potrebe velike Jugoslavije sa više od 20 miliona stanovnika, neophodna je njena izvozna orijentacija. Kako u strukturi domaće industrije dominiraju grane niske i srednje tehnološke složenosti, obim i vrednost ukupnog industrijskog izvoza, najvećim delom, zavise od cenovnih podsticaja. Precenjena vrednost dinara umanjuje izvozne šanse i ne dozvoljava širenje efekata ekonomije obima na celokupnu industrijsku proizvodnju, čime se dodatno ugrožava cenovna konkuretnost industrijskih proizvoda i na domaćem tržištu. Ako se tome doda i obaveza koju je Srbija prihvatila, da liberalizuje uvoz na domaće tržište, perspektiva opstanka ovog sektora se ozbiljno dovodi u pitanje. Mnogi ekonomisti, uprkos priznanju da realna apresijacija kursa može negativno uticati na proizvodni sektor, jaku nacionalnu valutu povezuju sa ekonomskom snagom države i ističu njen pozitivan doprinos cenovnoj stabilnosti. U tu svrhu često se ukazuje na činjenicu da je nakon Drugog svetskog rata kurs marke jačao u odnosu na englesku funtu, što Nemačkoj nije smetalo da stabilizuje privredu i ostvari najveću ekonomsku ekspanziju u svojoj istoriji. Međutim, da Srbija nije Nemačka podseća činenica da u vreme najveće precenjenosti kursa dinara, inflatorni pritisci nisu jenjavali, tako da se Srbija svake godine redovno nalazi u grupi zemalja sa najvećom stopom rasta cena u Evropi. Istovremeno, ona je jedna od vodećih zemalja po stopi nezaposlenosti, dok je njen trgovinski bilans konstatno u deficitu, što spoljnu zaduženost Srbije približava granici održivosti, a njenu privredu čini izrazito nestabilnom. Relativna inflacija, merena indeksom potrošačkih cena u Srbiji i zemljama evro zone, iskazuje trend rasta u periodu 2007-2012. godine. Rast relativne inflacije odrazio se na precenjenost dinara, jer kurs uglavnom nije adekvatno pratio razliku u dinamici cena u Srbiji i evro zoni. Grafikon V-14. Relativna inflacija u Srbiji u periodu 2007-2012. godine Izvor: Obračun na osnovu podataka NBS i Eurostat. Privredna nestabilnost za sobom povlači visok nivo poslovnog rizika, što negativno utiče na troškove, a pre svega na kamate za finansiranje izvoznih poslova. Da bi pomogla privredi, Srbija je uvela subvencionisane kredite, koji se jednim delom odnose i na izvozne poslove. Ovi krediti se uglavnom odobravaju sa valutnom klauzulom po fiksnoj stopi od 3,5%, ili u dinarskoj protivvrednosti po referantnoj kamatnoj stopi. Prema podacima NBS iz marta 2013. godine, najvišu referentnu kamatnu stopu, među zemaljama EU, imaju Mađarska sa 6,65%, Rumunija sa 6,18% i Poljska sa 4,80%, dok najnižu stopu od 0,66% ima grupa uglavnom razvijenijih zemalja na čelu sa Nemačkom, Francuskom i Austrijom. Nasuprot njima, referentna kamatna stopa u Srbiji je u martu 2013.

iznosila 11,75%, što je dvostruko više od najviših stopa u EU i gotovo 18 puta više u odnosu na najrazvijenije evropske zemlje. Tako, svaka kompanija koja svoj izvoz finansira subvencionisanim kreditima, na globalom tržištu mora ostvariti najmanje 12% veću cenu, ne bi li joj zarada bila na pozitivnoj nuli u dinarskoj protivvrednosti. Da bi se pokrili manipulativni troškovi i ostvario određeni profit, prodajna cena bi se morala uvećati bar za još toliko, što je teško ostvarljiv cilj za srpska preduzeća na probirljivom tržištu EU. Stoga, država umesto subvencionisanja zapošljavanja radnika, treba više računa da posveti subvenicionsanju kamatnih stopa, čime bi se obezbedili nediskriminatorni uslovi za sva izvozno-orijentisana preduzeća, kako domaća, tako i inostrana. Otvaranjem razvojne banke, ili direktnim subveniconisanjem kamatnih stopa poslovnih banaka (što je nepovoljnija varijanta, jer otvara mogućnosti za razne vrste špekulacija), stvorili bi se uslovi za finansiranje izvoznih projekata po kamatnim stopama koje ima konkurencija u IRZ i eliminisale komparativne slabosti srpske privrede koje su posledica visoke cene kapitala. Profitabilnost prerađivačke industrije, merena udelom bruto poslovnog viška u ostvarenom prometu, u 2012. godini iznosila je skromnih 9,7%.61 Uzimajući u obzir podatke o profitabilnosti pojedinih grana prerađivačke industrije iz perioda koji je prethodio krizi (po završnim računima 2009. godine), sve grane prerađivačke industrije moguće je razvrstati u tri grupe po nivou profitabilnosti: 1. neprofitabilne (koje su zabeležile bruto poslovni manjak), 2. umereno profitabilne (kod kojih je bruto poslovni višak u ostvrenom prihodu učestvovao sa manjim procentom od proseka prerađivačke industrije) i 3. visoko profitabilne (kod kojih je udeo bruto poslovnog viška u ostvarenom prihodu bio veći od proseka prerađivačke industrije). Posmatrajući učešća sve tri grupe grana prerađivačke industrije u izvozu sektora u 2002. i 2013. godini, uočava se pad značaja visoko profitabilnih i umereno profitabilnih grana i rast značaja neprofitabilnih grana u strukturi izvoza. Rast izvoza neprofitabilnih grana, velikim delom, je posledica priliva SDI u kragujevačku fabriku automobila, koja je od dolaska FIAT-a postala najveće izvozno preduzeće u zemlji. 61 RZS, Statistički godišnjak Srbije, 2014. Visoko profiatabilne Umereno profitabilne Neprofitabilne 50 40 48,2 Procenti 30 20 37,3 37,6 34,6 27 10 0 14,5 2002 2013 Grafikon V-15. Učešće grana prerađivačke industrije svrstanih prema profitabilnosti u ukupnom sektorskom izvozu u 2002. i 2013. godini Izvor: Obračun prema podacima RZS Dva ključna činioca koja opredeljuju visinu jediničnih troškova rada su zarade i produktivnost rada. Produktivnost privrede obračunava se na osnovu vrednostnih pokazatelja, koji najbolje aproksimiraju količinu proizvedenih proizvoda i usluga. U tabeli A-16 u aneksu, korišćeni su podaci o bruto dodatoj vrednosti (BDV) privrede Srbije u hilj. dinara, obračunatoj u stalnim cenama iz 2002. godine. Produktivnost, obračunata kao BDV u stalnim cenama po zaposlenom radniku, iskazivala je rast u periodu 2007-2013. godine, najvećim delom zbog niske baze proizvodnje i smanjenja zaposlenosti. Proizvodnja je u godinama obnove ratom razrušene privrede iskazivala relativno visoku dinamiku, što je presudno uticalo na rast produktivnosti. Međutim, globalna kriza iz 2008. godine, negativno je uticala na poslovnu aktivnost u Srbiji, tako da je na produktivnost najviše uticalo kretanje zaposlenosti. U cilju strukturne analize produktivnosti poslovnog sektora, koriste se podaci o dodatoj vrednosti iz završnih računa privrednih društava. Na osnovu ovih podataka, uočava se da su relativno najveći nivo produktivnosti u 2013. godini ostvarivala preduzeća iz oblasti: snabdevanje

električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija; poslovanje nekretninama **i informisanje i komunikacije.** 224

Nasuprot njima, najnižu produktivnost imala su privredna društva koja posluju u oblasti ugostiteljstva i administrativnih i pomoćnih uslužnih delatnosti. Produktivnost kompanija iz oblasti prerađivačke industrije je u 2009. godini bila za 15%

niža u poređenju sa produktivnošću ukupnog poslovnog sektora, da bi se u 2013. njihova relativna produktivnost delimično uvećala na 96,8%. Tabela V-23. Relativna produktivnost po sektorima, 2007-2013. godine (indeksi: poslovni sektor ukupno = 100) Poslovni sektori 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Ukupno 100,0 100,0 100,0 100,0 100,0 100,0 100,0 B - Rudarstvo 103,8 118,3 135,9 141,0 155,7 151,1 162,4 C - Prerađivačka industrija 81,5 88,6 85,2 92,9 93,2 99,0 96,8 D - Elektroprivreda 197,7 221,7 246,6 220,6 236,5 211,5 295,5 E - Vodoprivreda 77,1 74,9 79,1 77,1 79,6 74,6 72,2 F - Građevinarstvo 124,7 107,8 105,0 101,7 105,0 88,4 93,2 G -

Trgovina na veliko i malo 99 **,9** 91 **,8** 84 **,2** 113

86,0 85,4 92,3 82,1 D – Saobraćaj i skladištenje 93,3 85,3 109,5 90,3 82,1 75,3 86,0 I - Usluge smeštaja i ishrane 53,0 49,0 46,0 44,2 43,9 44,5 46,2 J - Informisanje i komunikacije 214,1 234,2 218,2 224,3 220,2 214,8 199,9 L - Poslovanje nekretninama 80,2 162,5 265,3 270,8 223,3 247,4 203,2 M - Stručne, naučne i tehničke delatnosti 127,8 107,5 99,1 90,1 90,8 88,4 84,5 N - Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti 68,9 70,5 71,1 66,5 64,4 59,0 54,0 Izvor: Obračun na osnovu podataka iz baze RZS, strukturne poslovne statistike Na kretanje produktivnosti mogu uticati promene nivoa produktivnosti pojedinih sektora i promene u strukturi zaposlenosti. Doprinos pojedinih faktora promeni ukupne produktivnosti obračunat je za period 2007-2012. godine. U prerađivačkoj industiji je 2012. godine bilo 79.000 radnih mesta manje u odnosu na 2007. godinu, što predstavlja pad od 18%, dok je, istovremeno, broj radnih mesta u uslužnoj delatnosti povećan za 17.000, ili za 3%, čemu su najviše doprinele tri grane

ovog sektora: trgovina na veliko i malo, profesionalne **i** tehničke usluge **i** 243

administrativne usluge. Prema podacima RZS (strukturne poslovne statistike), ukupna privreda je iskazala skroman rast produktivnosti u posmatranom periodu od 0,74% godišnje. Glavni doprinos blago pozitivnom rastu produktivnosti proizilazi od performansi produktivnosti svakog pojedinog sektora, dok je doprinos strukturnih promena (realokacija rada kroz sektore) bio negativan, što pokazuje da realokacija radne snage od prerađivačke industrije ka uslugama nije unapredila ukupnu produktivnost privrede Srbije. Doprinos sektorskog rasta produktivnosti Doprinos strukturnih promena 7 Procenti 6 5 4 3 2 1 0 -1 -2 -3 5,67% 1,13% -0,39% -1,01% -1,64% -0,01% Privreda ukupno Prerađivačka industrija Usluge Grafikon V-16. Doprinos strukturnih promena i sektorskog rasta produktivnosti ukupnoj promeni produktivnosti privrede Srbije u periodu 2007-2012. (procenti) Izvor: World Bank Group (2014.), p. 13. Produktivnost u prerađivačkoj industriji je u ovom periodu prosečno godišnje rasla po stopi od 4,76%, na šta je pozitivno delovao rast unutar-sektorske produktivnosti po pojedinim granama, dok je uticaj strukturnih promena, kao i u slučaju ukupne privrede, imao negativnu ulogu. Seljenje radne snage unutar prerađivačke industrije odvijalo se u pravcu grana sa niskom produktivnošću u 2012. godini, kao što su: proizvodnja odeće; prerada drveta, osim proizvodnje nameštaja; proizvodnja pletenih proizvoda i proizvoda od slame; proizvodnja štampanog i reprodukcionog materijala i

proizvodnja metalnih proizvoda, osim mašina i opreme. Međutim, bilo je **i** 181

nekih izuzetaka, koji pokazuju da se određeni deo radne snage selio ka visoko porduktivnim granama, kao što su: proizvodnja prehrambenih

proizvoda; proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i farmaceutskih **preparata** i 60 **proizvodnja proizvoda od gume i plastike.**

U uslužnom sektoru je, u periodu 2007-2012. godine, zabležen pad produktivnosti po stopi od 1,65% godišnje. I u ovom slučaju, radna snaga se u proseku selila ka nisko produktivnim granama, što objašnjava negativan doprinos strukturnih promena rastu produktivnosti ovog sektora. Rast produktivnosti u prerađivačkoj industriji Srbije bio je na nivou proseka regionalnih konkurenata. Uz prosečan rast od 4,76% na godišnjem nivou, produktivnost u prerađivačkoj industriji rasla je brže nego u Češkoj, Mađarskoj, Poljskoj i Rumuniji, ali i znatno sporije nego u Bugarskoj i Slovačkoj. Ipak, dostignuti nivo produktivnosti u Srbiji je tek na nivou 40% produktivnosti prerađivačkog sektora Mađarske, Češke, Poljske i Slovačke, dok je uporediv sa Bugarskom i Rumunijom (World Bank Group, 2014, p. 13.). Proizvodnja prehrambenih proizvoda je najveća grana prerađivačke industrije, koja učestvuje sa jednom petinom u ukupnoj zaposlenosti i ostvarenom BDV ovog sektora. Rast produktivnosti u ovoj 221 grani je među najvišim u regionu, što je doprinelo da se delimično smanji gep u odnosu na konkurente iz okruženja, koji je, međutim, i dalje značajan. Nivo produktivnosti proizvodnje prehrambenih proizvoda u Srbiji je na nivou 65% produktivnosti najnaprednijih proizvođača u regionu, što je mnogo povoljnije u odnosu na zaostatak koji beleži celokupna prerađivačka industrija Srbije (Ibid., p. 14.). Pozitivne performanse prehrambene industrije rezultat su kompletno sprovedene privatizacije u ovoj grani. U periodu 2007-2012. godine, rast troškova rada u prerađivačkoj industriji bio je u proseku niži od rasta produktivnosti, što je rezultiralo smanjenjem jediničnih troškova rada u 2012. za 20% u odnosu na 2007.godinu. Osim prerađivačke industrije, i izvestan broj ostalih sektora je uspeo da unapredi konkurentnost u posmatranom periodu. Smanjivanje broja zaposlenih bilo je praćeno rastom standarda onih koji su ostali u radnom odnosu. Tako je u periodu 2002-2010. godine nivo zarada u prerađivačkoj industriji povećan četiri puta, što je neutralisalo uticaj produktivnosti na troškovnu konkurentnost domaće industrije. Tokom poslednjih petnaest godina, nakon delimičnog ukidanja međunarodnih sankcija prema SRJ, jedinični troškovi rada su pozitivno uticali na konkurentnost srpske industrije u 2000., 2004., 2008., 2010. i 2011. godini, dok je u ostalim godinama njihov doprinos konkurentnosti bio izrazito negativan. Tako su u 2012. godini jedinični troškovi rada bili za oko 25% veći u odnosu na 2001. godinu, uprkos tome što je produktivnost rada u tom periodu dvostruko porasla. Tabela V-24. Indeksi jediničnih troškova rada u prerađivačkoj industriji Srbije, u periodu 1997-2012. godine Godina Lančani indeksi (prethodna godina=100) Bazni indeksi (2001=100) 1997. - 93,9 1998. 105,2 98,8 1999. 115,9 114,5 2000. 74,8 85,7 2001. 116,7 100,0 2002. 125,6 125,6 2003. 106,3 133,5 2004. 98,4 131,4 2005. 105,5 138,6 2006. 100,0 138,5 2007. 101,0 139,9 2008. 97,5 136,3 2009. 101,2 137,9 2010. 90,9 125,4 2011. 94,5 118,5 2012. 105,9 125,5 Izvor: Obračun na osnovu podataka statistike NBS. U današnjem svetu, suština konkurentnosti na dugi rok leži u produktivnosti koja predstavlja meru ekonomske efikasnosti - koliko se efektivno ekonomske ulazne veličine (inputi) pretvaraju u izlazne veličine (outpute) sistema. Srbija se približava momentu kada više neće biti moguće održavati produktivnost na osnovu smanjivanja zaposlenosti. Problem relativno niske produktivnosti domaćih proizvodnih kompanija, u poređenju sa preduzećima iz privredno razvijenih zemalja, moraće se ubuduće rešavati nekim drugim metodama. 5.4.2.2. Necenovni faktori konkurentnosti a. Intra-industrijska razmena Ekonomski razvoj, pored rasta proizvodnje, podrazumeva i unapređenje strukturnih performansi privrede. Kada je spoljnotrgovinska razmena u pitanju,

rast izvoza treba da bude praćen permanentnim poboljšavanjem strukture plasmana robe i usluga na globalno tržište. Unapređenje strukture izvoza podrazumeva specijalizaciju zemlje u ponudi proizvoda i usluga više faze složenosti i tehnološke intenzivnosti. Jedan od načina sticanja komparativnih prednosti u oblasti robnog izvoza predstavlja snižavanje jediničnih troškova proizvodnje na osnovu korišćenja efekata ekonomije obima. Efekti ekonomije obima dolaze, pre svega, do izražaja pri masovnoj robnoj proizvodnji, koja predstavlja rezultat tehnološkog napretka i primene inovacija. Osim smanjenja fiksnih troškova po jedinici proizvoda, značaj masovne produkcije ogleda se u standardizaciji proizvoda i ujednačavanju kvaliteta ponude na tržištu, što pospešuje tokove globalne razmene. Pretežni deo svetske trgovinske razmene odvija se između zemalja

koje se nalaze na približno **istom nivou ekonomske razvijenosti i** 135

među kojima nema značajne diferencijacije u strukturi raspoloživih faktora proizvodnje i tehnološkoj opremljenosti. Trgovina između ovih zemalja bazira se na razmeni proizvoda čija produkcija zahteva korišćenje identičnih inputa, uz nikakve ili minimalne razlike u odnosima i efikasnosti njihove eksploatacije. Razmena u kojoj se istovremeno izvoze i uvoze proizvodi iste carinske nomenklature naziva se intra-industrijskom razmenom (M. Jovičić i saradnici, 2002.). Za razliku od inter-industrijske razmene, koja je determinisana troškovima i raspoloživim resursima, te se može objasniti klasičnim teorijskim konceptima u čijoj osnovi stoji pretpostavka o konstantnim prinosima, jedinstvenoj proizvodnoj funkciji i konkurentnoj tržišnoj strukturi, unutar- industrijska razmena se zasniva na novijim teorijama spoljne trgovine, koje se baziraju na pretpostavci o rastućim prinosima, diferenciranoj proizvodnji i nesavršenom delovanju tržišta. Intenzitet intra-industrijske razmene je u pozitivnoj korelaciji sa nivoom ekonomskog razvoja i rastom privredne aktivnosti. Razvijene zemlje imaju veći kapacitet za diferencijaciju proizvoda, zahavljujući kvalifikovanom radu i ulaganjima u istraživanje i razvoj. Visok nivo intra-industrijske razmene ukazuje da je profil trgovine uglavnom definisan tehnologijom i faktorima tražnje, a manje ponudom faktora proizvodnje i prirodnim resursima. Nasuprot tome, u nedovoljno razvijenim zemljama, niski dohoci i tehnološka nekonkurentnost predstavljaju faktore ograničenja razvoja intra-industrijske trgovine. Za potrebe obračuna intenzivnosti intra-industrijske razmene korišćen je standardni Grubel-Lloyd indeks, koji ima sledeći izraz: ∑(X j+Mj)−∑ Xj − Mj GL j = j j ∑(Xj + Mj) j gde Xj predstavlja izvoz, a Mj uvoz određenog proizvoda. Indeks predstavlja udeo intra-industrijske razmene u ukupnoj trgovini i

može imati vrednosti od 0 do 1. Indeks ima **vrednost** 324

0 kada ne postoji intra-industrijska razmena, a vrednost 1 kada se celokupna spoljna trgovina obavlja na osnovu intra-industrijske razmene. Pošto neravnoteža trgovinskog bilansa može značajno uticati na vrednost standardnog Grubel-Lloyd indeksa, u smislu njenog potcenjivanja, osnovni indeks se koriguje pretpostavkom uravnotežene razmene. Korigovana vrednost Grubel-Lloyd indeksa dobija se po formuli: ∑(Xj + Mj)−∑ Xj −Mj GL(adj) = j j ∑(Xj + Mj)− j ∑Xj −∑Mj j j gde promenjive imaju identično značenje kao i u prethodnom slučaju. Korigovani Grubel-Lloyd indeksi obično su viši od standardnih, tako da se na osnovu te razlike utvrđuje u kojoj meri neravnoteža trgovinskog bilansa utiče na rezultat dobijen po osnovu standardnog modela. Za Srbiju su izračunati standardni i korigovani Grubel-Lloyd indeksi ukupne spoljnotrgovinske razmene sa svetom i razmene sa dva vodeća regionalna trgovinska partnera, EU i zemljama

CEFTA, na nivou robnih grupa SMTK, u periodu 1990-2012. godine. Zemlje EU su u 2012. godini učestvovale sa 58,1% u strukturi spoljnotrgovinske razmene Srbije, a zemlje CEFTA sa 14,5%, s tom razlikom što je udeo zemalja EU u izvozu i uvozu Srbije bio identičan, dok su zemlje CEFTA znatno više učestvovale u strukturi ukupnog izvoza Srbije (25,2%), nego u strukturi ukupnog uvoza (8,1%). Tabela V-25. Intenzitet intra-industrijske razmene Srbije po regionima, 1990-2012. 1990 1998 2001 2004 2008 2012 Standardni Grubel-Lloyd indeks (GL) Svet 0,35 0,27 0,27 0,35 0,39 0,50 CEFTA - 0,45 0,44 0,51 0,41 0,44 EU 0,46 0,32 0,28 0,28 0,30 0,44 Korigovani Grubel-Lloyd indeks (GLadj.) Svet 0,40 0,36 0,48 0,71 0,63 0,67 CEFTA - 0,61 0,47 0,68 0,60 0,62 EU 0,53 0,46 0,48 0,59 0,50 0,59 Napomena: Za prve tri posmatrane godine korišćeni su podaci obračuna objavljeni u M. Jovičić i saradnici (2002.), op. cit., ss. 34-35, s tom razlikom što je CEFTA predstavljena grupom zemalja (Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija i Albanija) koje u to vreme nisu bile njene članice. Izvor: Obračun na bazi podataka RZS Na osnovu podataka prezentiranih u tabeli 5, uočava se značajna razlika u nivou standardnih i korigovanih Grubel-Lloyd indeksa, što ukazuje da tradicionalno visok nivo neuravnoteženosti spoljnotrgovinske razmene Srbije bitno utiče na rezultate ovog istraživanja, potiskujući intenzitet intra- industrijske trgovine, najvećim delom u strukturi razmene sa svetom i zemljama EU. Prosečno godišnje odstupanje korigovanog od standardnog Grubel-Lloyd indeksa u razmeni sa svetom iznosi 0,19, u razmeni sa EU 0,18 i u razmeni sa regionom CEFTA 0,15 indeksnih poena. Odstupanje korigovanog od standardnog Grubel-Lloyd indeksa, u korist ovog prvog, još je izraženije kada se podaci relativizuju. Procentualno izraženo, prosečni korigovani indeks za šest posmatranih godina u trgovini sa svetom je za 53,5% viši u odnosu na standardni, u trgovini sa EU za 51,9%, a u razmeni sa zemljama CEFTA svega za 33,3%. Ovo ukazuje da izraženi deficit u trgovini Srbije sa svetom i zemljama EU znatno više umanjuje značaj intra-industrijske razmene,

nego što je to slučaj sa	suficitom koji	**se**	beleži	**u**	325

trgovini sa CEFTA grupacijom. Poređenjem vrednosti standardnih Grubel-Lloyd indeksa u 1990. i 2012. godini, može se primetiti da je nešto značajniji napredak u strukturi spoljnotrgovinske razmene zabležen jedino u trgovini sa svetom, gde je intenzitet intra-industrijske razmene povećan sa 35% na 50%. U trgovini sa zemljama EU i CEFTA, takav pomak nije zabeležen, štaviše, intenzitet intra-industrijske razmene je i neznatno opao. U trgovini Srbije sa ove dve grupacije zemalja još uvek dominira razmena proizvoda različitih robnih grupa, što indicira na strukturu trgovine koja je pretežno definisana ponudom faktora i raspoloživošću prirodnih resursa, dok je uloga tehnologija, tržišta i preferencija potrošača nedovoljno iskorišćena. Nedostatak značajnijeg napretka u oblasti profilisanja strukture spoljne trgovine Srbije, naročito kada je reč o razmeni sa razvijenijim zemljama, koincidira sa kontrakcijom poslovne aktivnosti u posmatranom periodu, a naročito sa padom industrijske proizvodnje, koja se još uvek nalazi na nivou od oko 50% proizvodnje iz perioda koji je prethodio raspadu SFRJ. Poslednje dve decenije izgubljene su u činjenici da tranzicione reforme nisu doprinele ekonomskom napretku zemlje, pre svega, usled nedostatka dovoljno kvalitetnih investicija, koje bi pomogle da se efikasno sprovede proces restrukturiranja i reindustrijalizacije privrede. b. Analiza dohodne elastičnosti Izvoz se gotovo redovno javlja kao konstantna ili opadajuća funkcija rasta nacionalnog dohotka, dok je uvoz najčešće rastuća funkcija privrednog rasta i rasta zaposlenosti. Ovo se tumači činjenicom da rast nacionalnog dohotka dovodi do povećanja domaće tražnje i preorijentacije jednog dela izvoza u domaću potrošnju. Uporedo s tim, povećava se uvozna tražnja, čija se struktura menja pod uticajem politike supstitucije uvoza ili promene u preferenciji potrošača. Osnovni odnos zavisnosti između izvoza, uvoza i promene nacionalnog dohotka predstavlja koeficijent

dohodne elastičnosti izvoza i uvoza. Dohodne elastičnosti izvoza i uvoza predstavljaju količnik granične i prosečne sklonosti izvozu i uvozu, a granične sklonosti izvozu i uvozu ukazuju na promenu izvoza ili uvoza po jedinici promene nacionalnog dohotka. Matematički, dohodne elastičnosti izvoza i uvoza prikazane su sledećim formulama, gde prvi količnik predstavlja graničnu sklonost izvozu ili uvozu, a drugi količnik inverznu vrednost prosečne sklonosti izvozu ili uvozu: E x = ΔΔXY * Y X Em = ΔΔMY M * Y gde simboli imaju sledeće značenje: X – izvoz, M – uvoz, Y – nacionalni dohodak, Ex – dohodna elastičnost izvoza i Em – dohodna elastičnost uvoza. Analiza dohodne elastičnosti je vršena na osnovu podataka o vrednosti nacionalnog dohotka, izvoza i uvoza, iskazanoj u stalnim cenama iz prethodne godine, za period 2003-2012. godine koji je, radi preciznijeg zaključivanja, podeljen u tri faze (prva faza tranzicije 2003-05, pozna tranzicija 2006-08 i period globalne krize 2009-12). U sve tri posmatrane faze zabeležena je pozitivana elastičnost izvoza i uvoza u zavisnosti od promene dohotka, s tim što je u prve dve faze elastičnost uvoza bila izraženija od elastičnosti izvoza, dok je tek u trećoj fazi elastičnost izvoza nadmašila elastičnost uvoza. Viši nivo dohodne elastičnosti izvoza od uvoza povoljno utiče na platni bilans. U tom kontekstu, položaj privrede postaje sve bolji što je granična sklonost izvozu veća od 1, a granična sklonost uvozu manja od 1. Nasuprot tome, granična sklonost uvoza u Srbiji je u sva tri perioda bila izraženija od granične sklonosti izvoza, uz napomenu da je tokom treće faze bila veća od 1 (1,07). Prva postmatrana faza je još uvek predstavljala razdoblje obnove zemlje i restrukturiranja privrede, za šta je bio neophodan intenzivan uvoz opreme i repromaterijala iz inostranstva. Najveći deo nove proizvodnje bio je plasiran u domaću potrošnju, koja je predstavljala glavni pokretač ekonomskog rasta u početnim godinama tranzicije. Međutim, kako je tranzicija odmicala, neto-izvoz je postajao sve važniji generator rasta ekonomske aktivnosti. U periodu krize, značajno je opala tražnja za proizvodima i uslugama iz Srbije, kako domaća tako i inostrana. Ipak, pad domaće tražnje bio je nešto izraženiji, jer je bio praćen permanentnim rastom nezaposlenosti, tako da je u ovom razdoblju dohodna elastičnost izvoza bila veća od elastičnosti uvoza. Pad proizvodne aktivnosti u Srbiji izazvan ograničenjem svih oblika potrošnje (lične, investicione i opšte) doprineo je povećanju ekonomske zavisnosti zemlje od

uvoza robe i usluga iz inostranstva, kao i 297

od mogućnosti prodaje viškova na globalnom tržištu. Stoga je u fazi krize granična sklonost izvozu i uvozu bila nešto izraženija nego u prethodnim periodima. Tabela V-26. Republika Srbije: Dohodna elastičnost i granična sklonost izvoza i uvoza robe i usluga, 2003-2012. 2003-05 2006-08 2009-12 Granična sklonost izvozu 0,28 0,34 0,84 Granična sklonost uvozu 0,40 0,71 1,07 Dohodna elastičnost izvoza 0,60 1,04 2,31 Dohodna elastičnost uvoza 0,86 1,20 1,91 Izvozni multiplikator 2,50 1,41 0,93 Izvor: Obračun na osnovu podataka iz baze RZS.

Granična sklonost uvozu, dakle, predstavlja **onaj deo povećanog** dohotka **koji se troši** 71

za robu i usluge inostranog porekla. Drugim rečima, izvoz dovodi do stvaranja novog dohotka, koji stanovništvo troši, delom na domaće proizvode i usluge, a delom na uvezene proizvode i usluge. Ukoliko ga troši pretežno na nabaku uvozne robe i korišćenje usluga u inostranstvu, tada dolazi do rasta granične sklonosti uvozu. U meri u kojoj se dohodak troši na uvoz robe i usluga, dolazi do njegovog odlivanja u inostranstvo, što smanjuje inicijalni pozitivan uticaj

izvoza na dohodak. Kako granična sklonost potrošnji (c) predstavlja onaj deo dohotka koji se troši na kupovinu domaćih dobara, moguće je izračunati multiplikativni efekat izvoza na dohodak. Multiplikator izvoza (k) pokazuje koliki će inducirani dohodak nastati na osnovu autonomnog izvoza. On se dobija po formuli: k= 1 = 1 1− c m i predstavlja recipročnu vrednost granične sklonosti uvozu. Izvozni multiplikator ima veću vrednost kada je granična sklonost uvozu manja, odnosno kada je granična sklonost potoršnji veća. Posmatrano na osnovu pokazatelja proizvodnje i uvoza iskazanim u stalnim cenama, multiplikativni efekat izvoza robe i usluga na dohodak srpske privrede iskazuje značajan pad. U prvom posmatranom periodu (2003- 05.) 1 dinar dodatnog izvoza je, do momenta potpunog iscrpljenja multiplikativnog efekta, inicirao rast dohotka od 2,50 dinara, da bi u drugom (2006-08.) i tećem periodu (2009-12.) inicirani dohodak bio smanjen na 1,41 i 0,93 dinara respektivno. Pad izvoznog multiplikatora je jasan pokazatelj povećane sklonosti uvozu, što je direktna posledica urušavanja domaće proizvodnje, naročito u periodu krize. Na osnovu dosadašnje analize dohodne elastičnosti, može se zaključiti da je Srbija visoko zavisna od uvoza robe i usluga i da se ta zavisnost vremenom povećava. S druge strane, sve veći deo proizvodnje biva plasiran na inostrano tržište, međutim, granična sklonost izvozu je manja od granične sklonosti uvozu, što ima negativne reperkusije na makroekonomsku stabilnost zemlje, a pre svega na trgovinski bilans i nezaposlenost. Sa aspekta konkurentnosti kvalitetom, važnija je analiza dohodne elastičnosti uvoza srpskih proizvoda u najznačajnijim partnerskim zemljama. Ova analiza ukazuje u kojoj meri se jedinična promena dohotka u posmatranim zemljama odražava na njihov uvoz proizvoda iz Srbije. Imajući u vidu da su zemlje EU nešto ranije ušle u krizu od Srbije, fokus analize će biti na dva perioda: prvi, u kojem globalna privreda beleži rast (2003-2007.) i drugi, u kojem se negativni efekti krize odražavaju na pad ili stanganciju privredne aktivnosti u svetu (2008-2012.). U relativno prosperitetnom periodu od 2003. do 2007. godine, svetski BDP je porastao u nominalnom iznosu za 59%, dok je izvoz srpskih proizvoda na svetsko tržište povećan 3,2 puta. U ovom periodu je dohodna elastičnost svetske tražnje za srpskim proizvodima bila takva da je na jedan procenat nominalnog rasta dohotka, uvoz sprskih proizvoda nominalno rastao za 1,86 procenata. Posmatrano po pojedinim zemljama, najznačajnijim spoljnotrgoviniskim partnerima, najveću dohodnu elastičnost uvoza za srpskim proizvodima iskazale su uglavnom razvijene zemlje EU: Nemačka, Italija, Grčka i Austrija. Nasuprot njima, u Makedoniji je tražnja za srpskim proizvodima bila neelastična u odnosu na promenu dohotka, dok je u Rusiji, Ukrajini, BIH, Rumuniji, Bugarskoj i Hrvatskoj zabležen znatno niži nivo elastičnosti nego u prethodno pomenutim zemljama. Tabela V-27. Dohodna elastičnost uzvoza srpskih proizvoda u najznačajnije partnerske zemlje u periodima: 2003-2007. i 2008-2012. 2003-2007 2008-2012 Partnerske zemlje Indeksi BDP Indeksi uvoza srpskih proizvoda Dohodna elastičnost Uvoza Indeksi BDP Indeksi uvoza srpskih proizvoda Dohodna elastičnost uvoza Nemačka 1,36 3,20 2,60 0,99 1,16 -9,90 Ruska Fed. 3,00 3,43 1,06 1,11 1,44 3,11 Italija 1,40 3,13 2,37 0,95 1,16 -2,81 BIH 1,95 2,51 1,23 0,99 0,89 11,34 Francuska 1,44 2,54 1,97 0,98 0,89 5,30 Makedonija 1,71 1,32 0,59 1,04 1,06 1,52 Mađarska 1,64 3,23 1,76 0,91 1,07 -0,61 Slovenija 1,68 4,34 1,90 0,92 1,05 -0,50 Austrija 1,45 3,33 2,25 1,01 0,81 -27,30 Grčka 1,41 2,98 2,29 0,87 0,95 0,35 Ukrajina 2,85 3,33 1,08 0,93 1,02 -0,27 Rumunija 2,84 3,71 1,13 0,91 2,04 -5,38 Hrvatska 1,98 4,32 1,55 0,91 1,08 -0,77 Bugarska 1,98 4,03 1,52 1,03 1,29 7,20 V.Britanija 1,55 2,79 1,82 0,92 1,22 -1,98 Češka Rep. 1,90 5,20 1,70 0,96 1,06 -1,31 Crna Gora - - - 1,01 0,69 -45,17 Svet 1,59 3,20 1,86 1,14 1,07 0,56 Izvor: Obračun na osnovu podataka UNCTAD i RZS. U kriznom periodu dohodak je nominalno opao u brojnim zemljama, ali se pad tražnje u tim zemljama različito manifestovao na uvoz iz Srbije. Globalna ekonomija je u perodu 2008-2012. godine ostvarila nominalni rast proizvodnje za 14%, ali je rast srpskog izvoza na svetsko tržište bio upola manji, tako da se globalna tražnja za proizvodima iz Srbije pokazala prilično neelastičnom. Najbolje performanse srpski proizvodi iskazali su u Nemačkoj, Rumuniji, Italiji, Velikoj Britaniji i Češkoj, gde se pad dohoka i tražnje najmanje odrazio na uvoz srpskih

proizvoda. U vreme svetske krize, nešto izraženiji rast dohotka zabeležen je jedino u Rusiji, zbog rasta cena energenata, i to se odrazilo na značajan rast prisustva srpskih proizvoda na tom tržištu. Dve zemlje koje su zabeležile privrednu stagnaciju u posmatranom periodu, Austrija i Crna Gora, iskazale su visoku negativnu dohodnu elastičnost tražnje za srpskim proizvodima, što ukazuje da potrošači u tim zemljama nisu previše naklonjeni srpskim proizvodima i lako ih se lišavaju čim osete prve nagoveštaje ekonomskih problema u svojim zemljama. Pad privredne aktivnosti najviše se negativno odrazio na tražnju za srpskim proizvodima u BIH i Francuskoj, gde je jednoprocentni pad dohotka izazvao nadproporcionalno smanjenje tražnje za proizvodima iz Srbije. Generalno, tražnja za srpskim proizvodima u svetu iskazuje umerenu dohodnu elastičnost u periodima povoljne konjunkture, dok postaje krajnje neelastična u kriznim vremenima. Minorno prisustvo srpskih proizvoda na svetskom tržištu, potrošače čini relativno indiferentnim prema njima, 227 tako da se promena životnog standarda na globalom nivou ne odražava previše na tražnju za proizvodima sa ovih prostora. c. Merenje konkurentnosti kvalitetom U cilju merenja konkuretnosti kvalitetom, korišćen je indikator jedinične vrednosti izvoza i uvoza, koji se definiše kao odnos nominalnog izvoza, odnosno uvoza, po jedinici mere. Jedinična vrednost predstavlja svojevrsnu aproksimaciju troškova kod homogenih proizvoda, pa bi stoga trebalo da zemlje sa nižim troškovima budu količinski neto izvoznici, a zemlje sa višim troškovima neto uvoznici. Ukoliko je neka zemlja neto izvoznik u količini, uprkos tome što njeni proizvodi imaju veće troškove izražene višom jediničnom vrednošću, onda postoji velika verovatnoća da se uzrok tome nalazi u superiornom kvalitetu njenih proizvoda. Na osnovu analize cenovnog elasticiteta izvoza moguće je odrediti na kojem se tržištu proizvodi pretežno razmenjuju. Ukoliko se količina izvoza povećava sa padom cena (i obrnuto), reč je o dominaciji cenovne konkurentnosti (price market), a ako izvozna količina raste i u uslovima rasta cena, onda se može govoriti o dominaciji necenovnih ili kvalitativnih faktora izvoza (quality market). Prema tome, za svaku zemlju se tržište može segmentirati na delove na kojima dominiraju cenovni ili necenovni faktori konkurentosti prema sledećem kriterijumu (M. Jovičić, 2002, s. 58.): • segment I (uspešna konkurencija kvalitetom) – proizvodi kod kojih izvozne količine nadmašuju uvozne količine, uprikos višoj jediničnoj vrednosti izvoza od jedinične vrednosti uvoza (QX>QM, PX>PM), • segment II (uspešna konkurencija cenom) – proizvodi kod kojih izvozne količine nadmašuju uvozne količine uz niže realtivne jedinične vrednosti (QX>QM, PX<PM), • segment III (nedostatak cenovne konkuretnosti) - proizvodi kod kojih neto uvoz predstavlja posledicu rasta izvoznih cena (QX<QM, PX>PM) i • segment IV (neuspešna konkurentnost kvalitetom) – neto uvozni proizvodi kod kojih je jedinična cena izvoza niža od uvozne (QX<QM, PX<PM). Za potrebe analize u ovom radu, izvršena je segmentacija izvoza Republike Srbije prema robnim grupama SMTK, u odabranim godinama perioda 1990-2012. Rezultati su prikazani u narednoj tabeli, koja sadrži: udeo svakog segmenta u ukupnom izvozu Srbije, udeo salda svakog segmenta u polovini spoljnotrgovinske razmene industrijskim proizvodima (sektori 5-8), relativni spoljnotrgovinski saldo (kao pokazatelj iskazanih komparativnih prednosti), trgovinski bilans po segmatnima i broj robnih grupa (trocifrena klasifikacija SMTK) u svakom od segmenata. U 1990. godini je oko 75% robnog izvoza Srbije ostvareno na osnovu uspešno sprovedene politike konkurentnosti, od čega je 22% proizvoda konkurisalo kvalitetom, a 53% cenom. U narednim godinama došlo je do značajnog smanjenja udela konkurentnog izvoza u strukturi ukupnog robnog izvoza Srbije i naročito pada udela proizvoda koji su ispoljavali konkurentnost na tržitima na kojima dominira kvalitativna komponenta. U 1990. je ukupno 109 robnih grupa bilo konkurentno na svetskom tržištu, da bi u 2012. taj broj spao na svega 61 robnu grupu. Broj cenovno konkurentnih robnih grupa je u istom periodu opao sa 89 na 50, a broj kvalitativno konkurentnih robnih grupa sa 20 na 11. Sa padom broja konkurentnih robnih grupa, opao je i njihov udeo u ukupnom izvozu na oko 60%, od čega su kvalitativno konkurentni proizvodi učestvovali sa 12,7%, a cenovno konkurentni sa 48%. Uporedo sa smanjenjem broja konkurentnih grana i njihovog učešća u ukupnom izvozu, uočava se

značajno gubljenje komparativnih prednosti u segmentu kvaltitivno konkurentnih proizvoda. Istovremeno, kod ove grupe proizvoda je primetan i pad doprinosa uravnoteženju trgovinskog bilansa, pre svega zbog činjenice da su, uglavnom, kvalitativno opstali izvoznici u manje značajnim granama, sa aspekta doprinosa spoljnotrgovinskim i proizvodnim rezultatima zemlje (što se ogleda u padu udela salda segmenta 1, u polovini obima trgovine industrijskim proizvodima). Tabela V-28.

Segmentacija grupa proizvoda (prema trocifrenoj SMTK) Godina Segment **Udeo u izvozu** 135

(%) Udeo salda u O/2 sektora 5-8 RCA Bilans u mil. USD Broj robnih grupa 1990 I II III IV 22,238 53,091 15,469 9,202 19,963 23,627 -24,101 -52,946 0,611 0,232 -0,397 -0,709 981,032 1161,991 -1185,271 -2601,895 20 89 68 80 1998 I II III IV 11,097 67,270 10,661 10,972 10,139 40,853 -58,183 -67,184 0,748 0,397 -0,719 -0,741 271,431 1093,719 -1557,672 -1798,645 17 77 80 81 2001 I II III IV 15,995 49,065 19,371 15,569 6,811 18,260 -65,102 -93,547 0,330 0,277 -0,662 -0,778 121,435 325,578 -1160,781 -1667,958 18 57 82 100 2004 I II III IV 10,875 43,235 21,758 24,132 6,439 7,510 -67,839 -85,933 0,768 0,146 -0,696 -0,723 332,926 388,350 -3507,785 -4443,350 11 50 80 119 2008 I II III IV 17,436 44,339 22,094 16,131 11,819 19,058 -104,030 -52,558 0,488 0,263 -0,695 -0,612 1255,797 2025,005 -11053,465 -5584,420 27 62 83 88 2012 I II III IV 12,749 48,054 24,642 14,555 8,158 18,243 -64,892 -38,193 0,392 0,200 -0,537 -0,536 814,921 1822,253 -6481,871 -3815,037 11 50 80 119 Napomena: Za prve tri posmatrane godine (1990., 1998. i 2001.) korišćeni su podaci iz: M. Jovičić,

Merenje komparativnih prednosti i strategija unapređenja spoljnotrgovinske razmene Srbije, Ekonomski fakultet, Beograd, februar **2002.,** 138

s. 59. Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS. Poseban problem predstavlja činjenica da je industrijski sektor značajno izgubio na konkurentnosti tokom poslednje dve i po decenije. U 1990. godini izvoznu konkurentnost ispoljile su 82 robne grupe koje pripadaju sektoru industrije, od čega je konkurentnost kvalitetom iskazalo 13 robnih grupa, a konkurentnost cenom 69 robnih grupa. Broj konkurentnih industrijskih proizvoda opadao je u narednim godinama, da bi u 2004. konkurentnost kvalitetom iskazale 2 robne grupe, a konkurentnost cenom 26 robnih grupa. Iako je broj konkurentnih industrijskih robnih grupa povećan do 2012. godine na 45 (kvaltitativno 12 i cenovno 33), on je još uvek upola manji nego u 1990. godini. Konkurentost je naročito opala u segmentu proizvoda visoke tehnologije, koji su, po pravilu, orijentisani na tržišta kvaliteta. Tako je u 2012. godini broj konkurentnih robih grupa iz sektora proizvodnje mašina i transportnih sredstava prepolovljen u odnosu na 1990. (sa 24 na 10), uz napomenu da su samo dve robne grupe ostvarile kvalitet koji prihvata inostrano tržište, dok su ostale iskazivale cenovnu konkurentost, koja, inače, ne predstavlja dominantnu karakteristiku ove vrste proizvoda. Tabela V-29. Segmentacija po sektorima SMTK Sek. 1990 19 98 20 01 20 04 20 08 2012 I II III IV I

II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 130

4 0 3 0 0 0 3 2 8 0 3 2 9 4 1 11 26 24 8 1 25 2 12 1 1 6 6 7 9 0 4 0 11 6 2 16 17 17 6 1 4 1 3 0 0 0 3 3 3 0 8 1 7 5 2 8 19 13 13 1 15 1 12 2 1 10 12 16 10 1 9 1 11 3 1 15 18 18 5 0 6 0 4 0 0 1 1 0 6 0 4 1 7 2 2 6 20 9 5 1 16 0 9 3 2 9 18 13 11 1 10 3 15 5 0 17 13 28 9 0 7 0 2 0 0 0 1 0 1 0 9 2 10 1 2 6 9 10 1 0 12 1 9 2 1 8 15 11 21 0 8 2 14 8 1 20 27 29 8 2 8 1 7 0 0 1 3 3 2 2 13 2 9 0 2 9 14 8 5 0 8 0 5 7 2 10 18 16 16 1 7 1 14 4 0 14 17 23 8 0 4 0 6 0 0 1 4 2 5 1 16 2 11 0 3 8 10 8 7 0 13 0 9 7 1 10 20 23 15 1 3 2 9 4 0 15 18 17 4 1 Uk. 20 89 69 80 17 77 80 81 18 57 82 100 11 50 80 119 27 62 83 88 23 65 99 73 Napomena: Za prve tri posmatrane godine (1990., 1998. i 2001.) korišćeni su podaci iz: M. Jovičić,

Merenje komparativnih prednosti i strategija unapređenja spoljnotrgovinske razmene Srbije, 138
Ekonomski fakultet, Beograd, februar **2002.,**

s. 59. Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS. Sve ovo ukazuje na loše sprovedenu tranziciju, koja se odlikuje velikim propustima u procesu privatizacije i restrukturiranja industrijskih preduzeća. Naime, mali je broj onih preduzetnika koji su kupili industrijska postrojenja da bi ih inovirali i unapredili tehničku opremljenost proizvodnje, te poboljšali kvalitet proizvoda i post-prodajnih usluga. Koncept privatizacije u industriji sveo se, uglavnom, na podsticanje produktivnosti kroz redukciju latentne nezaposlenosti, dok su investicije u novu opremu i tehnologije (zajedno sa objektima ukupno oko 1 mlrd. evra) bile nedovoljne za značajniji iskorak domaće industrije na „quality markets“. Kao mala zemlja, Srbija je prinuđena da podržava strategiju izvozno-orijentisanog rasta, u okviru koje problematika komparativnih prednosti i konkurentosti ima ključnu ulogu. Da bi podstakla izvozne performanse domaće privrede, Srbija mora racionalno koristiti postojeće komparativne prednosti, unapređivati ih i izgrađivati nove. Dinamičkim pristupom kreiranju komparativnih prednosti, Srbija bi pospešila konkurentnost svojih proizvoda na globalnom tržištu i posebno na onom njegovom segmentu koji je kvalitativno determinisan. Nažalost, nakon više od decenije primene tranzicionih reformi, u Srbiji nije ostvaren institucionalni okvir koji bi podstakao investicije u izvozno-orijentisani sektor domaće privrede. Privatizacija u prerađivačkoj industriji zasniva se na otpuštanju radnika, kao modelu za podsticanje produktivnosti rada i povećanje vrednosti kompanija, dok su investicije u tehničku opremljenost i tehnološki razvoj preduzeća nedovoljne za značajniji prodor prerađenih industrijskih proizvoda na svetsko tržište. Industrijski sektor je izgubio na konkurentosti, kako cenovnoj, tako i necenovnoj, a najveći ceh platile su grane visoke tehnologije. Kvalitet ovih proizvoda na svetskom tržištu je konstantno u padu, tako da, osim pumpi za tečnost i brodova, čamaca i plovnih konstrukcija, Srbija ni u jednom proizvodu visoke tehnologije ne ostvaruje konkurentnost kvalitetom. Rešenje se mora naći u promeni razvojne filozofije i bar privremenom odustajanju od ekonomskog neoliberalnog koncepta. U cilju razvoja privrede, neophodno je orijentisati se na politiku prošireno neutralnog statusa izvoznika na nivou svakog pojedinog proizvoda i preduzeća. 5.4.2.3. Rast značaja izvoza uslužnog sektora Izvoz usluga Srbije je na nivou koji se očekuje od zemlje na njenom stepenu razvijenosti i iskazuje zdrav i stabilan rast. Odnos izvoza usluga i BDP-a jednak je ili veći u poređenju sa nekim uporedivim zemljama, koje se nalaze na znatno višem nivou per capita dohotka, poput Portugala ili Poljske. Rast izvoza usluga u periodu 2007-2012. godine od 4,7% godišnje, je na središnjem nivou u odnosu na grupu uporedivih evropskih zemalja Tabela V-30. Izvoz usluga Srbije u poređenju sa odabranim zemljama Zemlje 2007-09 Udeo izvoza usluga u 2010-12 BDP Promena Zemlje Nominalni rast izvoza usluga Per capita 2007-12 Bugarska 15,2 14,0 -1,2 Bugarska 1,5 6.866 Hrvatska 21,0 20,1 -0,9 Hrvatska -0,9 13.881 Grčka 13,6 13,6 0,0 Grčka -4,0 24.521 Mađarska 13,1 16,3 3,2 Mađarska 5,8 13.022 Letonija 14,4 16,2 1,8 Letonija 3,6 12.856 Litvanija 11,9 14,2 2,3 Litvanija 9,6 13,126 Poljska 6,7 7,3 0,6 Poljska 5,6 12,797 Portugal 9,8 10,8 1,0 Portugal 1,9 21.354 Ukraina 11,4

13,0 1,6 Ukraina 7,8 3.472 Srbija 8,4 10,0 1,6 Srbija 4,7 5.409 Izvor: World Development Indicators Srbija ima, pre svega, izražene komparativne prednosti u oblasti komunikacionih usluga i dodatne komparativne prednosti u oblasti transportnih usluga. Usluge komunikacija predstavljaju važan segment ukupnog izvoza usluga Srbije jer su tehnološki intenzivne i prožimaju sve ostale izvozno 230 orijentisane uslužne delatnosti, čineći značajne inpute koji determinišu njihove izvozne rezultate. Ovo je značajno jer su usluge komunikacija, zajedno sa drugim poslovnim uslugama, bitan činilac podrške inovacijama i produktivnosti u prerađivačkoj industriji, poljoprivredi i ostalim sektorima. Za razliku od Srbije, uslužni sektor zemalja specijalizovanih za oblast turizma obično ostvaruje manje veza sa ostalim delovima privrede. Komunikacije Finansije Transport Tu ri z am 120 Procenti 100 80 60 20 0 40 58 22 54 51 1,9 12 22 1,4 0,69 0,93 9,1 14 14 54 36 74 29 19 1,3 27 18 50 7 25 32 30 1,3 36 43 26 1,7 30 25 23 1,7 51 28 44 3 25 Bug Grč Hrv Mađ Le t Li t Polj Por S rb Uk r Grafikon V-17. Granska kompozicija ukupnog izvoznog sadržaja (direktnog i indirektnog) u izvozu usluga Srbije i odabranih zemalja, prosek 2007-2010. (procenti) Izvor: Services Trade Competitors Indicators, 2014 5.4.3. Načini za povećanje ukupne faktorske produktivnosti 5.4.3.1. Kreativna destrukcija i poboljšanje investicione klime Posmatrajući korporativnu strukturu domaće privrede, može se uočiti da danas mnoga preduzeća niske i prosečne produktivnosti koegzistiraju s manjim brojem visoko produktivnih kompanija, što pruža mogućnost za povećanje

ukupne produktivnosti. Veća ukupna faktorska produktivnost mogla bi se postići tako što bi 17 **se** prosečna efikasnost **manje produktivnih**

preduzeća približila nivou efikasnosti kompanija sa većom produktivnošću kroz: 1. poboljšanje ključnih aspekata investicione klime i/ili 2. preraspodelu resursa koji se sada slabo koriste u neproduktivnim preduzećima ka produktivnijim kompanijama, na osnovu efikasanog procesa „kreativne destrukcije“, odnosno, bržeg ulaska i izlaska preduzeća sa tržišta. Politike povećanja ukupne faktorske produktivnosti mogle bi biti usmerene i

na (a) faktore **koji ometaju** tržišnu **dinamiku, kao i na (b)** faktore investicione **klime** 17 **koji smanjuju tehničku**

efikasnost. Doprinos efikasnosti alokativne politike (povećanja relativnog udela produktivnijih preduzeća u ukupnim rezultatima korporativnog sektora) ukupnoj

produktivnosti u Srbiji **manji** je **od onog koji imaju zemlje koje su se podigle** u 17 režimu **supstitucije uvoza (npr. Brazil i Indija), što govori o tome da se** veliki **dobici još**

uvek mogu ostvariti poboljšanjem efikasnosti preraspodele faktora proizvodnje. U izveštaju “Indeks globalne konkurentnosti za 2014.” pominju se brojna ograničenja koja utiču na investicionu klimu u Srbiji i sprečavaju rast prosečne produktivnosti preduzeća, poput: komplikovanih 231 uvoznih procedura; niskog kvaliteta obrazovnog sistema;

nerazvijenog sistema permanentnog obrazovanja i usavršavanja zaposlenih; oskudne primene računara u procesu proizvodnje i nedovoljnog korišćenja Interneta u poslovne svrhe. Prioritet države je da utiče na eliminisanje navedenih ograničenja kroz sprovođenje sledećih mera, usmerenih na unapređenje tehničke efikastnosti domaćih preduzeća: 1. U svrhu podsticanja restrukturiranja preduzeća i povećanja dinamičnosti tržišta, u Srbiji bi trebalo: (a.)

ponovno aktivirati proces privatizacije, te poboljšati korporativno upravljanje u preostalim preduzećima **u** državnom **vlasništvu;** 17

(b.) smanjiti državnu pomoć za sektore koji beleže negativne rezultate i racionalizovati stečajni postupak kako bi se poboljšali uslovi za izlazak preduzeća sa tržišta; (c.) unaprediti regulisanje tržišta proizvoda (kroz eliminisanje nepotrebnih prepreka trgovačkim društvima za ulazak na tržište); (d.) liberalizovati ulazak preduzeća na tržište usluga (naročito u oblasti maloprodaje i ulaganja u infrastrukturu) i (e.) dovršiti tržišne reforme u sektoru poljoprivrede. 2. U cilju unapređenja investicione klime i podsticanja rasta prosečne produktivnosti, država bi trebalo da utiče na: (a.) skraćivanje vremena neophodnog za dobijanje uvoznih dozvola; (b.) omogućavanje pristupa MSP kapitalu za nabavku informacionih i komunikacionih tehnologija; (c.) povećanje kvalifikovanosti radne snage kroz poboljšanje strukovnog i doživotnog obrazovanja; (d.) racionalizaciju carinskog postupka i (e.) pristup nebankarskim izvorima finansijskih sredstava koja su, prema izvesnim istraživanjima, u pozitivnoj vezi sa rastom ukupne faktorske produktivnosti. Mada pruža mogućnost da se ostvari velika dobit,

jačanje procesa „kreativne destrukcije“ nužno **stvara dobitnike i gubitnike** tranzicije, **što predstavlja rizik političke** izvodljivosti reformi. **Sektorske i regionalne razlike mogu naglasiti rizik zaokreta** 17

ekonomske politike, pa treba razmisliti o odgovarajućim mehanizmima rešavanja tih rizika. 5.4.3.2. Produbljivanje trgovinske integracije: SDI i

ponuda izvozne robe Iskustva sa **ubrzanjem** privrednog **rasta** sugerišu **da bi se produbljivanje trgovinske integracije** Srbije **moglo** pobliže istražiti **kao dodatni izvor** bržeg **rasta i konvergencije.** Mereno **u realnim** (cenovno **usklađenim) okvirima, trgovinska integracija** Srbije (udeo vrednosti **ukupnog izvoza i uvoza u ukupnom BDP-u)** iznosi **oko** 90%, **što** 17

pokazuje da Srbija

izvozi manje od svog **potencijala. Stopa** rasta srpskog **izvoza, iako se proteklih godina značajno povećala,** 17

bila je kontinuirano niža nego u ZUT CIE u vreme kada su se pripremale za ulazak u EU.

Kako bi produbila trgovinsku integraciju, Srbija **bi** trebalo da proširi **ponudu** izvoznih proizvoda **i** privuče **više** 17

SDI. Prepreke većem izvozu uglavnom su mikroekonomske prirode. Nedovršen proces restrukturiranja korporativnog sektora delovao je kao ograničavajući faktor na

povećanje produktivnosti u tradicionalnim izvoznim sektorima, kao i 17

na diverzifikaciju poslovne aktivnosti prema novim proizvodima i tržištima. Različiti faktori utiču na sklonost lokalnih preduzeća prema izvozu, uključujući: produktivnost preduzeća;

broj dana potrebnih da se provede carinski postupak za izvoz i mogućnost organizovanja **vlastitog** 17

prevoza. Empirijski podaci, takođe, potvrđuju tezu da su preduzeća u stranom vlasništvu lideri izvozne aktivnosti. Svih petnaest najvećih izvoznika u 2014. godini je u stranom vlasništvu, ili pod stranom upravom (Železara Smederevo). Stoga se privlačenje izvozno-orijentisanih SDI može smatrati optimalnom strategijom diverzifikacije srpskog izvoza, u uslovima nedovoljne domaće akumulacije. Da bi privukla izvozno-orijentirane SDI, Srbija treba da: (a.) olakša pristup zemljištu; (b.) poboljša trgovinsku regulativu i (c.) dodatno racionalizuje regulativu na području SDI. Prema odgovorima anketiranih preduzetnika, kao najproblematičniji faktori za obavljanje poslovne aktivnosti u Srbiji ističu se: korupcija, neefikasan birokratski aparat, otežan pristup finansijskim sredstvima i nestabilnost vlade (WEF, 2014.). U tom kontekstu, neophodno je preduzimanje opsežnih mera radi eliminacije pomenutih prepreka i povećanja atraktivnosti Srbije za priliv SDI. U cilju širenja ponude izvoznih proizvoda, Srbija treba da (a.) poboljša usluge vezane uz trgovinu; (b.) podigne standarde za sertifikovanje kvaliteta i (c.) smanji

logističke troškove. Bilo bi korisno izraditi opštu **strategiju povećanja** nivoa informisanosti **o stranim** 17

tržištima. To znači da infrastruktura merenja, standardizacije, testiranja i kvaliteta u Srbiji treba da bude usklađena sa svetskim normativima. Budući da Srbija ima široku mrežu saobraćajne infrastrukture, i da su javna ulaganja u puteve poslednjih godina isrpela budžetska sredstva, dalje povećanje efikasnosti u sektoru prometa zahtevaće restrukturiranje železnica, uz

mobilizaciju dodatnog privatnog kapitala **za infrastrukturne projekte.** Korišćenje **prednosti globalnog** tržišta **je** 17

od izuzetne važnosti za malu zemlju poput Srbije, mada je u pojedinim periodima smanjenje obima trgovinske razmene u kontekstu svetske krize, moglo ograničiti prednosti takve strategije na kratak rok. Standardne trgovinske politike, dopunjene merama podrške procesu restrukturiranja preduzeća i dinamičnom razvoju tržišta, treba da podstaknu izvozna preduzeća na povećanje produktivnosti i omoguće ulazak novih, produktivnijih preduzeća na tržište. Posebno treba naglasiti pozitivne efekte koje ostvaruje sinergija između trgovinske politike, politike podsticanja inovacija i politike privlačenja SDI. Politika podsticanja inovativne aktivnosti utiče na diverzifikaciju izvoza, trgovinska integracija doprinosi apsorpciji savremenih tehnologija, dok bi se politika podsticanja priliva SDI, takođe, mogla usmeriti na privlačenje ulaganja sa visokim sadržajem I- R aktivnosti. 5.4.3.3. Podsticanje

inovacija: Komercijalizacija i primena **znanja** Srbija **bi mogla širiti i** održavati **rast** 17

konkurentnosti i na osnovu korišćenja postojećeg znanja, u cilju povećanja produktivnosti i inovativnih aktivnosti. Srbija ima dugu tradiciju razvoja bazičnih naučnih aktivnosti, ali komercijalizacija znanja

još uvek nije na zadovoljavajućem nivou, što pokazuje **i** podatak da **je** 169

u 2011. godini korporativni sektor prijavio samo 8 patenata Kancelariji za intelektualnu svojinu. Inače, domaće kompanije su u periodu 2003-2009. godine, u proseku registrovale svega 10 patenata godišnje, što potvrđuje nizak nivo usvajanja novih tehnologija od strane domaćeg korporativnog sektora. Mali broj registrovanih patenata prate i relativno skromna izdvajanja poslovnog sektora za istraživanje i razvoj, koja su u 2011. godini iznosila svega 0,073% BDP (Dj. Kutlača, 2012, p. 15.). Da bi pospešila razvoj inovacija i tehnologija, ekonomska politika Srbije treba doprinese komercijalizaciji znanja. Kako bi se omogućilo privatnom sektoru da svoje interno znanje pretoči u rast produktivnosti i inovacije, potrebno je: (a.) politku I-R aktivnosti usmeriti ka mobilizaciji privatnog sektora u ovoj oblasti; (b.) dodatno prilagoditi režim podsticaja za komercijalizaciju istraživanja i eliminisati negativne predrasude u odnosu na primenjeno istraživanje i razvoj i (c.) podsticati osnivanje preduzeća

koja se temelje na znanju. **Od posebnog** je **značaja** ponuda istraživača **i stručnjaka s visokim obrazovanjem. U** 17

Srbiji je učešće

osoba koje diplomiraju na području nauke **i tehnologije u odnosu na stanovništvo** 17

znatno niže nego u većini zemalja u regionu i od proseka EU

koji iznosi 13 posto. Glavne **preporuke za područje** inovacione **politike su** sledeće: • 17
Povećati privatna istraživanja i razvoj

kroz: (a.) prilagođavnje postojećih poreskih podsticaja sa podsticajima koje pružaju vodeće inovativne ekonomije, (b.) procenjivanje u kojoj meri državni I-R sektor„istiskuje“ privatni I-R sektor, s obzirom na ograničenu ponudu ljudskih resursa i (c.) razmatranje opcija za privlačenje SDI sa intenzivnom I-R komponentom. • Unaprediti uslove za saradnju između univerziteta i industrije, na osnovu: (a.) revidiranja kriterijuma za napredovanje u akademskoj karijeri; (b.) pojednostavljenja zakonskih uslova za saradnju; (c.) ponovnog ocenjivanja opštih podsticaja sadržanih u pravnom okviru, (d.) razmatranja usvajanja odgovarajućeg sistema subvencija; i (e.) školovanja

tehnoloških/inovacijskih „brokera“ koji bi pomogli u razvoju zajedničkih projekata. 17

•

Omogućiti osnivanje preduzeća **utemeljenih na** znanju **kroz:** (a.) **podršku razvoju** 17
kancelarija **za transfer** tehnologija; (b.) **revidiranje regulatornih uskih grla za razvoj**
industrija **rizičnog kapitala;**

(c.) podsticanje tržišno-orijentisanih aktivnosti državnih istraživačkih instituta i

tehnoloških parkova i (d.) promovisanje **restrukturiranja** državnih **instituta za** 17
istraživanje **i razvoj kroz usvajanje** sistema **opadajućeg** namenskog finansiranja i
uvođenje podsticaja **na** nivou istraživača, **radi diversifikacije prihoda. • Poboljšati** opštu
strukturu upravljanja

inovacionim sistemom zemlje kroz donošenje strategije za postepeno sprovođenje sistema praćenja i ocenjivanja, konsolidovanja i institucionalizacije određenih programa (kao što su programi podrške dijaspori). Kod podsticanja

inovacija i tehnološkog prosperiteta **u** Srbiji **trebalo bi imati na umu** dva upozorenja. 17

Kao prvo, budući da glavni izazov predstavlja **komercijalizacija znanja, a ne** generisanje **znanja, standardne** mere **politike** podsticanja nauke **i**

tehnologija treba dopuniti

odabranim reformama ulagačke klime, kojima bi se privatni sektor podstakao **na** traženje **znanja.** 17

Kao drugo, budući da inovacije po svojoj prirodi predstavljaju postepene, **a ne radikalne** promene, savetuje **se da politike** podsticanja nauke **i** tehnologija **ne** 17

diskriminišu sektore koje ne karakteriše primena visokih tehnologija, (tekstil, obuća, ili poljoprivred), a koji, takođe, treba da unaprede svoju tehnološku opremljenost. Glava VI UPRAVLJANJE IZVOZOM NA NIVOU KORPORACIJE 6.1. STRATEGIJA NASTUPA NA GLOBALNOM TRŽIŠTU 6

.1.1. Izmenjeni uslovi poslovanja na međunarodnom tržištu 6 **.1.** 167

1.1. Analiza tržišta Proces globalizacije uticao je da izvoz postane jedna od najvažnijih determinanti uspešnog poslovanja privrednih subjekata, pa ga zato ne treba prepuštati stihiji, već neprestano osmišljavati i usmeravati kroz sprovođenje koncepta upravljanja izvozom. Upravljanje izvozom ima za pretpostavku formulisanje izvozne strategije preduzeća, čemu prethodi granska analiza. Svrha ove analize je sticanje informacija

o konkurentskom okruženju, odnosno o broju i snazi rivala, kao i **vlastitoj poziciji** 41

na tržištu. Aktuelni

trendovi nameću potrebu razvoja novih proizvoda koji bi bili u skladu sa savremenim **stilom i načinom života. Jedna od priznatih teorija** analize **industrije i makrookruženja** peduzeća jeste Porterova **teorija** o **pet konkurentskih sila, prema** 41

kojoj svaku industriju odlikuju specifična struktura i

određene ekonomske i tehničke karakteristike, koje utiču na **stvaranje konkurentskih** 41

prednosti.

Kreatori razvojne i izvozne strategije srpskih preduzeća,

koji žele ostvariti i iskoristiti povoljan uticaj okruženja na svoju kompaniju moraju 41

definisati šta predstavlja makrookruženje u kojem njihova firma funkcioniše. Konkurencija u nekoj industrijskoj grani zavisi od

pet osnovnih sila, čija kolektivna snaga detrminiše ukupan potencijal kompanije za ostvarivanje pozitivnih poslovnih rezultata u 41

okviru date grane. Definisanje tržišta temelji se na međusobnom uticaju grupa

potrošača koji imaju slične zahteve i strateških grupa konkurenata koji se takmiče kako bi zadovoljili te zahteve. Takve smernice definisanja tržišta omogućavaju identifikaciju njegove strukture. Porter je tu strukturu opisao pomoću pet konkurentskih sila: 41

konkurentnost tržišta, konkurentnost supstituta,

pregovaračka moć kupaca, pregovaračka moć dobavljača i rivalitet 132

između postojećih konkurenata na tržištu.

1. Ulazak novih konkurenata. Što je ulazak novih kompanija u određenu 41

industrijsku granu jednostavniji, to je i konkurencija u toj grani izraženija. Da bi se ograničio rast konkurencije u određenoj grani, neophodno je povećati prepreke ulasku novih kompanija. Primeri barijera ulasku na tržište određene grane

su: ekonomija obima koju ostvaruju neki od postojećih učesnika na tržištu, a koja im omogućava troškovnu prednost nad novim konkurentima; visok početni kapital potreban za ulazak u industriju; 41

državne mere ograničenja penetracije tržišta;

diferencijacija i lojalnost potrošača **postojećim markama proizvoda, koju novi konkurenti** 41
teško

mogu steći i sl. Što je tržište zatvorenije, odnosno što su veće prepreke ulasku novih konkurenata na tržište, to je veća mogućnost za starosedeoce na tržištu da ostvare visok profit. Drugim rečima, monopolizovano tržište nudi šansu za ostvarivanje monopolskog ekstraprofita. Primera radi, ukoliko jedna kompanija predstavlja snažan brend na globalnom tržištu, dok druga raspolaže kompleksnim znanjima u oblasti tehnologija proizvodnje, moguće je da te dve kompanije udruže svoje potencijale na osnovu ugovora o zajedničkim ulaganjima, i podignu lestvicu ulaska na tržište na veoma visok nivo. Ukoliko je reč o ekspanzivnom tržištu koje ujedno zaheva i složen tehnološki know how, obe kompanije će doći do zaključka da im je jednostavnije da se ujedine i iskoriste pozitivne karakteristike partnera koje im nedostaju, nego da ih razvijaju u sopstvenoj režiji. Osim toga, ujedinjenjem se podstiče efekat ekonomije obima na troškovnu efikasnost produkcije, pa niska cena proizvoda predstavlja, još jednu, dodatnu barijeru ulasku novim konkurentima na tržište. 2. Opasnost od supstituta. Nivo konkurentnosti supstituta zavisi od većeg broja faktora: njihove sposobnosti da efikasno zadovolje tačno određenu potrebu potrošača, cene, troška koji bi kupci imali prilikom prelaska na novi proizvod i spremnosti kupca da određeni proizvod zameni novim. Da

bi se odbranilo **od** konkurencije **supstituta,** preduzeće **mora razvijati diferencirane** 191
proizvode i kontinuirano **voditi računa o** zadovoljenju **svojih kupaca.**

Samo na taj način je moguće obezbediti visok stepen lojalnosti potrošača i učiniti težim prelazak na novi proizvod. U protivnom, čim nova preduzeća uoče da se na nekom proizvodu ostvaruje visoka marža i da ne postoje značajnije prepreke zaoštravanju konkurentske utakmice, ona će svakako iskoristiti priliku da prisvoje deo tržišnog kolača, a neretko i potpuno istisnu starosedeoca sa tržišta. Nove kompanije obično grade svoju tržištnu strategiju, u početku na lokalnom nivou, da bi se kasnije proširile na jedinstveno nacionalno tržište, sa željom da s njega eliminšu kompletnu konkurenciju. S druge strane, dosadašnjim liderima na tržištu ostaje mogućnost dinamiziranja cele grane u smislu podsticanja inovativnosti proizvoda, ambalže, marketinga

itd. Međutim, to je skupa bitka s vrlo neizvesnim **ishodom, pogotovo ako** cena 41
predstavlja **ključni faktor**

u opredeljenju potrošača. 3. Pregovaračka moć kupaca. Pregovaračka moć kupaca najvećim delom zavisi od broja i veličine

kupca. Što je veći broj jačih kupaca, veći je njihov uticaj **na proizvođače, distributere i** 33

lance veleprodaje i maloprodaje. Osim toga, postojanje supstituta i jednostavnost prelaska na korišćenje istih, dodatno osnažuje pregovaračku moć kupaca, a ako se uz to još i ujedine i kolektivno organizuju, tada im mogućnost za postizanje uspeha u pregovorima još više raste.

Dakle, najveća pregovaračka moć kupaca postojaće **u slučajevima kada je** reč **o velikim i jakim kupcima, niskim troškovima prelaska na novi proizvod i** njihovom **kolektivnom** agažovanju. **Značenje i** uticaj **velikih** trgovinskih **lanaca sve je veći, pogotovo u razvijenijim zemljama** 33

sa konsolidovanim trgovinskim sektorom. Veliki trgovinski lanci kupuju manje lance i povećavaju učešće na tržištu, čime pojačavaju svoju pregovaračku moć u odnosu na proizvođače.

Osim toga, kupci **u mnogim kategorijama razvijaju i** sopstvenu **marku stvarajući supstitut** osnovnom **brendu, što** takođe podstiče **njihovu pregovaračku snagu** 33

(Interex ima sopstveni brend “Top budget”, Maxi ima brend “Premia” itd.). Već sa tridesetak odosto tržišta maloprodaje trgovac postaje respektabilan partner u pregovorima. U takvoj situaciji proizvođač obično ne može da plasira robu bez saradnje sa dominantnim trgovcem, dok trgovac može da funkcioniše praktično bez bilo kojeg brenda. Čak i kada

je neki brend zaista „must have“, trgovac **ga može nabaviti indirektno, ne** uzmajući **ga** 33

neposredno iz asortimana tog proizvođača. Drugi primer dominacije kupca nad proizvođačem nastaje udruživanjem

većeg broja trgovačkih lanaca radi jačanja pregovaračke pozicije kod proizvođača. 33

Međutim, bez obzira o kom je slučaju reč, pozicija proizvođača na saturiranim tržištima postaje sve teža, bez obzira na njegovu snagu i veličinu, jer cena koju mora da plati

da bi njegov **proizvod bio na polici** dominantnog trgovinskog **lanca** postaje **sve veća. 4. Pregovaračka moć dobavljača. Dobavljači imaju zadatak da industriju opskrbljuju sirovinama,** delovima, **radom, energijom, novcem i sl. Što je veća** 33

zavisnost industrijske kompanije od proizvodnje njegovih dobavljača,

to je veća pregovaračka **snaga dobavljača. Ako postoji konkurencija među dobavljačima,** 33
troškovi prelaska na usluge drugog dobavljača predstavljaju **jedan od** faktora **koji određuje njihovu pregovaračku snagu.** Integracija većeg broja **dobavljača može umanjiti snagu pojedinog dobavljača. To su samo neki od** faktora **koji mogu** uticati **na pregovaračku snagu dobavljača i na koje bi** trebalo **obratiti** posebnu pažnju **i** unapred **razviti**

rešenja koja obezbeđuju

pozitivan ishod poslovanja. Idealna pozicija za svakog dobavljača jeste **da što je moguće** 33
više gradi monopolsku **poziciju, iako zakon u mnogim državama**

to izričito zabranjuje. Međutim, uvek postoje niše koje izmiču kontorli, što dobavljačima pruža veliku pregovaračku snagu u odnosu na proizvođača. 5. Rivalitet među postojećim konkurentima. Suparništvo među konkurentima rezultira izdvajanjem dodatnih sredstava za marketing, ili snižavanjem cena u odnosu na cene konkurencije. Intenzivnost suparništva zavisi od: broja konkurenata u grani, njihove veličine, ukupne stope rasta određene grane, stepena diferencijacije proizvoda i troškova napuštanja date industrijske grane.

Konkurencija može imati pozitivne, ali i negativne efekte na tržište. Ako je posledica 52
povećanja konkurencije

na tržištu nekog proizvoda uvođenje inovacija, to će imati pozitivan efekat

na širenje grane. S **druge strane, povećana konkurencija** umanjiće mogućnost 52
ostvarivanja većeg profita učesnicima **na tržištu.**

Večna

priča o tržišnim konkurentima može se primeniti **na lokalne i globalne konkurente. Na** 52

globalnom nivou može se navesti primer “Koka Kole” i “Pepsi Kole”. Ta dva konkurenta u globalnoj utakmici primjenjuju sva sredstva borbe,

od inovativnosti proizvoda, preko cena i marketinga do diversifikacije poslovne delatnosti (ulazak u druge proizvodne kategorije). 52

Zdrava konkurencija se smatra pozitivnom, jer doprinosi inovativnosti u proizvodnom asortimanu, uz istovremeno očuvanje profitabilnosti u konkurentskim kompanijama. Stoga se može zaključiti da je lojalna konkurencija poželjna, naročito u periodu formiranja i razvoja tržišta. Grafikon VI-1. Porterovih pet konkurentskih sila Izvor: M. Porter, 1990. Jednom kad se definišu konkurentske sile, potrebno je utvrditi koja od njih ostvaruje najveći uticaj na posmatrano preduzeće.

Svrha identifikacije tržišne strukture, i njom uzrokovanog izvora konkurentskih prednosti, je formulisanje strategija koje će biti 52

prilagođene uslovima koji vladaju u okruženju. U tom cilju,

potrebno je pet navedenih sila razmatrati u kontekstu vlastitog preduzeća, ali i u okviru 52

cele grane. Ova analiza treba da pomogne preduzeću u koncipiranju strategije koja će omogućiti modifikaciju

konkurentske snage u vlastitu korist, bez pružanja mogućnosti ostalim učesnicima u grani da steknu slične koristi i povlastice. Porterova analiza sila sugeriše da preduzeće uspešnom analizom okruženja i sopstvenim pozicioniranjem u odnosu na pomenute sile, kreira pretpostavke za ostvarivanje nadprosečne dobiti. 52

6.1.1.2. Strategija penetracije inostranog tržišta Nakon što kompanija, na osnovu teorije Porterovih sila, izvrši analizu tržišta, konkurencije i svoje tržišne pozicije, sledi odabir nekog od različitih modaliteta osvajanja inostranog tržišta. Procesi globalizacije i internacionalizacije predstavljaju savremeni trend, koji doprinosi

većoj samostalnosti ekonomija i nacionalnih institucija. Bitna karakteristika globalizacije je „denacionalizacija“, odnosno smanjivanje barijera i relativizovanje međudržavnih granica, praćena sve izraženijim zahtevima za međunarodnom 27

saradnjom. U takvim uslovima autarkična ekonomija više nije moguća. Preduzeća su pod neprestanom pretnjom konkurencije na globalnom nivou i ona koja ne uspeju da se prilagode novonastaloj situaciji

propadaju i bivaju zamenjena novim. **Budući da je širenje poslovanja na** inostrana **tržišta postalo** neizbežno, **nakon što** preduzeće **odluči** da izađe **na odabrano strano tržište,** sledeći **korak** je **izrada strategije izlaska** na spoljno tržište **koja, između ostalog,** sadrži **i tri važne odluke vezane** za: **1. ciljeve** 27

penetracije stranog tržišta, 2. tajming ulaska na strano tržište i 3. način

ulaska na strano tržište. Ciljevi ulaska na strano tržište mogu biti: razvoj tržišta, pristup resursima, širenje znanja dostupnog u zemlji i uspostavljanje **regionalnih ili globalnih centara za koordinaciju različitih aktivnosti i sl.** 27

U prvom slučaju, kompanija teži da proširi svoje prodajno tržište, u drugom da produbi tržište sa kojeg se snabdeva faktorima proizvodnje, a u trećem da ostvari međunarodnu dominaciju po osnovu superiornog znanja, tehnologija, organizacionih rešenja i sl. Vreme ulaska na tržište druge zemlje predstavlja jednu

je od najvažnijih **odluka za formiranje održivih konkurentskih prednosti. Oni koji učine prvi korak** 27

u tom pravcu imaće početne prednosti, ali se u isto vreme suočavaju i sa većim rizikom. Izbor modaliteta penetracije stranog tržišta predstavlja, zapravo, odabir načina premošćavanja prepreka ulasku na strano tržište, čemu će biti posvećana posebna pažnja u nastavku teksta. 6.1.2. Prepereke ulasku na tržište 6.1.2.1. Izvoz kao dominantan oblik spoljnotrgovinskog posla Klasičan izvoz još uvek predstavlja jedan od najvažnijih pokretača razvoja globalne privrede, kao i pojedinih nacionalnih ekonomija. Izvoz se definiše kao prodaja domaćih proizvoda u inostranstvu, uz istovremeno preduzimanje niza marketinških aktivnosti koje je podstiču. Klasična kupoprodaja se često koristi kao preovlađujući oblik spoljnotrgovinskog posla kod preduzeća koja se nalaze u ranoj fazi penetracije inostranih tržišta, i predstavlja najjednostavniji, najjeftiniji i najlakši način izvoza. Izvoz, kao oblik spoljnotrgovinskog posla, pruža brojne prednosti, ali ima i određene nedostatke. Ključna prednost je u smanjenom riziku,

budući da nema potrebe za dodatnim investicijama u proizvodnju u inostranstvu. Takođe, **strategija izvoza** omogućava preduzećima **da proizvode i opskrbljuju nekoliko različitih tržišta iz** 27

jednog postrojenja, koristeći se efektima ekonomije obima i

smanjujući troškove proizvodnje. Kraj prošlog i **početak ovog** veka obeležen **je značajnom liberalizacijom i otvaranjem tržišta,** 27

kroz smanjenje carinskih stopa i transportnih troškova, što je doprinelo da klasičan izvoz, kao cenovno efektivna strategija izlaska na strana tržišta, stekne primat nad ostalim oblicima spoljnotrgovinskog posla. Klasičan kupoprodajni odnos predstavlja tradicionalno dominantan oblik spoljnotrgovinskog posla i u Republici Srbiji. Ova vrsta spoljnotrgovinskog posla je u 2014. godini učestvovala sa 85,5% u strukturi ukupnog robnog izvoza zemlje i sa 70,8% u strukturi ukupnog uvoza.62 S druge strane, izražena konkurencija između izvoznih preduzeća i njihovih agenata u inostranstvu predstavlja jednu od otežavajućih okolnosti izvoznog posla. Takođe,

iako su carine i transportni troškovi niži nego 27

u prošlosti, oni još uvek značajno utiču na troškove penetracije inostranog tržišta. Nedostatak strategije izvoza je u tome što se često zasniva na ograničenim informacijama o stanju na spoljnim tržištima. Preduzeće može biti tretirano kao autsajder

na lokalnim tržištima, te se može suočiti sa **neprijateljskom atmosferom i** nepovoljnom tražnjom **za svojim proizvodima. Pravni problemi** predstavljaju **još jedan od negativnih aspekata izvoza,** 27

i najvećim delom se vezuju

uz licence, obaveze, **ugovore i sl. Jedna od barijera izvozu kao strategiji izlaska na strana tržišta** je **i nedostatak inicijative.** Do odsustva **inicijative** dolazi **kada je** preduzeće **previše fokusirano na domaće tržište, kada ne postoje veze** 27

sa inostranstvom unutar distributivnog kanala i kada nedostaje kritična masa znanja ili dovoljna količina finansijskih sredstava.

Komercijalni i tržišni rizici, različitost kultura, rizik deviznog kursa **i sl., samo su** još **neke od mogućih barijera izvozu. Međutim,** uprkos preprekama **koje otežavaju** klasičan izvozni posao, **njegova uloga** 27

je još uvek dovoljno važna da on predstavlja jednu od najjeftinijih i najčešće korišćenih strategija penetracije inostranog

tržišta. Izvoz se može organizovati **na nekoliko načina.** Preduzeće **može** 27

samostalno izvoziti robu

koju proizvodi, ili izvoz **može prepustiti nekoj** nezavisnoj kompaniji **u svojoj zemlji. U prvom slučaju** radi se **o** direknom ili neposrednom **izvozu, a u drugom o** indireknom ili posrednom **izvozu.** Posredni **izvoz** 23

nastaje

kada proizvođač za plasman **svojih proizvoda** koristi **usluge drugih,** nezavisnih **organizacija iz svoje zemlje. Kod** ovog vida **izvoza postoje** dve **mogućnosti:** a) **proizvođač svoju robu prodaje domaćem** specijalizovanom spoljnotrgovinskom preduzeću, **koje će je potom** u **svoje** 23

62 RZS, Saopštenje ST15, br. 28 од 30.01.2015.

ime i za svoj račun plasirati na inostrano **tržište** 23

i b) proizvođač predaje svoju robu specijalizovanom spoljnotrgovinskom

posredniku, koji će tu robu izvesti uz naplatu određene provizije. U prvom slučaju, proizvođač ograničava izvozničku delatnost **na pripremu robe za izvoz, a troškove i rizike** dalje **distribucije prepušta domaćem** spolnotrgovinskom preduzeću. **U drugom slučaju, proizvođač se služi samo uslugama** specijalizovanog spoljnotrgvinskog preduzeća **koje će se pobrinuti za pronalaženje kupaca u** inostranstvu, **obaviti sve radnje da se izvoz uredno** sprovede, **osigurati naplatu za proizvođača** i **naplatiti svoju proviziju. Proizvođač se mora osloniti na sposobnost takvog** spoljnotrgovinskog **posrednika** 23

od kojeg zavisi konačan finansijski rezultat celog posla. Najdelotvorniji način indirektnog izvoza je angažovanje lokalnih agenata ili distributera (pojedinaca ili kompanija), koji

asistiraju proizvodnim preduzećima **prilikom izvoza robe, a fokusirani su na jednu zemlju** 23

ili region. **Osnovna prednost**

izvoza preko posrednika je u činjenici da agenti bolje poznaju uslove koji vladaju na stranom tržištu za koje su specijalizovani.

Lokalni posrednici naročito **su važni** preduzećima **koja nemaju mnogo iskustva u izvozu, pa je njihova uloga i sposobnost** 23

od ključnog značaja za ceo posao. Neposredni izvoz nastaje

kada domaći proizvođač robu izvozi direktno **kupcu u** drugoj zemlji, ili **u** 23

sopostvenu kompaniju sa sedištem u inostrenstvu. Prenos

robe i novca obavlja se preko kompanije kupca **ili** proizvođača **i bez posrednika.** 23 Direktan **izvoz** zahteva **dobro poznavanje stranog tržišta,** saobraćajne **infrastrukture i** privredne i demografske **strukture.** Postoji **više oblika** direktnog **izvoza.**

Najjednostavniji organizacioni oblik je odeljenje

ili poslovnica. Formiranje samostalnog odeljenja **omogućilo bi** preduzeću **da na najjednostavniji način samostalno** koordinira poslove **izvoza.** Moguće **je** organizovati **izvoz preko vlastite trgovačke mreže u** inostranstvu. **Vlastita** kompanija **u** inostranstvu **može obavljati poslove prodaje, distribucije,** prometa, **ali i druge poslove na** inostranom **tržištu.** 23

Neposredan izvoz produžava

proces prodaje i zahteva **duže rokove naplate, nego da se roba prodaje** posrednim **putem. Stoga, prilikom** izbora **načina izvoza na strano tržište** treba **uzeti u obzir i** zahteve **stranih kupaca za kreditiranjem, kako bi posao bio** uspešno okončan. Ovaj **način izvoza** zahteva znatno **više** ekspertskog **znanja i iskustva, vremena upravljanja i** finansijskih **resursa od** indirektnog **izvoza, ali takav način izlaska** 23

na tržište preduzeću omogućava veću kontrolu nad distributivnim kanalima. 6.1.2.2. Prodaja licence - način izlaska na

strana tržišta Pored direktnog investiranja i klasičnog izvoza, domaće kompanije mogu sklapati ugovore vezane za više oblike saradnje sa inostranstvom. Najčešći primeri ovih poslova su ugovori o licenci (ili franšizi kao specijalnoj vrsti ugovora o licenci). Ugovor o licenci je sporazum kojim jedno preduzeće (davalac licence) daje pravo korišćenja svog proizvoda ili procesa proizvodnje u komercijalne svrhe drugom preduzeću (korisniku licence), pri čemu marka (brend) davaoca licence

može, ali i ne mora, biti deo **ugovora o** 32

licenci. Na osnovu ovog aranžmana

licensor daje pravo korišćenja **nematerijalne imovine drugom subjektu na određeno** vreme **i uz određenu naknadu. Nematerijalna imovina najčešće se opisuje kao: intelektualno vlasništvo, patent, marka, dizajn, izum, "copyright", procesi i sl.** 32

Naknada koju davalac licence prima je najčešće u obliku procenta od prodaje ili u

fiksnom iznosu po prodatoj **jedinici.** Takođe, **budući da je** davalac licence, **uglavnom, ekonomski nadmoćniji od** korisnika, **može ga ugovorom prisiliti na** kupovinu **intermedijarnih proizvoda ili komponenti** 32

i time ostvariti dodatnu korist.

Budući da je ugovor o licenci **pisani pravni akt,** pravni sistem **svake zemlje** trebalo **bi** da ima **jasno određene** zahteve, **pravila i zakone vezane uz takve ugovore, uključujući i kazne u slučaju nepoštovanja ugovora. Međutim, zaštita prava intelektualnog vlasništva razlikuje se od zemlje do zemlje.** Zato **bi** 32

svako preduzeće, u cilju zaštite svog intelektualnog vlasništva, trebalo da se dobro upozna sa

pojmovima i implikacijama zašite intelektualnog vlasništva, zakona o patentima, zakona o tržišnim markama itd. Kao **i ostali načini** 32

penetracije inostranog tržišta, i ugovor o licenci

ima svoje prednosti i nedostatke. Jedna od najznačajnih prednosti za prodavca licence 32
su niski

troškovi izlaska na inostrano tržište, pošto veći deo početnog kapitala potrebnog za pokretanje posla investira korisnik licence. S druge strane, kompanija koja ostvaruje

konkurentsku prednost u tehnološkom know- how, treba da izbegava prodaju prava na 32
korišćenje tog tehnološkog znanja, jer bi time mogla ugroziti kontrolu nad tehnologijom.
Eventualni gubitak kontrole nad tehnologijom smatra se najvećim nedostatkom ugovora o
licenci. Prednost

ovog ugovora je što omogućava ulazak na inostrana tržišta zaobilaženjem investicionih barijera. Još jedna dobra strana za licensora je u tome što smanuje rizik gubitka kapitala, što je posebno važno ako se ugovor sklapa sa zemljom u kojoj vlada nestabilna politička klima.

Jedan od najpoznatijih i najuspešnijih primera iz prakse za prodaju licence je 32
McDonald's. Širom sveta ova kompanija je razvila mrežu franšizera kojima diktira svoje
uslove, od kvaliteta proizvoda do lokacije i

eksterijera i entrijera restorana.

Osim što jednokratno naplaćuje korišćenje imena, ova kompanija obično sklapa takve 32
ugovore u kojima ostvaruje udeo u vlasništvu, ili u profitu. Pored toga, vrlo često ima i

kontrolore koji se bave proverom da li korisnik licence poštuje vrlo stroga pravila franšizera. Srbija ima konkurentske prednosti u određenim segmentima agro-biznisa, semenarstva, brodogradnje, proizvodnje prehrambenih proizvoda, usluga vezanih za sport i rekreaciju, građevinarstvo i sl. Prodajom licence u oblasti uzgajanja novih kultura (semenarstvo), agro-inženjeringa (pretvaranje neplodnih površina u poljoprivredno zemljište), proizvodnje brendiranih prehrambenih proizvoda (voćna alkoholna i bezalkoholna pića, ajvar, sirevi itd.), sportskog menadžmenta (franšiza za organizovanje svetski poznatih košarkaških kampova za mlade), brodogradnje (dizajn enterijera prostora za odmor posade), izgradnje vojnih objekata (skloništa, podzemni aerodromi), hemijske industrije (OHO-lepak) itd., Srbija bi mogla ostvariti značajne rezulatate na inostranom tržištu. 6.1.2.3. Upravljanje rizicima u izvoznom poslu Uspešna eksportna aktivnost neke kompanije iziskuje profesionalan pristup njenog menadžmenta, što podrazumeva odgovarajuće vreme i sredstva za otpočinjanje i realizaciju izvoznog posla. Na putu osvajanja novih tržišta, kompanije se susreću sa sve oštrijom konkurencijom i sve restriktivnijim pravilima i regulativom koji opredaljuju kvalitet proizvoda i ambalaže, kao i ostale bitne elemente iz ugovornog odnosa. Poslovni rizik predstavlja mogućnost nastupanja budućeg

događaja, koji ne zavisi od volje učesnika u poslu,

a koji može izazvati delimičnu **ili potpunu štetu (gubitak) za jednu ili** obe **ugovorne strane.** 26

Rizik u poslovanju sa inostranstvom opterećen je dodatnom mogućnošću

da nastupe vremenski i prostorno nepredviđeni događaji, izazvani subjektivnim ili objektivnim okolnostima, zbog čega može nastati šteta, 26

tj. značajno umanjenje očekivanih spoljnotrgovinskih rezultata. Za uvoznika

postoji rizik hoće li primiti robu prema kvalitetu **i** u količini koju **je naručio i platio,** jer uvek **postoji rizik da se robi na putu nešto dogodi (havarija transportnog sredstva, uništenje ili kvar robe...), ili da** 26

njena tržišna cena opadne u periodu od trenutka sklapanja ugovora do prispeća u zemlju destinacije, što utiče na gubitak dela očekivane dobiti. S druge strane, za izvoznika

postoji rizik naplate isporučene robe ili izvršene usluge, koji može nastati zbog nesolventnosti kupca, ratnog stanja, valutnih poremećaja, stečaja kupca i sl. **Rizik sa svojim štetnim** posledicama **može onemogućiti** uspešno **poslovanje i negativno** uticati **na** njegove **rezultate,** usled čega **je politika osiguranja od rizika** postala bitan segment **poslovne politike** 26

svake kompanije. U osnovi, poslovni rizici mogu biti transferabilni i netransferabilni. U prvom slučaju radi se o rizicima kao što su: valutni rizici, transportni rizici, politički i ratni rizici itd., koje je moguće ugovorom preneti na organizacije specijalizovane za preuzimanje rizika, uz naplatu premije osiguranja prema odgovarajućim tarifama. U slučaju neprenosivih i pretežno neprenosivih rizika, radi se o pretnjama kojima nije moguće odrediti verovatnoću nastanka (rizik kvaliteta

robe, skladišni rizik, rizik izvoza, rizik cene **prodaje, rizik ispunjenja kupoprodajnog ugovora** 26

itd.), pa samim tim, ni visinu eventualne štete koja bi bila izazvana po tom osnovu, što isključuje mogućnost prenošenja brige o riziku na profesionalna osiguravajuća društva. U spoljnotrgovinskoj praksi je najprepoznatljivija podela na robne i finansijske rizike. Robni rizici podrazumevaju

sve one događaje koji na bilo kakav način utiču **na odstupanje od ugovornih klauzula**	26

vezanih za predmet kupoprodaje, odnosno,

na isporuku robe nezadovoljavajućeg kvaliteta, **količine i** ostalih **svojstava (rizik plasmana robe pripremljene za izvoz, rizik** nabavke **sirovina ili repromaterijala, rizik** delimičnog **ili potpunog uništenja robe u**	26

prevozu i dr.). Drugim rečima, izvozni posao je uvek opterećen brojnim rizicima, od kojih su najčešći: rizik naplate, rizik kvaliteta, transportni i logistički rizik,

pravni rizik, politički rizik, nepredviđeni **rizik, kulturni i jezički rizik** i **rizik deviznog kursa.**	77

Osim pojedinačno nabrojanih rizika u izvozu, poseban problem čini dodatni element rizika celokupne komercijalne transakcije, koji proizilazi iz kompleksnosti okruženja u kojem je izvoznik prinuđen da posluje i koji multiplikuje negativne efekte pojedinačnih rizika. Proces upravljanja rizicima započinje detektovanjem vrste rizika koji opterećuje određeni izvozni posao. To podrazumeva identifikaciju svih rizika sa kojima bi izvozna kompanija mogla biti suočena i njihovo rangiranje prema stepenu verovatnoće nastanka i ozbiljnosti posledica koje bi mogli izazvati. Što je pretnja veća, to se više pažnje mora posvetiti relativizovanju negativnog dejstva izvoznog rizika. (a.) Kreditni rizik (rizik naplate) Kreditni rizik (default risk) predstavlja rizik da neka od ugovornih strana na dan dospeća ne bude u mogućnosti da odgovori svojim ugovorenim obavezama (izvrši plaćanje, isporuči robu, vrati dug, plati kamatu itd.),

čime se dovodi u pitanje kredibilitet te ugovorne strane.	263

Ova vrsta rizika naziva se još i rizik isporuke i obično je tesno povezana s rizikom zamene, tj. rizikom da druga strana u momentu saznanja za ovu nemogućnost postane primorana da s trećom stranom zaključuje poslovni odnos, kako bi uravnotežila sopstvene pozicije (dugovanja i potraživanja), ali pod aktuelnim tržišnim uslovima, a ne pod onim pod kojima je bila ugovorena transakcija čije je izvršenje dovedeno u pitanje. Instrumenti zaštite od kreditnog rizika su: pribavljanje dodatnih sredstava obezbeđenja, ugovaranje avansnih plaćanja, osiguranje poslova kod specijalizovanih osiguravajućih institucija itd. U mnogim slučajevima, zbog velike udaljenosti i nepoznatog okruženja, izvozniku nije

lako da verifikuje kredibilitet i reputaciju uvoznika. Ukoliko je kredibilitet inostranog kupca nepoznat, postoji povećan rizik od neplaćanja, kašnjenja isplate, ili obmane. Zato se izvoznicima preporučuje da ne ulaze u izvozni aranžman pre provere kredibiliteta kupca. U tu svrhu, najjednostavnije je angažovati neku od brojnih komercijalnih agencija ili preduzeća, koja se bave proverom i dostavljanjem podataka o bonitetu inostranih kompanija. Ukoliko je inostrani kupac sasvim nepoznat, izvoznik treba da insistira na ugovaranju sigurnog načina plaćanja, kao što je neopozivi dokumentarni akreditiv. Na ovaj način izvoznik stiče pravo da pristupi banci uvoznika u njegovoj zemlji i zatraži pomoć u sprovođenju međunarodne procedure plaćanja. Još sigurniji način plaćanja predstavlja potvrđeni akreditiv. Primera radi, zbog izražene nelikvidnosti srpske privrede i niskog kreditnog rejtinga zemlje, srpski uvoznici među inostranim partnerima imaju tretman nesigurnih platiša, pa su njihovi ugovori često opterećeni zahtevom za otvaranem konfirmiranog (potvrđenog) akreditiva, koji osim garancije plaćanja banke u zemlji uvoznika podrazumeva i dodatnu garanciju banke u zemlji izvoznika. (b.) Rizik kvaliteta Ukoliko izvozna roba nije pregledana pre isporuke od strane nezavisnog trećeg lica, izvozniku se može desiti da mu celokupna isporuka bude odbijena i vraćena, pod pretpostavkom kupca da je roba nezadovoljavajućeg kvaliteta. Takvu nemarnost izvoznika, uvoznik ponekad može zloupotrebiti da bi izvršio pritisak na njega i naterao ga na reviziju ugovora u pravcu sniženja cene. Iskusni uvoznici mogu zahtevati obavezan pregled robe, pre njene isporuke, od strane nezavisnih kompanija za vršenje poslova inspekcije. Međutim, ako to ne učine, onda bi bilo korisno sugerisati uvozniku tokom pregovaračkog procesa da kontrola robe postane obavezni deo ugovora, jer ovakav vid kontrole štiti interese obe strane. Alternativno, izvoznici se mogu opredeliti za opciju da uvozniku pošalju manji broj uzoraka svojih proizvoda, posredstvom međunarodne kompanije za dostavu robe. Ukoliko kupac prihvati kvalitet dostavljenih uzoraka, a proizvodjač ima dokaz da je ostatatak isporuke izrađen po istim standardima, to bi onemogućilo uvoznika da odbije isporuku, izuzev u slučaju nekog nepredviđenog događaja u toku transporta. Uvoznici ne mogu uvek biti prisutni u vreme otpreme, da bi se i fizički uverili u kvalitet proizvoda. Stoga, oni često koriste usluge nezavisnih kompanija, licenciranih za obavljanje inspekcijkih poslova. Ove inspekcije obično dolaze na zahtev uvoznika, ili države kojoj je roba namenjena, tako da oni treba da snose i troškove kontrole robe. Zato je bitno već u ugovoru naznačiti na čiji teret padaju troškovi inspekcije kvaliteta izvozne robe, da se ne bi kasnije dogodilo da izvoznik bude nepravedno zadužen za njihovo plaćanje. (c.) Rizici transporta i špedicije Pri transportu proizvoda s kontinenta na kontinent, ili čak unutar jednog kontinenta, javljaju se mnogi rizici, poput rizika od krađe, uništenja, ili rasipanja robe. Stoga je važno da izvoznik dobro prouči sve aspekte ugovora o međunarodnoj špediciji, a naročito ugovora o prevozu robe. Reč je o ugovoru koji sklapaju špediter i transporter, pa izvoznik i uvoznik moraju dobro razumeti svoja zakonska prava vezano za štetu koja može nastati u toku prevoza. Otpremnik robe je, po pravilu, strana koja plaća najveći deo prevoza tereta, bilo da se radi o izvozniku ili uvozniku. Pravilima inkotermsa63 regulisano je ko na sebe preuzima obavezu otpreme robe (osim u uslovima kada je drugačije precizirano ugovorom). (d.) Pravni i regulatorni rizik Pravni i regulatorni rizik predstavlja rizik da bi na ugovoreni izvozni posao mogle negativno uticati naknadne zakonske i regulatorne promene, kao i pogrešna primena postojećih zakonskih i regulatornih normi u postupku zaključenja ugovora. Međunarodni zakoni i regulative podložni su čestim izmenama i njihova primena može značajno odstupati od načina na koji se sprovode nacionalni zakoni i regulativa u zemlji izvoznika. Zato je u startu važno da izvoznik skicira ugovor, u saradnji sa ovlašćenom firmom za pružanje pravnih usluga, i na taj način osigura svoje interese u budućoj transakciji. Nakon toga, izvoznik treba da sastavi listu osnovnih pravnih pitanja i prosledi ih uvozniku pre potpisivanja bilo kakvog formalnog ugovora. Za izvoznika je od posebne važnosti da razjasni koji će se zakoni i procedure rešavanja sporova primenjivati na budući ugovor (tzv. jurisdikcija ugovora). Za izvoznika je najbolje ukoliko obezbedi izbor zakona i suda u formi ugovorne

klauzule, po principu rešavanja sporova prema zakonima i pred sudovima svoje zemlje. Zakonska regulativa u svakoj zemlji proizilazi iz njenog političkog okruženja. Iz tog razloga se oprezno mora analizirati pravni aspekt trgovine sa specifičnim zemljama. Primera radi, pri izvozu u SAD neophodno je referisati o zdravstveno-bezbednosnim karakteristikama proizvoda, što može imati nesagledive posledice na izvoznika, ukoliko roba ne zadovolji visoke standarde koji se primenjuju u toj zemlji. Sledeći aspekt za razmatranje tiče se trgovine sa islamskim zemljama, poput Saudijske Arabije, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Irana i sl. Pre početka zvaničnih pregovora, izvoznici moraju konsultovati pravničke organizacije u ovim zemljama, radi osiguranja sopstvenih interesa. Razlog je u tome što u ovim zemljama pravni sistem nije zasnovan na rimskom/holandskom pravu, kao u većini 63 Incoterms 2000, ICC publication. drugih država, već na šerijatskom pravu, koje obično predstavlja veliku nepoznanicu za ostatak sveta (D. Veselinov, 2008.).64 Kada se u okviru eksportnog posla imenuje posrednik, kao što je neka trgovinska kuća, agent, ili distributer, izvoznik mora biti svestan svih reperkusija i odgovornosti koje proizilaze iz tog imenovanja. Stoga se u ugovor mora uključiti lista jasno definisanih prava i obaveza učesnika trgovinske transakcije, a sve u cilju sprečavanja nastanka pravnog konflikta u nekoj od kasnijih faza izvršenja posla. (e.) Politički rizik ili rizik zemlje Politički rizik ili rizik zemlje (country risk) predstavlja celokupan rizik s kojim se jedna strana - nerezident suočava u spoljnotrgovinskom (ili međunarodnom) ugovoru, a može se javiti u dva osnovna oblika, kao: • rizik suverenosti, koji se odnosi na rizik od mogućih eksproprijacija i restrikcija i • rizik transfera, koji se odnosi na rizik od sistemske nemogućnosti da se ostvari konverzija domaće u stranu valutu i izvrši obaveza plaćanja. Politička situacija u zemlji uvozniku je od krucijalnog značaja za uspeh trgovinskog posla. Nestabilnost na ciljnom tržištu izazvana ratovima, civilnim sukobom, ili političkim nesuglasicama, mogla bi proizvesti značajne gubitke za izvoznika. U takvim situacijama, preventivno delovanje predstavlja gotovo jedini efikasan način zaštite od političkog rizika. Izvoznik mora konstantno imati uvid u političku situaciju u zemlji destinacije izvoza, da bi blagovremeno bio u situaciji da prilagodi marketinšku strategiju novonastalim uslovima i preduzme odgovarajuće korake radi sprečavanja poslovnog i investicionog gubitka. Neki od najznačajnijih političkih rizika odnose se na probleme oteženog transfera robe i sredstava, ograničavanja uvoza i uvođenja mera trgovinske blokade (M. Miljković, 2010, ss. 64-65.).65 Problem transfernog rizika obično se vezuje za zemlje sa izraženim deficitom bilansa spoljnotrgovinske razmene, koje u cilju njegovog uravnoteženja najčešće koriste mere kontrole trgovine i transfera novca. U takvim situacijama, inostranim preduzećima koja posluju na njihvom tržištu otežana je mogućnost iznošenja profita i kapitala, kao i dopremanja opreme, reprodukcinog materijala i rezervnih delova, neophodnih za nesmetano poslovanje. Rizik uvoznih ograničenja javlja se kod država koje pokušavaju da zaštite domaću industriju od posebnog nacionalnog značaja. Administrativno uslovljavanje korišćenja domaćih, umesto uvoznih proizvoda, može značajno da ugrozi kvalitet i kontinuitet određene proizvodnje, posebno u strateškim industrijskim granama, poput produkcije motronih vozila i lekova. Rizik tržišne blokade ispoljava se kroz sprečavanje stranih kompanija

da konkurišu na određenim **proizvodnim, ili geografski definisanim tržištima i tržišnim segmentima,** kao i kroz **bojkot trgovine sa konkretnim zemljama u periodima međusobno loših i neprijateljskih** političkih **odnosa.** 126

Izvoznik mora biti svestan mogućnosti primene intervencionističkih mera države u koju plasira svoje proizvode. Iako većina privreda sveta funkcioniše u uslovima kapitalističkog ekonomskog uređenja, u kojem obim i vrednost robe i

usluga na tržištu, bilo da su domaćeg ili inostranog porekla, određuje odnos ponude i tražnje, još uvek postoji određeni broj zemalja u kojima vlast ostvaruje značajnu intervencionističku ulogu, poput Severne Koreje, Kube, ili Vjetnama. Osim toga, u brojnim privredama bivšeg socijalističkog bloka, liberalizacija nije privedena kraju, tako da izvoznici moraju posebnu pažnju posvetiti istraživanju sa kojim stepenom slobode je moguće plasirati robu i usluge na njihova tržišta. Oprez mora biti na najvišem nivou i kada se trguje sa razvijenim zemljama, koje podržavaju relativno slobodan pristup svom tržištu za uvoz robe i usluga. Da bi izbegle konfrontaciju sa pravilima STO čije su članice, razvijene zemlje Zapada najčešće pribegavaju korišćenju nekonvencionalnih mera zaštite, poput necarnskih uvoznih barijera, koje je teško dokazati u praksi, a koje mogu imati 64 Pogledati: D.Veselinov,

“Islamska politička ekonomija. Poreklo, načela i razvoj”, Godišnjak političkih nauka, Beograd, 2008, Fakultet 2008, ss. **187-217.** 195

65Više o ovome pogledati: M. Miljković, “Rizici u međunarodnom poslovanju i njihova zaštita“, Zbornik radova sa Naučnog skupa

sa međunarodnim učešćem Sinergija 2010, Univerzitet Sinergija, Bijeljina 175

2010, ss. 64-65. 244 nesagledive negativne posledice po izvoznika. Efikasnost ovih mera, koje se najčešće pokrivaju ekološkim, zdravstvenim, bezbednosnim i dr. motivima, prepoznata je i u ostalim zemljama, tako da sve više predstavlja glavno ograničenje slobode trgovine i među manje razvijenim zemljama. Primera radi, jedna od glavnih prepreka rastu intra-grupacijske trgovine unutar CEFTA regiona, upravo leži u nemogućnosti međunarodnih tela CEFTA da se izbore sa problemom necarinskih zaštitnih mera, koje primenjuju sve zemlje članice, bez izuzetka. Istovremeno, izvoznici moraju voditi računa i o činjenici da su se neke, doskora visoko kredibilne, industrijski razvijene zemlje, suočile sa ozbiljnim problemom opadanja deviznih rezervi u vreme globalne ekonomske krize. Zbog velike zaduženosti kod međunarodnih finansijskih institucija, stvarne ili raspoložive devizne rezerve centralnih banaka tih zemalja postale su nedovoljna garancija za isplatu naraslog uvoza, što za izvoznike predstavlja realan rizik da im roba i usluge neće biti blagovremeno plaćeni. (f.) Nepredviđeni rizik Prirodne katastrofe, ili teroristički napadi u određenim zemljama, mogli bi u potpunosti razoriti izvozna tržišta pojedinih kompanija. S druge strane, neočekivani događaji i slučajne nezgode mogu dovesti do rasta transportnih troškova, što bi moglo izazvati velike gubitke za izvoznike. Stoga je neophodno da se izvoznici izbore da u svaki ugovor koji potpišu bude uključena „force majeure“ klazula (klauzula više sile), kojom se ugovorne strane izuzimaju od obaveze ispunjenja ugovornih obaveza u ekstremnim slučajevima koji se nisu mogli predvideti, ili na koje nisu mogli da utiču. Posebna vrsta rizika je tzv. operativni rizik, odnosno rizik od nastanka gubitka usled: nedostataka u organizaciji institucije koja je strana u ugovoru, kao i institucija koje su tesno povezane sa njom (npr. banke korespondenta); tehničkih problema (npr. pada kompjuterskog sistema); ljudske greške i sl. Operativni rizik svojim načinom ispoljavanja povratno utiče i na druge rizike, a pre svega na tržišni i kreditni rizik. Od ovakvih vrsta rizika najbolju odbaranu predstavlja unošenje zaštitnih ugovornih klauzula, osiguranje posla kod međunarodnih ili domaćih osiguravajućih društava i ugovranje dvostruke garancije kroz izbor načina plaćanja, npr. potvrđeni akreditiv. (g.) Kulturni i jezički rizik Nesporazumi u komunikacijama i međunarodnim trgovinskim

transakcijama, uglavnom proizilaze iz činjenice da uvoznik i izvoznik potiču sa diferenciranih kulturnih i jezičkih prostora, što podstiče razlike po pitanju poslovne prakse, poreskog i carinskog sistema, računovodstvenog obračuna, devizne kontrole, te pravila i regulative koji definišu poslovno okruženje. Jedini pravi način da se izvoznik obezbedi od rizika koji nastaju po ovom osnovu je da spozna i prihvati navedene različitosti, čemu posebno dorinose česte posete zemljama u koje se planira izvoz i permanentno istraživanje njihovog tržišta, naravno, ukoliko se pođe od pretpostavke da većina kompanija iz ZUR teško sebi može priuštiti organizovanje sopstvene marketing službe u inostranstvu. (h.) Rizik promene kamatnih stopa Izloženost promeni kamatrnih stopa proizilazi iz činjenice da preduzetnici često koriste kredite da bi osnažili svoje izvozne performanse, ili obavili plaćanje prema inostranstvu u slučaju neusaglašenosti priliva i odliva sredstava. Kredit predstavlja glavnu opciju, pre svega, za MSP, jer ona nemaju razgranate izvore samofinansiranja, kao ni specifičnosti koje poseduju velike, multinacionalne kompanije. U slučajevima

kada privrednici ne žele da preuzmu rizik promene kamatnih stopa, mogu da se opredele za 187

primenu finansijskih derivata, koji doduše ne sprečavaju ostvarenje neželjenog događaja, već deluju u pravcu smanjenja negativnog uticaja koji bi njegovim eventualnim nastankom mogao biti prouzrokovan. i.) Rizik promene deviznog kursa Rizik deviznog kursa

nastaje kao posledica **određenog stanja na** svetskom **novčanom i deviznom tržištu i znači mogućnost nastanka štete za jednog od poslovnih partnera zbog** fluktuacija kursa **ugovorene valute plaćanja. Pri izboru valute, ugovornim stranama na raspolaganju stoje tri** opcije: • **valute s potpuno** 26

varijabilnim kursevima razmene – kurs njihove razmene

određuje se postojećim odnosom ponude i tražnje **za pojedinom valutom na međunarodnom deviznom tržištu, • valute s ograničeno varijabilnim** kursevima – kurs **može varirati samo u** 26

uskim granicama koje određuje nadležni državni organ i • valute sa fiksnim kursevima – kod kojih ne postoji rizik od promene kursa, ali je moguć tzv. valutni rizik. Pojedini teoretičari razdvajaju valutni rizik od rizika promene deviznog kursa, smatrajući da ovaj prvi nastaje zbog jednokratne promene vrednosti (povećanja ili smanjenja) jedinice određene valute,

nastale kao posledica **odluke nadležne državne vlasti,** tj. **kao odraz određene** ekonomske **politike zemlje. Valutni rizik nastaje kad se uspostavi novi** zvanični kurs **valute u odnosu na** ostale **valute,** i može **se** javiti **u** 26

obliku devalvacije, ili jednokratnog pada vrednosti domaće valute, i revalvacije, odnosno jednokratnog rasta vrednosti domaće valute. Imajući u vidu da je Srbija usvojila režim varijabilnog deviznog kursa, svi srpski izvoznici dnevno se suočavaju sa rizikom njegove promene. Bilo da je reč o depresijaciji ili apresijaciji kursa dinara, domaćim eksporterima je teško da procene njegovo kretanje u budućem periodu, što doprinosi špekulativnom ponašanju izvesnog broja izvoznika, koje se bazira na očekivanim promenama kursa nacionalne valute. Ovakve transakcije potpadaju pod oblast teorije igara, gde jedna strana obično ostvaruje korist na teret druge. Stoga, domaći izvoznici treba uvek da konsultuju stručne službe svoje poslovne banke, pre nego što izvrše preračunavanje cene eksportne robe u drugu valutu, da bi stekli informacije i dobili savet o predviđenom kretanju kursa dinara. Dva osnovna instrumenta

zaštite od kursnog rizika su: **terminska kupoprodaja deviza** i **dinarski depozit sa valutnom klauzulom.** 1. **Terminska kupoprodaja deviza omogućava klijentu ugovaranje kupoprodaje deviznih sredstava na određeni datum** 50

po kursu i iznosu koji su definisani na dan ugovaranja terminskog posla. U ovom slučaju, klijent se

od kursnog rizika štiti **tako** što **na bazi poznatog kursa** unapred **može kalkulisati svoje novčane tokove.** Inače, **terminska kupoprodaja može biti delimično pokrivena** (klasična **terminska kupoprodaja),** kada **omogućava ugovaranje forward kursa za utvrđeni datum i iznos u budućnosti** i **pokrivena** (kvazi **-terminska kupoprodaja),** kada **omogućava izuzetno povoljan terminski kurs izvršenja.** 50

Kod kvazi-terminske trgovine, klijent banke odmah obezbeđuje određenu količinu dinara na računu banke, da bi u budućnosti kupio stranu valutu. Odmah pri uplati dinara utvrđuje se kurs, po kojem će neka firma, u određenom periodu, dobiti odgovorajuću količinu neke druge valute. U tom slučaju, nije potrebna neka posebna analiza klijenta, jer on odmah uplaćuje dinare (što je garancija za banku) koji su oročeni najčešće po standardnoj kamati. Kod klasične terminske trgovine, banka vrši analizu rizika klijenta kao u slučaju kreditnog aranžmana, pošto ne postoji garancija da će on u dogovoreno vreme kupiti ili prodati devize. Pri zaključivanju svake terminske kupoprodaje klijent potpisuje ugovor kojim se preciziraju sve stavke sporazuma, kao i depozita obezbeđenja, iz kojeg se banka namiruje ukoliko ne dođe do izvršenja ugovornih obaveza. Banke u praksi najčešće uzimaju depozit 10-20% od ugovorene sume, gledajući da on bude dovoljan za pokriće troškova provizije i negativnih kursnih promena, u slučaju da klijent ne ispuni obavezu. Po pravilu, na ovaj depozit se plaća kamata, kao da je položen na štednju. 2.

Dinarski depozit sa valutnom klauzulom pruža klijentu zaštitu njegovih dinarskih sredstava 50

od rizika depresijacije nacionalne valute,

jer se njegov depozit na početku oročenja konvertuje u protivrednost u stranoj valuti po važećem kursu, dok se na kraju oročavanja glavnica u 50

stranoj valuti

isplaćuje u dinarskoj protivrednosti po kursu na dan dospeća depozita. 50

6.1.3. Distinktivne prednosti strateškog naspram prodajnog pristupa na ino-tržištu Industrijalizacija posleratne Jugoslavije zasnivala se na uvoznoj supstituciji, što je doprinelo visokim stopama ekonomskog i industrijakog rasta početkom druge polovine prošlog veka. Ipak, dinamičan rast nije bio praćen rastom konkurentnosti domaće industrije. Malo je bilo podsticaja koji bi doprinosili razvoju performansi prerađivačke industrije, a poslovni ambijent je gušio razvijen birokratski aparat sa usađenim “rentseeking” ponašanjem. Nakon pojave prvih znakova dužničke krize iz osamdesetih godina prošlog veka, i dolaska na vlast reformskih snaga Ante Markovića, preduzeti su početni koraci ka uvođenju programa strukturnog prilagođavanja, liberalizaciji spoljne trgovine i priliva stranih investicija, deregulaciji administrativnih procedura i promeni strukture vlasništva nad privrednim subjektima. Ovaj pokušaj je bio zaustavljen raspadom zemlje tokom devedesetih godina, ali se s reformama srpske privrede nastavilo u vreme tranzicije koja je otpočela nakon demokratskih promana iz 2000. godine. Otvaranje privrede negativno je uticalo na preduzeća koja su se oslanjala na domaće tržište, a naročito na male i srednje kompanije. Smanjenje uvoznih carina izložilo je ove firme stranoj konkurenciji evropskih i azijskih proizvođača. Istovremeno, domaća tražnja je značajno opala zahvaljujući merama kontrole emisije novca, dok su kamatne stope porasle, što je bilo u neskladu sa potrebama industrijskog razvoja. Sve je bilo praćeno dugoročnom precenjenošću kursa dinara, što je zaoštrilo finansijske probleme najzaduženijih kompanija i malog broja izvoznika. Kao posledica ovoga, došlo je do pada industrijske proizvodnje i gašenja većeg broja kompanija, čime su bili pogođeni i neki tradicionalni izvozni sektori domaće privrede, poput produkcije tekstila, obuće i kapitalnih proizvoda. Mada je proces privatizacije generalno bio neuspešan, u Srbiju je, ipak, došao izvestan broj značajnih inostranih kompanija (US Steel, FIAT, Tetra Pak, Yura, Philip Morris, Stada, Gasprom, Gorenje …), koje su postale nosioci dinamičnog rasta izvoza u toku nekoliko poslednjih godina. S druge strane, samo manji broj domaćih industrijskih kompanija bio je cenovno i kavalitativno konkurentan na globalnom tržištu. Štaviše, domaća MSP nemaju značajnu ulogu ni kao dobavljači uspešnih izvoznih preduzeća: FIAT komponentne uglavnom doprema iz Italije, Železara Smederevo se sirovinama snabdeva iz uvoza ili pretapanjem rashodovane vojne opreme, NIS distribuira energente iz ruskih izvora itd. U izvesnom broju industrijskih grana, poput automobilske industrije, TNK obrazuju snažne vertikalne veze sa dobvljačima iz matične zemlje, formirajući internacionalni klaster koji upošljava savremenu tehnologiju, ali istovremeno isključuje domaće proizvođače iz lanca stvaranja vrednosti. Na ovaj način je ograničen trasfer tehnologije od TNK ka domaćem sektoru MSP. Slaba povezanost između velikih i malih preduzeća u okviru srpske industrije, u koliziji je sa proizvodnim strukturama koje dominiraju u industrijski razvijenim privredama i nekim od novoindustrijalizovanih zemalja. U ovim zemljama velike kompanije izgrađuju diverzifikovane mreže MSP, u cilju redukcije ukupnih troškova, kroz niske nadnice i veću fleksibilnost u prilagođavanju tržišnim promenama, uz paralelno sticanje koristi po osnovu specijalizacije. Umesto da

konkurišu na istom tržištu, MSP iz razvijenih zemalja pokušavaju da se specijalizuju u oblastima koje su komplementarne proizvodnji velikog obima, nudeći širok spektar inputa i specijalizovanih usluga. Prema Porteru, postojanje guste mreže konkurenata, kooperanata i pratećih firmi predstavlja bitan preduslov za sticanje konkurentnosti, naročito na tržištu proizvoda najviše finalizacije. Strategijska i planska kooperacija među domaćim kompanijama doprinela bi integrisanosti vertikalnih lanaca generisanja vrednosti i nabavke u cilju ostvarenja eksternih koristi po osnovu globalne poslovne saradnje. Srpska preduzeća moraju prilagoditi svoj sistem upravljanja nabavkom i prodajom, uslovima globalnog poslovanja. Osnovnih pet faza evolucije odnosa s dobavljačima su: • upravljanje izdacima kompanije, analiza tržišta i razvoj strategije snabdevanja; • racionalizacija baze snabdevanja; • uspostavljanje dugoročnog partnerstva s najboljim dobavljačima; • pomoć dobavljačima u poboljšanju kvaliteta, troškova i usluga i • integracija ključnih dobavljača u organizacionu celinu. 247 6.2. ORGANIZACIONA ŠEMA POVEZIVANJA PREDUZEĆA UNUTAR KLASTERA 6.2.1. Politika

klastera Klaster je grupa srodnih i geografski bliskih firmi, organizacija i institucija, koje prepoznaju zajednički interes i koje se međusobno **podržavaju podstičući kreativnu energiju za sistematsko** unapređivanje **procesa u lancu proizvodnje, plasmana i inoviranja proizvoda, u cilju sticanja i održavanja konkurentske prednosti.U klaster se uključuju svi** subjekti društva **koji rade zajedno, da bi ostvarili konkurentsku prednost:** proizvođači, **trgovci, univerziteti, istraživači, udruženja i organizacije, finansijski sektor, vladine institucije i eksperti. U okviru klastera istovremeno postoji i saradnja i konkurentski odnos,** 66

što

dovodi do povećanja zajedničkog poslovnog učinka koji je u određenoj meri veći od zbira pojedinačnih učinaka svakog preduzeća. Ovaj „sinergijski efekat“ **predstavlja** najveću **vrednost** 97

proizvodnog procesa zasnovanog međusobnoj kooperaciji. Klasteri su

(regionalne) grupacije preduzeća u lancu stvaranja nove vrednosti sa njima bliskim pružaocima usluga koji im daju podršku. 56

S tim u vezi se takođe može govoriti o mrežama preduzeća koja se dopunjuju.

Uspešne klastere većinom **čini kombinacija tri vrste preduzeća** koje **se međusobno dopunjuju: • preduzeća značajne tržišne i tehnološke snage, koja deluju na međunarodnoj osnovi, • dobavljači ili podizvođači,** 99

gde najviše preovlađuju

MSP, • veoma inovativne i dinamične stručne ustanove koje se baziraju na novim znanjima (istraživački instituti, ustanove za stručno usavršavanje, specijalizovana preduzeća na području IKT-a i 97

sl.). Ekonomska i regionalna politika

podstiču stvaranje i razvoj klastera formiranjem i promovisanjem potrebne (čvrste i meke) infrastrukture. U mnogim zemljama politika podstiče formiranje klastera i organizuje menadžment klastera za pružanje usluga preduzećima koja su 56

u njegovom sastavu. Politika klastera danas predstavlja vodeći koncept (regionalnog) podsticanja privrede. Ona predstavlja odgovor ujedinjene Evrope na činjenicu

da globalizacija otežava napredak preduzeća, jer sve postaje brže, veće i manje predvidivo. Da bi bila uspešna u sve kompleksnijim i turbulentnijim uslovima, preduzeća treba da: • se pozicioniraju na 56

ekspanzivnim tržištima nudeći sve novije i sve bolje proizvode, • postanu lideri kvaliteta i tehnološkog razvoja i •

proizvode i plasiraju robu na tržištu po konkurentnim cenama. 56

Inovacije, tj. kontinuirano razvijanje i

uvođenje novih procedura, proizvoda, organizacionih i upravljačkih struktura, uz uspešno osvajanje novih tržišta, postaju najvažniji činioci održive konkurentnosti preduzeća. Ovo uspeva samo 99

izuzetno fleksibilnim kompanijama, čije se funkcionisanje bazira na novim marketinšikim i proizvodnim znanjima, izraženoj spremnosti za učenje i stečenom kaptalu. Međutim, sve je manji broj ovako uspešnih kompanija. Proces globalizacije primorava preduzeća

da se koncentrišu na svoje ključne sposobnosti i da na sebe preuzmu samo mali deo celokupnog lanca generisanja novostvorene vrednosti, od sirovinske baze do finalnog proizvoda. 61

Globalizacija dovodi do veće podele rada i jača privrednu povezanost. Uspehu nekog preduzeća sve više doprinose i druga preduzeća, a kooperacija postaje ključna determinanta uspeha. 56

Prvi klasteri nisu bili „formirani“, nego „otkriveni“ u 61

regionima u kojima egzistira i međusobno sarađuje više uspešnih preduzeća iz jedne privredene grane, ili lanca stvaranja nove vrednosti u kojem učestvuju još i brojni pružaoci usluga (inženjeri, advokati, poslovni savetnici, istraživačko-razvojni instituti, visoke škole i ustanove za stručno obrazovanje). Klasteri mogu da nastanu

sami od sebe, budući da se dobavljači i podizvođači stacioniraju ili pokreću poslovanje upravo na 61

mestima gde je veća koncentracija poslovnih partnera. Spontane odluke o razvoju kooperantskih odnosa među proizvođačima na određenoj lokaciji podižu vrednost tog regiona i čine ga privlačnim za nove partnere, što utiče da klaster raste. Klasteri pružaju priliku MSP da se međunarodno profilišu kroz izgradnju i širenje mreža kooperantskih odnosa. Usitnjeni evropski regioni, kao što su severni delovi Italije i Španije, Danska, i Vels, predstavljaju samo neke od primera organizacije klastera koji su doprineli poboljšanju konkurentnosti lokalnih kompanija na međunarodnom tržištu. Komparativne prednosti koje MSP stiču saradnjom unutar klastera

su: • povećanje proizvodnje i zapošljavanja, • inovativni zamah, • jačanje stručnosti i know –how, • poboljšanje kvaliteta i produktivnosti, • rast izvoza 199

i • veća iskorišćenost ekonomskih potencijala. Klasteri se, dakle, zasnivaju na saradnji svih učesnika, i bez razvoja kooperantskih odnosa ne bi ni bilo svrhe njihovog postojanja. Postavlja se, međutim, pitanje kakve prednosti od saradnje imaju preduzeća i u kakve se rizike pri tom upuštaju?

Kooperacija predstavlja određenu vrstu saradnje u kojoj učesnici ostaju samostalni i stoga nisu samo partneri, nego i konkurenti. 61

Cilj kooperacije je da partnerima pruži veće poslovne šanse, kroz aktiviranje dodatinih mogućnosti koje bi im bile uskraćene ili teško ostvarive, ukoliko bi celokupnu delatnost obavljali u sopstvenoj režiji.

Pri tome, gotovo sva područja rada preduzeća **mogu biti** 61

predmet saradnje: nabavka, autsorsing, distribucija, razvoj kadrova, istraživački rad, proizvodni kapaciteti i sl. Postoji nekoliko obeležja koja se, nezavisno od područja saradnje, podrazumevaju za sve uspešne kooperacije: • kooperantski odnosi moraju se zasnivati se na međusobnom poverenju, budući da osetljivi interni podaci postaju dostupni i ostalim partnerima u lancu proizvodnje; • kooperanti se dobrovoljno uključuju u projekat zadržavajući samostalnost, čime se obezbeđuje visok kvalitet inputa i autputa; • saradnja treba da bude dinamična i otvorena, pošto bi nametanje krute strukture otežavalo korišćenje mogućnosti koje se otkrivaju u toku

trajanja projekta; • među partnerima i dalje postoji tržišno takmičenje **u drugim područjima** i **ne dolazi do formiranja monopola,** što **povećava** 61

dinamiku kooperantskih odnosa, kao dodatnog razvojnog podsticaja; • projektom upravljaju samo partneri, bez mogućnosti da javne institucije ili preduzeća van projekta utiču na odnose među kooperantima i • svi učesnici imaju značajnu korist od kooperacionog projekta. Ukoliko su svi uslovi ispunjeni, razvoj kooperantskih odnosa predstavlja perspektivu za MSP da kroz saradnju sa većim kompanijama

nadoknade resurse i know-how koji im nedostaje, a zauzvrat **partneru stave na raspolaganje** 61

sopstvene resurse. Na taj način, svaki kooperant dobija priliku da iskaže svoje komparativne prednosti i kompenzira svoje nedostatke u saradnji sa ostalim preduzećima iz klastera. Preduzimanje zajedničkih inovativnih aktivnosti postaje sve značajnija determinanta izvoznog posla, s obzirom na sve kraće proizvodne cikluse. Preduzeća srednje veličine često uspevaju da samo kroz spajanje istraživačkih potencijala, kompletiraju celokupan materijal, neophodan za sprovođenje I-R aktivnosti koje podstiču konkurentnost, odnosno, doprinose uvođenju novih proizvoda, procesa i organizacionih oblika. Na Predsedničkoj konferenciji o klasterima i inovativnosti, održanoj 22-23. januara 2008. u Stokholmu, parafiran je i promovisan „Evropski klaster memorandum", kao zajednička inicijativa EU u savladavanju globalnih izazova konkurentnosti. Osnovna poruka Stokholmske konferencije je u regionalnom širenju procesa klasterizacije izvan granica jednog lokaliteta, zemlje, pa čak i čitavog regiona. Ovakvu viziju industrijskog razvoja Evrope u narednim godinama treba da imaju u vidu kreatori procesa klasterizacije u Srbiji, tako da blagovremeno osmisle mehanizme podsticanja domaćih peduzeća da participiraju u transnacionalnim klasterima, prvo, u okviru regiona CEFTA, a kasnije i na nivou cele Evrope. U Srbiji je trenutno aktivno sedam klastera: JATO - Klaster proizvođača ambalaže i plastike, MEMOS - Klaster proizvođača Inđije i regiona Srema, AUTO KLASTER – Klaster

proizvođača auto delova, BIPOM-POLJOMEHANIZACIJA – Klaster proizvođača poljomehanizacije, ENERGOBULL – Energetski klaster, SRPSKI SOFTVER KLASTER – Klaster informaciono- komunikacione tehnologije, STEFKOM - Klaster za građevinu i završne radove Soko Banja. Izuzev kalstera proizvođača poljoprivrednih mašina, BIPOM-POLJOMEHANIZACIJA, nijedan drugi klaster nije iskazao interes da internacionalizuje svoju aktivnost u pravcu širenja kooperantskih mreža van granica zemlje. U cilju podsticanja malih preduzeća, odnosno, olakšavanja preduzetnicima da pokrenu vlastiti posao, treba ukazati na inicijativu formiranja posebnog „preduzetničkog inkubatora".

Mladim, školovanim ljudima, koji tek pokreću posao, ovim projektom bi **se** obezbedio **prvi poslovni prostor i** savetodavna **pomoć, a** pružila bi **im se i mogućnost** 107

finansiranja posredstvom garancijskog

fonda. Postupak je zamišljen tako da se novoosnovanim 107

preduzećima, kroz proces takmičenja na konkursu, obezbeđuje ugovor za korišćenje poslovnog prostora preduzetničkog inkubatora, koji bi uz subvencije mogli da koriste u periodu

od šest meseci **do tri godine. Posebna pogodnost** bila bi **što se zakup ne** bi plaćao **prva tri** 107

meseca, dok bi u narednim mesecima naplata progresivno rasla do isteka zakupa. Nažalost, ni preduzetnički inkubatori, kao ni klasteri u Srbiji, nisu zaživeli u

meri u kojoj se to očekivalo. Glavni razlog je **u** nedostatku kapitala **i** 76

preduzetničke inicijative, kao i nedovoljnom broju liderskih kompanija koje bi oko sebe okupile veći broj kooperanata i integrisale ih u vertikalni lanac vrednosti. 6.2.2 Značaj MSP za funkcionisanje klastera Jedan od ključnih problema privrede Srbije na prelasku u novi milenijum predstavljala je egalizacija tretmana svih učesnika na jedinstvenom nacionalnom tržištu, bez obzira na njihovu veličinu, tip svojine, gransku pripadnost, lokaciju i sl. Identičan tretman malih i velikih preduzeća moguće je ostvariti jedino onda kada se prihvati stanovište da male kompanije nemaju marginalan značaj, već da bitno utiču na konkurentnost domaće privrede na lokalnom i globalnom tržištu. U prilog ovome idu tri bitna stava, prozašla iz prakse najrazvijenijih industrijskih zemalja. Kao prvo, najveći značaj MSP za ekonomiju jedne zemlje nalazi se u onoj oblasti u kojoj su, po pravilu, najmanje zastupljena - u industrijskoj proizvodnji. U SAD preduzeća sa manje od 500 zaposlenih generišu gotovo polovinu nacionalnog dohotka zemlje i predstavljaju okosnicu američke industrije, čija konkuretnost najvećim delom zavisi od sitnih dobavljača. Procenjuje se da smanjenje

internih troškova velikih firmi za 50% doprinosi redukciji ukupnih troškova proizvodnje za 15%, dok bi isto procentualno sniženje troškova kod malih i srednjih preduzeća moglo udvostručiti tu uštedu.66 Drugo, uspešnost industrije na zavisi od njene veličine, već od organizacije. Prema tradicionalnom gledištu, velika preduzeća doprinose efikasnosti proizvodnje po cenu izvesne rigidnosti, dok mala preduzeća podstiču fleksibilnost proizvodnje po cenu nestabilnosti, koja im je svojstvena. Međutim, privredni i tehnološki razvoj omogućava novu vrstu organizacije koja kombinuje pozitivne osobine i jednih i drugih. Prema novom modelu organizacije, na rezultate privređivanja više utiče kvalitet poslovnih odnosa među preduzećima, nego njihova veličina. U savremenim uslovima, preduzeće ne predstavlja osnovnu proizvodnu jedinicu, već se ona poistovećuje sa decentralizovanom mrežom kompanija, sazdanom po vertikalnom ili horizontalnom modelu veza. Vertikalni sistem povezanosti predstavlja spoj malih dobavljača sa velikim finalnim isporučiocem na tržište, dok horizontalni podrazumeva povezivanje većeg broja, manje-više, jednakih malih kompanija. U oba slučaja, veze među kompanijama omogućavaju kontinuiranu primenu inovacija na osnovu osetljive 66 Podaci se redovno objavljuju u kvartalnim publikacijama „TechEcon: Research Newsletter of Automation and America Manufacturing“, Ann Arbor, Michigan: Industrijal Technology Institute (ITI). 250 ravnoteže između konkurentske borbe i kooperacije, odnosno, kratkoročnog ekonomskog interesa i uzajamne ispomoći. I treće, sposobnost države da izgradi jaku proizvodnu mrežu predstavlja najsavremeniji oblik konkurentske prednosti na svetskom tržištu. Nova vrsta poslovnih odnosa se ne razvija automatski, već zahteva dobru volju menadžera, da redefinišu svoje odnose prema dobavljačima, kupcima i konkurenciji. Ona, takođe, iziskuje zajedničku akciju vlade, udruženja trgovaca, sindikata i ostalih grupacija u društvu, na formiranju institucionalne podrške, odnosno, nove vrste infrastrukuture u kojoj će mreža formirati svoje tokove. Zemlja koja uspe da izgradi takvu infrastrukturu ostvaruje značajnu konkurentsku prednost na međunarodnom tržištu u odnosu na one koje to nisu bile u mogućnosti. Koncept klastera zasniva se na organizacionom modelu „metakorporacije“ i procesu re- definisanja strukture industrijskog preduzeća. 6.2.3. Teorijski osnov koncepta klasterizacije 6.2.3.1. Metakorporacija U okviru IRZ, veličina sektora male privrede opadala je sve do 1970. godine, kada nastaje preokret i učešće MSP u ukupnoj zaposlenosti počinje postepeno da raste u gotovo svim razvijenim privredama. Trend rasta zaposlenosti u okviru malih preduzeća i manjih jedinica velikih kompanija, bio je odraz značjajnih ekonomskih i tehnoloških promena u razvijenom svetu. U prvoj polovini dvadesetog veka, tržišta standardizovanih proizvoda i rigidna tehnologija za masovnu proizvodnju favorizovali su velike, vertikalno integrisane korporacije. Rastuća tražnja za specijalizovanim proizvodima, kontinuirane tehnološke inovacije i jefitna i fleksibilna kompjuterizovana tehnologija, kao ključne karatkteristike savremenog privređivanja, inaugurisali su decentralizovani tip proizvodnje, koji su Pior i Sabel nazvali „fleksibilna specijalizacija“. Pod ovim terminom autori podrazumevaju novu vrstu organizacije proizvodnje, nastalu u eri fleksibilne konkurencije na bazi inovacija. Novi oblik organizacije preduzeća nazvan je „metakorporacija“. Bitno svojstvo „metakoproracije“ je da je dizajnirana na način koji omogućava njeno jednostavno redizajniranje (Ch. Sabel, 1990.). Dinamika promena na globalnom tržištu, usled koje preko noći kompanije gube konkurentsku prednost, postavlja pred menadžere novi izazov – neprestanu težnju za redukcijom troškova proizvodnje i skraćivanjem perioda razvoja novog proizvoda. Što brže kompanija osmisli, dizajnira i iznese na tržište novi proizvod, to će mnogo uspešnije primenjivati inovacije i preći iz opadajućeg dala u onaj rastući, prosperitetni segment međunarodnog tržišta. Preduslov za primenu ovakve konkurentske strategije je radikalno povećanje fleksibilnosti organizacije. Da bi ubrzale razvojni ritam, kompanije moraju približiti koncept proizvoda svojoj aktuelnoj proizvodnji procesom „simultanog inženjeringa“, koji smanjuje hijerarhijske razlike među kompanijama. Tradicionalna podela na odeljenja naučnoistraživačkog rada, inženjeringa, proizvodnje i prodaje, biva zamenjena proizvodno-razvojnim timovima. Štaviše, uklanjanje granica se ne odvija samo

među segmentima unutar preduzeća, već i među samim preduzećima. U sistemu organizacije masovne proizvodnje odnosi među kompanijama gotovo isključivo su se zasnivali na suprotnosti interesa. Kupci su formirali široku bazu dobavljača, često ih menjali u potrazi za nižom cenom i favorizovali kratkoročne ugovore, najčešće ne duže od godinu dana. Međutim, da bi se iskoristile prednosti inovacija i ubrzao proces dizajniranja i proizvodnje komponenti, veze sa podugovaračima moraju se zasnivati na principu saradnje, a ne na odnosima koji proizilaze iz antagonizma. Na ovaj način, korporacija postaje više federacija kompanija, nego pojedinačni organizacioni entitet. Veze među kompanijama koje se integrušu u okviru ovako koncipiranog sistema definisane su terminom „kolaborativna proizvodnja“. Granice se sve više gube i na relaciji privreda-ostale društvene institucije. Razvojem decentralizovane, kolaborativne proizvodnje, uvećava se prisustvo malih, visokospecijalizovanih grupa proizvođača u gotovo svim industrijskim regionima. U nemogućnosti da razvijaju sopstvenu razvojno- istraživačku delatnost, obuku radnika i sl., male kompnije dolaze u zavisnost od spoljnih institucija (kao što su univerziteti, lokalne škole, trgovačka udruženja, državne agencije i sl.), koje učestvuju u organizaciji pružanja kolektivnih usluga pomenutog tipa. Federacija kompanija zasnovana na modelu kolaborativne proizvodnje, u sadejstvu sa institucijama sistema koje doprinose njihovom zajedničkom cilju, predstavlja tzv. metakorporaciju. Metakrporacija je u znatno većoj meri integrisana u društvene sfere, nego što je to u prošlosti bila klasična vertikalno integrisana korporacija. U literaturi su poznata dva bazična modela organizovanja metakorporacije – „kraljevstva“ i „republike“. „Kraljevstva“ povezuju male dobavljače sa velikim preduzećima-kupcima kroz vertikalni lanac isporuka, pod strateškom komandom velike kompanije, dok „republike“ udružuju male, visokospecijalizovane kompanije u horizontalnu mrežu, kojom ne dominira nijedna od njih. Ova dva osnovna modela nisu međusobno isključiva, već ih je moguće vrlo uspešno kombinovati. U praksi, japanski sistem kooperacije predstavlja tipičan primer „kraljevstva“, klasičan model „republike“ čini evropska industrijska oblast, dok primer proizvodne organizacije u SAD ukazuje na postojanje hibrida pomenutih modela. 6.2.3.2. Autsorsing i insorsing Autsorsing (outsourcing)

predstavlja dugoročnu vezu između dva preduzeća, kojom se jedno preduzeće (spoljni dobavljač) obavezuje da će obavljati aktivnosti koje je drugo preduzeće do sada samostalno **obavljalo unutar svojih korporativnih okvira** (M.F. Corbet, **2004.). Autsorsing se** javlja **kada preduzeće** izmesti određeni **posao,** deo **poslovnog procesa, čitav poslovni proces, ili čitavu poslovnu funkciju, izvan korporativnih granica.** 10

To podrazumeva odluku preduzeća da

proizvod ili uslugu koju je **tradicionalno** proizvodilo **u kući,** 10

počne kupovati od spoljnih dobavljača.

Preduzeće može da odluči da obavlja bilo koju vrstu poslovne aktivnosti na lokaciji koja se nalazi izvan države u kojoj je sedište preduzeća. **U tom slučaju, na raspolaganju su** mu dve **mogućnosti - aktivnost se može obavljati u sopstvenoj** 10

filijali (“captive center”), ili se za njeno obavljanje može angažovati spoljni dobavljač. Za oblik poslovanja u kojem se poslovna aktivnost obavlja u sopstvenoj filijali u inostranstvu, koristi se izraz “ofšor sorsing” (offshore sourcing), kako bi se istakla činjenica da se aktivnost još uvek odvija “unutar kuće”, ali u inostranstvu. Formiranje filijala je karakteristično za multinacionalne kompanije koje žele da premeste, ili prošire, deo svojih operacija u druge države. U slučaju kada se za obavljanje poslovne aktivnosti angažuje spoljni dobavljač iz inostranstva, koristi se termin “offshore outsourcing”, ili skraćeno “offshoring”. Termini kao što su “nearshore outsorsing”, ili “closeshore outsorsing”, se koriste kako bi se dodatno naznačilo da je zemlja u kojoj se dobavljač nalazi geografski blizu sedišta preduzeća. 10

Brojna međunarodna pitanja koja “offshore outsourcing” otvara, su po pravilu, manje kompleksna u “nearshore” slučajevima. “Nearshore outsourcing” omogućava preduzećima da koriste prednosti autsorsing strategije, uz izbegavanje, ili smanjenje, određenih vrsta rizika. Specifičan oblik autsorsinga je 10

“on-site offshore outsourcing”, koji predstavlja situaciju u kojoj preduzeće angažuje dobavljača iz strane države, kako bi njegovi zaposleni obavili određeni posao u matičnoj zemlji naručioca posla. Ovaj vid autsorsinga se obično javlja u situacijama kada pružanje usluge zahteva fizičku prisutnost radnika, što može biti slučaj kod 10

remonta mašina, lične prodaje ili keteringa.

Ovaj poslovni model su prvo počele da koriste indijske informatičke kompanije sredinom '90-ih godina prošlog veka. Zbog velike prednosti u visini troškova rada u odnosu na američke konkurente, ove firme su na tenderima, koje su raspisivale američke kompanije, uspevale da “preotmu” posao lokalnim konkurentima. Tako su indijski programeri 10

na osnovu privremenih radnih viza, odlazili u SAD da obave

posao za koji su angažovani, nakon čega bi se vraćali u svoju zemlju. Dalji razvoj autsorsinga je doveo do pojave “Business Process Outsourcing” (BPO). BPO povezuje dva moćna poslovna alata - upravljanje 10

poslovnim procesima (“business process management”) i “outsourcing”. **Upravljanje poslovnim procesima,** kao posebna disciplina, **koristi** 222

najsavremenije tehnologije u prevazilaženju barijera

između tradicionalnih “silosa” u kojima su smeštene **poslovne funkcije.** “Outsorucing” **koristi** veštine **i resurse specijalizovanih spoljnih dobavljača, kako bi se obavile brojne poslovne aktivnosti. BPO** podrazumeva **sagledavanje procesa koji sačinjavaju poslovanje preduzeća** i **angažovanje specijalizovanih dobavljača usluga** za **određene aktivnosti. Preduzeća detaljno analiziraju svoje poslovne procese u** 10

cilju identifikovanja onih segmenata koji

mogu biti povereni **spoljnim dobavljačima. Vremenom, preduzeća autsorsuju sve veći broj procesa i funkcija** koje **su nekada** obavljala **u kući, a koje sada mogu jeftinije i efikasnije** realizovati **angažovanjem spoljnih dobavljača. Zbog ovoga se, u poslovnom** rečniku, “outsourcing” **ponekad naziva i vertikalna de-integracija. Neke od najčešćih aktivnosti koje se** poveravaju **spoljnim dobavljačima su finansije i računovodstvo, centri za podršku korisnicima,** informacione tehnologije, **upravljanje ljudskim resursima** itd. **Termin insorsing (insourcing)** ili beksorsing (backsourcing) **u literaturi ima tri različita značenja. Prema prvom shvatanju, insorsing** 10

predstavlja odluku preduzeća da u okviru kuće započne sa obavljanjem

aktivnosti za koje je do tada bio **angažovan spoljni dobavljač.** 10

Ovo može biti urađeno na dva načina - kupovinom dobavljača 10

(rast metodom

akvizicije), ili proširenjem sopstvenih sposobnosti i radne snage (organski metod rasta). U ovom slučaju **insorsing dovodi do vertikalne** integrisanosti **kompanije.** Prema drugom shvatanju, **insorsing** predstavlja **delegiranje operacija, poslova** i **funkcija, koje su obavljane u** 10

kući, na nezavisnu internu poslovnu jedinicu koja je specijalizovana za obavljanje ovih aktivnosti.

Ovakva poslovna odluka

se često donosi iz razloga što se želi zadržati kontrola nad određenim kritičnim operacijama ili sposobnostima. Treće značenje ovog termina je ono koje često pogrešno koriste razni mediji i političari, 10

pokušavajući

da opišu aktivnosti stranih multinacionalnih kompanija koje započinju ili proširuju svoje poslovanje u određenoj zemlji. U nekim slučajevima, strane kompanije obavljaju izvesne operacije u inostranstvu iz logističkih razloga - da bi bile što bliže lokalnim kupcima i na taj način ostvarile uštede u troškovima, dok se u drugim slučajevima, ove operacije obavljaju zbog lokalizovanja proizvoda, tj. njihovog prilagođavanja ukusima lokalnih potrošača. 10

6.2.4. Modeli povezivanja MSP u okviru klastera 6.2.4.1. Azijski model organizovanja male privrede - vertikalna integracija U poslednjoj deceniji prošlog veka je približno tri četvrtine broja radnika u industriji Japana bilo zaposleno u okviru malih i srednjih preduzeća, dok je taj udeo u SAD iznosio jedva nešto više od trećine (R. Howard, 1990, p. 96.). Još bitniji od učešća u rešavanju pitanja zaposlenosti, bio je značaj koji su male firme imale u kreiranju konkurentske oštrice japanske privrede. Dugo se smatralo da osnovne prednosti japanske privrde proizilaze iz kvaliteta i fleksibilnosti proizvodnje velikih, širom sveta poznatih koncerna, poput Micuija, Micubišija i ostalih. Međutim, u stvarnosti je proizvodnja automobila, elektronske opreme i ostalih ključnih proizvoda japanske industrije, bila organizovana u okviru ešalona velikih i malih preduzeća – isporučilaca komponenti, po modelu piramide. Na vrhu se nalazi velika liderska kompanija, odgovorna za finalno sklapanje i plasman proizvoda. Ona neposredno sarađuje sa prvim ešalonom manjih kompanija – isporučilaca glavnih komponenti i submontažera. Ova grupa uređuje odnose sa drugim, znatno brojnijim ešalonom uže specijalizovanih podkooperanata, a ovi, pak, sa trećim a ponekad i četvrtim ešalonom najuže specijalizovanih malih preduzeća, gotovo radionica. Za razliku od klasičnih odnosa između velikih i malih preduzeća, japanski dobavljači imaju drugoročne ugovore sa svojim poručiocima, koji često prevazilaze period od jedne dekade. Oni neprestano razmenjuju informacije koje se odnose kakao na visinu produkcionih troškova, tako i na tehniku i tehnologiju proizvodnje. Ovaj specifičan odnos uključuje i dogovor koji se postiže još pre otpočinjanja saradnje, o načinu deobe onog dela ukupnog profita koji bi eventualno nastao smanjenjem troškova proizvodnje ili porastom produktivnosti rada. Grafikon VI-2. Organizacija proizvodnje po vertikalnom sistemu veza Izvor: Izrada autora Vodeće kompanije neprestano vrše pritisak na svoje dobavljače u smislu održavanja visokog kvaliteta proizvodnje i redukcije troškova. Budući da, po pravilu, imaju više snabdevača određene komponente, liderske firme kažnjavaju neposlušne kooperante smanjivanjem porudžbina, odnosno, prebacivanjem težišta nabavki na one dobavljače koji ispunjavaju strogo definisane zahteve. Štaviše, nadnice radnika u manjim preduzećima često su i do 25% niže od nadnica

zaposlenih u liderskim preduzećima, a uz to oni uživaju samo mali deo socijalne sigurnosti koju imaju njihove kolege u velikim firmama. Međutim, liderske firme, s druge strane, obezbeđuju malim preduzećima izdašnu finansijsku i logističku podršku, koja im omogućava da kontinuirano unapređuju tehniku i tehnologiju proizvodnje. Odgovornost za dizajn i produkciju svih komponenti pripada prvoj grupi dobaljača. Na primer, japanski proizvođač automobila „Nisan“ se oslanjao na samo jednog stalnog dobavljača za svoj najpoznatiji model „Infinity Q45“. Istovremeno, drugi veliki proizvođač automobila, američki „Genaral Motors“, u većini slučajeva je kooperirao sa 25 dobavljača za isto toliki broj vitalnih delova. Međutim, japanski se kooperanti, za razliku od američkih, uključuju u zajednički inženjering i analizu novih komponenti, čak, dve godine pre nego što se novi proizvod pojavi u vidu prototipa. Korist od saradnje imaju i male firme, jer dugoročno obezbeđuju svoje učešće na tržišnom segmentu koji kontroliše liderska kompanija. Međutim, još važnije je to što prožimanje konkurentskih i kooperantskih odnosa unutar grupacije predstavlja neprestani podsticaj za razvoj inovacija. U automobilskoj i elektornskoj industriji liderske firme garantuju svojim dobavljačima savremenu opremu, a neretko im obezeđuju i finansijska sredstva da je sami nabave. Velike kompanije, takođe, obezbeđuju eksperte koji podučavaju male firme kako da koriste savremenu opremu i efikasnije organizuju rad. U zavisnosti od dinamike kojom ovladavaju tehnologijom, mala preduzeća postaju prenosnik znanja nižim nivoima specijalizovanih firmi, čime liderska kompanija prenosi odgovornost od rizika inovacija kroz ceo lanac proizvođača. U kreiranju japanskog modela privređivanja odlučujuću ulogu je imala vladina politika podsticanja male privrede kroz programe pomoći koje je nudila sitnim proizvođačima. Prema izvesnim procenama, Vlada Japana obezbeđuje dvadeset puta veću finansijsku pomoć malim preduzećima, nego što je to slučaj u SAD. Osim toga, ona je obezbedila i polovinu sredstava godišnjeg budžeta za finansiranje nacionalnog sistema 185 centara za testiranje i istraživanje u proizvodnji. Uloga ovih centara za razvoj male privrede bila je od neprocenjivog značaja za Japan. Uz minimalnu nadoknadu, kompanije su mogle koristiti opremu centara koju nisu bile u stanju da seme nabave, kao i da konsultuju stručnjake centra u vezi svih eventualno nastalih probelma. Povrh svega, i gusta nacionalna mreža besplatnih javnih usluga, sa ciljem širenja baze primene savremene tehnologije, predstavljala je još jedan važan izvor podrške maloj privredi Japana. 6.2.4.2. Evropski model organizacije male privrede - horizontalna integracija Za razliku od poslovnog udruživanja na principu „kraljevstva“, sistem proizvodnje po modelu „republike“ podrazumeva horizontalne veze između specijalizovanih malih preduzeća koja zajednički proizvode određene komponente ili neki finalni proizvod. Strateško dirigovanje ne obavlja velika liderska firma, već brokerska kompanija, koja se javlja najčešće u vidu javne institucije ili privatne organizacije – članice udruženja. Klasični primeri „republika“, kao oblika udruživanja malih proizvođača, koncentrisani su u italijanskoj pokrajini Emilija-Romanja koja, uprkos populaciji od svega četiri miliona stanovnika, raspolaže sa više desetina hiljada malih proizvodnih kapaciteta sa po najviše pedeset zaposlenih radnika. Ove kompanije zapošljavaju približno polovinu regionalne radne snage i obuhvataju razne industrijske oblasti, kao što su proizvodnja mašinskih alatki, automatskih mašina, motorcikala, automobila, elektronike, odeće itd. Ugledni proizvođač robota iz Modene, „FSM“, sa samo šesnaest radnika, predstavlja centralnu firmu cele mreže manjih proizvođača visoko konkurentnih robota koji se koriste u industriji dizel mašina. „FSM“ obavlja poslove dizajniranja, sklapanja i testiranja sistema, kao i celokupnog marketinga. Ostalih pet lokalnih kompanija, od kojih nijedna nema više od dvadeset zaposlenih, zaduženo je za elektronsku kontrolu, mašine, hidraulične komponente, zavarivanje i kompletnu izradu. Grafikon VI-3. Organizacija proizvodnje po horizontalnom modelu povezanosti Izvor: Izrada autora Kao i u japanskom primeru, horizontalne mreže povezivanja proizvođača održavaju kreativnu tenziju koja se oslobađa neprestanim balansiranjem na relaciji međusobnih odnosa kooperacije konkurencije. Male kompanije međusobno sarađuju, ali istovremeno i konkurišu jedna drugoj za pristup najuspešnijim i najprofitabilnijim mrežama proizvođača. Ove kompanije,

najčešće, istovremeno učestvuju u većem broju različitih mreža proizvođača. Horizontalno povezivanje omogućava proizvođačima da, kao i u slučaju strukture „kraljevstva“, prate promene koje se dešavaju na tržištu i u oblasti tehnološkog razvoja. Pomoć vlasti je od fundamentalnog značaja za razvoj evropske industrijske oblasti¸ mada je njena uloga nešto drugačija od one koju ima japanska država. Mreža proizvođača unutar italijanske oblsti Emilia-Romanja zapravo je rezultat inicijative regionalne uprave u saradnji sa preduzetnicima organizovanim u trgovinska udruženja i radnicima udruženim u sindikalne organizacije. Lokalna vlada je potpomogla fomiranje deset centara za primenu naučnoistraživačkog rada, koji služe za potrebe regionalnih mreža proizvođača. Samo jedan od tih centara, CITER, izvodi procene kretanja na svetskom tržištu, vrši istraživanja u oblasti dizajna i obezbeđuje pristup novim tehnologijama za oko 600 malih pletionica u gradu Kapri, međunarodno priznatom centru modnih odevnih artikala od trikotaže. Posredstvom CITER-a, male kompanije su dobile pristup savremenoj tehnici i tehnologiji, kao i globalnom tržištu, što bez učešća u klasteru ne bi mogle ostvariti. Na ovaj način, i u Japanu i u Evropi, nove poslovne relacije doprinose bližem međusobnom povezivanju, kao i povezivanju sa ostalim društvenim institucijama. Danas, male industrijske kompanije u Japanu drže korak sa velikim koncernima u pogledu nabavke napredne tehnologije. Preuzimanjem savremenih tehnologija, prvi ešalon manjih proizvođača dobija složenije zadatake, uključujući i odgovornost za sklapanje finalnog proizvoda, dok svoja ranija zaduženja prenosi na proizvođače nižeg reda. Istovremeno, dok prosečne plate koje isplaćuju male japanske firme zaostaju za onim koje isplaćuju liderske kompanije, radnici najboljih među malim proizvođačima često mogu imate veće zarade od svojih kolega u Tojoti, Micubišiju i sl. U izvesnim slučajevima, mala preduzeća mogu raskinuti ugovore sa liderskom kompanijom, za koju su tradicionalno vezana. U tim slučajevima, Vlada podstiče male firme da formiraju kooperativne asocijacije po horizontalnom modelu udruživanja, koje bi zamenile dotadašnje vertikalne veze sa liderskom kompanijom. Na ovaj način, mala preduzeća zajednički obavljaju izstraživačko-razvojnu delatnost i dele informacije o svim promenama koje nastaju u sferi tehnike i tehnologija, upravljanja, kao i onim koje se tiču aktuelnih zbivanja na relevantnim tržištima inputa i finalnih proizvoda. Navedeni primer ukazuje da je i u Japanu moguća transformacija vertikalnog „kraljevskog“ modela povezivanja proizvođača u horzontalni „republički“. U 1970. godini Emilia-Romanja se nalazila na četvrtom mestu liste najsiromašnijih među dvadesetjednom regijom Italije, da bi sredinom devete dekade prošlog veka postala druga najbogatija oblast, u kojoj su radničke zarade za oko četvrtinu veće od italijanskog proseka (R. Howard, 1990. p 100.). Ipak, transformacioni procesi nisu zaobišli ni evropski kontinent. Velika preduzeća dobijaju sve važniju ulogu u pojedinim industrijskim oblastima Italije, što dokazuje da je granica između „kraljevstva“ i „republike“ premostiva u oba smera. Ovo je naročito slučaj sa automobilskom industrijom, gde je FIAT pod svoj uticaj prihvatio niz nezavisnih proizvođača sportskih automobila, poput Alfa Romea, Lančije, Ferarija, Maseratija itd. 6.2.4.3. Kombinovani model organizacije male prvrede u SAD Druga generacija malih proizvođača poluprovodnika u Silikonskoj dolini ima odgovoran zadatak da otkloni promašaje svojih prethodnika, kroz afirmaciju treće verzije modela međusobnog poslovnog povezivanja. Pošto su usmerene na realizaciju kratkoročnih prednosti u okviru produkcije komponenti visokih performansi i osvajanje nesaturiranih tržišnih segmenata (strategija „niša“ na tržištu), ove kompanije su navikle da opstaju na oštrici inovativnih procesa, plasirajući novi proizvod na tržište znatno brže od tradicionalnih proizvođača poluprovodnika. Njihov uspeh se zasniva na međusobnom uspostavljanju jakih horizontalnih veza, nalik „republičkom“ modelu proizvodno- poslovnog povezivanja. Većina novonastalih udruženja sitnih proizvođača poluprovodnika zasniva se na principima raspodele tehnike, razmene tehnoloških znanja, podugovaranja jeftine izrade, ili zajedničkog razvoja proizvoda. Međutim, za razliku od evropskog modela poslovnog povezivanja, horizontalne proizvodne veze između malih firmi iz Silikonske doline nadograđuju se vertikalnim povezivanjem sa velikom kompanijom, koja se javlja u vidu

proizvođača poluprovodnika prve generacije, ili konstruktora računskih sistema. Po prirodi stvari, velika kompanija preuzima dominaciju nad grupacijom, ali često je moguća i obrnuta situacija. Poznat je primer konstruktora moćnih čipova s kraja prošlog veka, kompanije „Vitek“, koja je, na prelasku iz osamdesetih u devedesete godine, sa 230 zaposlenih radnika ostvarivala respektabilan prihod u vrednosti od 50 miliona dolara, od čega je petina te sume činila dobit firme. Istovremeno, jedna druga kompanija, „Altera“, snabdevala je svetsko tržište programabilnim logičkim uređajima, čijom prodajom je ostvarivala prihod od oko 60 miliona dolara i 11 miliona dolara dobiti, uz samo 300 zaposlenih radnika. Ni jedna, ni druga kompanija, nisu imale proizvodnih postrojenja za izradu čipova, već su formirale čvrste kooperativne veze sa većim brojem malih i velikih proizvođača čipova i računskih sistema. „Altera“ je imala veliki udeo u imovini „Sajpresa“, koji se procenjivao na oko 7,5 miliona dolara, uz klauzulu njegovog udvostručenja u narednih nekoliko godina (A.L. Saxenian, 1990.). Zauzvrat, „Altera“ je preuzela deo „Sajpresove“ proizvodnje po najpovoljnijim cenama i dobila zagarantovan pristup najsavremenijim tehnologijama. Korist „Sajpresa“ bio je u dobijanju novčane „infuzije“, prilike da uposli proizvodne kapacitete i prava na reprodukciju najsavremenijih proizvoda iz „Alterinog“ proizvodnog asortimana. I „Vitek“ je imao slične odnose sa svojim dobaljačima i kupcima. Najznačajniji ugovor „Viteka“ je onaj sa poznatom kompanijom „Hjulit Pakard“, koja je za njegove potrebe proizvodila čipove u svojim savremeno opremljenim laboratorijama. Iako je „Vitek“ mala kompanija, a „Hjulit Pakard“ gigant, za ovu drugu se ni u kom slučaju nije moglo reći da je bila lider. Čak i u relaciji sa velikom firmom, mala preduzeća iz Silikonske doline, na osnovu svoje tehnološke ekspertize dobijaju znatno više manevarskog prostora nego što, inače, pripada kooperantima njihove veličine. Primera radi, „Hjulit Pakard“ je u delu ugovora o produkciji Vitekovih čipova u svojim postrojenjima, morao preći preko klauzule kojom se Viteku dozvoljava prodaja čipova, čak i Pakardovim najvećim konkurentima, poput kompanije „San Majkrosistems“. Slično ovome, i mala „Altera“ je ostvarila pravo da koristi deo „Sajpresovih“ tehnoloških procesa za produkciju ostalih proizvoda iz svog asortimana. Pošto i kupci i dobaljači teže da izbegnu zavisnost od druge kompanije i zaštite sopstvenu autonomnost, većina preduzeća iz Silikonske doline preferira da im ni jedan komitent ne učestvuje sa više od 20% u realizovanoj proizvodnji ili nabavci. Kao rezultat ovakve politike malih preduzeća nastao je sistem koji dopušta kompanijama da dele troškove i rizik inovativne delatnosti. Novi odnosi jačaju prisustvo kompanije na tržištu, minimiziraju fiksne troškove, i doprinose bržem izlasku proizvoda pred potrošače. Na ovaj način, vreme uvođenja novog proizvoda u promet skraćeno je, sa nešto više od dve godine, na svega devet meseci. To dokazuje da za uspeh na kapitalno-intenzivnom tržištu poluprovodničkih proizvoda nije ključna ni veličina preduzeća, ni učešće u vertikalnom lancu proizvodnje, već stručnost i grupno planiranje razvojnih projekata po principu zajedničkog dohodovanja i neprestanog uravnotežavanja snaga kooperacije i konkurencije. Državne vlasti SAD nemaju tako direktan i izražen uticaj na proizvođače u Silikonskoj dolini, kakav ima Vlada u Japanu ili lokalna samouprava u Italiji. Međutim, u privredi Kalifornije postoji veliki uticaj regionalnih institucija, kao što su: Stanford univerzitet, razna trgovinska udruženja, lokalne poslovne organizacije i specijalizovane kompanije za pružanje usluga u oblasti istraživanja tržišta, odnosa s javnošću i finansijskog konsaltinga. Ove institucije predstavljaju kohezioni element, koji drži na okupu mreže proizvođača, pružajući im raznovrsne usluge i omogućujući im da se koncentrišu isključivo na proizvodnu aktivnost. Na osnovu različitih iskustava najrazvijenijih regija - Japana, Evrope i SAD - mogu se izvući određene sličnosti koje bi se mogle tretirati kao nova pravila u osvajanju konkurentnosti male privrede. Kao prvo, neophodno je forsirati direktne odnose sa kupcima, dobavljačima i ostalim poslovnim partnerima. Drugo, potrebno je unutar svake proizvodne grupacije održavati kreativnu tenziju između odnosa konkurencije i kooperacije. Treće, treba fokusirati pažnju na proces kontinuiranog inoviranja. I četvrto, neophodno je kreirati socijalnu infrastrukturu koja podstiče i pomaže malu privredu da postane konkurentnija na domaćem i međunarodnom tržištu. Najpoznatija

preduzeća iz Silikonske doline, kao što su “Motorola” i “Zeroks”, na vreme su shvatila da kvalitetni odnosi sa sitnim dobavljačima i kupcima značajno utiču na konkurentnost kompanije na tržištu. Pomenute firme su redukovale broj dobavljača sa kojima su produžile ugovore, ostvarile tešnju saradnju u oblasti dizajna, i redefinisale odnose na relaciji kupci-dobavljači na čisto partnerskim osnovama. Međutim, ma kako se odnosi prema dobavljačima menjali, ostaci tradicionalno suprotstavljenih interesa ostaju. Mala proizvodna preduzeća u SAD još uvek pate od izvesnih slabosti. Ona znatno zaostaju za velikim kompanijama u implementaciji novih tehnologija koje uvećavaju produktivnost proizvodnje. Naime, prema zvaničnim podacima SAD, velika preduzeća, sa više od 500 zaposlenih, šesnaest puta više koriste novu tehnologiju od sitnih preduzeća, sa manje od sto zaposlenih.67 U izvesnim slučajevima, velike kompanije zloupotrebljavaju dugoročne veze sa dobavljačima, u cilju prebacivanja troškova i odgovornosti na manja preduzeća. Na njih se vrši konstantan pritisak da 67 U.S. Department of Commerce. redukuju troškove proizvodnje i da se prilagode oštrim zahtevima za kvalitetnim i ažurnim isporukama, a pri tome im se ne nudi nikakva pomoć. Veliki kupci retko pomažu sitnim dobavljačima da uvedu novu tehnologiju, uskraćujući im finansijsku i tehničku pomoć, koja je tako uobičajena u Japanu. Jednom rečju, evolucija poslovnih odnosa unutar američke industrije više je vodila ka zaoštravanju odnosa između kupaca i dobavljača, nego ka fundamentalnim promenama funkcionisanja sistema. Ipak, najveći nedostatak male privrede u SAD nije u oblasti menadžmenta, već u primeni politike podsticanja konkurentnosti. U meri u kojoj bi mala privreda bila pravilno tretirana, tj. ukoliko joj se dozvoli sloboda poslovanja, obezbede privilegije zdravstvenog i socijalnog osiguranja i omogući porast minimalnih nadnica, utoliko bi se mogli očekivati veći efekti na konkurentnost industrije SAD. Ponekad je državna legislativa usmerena na podsticanje male privrede toliko ograničavajuća, a njeno sprovođenje nespretno, da se kod sitnih preduzeća javlja jedino želja da budu ostavljeni na miru, pa makar i bez bilo kakve programske podrške. Pored prilično destimulativnih zakona za malu privredu u SAD, administracija ne pomaže ovaj sektor ni u finansijskom, ni u logističkom pogledu. Naime, vlada ove zemlje, za razliku od japanske, niti odobrava direktne zajmove maloj privredi, niti joj nudi izdašnu tehničku pomoć. U odsustvu očekivane pomoći od strane federalnih vlasti SAD, pojedine konstitutivne države preduzimaju aktivnu ulogu u podsticanju male privrede na svojim teritorijama. Ipak, pretežni deo ovih aktivnosti se usmerava na podsticanje zapošljavanja, dok se malo pažnje posvećuje poboljšanju konkurentske pozicije malih preduzeća. Prema podacima Roberta Hauarda, u toku 1988. godine četrdesettri države SAD su obezbedile 700 miliona dolara za podsticanje otvaranja novih sitnih preduzeća. Nasuprot tome, ukupna sredstva koja je država odvojila za finansiranje federalnih programa tehnološke modernizacije postojećih proizvodnih preduzeća, bila su gotovo 15 puta manja i iznosila su između 40 i 50 miliona dolara godišnje (Ibid., p. 103.). Jedan od osnovnih problema konkurentnosti SAD krije se u činjenici da je, u odsustvu koherentne politike podsticanja male privrede, sitnim preduzećima lakše da konkurišu na tržištu kroz održavanje niskih troškova rada, nego na osnovu visokog kvaliteta i produktivnosti proizvodnje, što ovom sektoru obezbeđuje drugorazredni značaj. Ovim je mala privreda SAD dovedena u situaciju da nije u stanju da zapošljava onoliko radnika koliko se od nje očekuje, kao ni da im obezbedi adekvatne nadnice i socijalno i zdravstveno osiguranje, a često ni uslove rada dostojne njihovih kolega u velikom kompanijama. 6.2.4.4. Nemački model organizovanja male privrede Nemački tretman male privrede, za razliku od američkog, podrazumeva da sitna preduzeća treba da kombinuju najsavremeniju tehnologiju, koju im država čini lakše dostupnom, sa kvalifikovanim radom, u cilju postizanja visokokvalitetne i visokoakumulativne proizvodnje. U hemijskoj industriji, na primer, gigantske korporacije - poput “BASF-a”, “Bajera”, ili “Hekšta” - samostalno izrađuju samo jednu četvrtinu proizvoda koji nose njihov znak, dok ostatak proizvodi oko 1600 manjih kompanija, od kojih ni jedna ne zapošljava više od pet stotina radnika. Za razliku od SAD i Japana, u Nemačkoj ne postoji izražen gep u visini nadnica radnika zaposlenih u malim i srednjim preduzećima, sa

nadnicama onih koji rade u gigantskim korporacijama. Razlog je u institucionalnom faktoru kojim se oblikuje okruženje u okviru kojeg posluju mala i srednja preduzeća. Kao pozitivan primer može se navesti nemački Zakon o radu, koji podrazumeva da se kolektivni dogovor o visini plata postiže na nivou svakog sektora i garantuje visok nivo njihovog minimalnog iznosa. Istovremeno, gotovo savršen sistem obuke i edukacije obezbeđuje pristup malih kompanija visokostručnim i obrazovanim kadrovima. Rezultat ovakve politike je sistem koji nagoni male kompanije da podstiču konkurentnost kroz podizanje kvaliteta proizvoda i usluga, a ne kroz limitiranje radničkih zarada. Pomenuti primeri mogu poslužiti da se definiše jedan novi pravac za razvoj sitnog preduzetništva u zemljama koje se nisu na vreme preorijentisale. Taj novi pravac se može nazvati “javno-privatno preduzetništvo” i on podrazumeva značajan doprinos javnog sektora u podsticanju male privrede da se prilagodi novom konkurentskom okruženju. 6.3. UPRAVLJANJE POSLOVNIM SISEMOM 6.3.1. Upravljanje lancem vrednosti i izbor modela poslovanja Mnoge velike kompanije tradicionalno preduzimaju sve - od sprovođenja istraživačko-razvojne aktivnosti do agresivnog nastupa u procesu komercijalizacije – ne bi li zabležile što pozitivnije poslovne rezultate. Međutim, izvesna predviđanja ukazuju da će do 2020. godine ovaj tradicionalni model poslovanja doživeti značajne promene u većini kompanija.68 Naime, ukoliko žele prosperitet, preduzeća iz faramceutske industrije će u narednim godinama biti prinuđena da više pažnje posvete unapređenju produktivnosti u oblasti istraživanja i razvoja, redukciji troškova, iskorišćavanju potencijala brzo- rastućih ekonomija i izmeni poslovnog modela, u smislu zamene ustaljenog načina poslovanja zasnovanog na maksimizaciji prodaje, novom praksom baziranom na upravljanju prihodima. Ćak i najveće kompanije moraće da sarađuju sa ostalim organizacijama, u cilju ekonomičnog razvoja novih proizvoda, edukovanja potrošača i obezbeđivanja da njihovi proizvodi i usluge stvarno nude nešto novo i razlčito u odnosu na sve što već postoji na tržištu. Menadžment vodećih kompanija moraće da učini iskorak van matičnog sekotra, ne bi li pronašao odgovarajuće partnere za sprovođenje ovako delikatnog cilja. Ove kompanije će u budućnosti morati da se prilagode korišćenju nekog od dva poslovna modela,

od kojih se jedan zasniva na	federalnom,	**a drugi na**	256

potpuno diverzifikovanom pristupu. Tekuća ekonomska kretanja ubrzaće proces implementacije novih modela, kroz ponovno isticanje jednog od dva kauzalno povezana faktora – zahteva onih koji plaćaju da za svoj novac dobiju maksimalnu vrednost i potrebe da se izgradi nova poslovna mreža, koja bi omogućila sprovođenje ovog osnovnog cilja. Poslovni model jedne kompanije predstavlja „scenario“ na osnovu kojeg ona ostvaruje profit, a on obuhvata: način na koji kompanija vrši izbor tržišta, način na koji nudi svoje razvojne proizvode, kao i sistem poslovnih relacija posredstvom kojeg sprovodi svoje ciljeve.69 Tradicionalni poslovni model velikih kompanija zasniva se na njihovoj sposobnosti da identifikuju faktore koji obećavaju kreiranje novog proizvoda, da ih testiraju u specijalnim centrima i da tako dobijen proizvod promovišu korišćenjem ekstenzivne marketinške i prodajne kampanje. I pored toga što u najvećim broju slučajeva kompanije upošljavaju podizvođače za pojedine vrste poslova, one i dalje samostalno generišu profit (tzv. „profit alone path“). Međutim, već 2020. godine ovakva strategija neće biti dovoljna, jer će garantovati proizvođačima gubitke svakih 10-12 godina (K. Phelps, 2007, p. 11.). Stari model poslovanja više neće biti u stanju da zadovolji potrebe tržišta. Inovacije, koje remete postojeću strukturu ponude, utiču na raspad tradicionalnog poslovnog modela u različitim granama privređivanja, omogućavajući novim učesnicima na tržištu da se fokusiraju na najmanje profitabilan segment potrošača. Kada savladaju način da zadovolje ovaj segment kupaca, novi učesnici na

tržištu postepeno napreduju, sve do tačke kada postaju sposobni da zadovolje potrebe svih potrošača. Ovaj se momenat može označiti i kao tačka kolapsa starog modela poslovanja (C.M. Cristensen, 1997.). Kada dolazi do urušavanja celokupne industrijske arhitekture, onda se ne menja samo struktura organizacije rada („ko šta radi“), već i struktura raspodele profita na tržištu („ko šta dobija“, ili još preciznije „ko šta uzima“). Već u narednoj deceniji skoro nijedna kompanija neće biti u stanju da sama stiče profit, već će to činiti kroz udruživanje sa raznovrsnim organizacijama poput: akademskih institucija, dobavljača visokotehnoloških proizvoda, konsalting agenicija itd. Mnoge velike kompanije, i u prošlosti su negovale diverzifikovane poslovne odnose sa dobavljačima i kupcima, ali većina ovih programa nije ostvarila uspeh, pre svega zbog toga što su učesnici u lancu stvaranja vrednosti bili skeptični u vezi kolaborativnih projekata. Međutim, na osnovu ovih, relativno neuspešnih pokušaja 68 Pharma 2020: Challenging business models, Pricewaterhouse Coopers, 2010, p. 1. 69 Ibid. p. 1. sticanja zajedničkog profita iz prošlosti, ne bi trebalo izvlačiti pesimističke zaključke u vezi organizacije poslovnog modela 2020. godine, jer se u tom kontekstu ističu bar dve ključne razlike: danas postoje tehnološki i kulturni preduslovi koji treba da olakšaju kolaboraciju između različitih subjekata u procesu stvaranja zajedničkog profita i princip kolaborativnog generisanja profita bi već do 2020. godine trebalo da postane pitanje opstanka kompanija

(M.G. Jacobides, T.Knudsen and M.Augier, 2006.) 268

Prema starom modelu poslovanja, kompanije najveći deo vrednosti stvaraju u procesu razvoja novih proizvoda i usluga. Tešnja saradnja sa ključnim igračima u sektoru omogućava proizvođačima da povećaju prihode i usaglase sopstveni lanac vrednosti sa lancima vrednosti dobavljača i potrošača. Lanci vrednosti sva tri subjekta na tržištu veoma zavise jedan od drugog. Potrošači generišu vrednost u zavisnosti od politike i prakse koju primenjuju dobavljači. Dobavljači ostvaruju vrednost u zavisnosti od dinamike prihoda potrošača i industrijske proizvodnje, dok cela grana generiše vrednost u zavisnosti od mogućnosti pristupa potrošačima koje opslužuju provajderi. Ipak, odnosi među različitim učesnicima na tržištu često postaju antagonistički. Uvek kada se ove tri vrste aktera sučele na tržištu, postoji potencijalna opasnost da se među njima razvije sukob radi postizanja ključnih ciljeva i očuvanja sopstvenih interesa. Ukoliko neka industrija nastoji da proširi ponudu svog sistema vrednosti na tržištu, gep počinje da se zatvara. Formiranje povratne sprege, u cilju prikupljanja podataka o poslovnim rezultaima sektora, pomoći će joj da dinamizira odnose sa ostala dva učesnika na tržištu (dobavljačima i kupcima). Istovremeno, to će doprineti i izgradnji mreže, neophodne u procesu isporučivanja paketa diferenciranih proizvoda i usluga od strane različitih dobavljača. Dinamiziranje odnosa među akterima na tržištu treba da rezultira usaglašavanjem pojedinačnih linearnih lanaca vrednosti i njihovim preobražajem u jedinstveni cirkularni lanac vrednosti za ceo sektor.

Jedno od najvažnijih pitanja, koje se postavlja pred 308

kompanije, je koju vrstu organizacionog modela odabrati da bi se preduzeće efikasno uklopilo u savremene trendove na tržištu. U osnovi, na raspolaganju su dva bazična modela, federalni i potpuno diverzifikovani, pri čemu se federalni model može javiti u dve varijante – virtuelnoj i investicionoj. Virtuelna verzija federalnog modela podrazumeva da kompanija vrši outsorcing većeg dela ili svoje celokupne aktivnosti, dok investiciona verzija pretpostavlja da kompanija

upravlja potfoliom investicija. Ova dva modela nusu međusovno isključiva, jer potpuno diverzifikovane kompanije mogu koristiti federalni model u izvesnim aspektima svog poslovanja, i vice versa. Međutim, opšte je stanovište da će federalni model preovladati u budućnosti, pre svega zbog toga što ga je moguće implementirati u kraćem roku i uz manje troškove. Grafikon VI-4. Različiti poslovni modeli Izvor: PrincewaterhouseCoopers, 2010. 6.3.1.1. Federalni poslovni model U federalnom pristupu, kompanija kreira mrežu međusobno odvojenih entiteta sa zajedničkom pratećom infrastrukturom. Ova mreža može uključivati univerzitete, kompanije iz različitih tehnoloških oblasti, preduzeća za analizu podataka i druge firme koje obezbeđuju neophodne usluge, bez obzira iz koje zemlje potiču. Ona, takođe, može uključivati i poslovne jedinice koje se nalaze u sastavu same kompanije, što doprinosi njihovoj tržišnoj orijentaciji. Različiti učesnici federalnog poslovnog modela imaju zajednički cilj, kao što je, primera radi, upravljanje prihodima u datoj strukutri dela ukupne populacije koju čine njihovi klijenti. Istovremeno, ove kompanije ostvaruju zajedništvo u procesu finansiranja, pristupanja podacima i potrošačima i koršćenju usluga pomoćnih službi, što stvara međuzavisnost, koja grupu održava na okupu. Rezultat njihovih zajedničkih napora ogleda se u većem zadovoljenju potrošača. Međutim, problem nastaje prilikom pokušaja da se izmeri pojedinačni doprinos svakog učesnika, unutar federalnog poslovnog modela, ostvarenju zajedničkog cilja. Teškoće u merenju vrednosti koju generiše svaki pojedini učesnik u zajedničkom poduhvatu, proizilaze iz dve činjenice: 1. da svaka jedinka u zajednici, po pravilu, više vrednuje sopstveni doprinos ukupnim naporima, od doprinosa svojih partnera i 2. da su pojedine poslovne funkcije toliko međusobno uvezane, da ih je gotovo nemoguće pojedinačno sagledati. Ovo prvo, predstavlja manji deo problema, koji se najčešće rešava zaključivanjem čvrstih ugovora, analiziranjem indikatora ključnih performansi, uvođenjem adekvatnih formi upravljanja i sprovođenjem odgovarajućih postupaka finansijske revizije. Međutim, procena doprinosa pojedinih funkcionalnih segmenata ostvarenju osnovnog cilja federacije, predstavlja mnogo veći problem. U budućnosti treba očektivati pritisak da se izvrše naučne analize doprinosa različitih delatnosti ostvarenju zajedničkog cilja federacije, pre svega zbog činjenice da korisnici zdravstvenih usluga sve češće posežu za preventivnim merama očuvanja zdravlja. U osnovi, federalni model predstavlja kompleksniju varijantu primene aktuelnih sporazuma o međusobnoj saradnji kompanija u oblasti razvoja i distribucije proizvoda. Da bi kompanije unapredile zajedničko poslovanje, neophodno je da definišu set direktno merljivih komponenti u fazi realizacije proizvoda i generisanja njegove vrednosti. Definisanje vrednosti koju stvara svaki učesnik u federaciji je osnov za utvrđivanje njegovog učešća u preraspodeli zajednički ostvarenog prihoda. Ono predstavlja kombinaciju teorijske analize i monitoringa ostvarenih rezultata i koristi za potrošače. Da bi se izbegao rizik eventualnih nesporazuma, federacija se mora zasnivati na uzajamnom poverenju svih aktera. I u dosadašnjoj praksi je moguće naći primere efiksnog delovanja ovakvog modela, kao što je to slučaj kod franšizinga, kod kojeg se posebno meri vrednost brenda i utvrđuje njegov udeo u procesu deobe ostvarenog prihoda. Federalni model obezbeđuje uslove za formiranje integralnog paketa proizvoda i usluga, koji ukpunu ponudu kompanije čini raznovrsnijom. To otvara mogućnost za kombinovanje uticaja fleksibilnosti i veličine kompanije na ukupnu korist koja se ostvaruje na tržištu. Svakom igraču unutar modela omogućava se da izgradi specifičnu oblast ekspertize, na osnovu koje formuliše konkurentske prednosti i realizuje svoj proizvod, znanje ili veštinu na tržištu, prepuštajući partnerima unutar federacije da obavljaju one aktivnosti u okviru kojih iskazuju bolje performanse. Još važnija je činjenica da federalni poslovni model pruža veće mogućnosti za inoviranje i unakrsni transfer poslovnih performansi, ne lišavajući se koristi koju ostvaruje po osnovu fleksibilnosti poslovanja. Jače kompanije unutar mreže mogu pomoći slabijim da unaprede poslovanje, jer federacija podsticajno deluje na sve svoje članice kroz unapređivanje performansi celokupnog sistema. Pored toga, ne treba zanemariti ni mogućnost zamene bilo kojeg člana federacije, koji u dužem periodu ispoljava nezadovoljajuće rezultate i time usporava razvoj cele grupe. a.

Virtuelni federalni poslovni model Kod virtuelne varijante federalnog modela, većina ili sve operacije kompanije postaju predmet autsorsinga, dok ona sama funkcioniše kao upravljački centar, koji koordinira ativnosti svojih partnera. U praksi se nekoliko grana već adaptiralo izvesnim aspektima ovog modela. Najznačajnije kompanije iz oblasti proizvodnje poluprovodnika, po pravilu, primenjuju autsorsing celokupnog procesa izrade, dok se one koncentrišu na razvoj proizvoda. Sličnim putem pošla su i neka preduzeća iz oblasti proizvodnje medicinskih uređaja, dok je strateški autsorsing u oblasti dizajna i proizvodnje redefinisao produkcionu funkciju nekih visoko-tehnoloških grana, poput aero-kosmičke, kompjuterske i elektronske industrije (D.Busch, 2007.). Većina velikih faramceutskih kuća, takođe, koristi usluge spoljnih podizvođača u cilju dopune sopstvenih resursa, ali samo neke od njih su uspele da načine i korak dalje. „Shire Pharmacuticals“ predstalja ovaploćenje virtuelne kompanije. Kod ove kompanije predmet autsorsinga je gotovo sve, od istraživanja do medicinskih kontrola, upravljačkih podataka, statistike i lekarskih zapisa. Sa izuzetkom proizvoda koji izlaze iz odeljenja genetičke terapije, svi ostali produkti ove firme dobavljaju se iz partnerskih kompanija, po osnovu zaključenih ugovora o licenci, ili klasičnoj kupoprodaji (K.Eng, D.C. Izard and T.J.Peterson, 2008.). Postoje ozbiljni razlozi zašto kompanije treba da vrše autsorsing I-R, proizvodne i promotivne aktivnosti, u slučajevima kada treća strana može da obezbedi širi spektar mogućnosti, specijalističkih umeća i pristupa tržištu. U tom slučaju kompanije postaju slobodne da se fokusiraju isključivo na funkciju kreiranja dodate vrednosti, gde se mogu osloniti na razvijene poslovne odnose, ekonomiju obima i poznavanje tržišta. Drugim rečima, ove kompanije preusmeravaju svoje kapacitete u pravcu projektnog menadžmenta, razvoja poslovanja, sprovođenja regulative, upravljanja intelektualnim vlastništvom i uspostavljanja dobrih odnosa sa liderima ključnih grupacija korisnika i provajderima. Virtuelna varijanta federalnog modela ima i druge prednosti. Ona omogućava kompanijama da: redukuju inicijalne kapitalne izdatke, izvrše konverziju dela fiksnih troškova u varijabilne, efikasnije koriste sopstvene resurse i postanu znatno fleksibilnije. Jednako važno je i to što ovaj model dozvoljava liderima u grani da se razvijaju u novim segmentima proizvoda i usluga, ili da osvajaju nova geografska tržišta, bez potrebe za mega-udruživanjem, pri čemu bi se suočili sa brojnim izazovima koji proizilaze iz integracije dva formalno razdvojena entiteta, ili potpadanjem pod uticaj korporativne birokratije, koja obično destimulativno deluje na razvoj inovativne aktivnosti. Međutim, ovakav tip organizacije poslovanja često sa sobom povlači i neke značajne reperkusije. Ravnoteža moći lako može pretegnuti na stranu dobavljača, kao što je to slučaj u automobilskoj industriji, gde brojni proizvođači pneumatika danas upravljaju sopstvenim dobavljačkim lancima. Alternativa tome je mogućnost da glavni dobavljač zapadne u finansijske poteškoće, što se, po pravilu, odražava na kvalitet usluga koje isporučuje liderskoj kompaniji, a samim tim, i na njihovu zajedničku sposobnost da odgovore ugovornim obavezama prema finalnom kupcu. Da bi se izbegla ovakva vrsta rizika, liderske kompanije, kad god je to moguće, pokušavaju da angažuju što veći broj dobavljača. Neke kompanije se mogu žaliti na smanjene zarade, jer svaki učesnik u lancu stvaranja vrednosti očekuje prihod od usluge koju ugrađuje u finalni proizvod. Teoretski, ovo ne bi trebalo da se desi, jer specijalizovani podugovarači, po pravilu, imaju niže troškove od integrisanih kompanija. Prema rezultatima objavljenim u jednoj studiji organizacije “SRI International”, iz 2005. godine, farmaceutska kompanija koja samostalno obavlja određene predkliničke razvojne aktivnosti, ima 2-3 puta veće troškove nego kada bi taj posao za nju obavljao neki specijalizvani podugovarač.70 Međutim, nedostatak vrhunskih provajdera usluga, ili eksperata u određenim oblastima, može uticati na rast cena u njima. 70

„Capital and Time Efficiencies from Outsourcing Preclinical Development“, 129

SRI International, 2005. b. Investicioni federalni poslovni model Umesto klasičnog autsorsinga sprcifičnih delatnosti, investiciona varijanta federalnog modela podrazumeva investiranje u portfolio kompanija, kao nadoknadu za učešće u intelektualnoj svojini i/ili u rastu kapitala liderske kompanije. Često se koriste specijalna sredstva da bi se upravljalo ovakvim investicijama, jer one nude oređene prednosti kada je reč o deobi rizika i zaštiti intelektualne svojine. Kompanija ima mogućnost da koncentriše investicije u određenu oblast, ili da ih preusmeri u veći broj različitih oblasti, da bi minimizirala sopstveni rizik. Po okončanju investicionog perioda, kompanija može pretendovati na intelektualnu svojinu koja je generisana investicijama, ili otkupiti licencu od trećeg lica. Alternativno, izvorna kompanija, ili kompanije, mogu zadržati intelektualnu svojinu, komercijalizovati je i isplatiti sponzorskoj kompaniji nadoknadu za uloženu investiciju. Poznata farmaceutska kompanija, “Glaxo Smith Kline”, već više godina koristi ovakvu verziju investicione poslovne strukture. “SR One” predstavlja stalni fond ove kompanije, koji je osnovan 1985. godine i do sada je investirao više od 500 miliona USD u oko 30 privatnih i javnih biotehnoloških firmi, usmerenih na istraživanje, razvoj i snabdevanje novim lekovima.71 I druge velike farmacutske kuće - kao što su “Novartis” i “Pfizer” – takođe su osnovale korporativne fondove rizičnog kapitala, dok je “Astra Zeneca” izvršila preusmeravanje dela istraživačkih operacija u novoformiranu kompaniju, iza koje stoji konzorcijum firmi sa privatnim kapitalom (J.Russell, 2008.). Uprkos navednim primerima, zajednička ulaganja faramceutskih kompanija nisu velika. Naprotiv, u preriodu od 2003. do septembra 2006. godine, vlasnici rizičnog kapitala u SAD investirali su svega 1,5 milijardi USD u sektor vitalnih nauka, što je minimalan deo ukupnih ulaganja američke farmaceutske industrije u istraživačku aktivnost, koja su samo u 2006. godini procenjena na iznos od 11- 15 milijardi USD.72 Šta se može očekivati od investicione varijante organizacije poslovanja, kada se bude primenjivala u

većoj meri nego što je to do sada bio slučaj, i 87

kada se bude proširila na ostale segmente jedinstvenog lanca vrednosti? Primena ovog modela organizacije poslovanja podstakla bi finansiranje u sektoru biotehnologije, gde se kompanije često bore da povećaju drugu ili treću tranšu finansijskih sredstava, jer vlasnici rizičnog kapitala obično teže da izađu iz posla pre nego što se proizvod komercijalizuje. Ove izazove još više otežavaju kreditna ograničenja, koja u periodu recesije dobijaju na značaju. To bi, takođe, omogućilo da se započnu novi atraktivni poslovi, koji bi se zasnivali na iskustvima farmaceutske industrije, ali bez ugrožavanja njene kulture, što pozitivno utiče na inovativnu aktivnost u ovom sektoru. Istovremeno, ona bi predstavljala i podsticaj za tradiconalne provajdere usluga da započnu sa strateškim, dugoročnim investiranjem, kao što je učinila kompanija “Lonza”, kada je, zbog saradnje sa kompanijom “Genentech”, izgradila proizvodna postrojenja u Singapuru. Ujedno, to bi omogućilo i faramceutskoj industriji da eksperimentiše sa novim istraživačkim konceptima i razvija globalne proizvodne i marketinške kapacitete, bez velikih ulaganja u bilo koji od ovih projakata (J.Miller, 2008.). Međutim, investicione poslovne strukture kriju i određene izazove. Veštine koje se koriste u upravljanju portfoliom holdinga veoma se razlikuju od onih koje se primenjuju u cilju procene i rukovođenja pojedinačnim istraživačkim poduhvatima, jer vlasnici poslovnog kapitala prvenstveno teže da ostvare povraćaj uloženih sredstava. Stoga, velike farmacutske firme treba pažljivo da odabiraju one ljude koji poseduju neophodne stručne i upravljačke sposobnosti za funkcionisanje u konfliktnom okruženju. Štaviše, svaka kompanija koja, uporedo sa sopstvenim istraživačkim portfoliom, koristi i značajna sredstva investicionog fonda korporacije, mora pažljivo analizirati sve finansijske posledice. Izdaci za I-R se finansiraju iz profita, ili idu na teret obračunatog gubitka kompanije, dok se investicije

registruju u bilansu i predstavljaju faktor umanjenja dobiti, što utiče na način oporezivanja kompanija i cenu njihovih akcija na berzi. Slično ovome, ukoliko se povećava rizični profil kompanije, zato što ima 71 Pogledati „SR One“ vebsajt: http://www.srone.com/. 72 Pricewaterhouse Coopers, Money Tree Report, QIV 2008,

National Venture Capital Association, based on data from Thomson Financial, 129

2008. 263 manju kontrolu nad istraživačkim projektima od one koja bi se mogla ostvariti izvan kuće, njeni troškovi kapitala će rasti. 6.3.1.2. Potpuno diverzifikovan model Potpuno divarzifikovan model poslovanja je onaj u okviru kojeg se faramceutska kompanija razvija kroz proširivanje aktivnosti na poslove koji nisu u tesnoj vezi sa njenom osnovnom delatnošću. Američka kompanija “Johnson & Johnson“ je glavni eksponent ovakvog načina organizovanja poslovne aktivnosti. Ona danas predstavlja najveću kompaniju u oblasti zaštite zdravlja potrošača, nakon otkupljivanja celokupnog „over-the-counter“ (šalterskog) poslovanja firme „Pfizer“ za 16,6 milijardi USD u decembru 2006. godine.73 Istovremeno, ona je treći najveći globalni snabdevač biološkim lekovima i šesta najveća farmaceutska kompanija. Danas ova kompanija ima razvijene programe za proizvodnju medicinske opreme i dijagnostiku, a nakon kupovine kompanije „Health Media“, otpočela je izgradnju „wellness“ i preventivne platforme zasnovane na web prezentaciji „health coach“.74 Potpuno diverzifikovan model organizacije poslovanja ima nekoliko prednosti. Najvažnija prednost je u tome što kompanije smanjuju zavisnost od jednog proizvoda i šire rizik na druga tržišta. Na ovaj način proizvođači originalnih proizvoda štite svoje prihode od konkurenata koji pokušavaju da ih kopiraju.

Kao i u slučaju federalnog modela, **i ovde se sistem** 323

upravaljanja poslovnim rezultatima zasniva na različitim kombinacijama ponude proizvodno-uslužnog paketa. Osim toga, ovaj model pruža velike šanse za razvoj moćnih brendova i sticanje povoljnijeg korporativnog imidža. Međutim, diverzifikovani model poslovanja prouzrokuje i određene posledice, jer zahteva neprestano investiranje u novu opremu, poslovni prostor i personal, kao i promenu kulture ponašanja, koja proizilazi iz činjenice da se provizije od prodaje proizvoda razlikuju od onih koje se ostvaruju po osnovu realizacije usluga. Moguće je, takođe, da ovakav model izazove nove rizike, preusmeravajući pažnju celokupnog menadžemnta sa osnovnog biznisa, i otuđujući investitore koji obično teže da podele rizik među sobom. 6.3.1.3. Izbor uspešnog modela Izbor poslovnog modela kompanija vrši u zavisnosti od: specifičnosti uslova funkcionisanja, izazova s kojima se suočava, veština koje poseduje i tržišta na kojima želi da operiše. Primera radi, kompanije koje su isključivo fokusirane na jednu vrstu proizvoda, teže se odlučuju na diverzifikaciju delatnosti od kompanija koje već imaju izvesna iskustva u upravljanju različitim oblastima aktivnosti. Tako se federalni tip organizacije poslovanja pretežno oslanja na više nivoe upravljanja, za razliku od kompanija u kojima vlada konvencionalna organizaciona hijerarhija. Proces kreiranja i nadgledanja međunarodne i inter-disciplinarne mreže eksternih odnosa iziskuje vreme, zbog čega identifikacija i kontrola rizika i upravljanje njima postaje znatno komplikovanije. Partneri u poslu mogu dolaziti iz različitih kulturnih sredina, upražnjavati diferencirane oblike komunikacije i imati različita očekivanja, međutim, sve ove karakteristkike tokom vremena postaju podložne promenama. Na ovaj način se individualni upravljački autoritet nad ostalim učesnicima u mreži delimično ograničava. U visoko regulisanoj industrijskoj grani, kao što je farmacija, svako smanjenje upravljačke kontrole može izazvati ozbiljne

posledice. Zato je, pre potpisivanja bilo kakvog ugovora o međusobnoj saradnji među kompanijama, od krucijalnog značaja da se pred novo upravljačko telo postave jasni ciljevi, formulišu načini za njihovo sprovođenje, utvrde izvori finansiranja i definišu pravila za deobu intelektualne svojine koja se generiše na osnovu jednog ovakvog aranžmana. Remećenje postojećeg uređenja unutar neke kompanije može značajno uticati na njene performanse u budućem kratkoročnom periodu. Tako, kada je “Glaxo Smith Kline” formirao Centre za 73 “Johnson & Johnson” website, www.jnj.com/connect/about-jnj. 74

“Johnson & Johnson Establishes Wellness & Prevention Platform with Acquisition of HealthMedia, Inc.”, 129

Johnson & Johnson press release, October 27, 2008. 264 kvalitet novorazvijenih lekova, nagla promena strukture I-R aktivnosti unutar kompanije, izazvala je poremećaj u funkcionisanju linije snabdevanja u periodu od najmanje 18 meseci (R.S. Huckman and E.P. Strick, 2005.). Stoga bi većina kompanija, koja se opredeli za federalni model organizacije poslovanja, trebalo da prihvati progresivan pristup u procesu njegovog konstituisanja. To podrazumeva da: • proces započinje sklapanjem alijansi između oportunih učesnika, • nastavlja se izdvajanjem najuspešnijih alijansi, koje se koriste kao temelj za kreriranje strateških dugoročnih koalicija i • okončava pretvaranjem najuspešnijih koalicija u potpuno federalizovane partnerske mreže na dugi rok. 6.3.2. Integrisani proizvodni sistemi - CIM Proizvodni sistem, kao najvažniji podsistem poslovnog sistema

predstavlja skup osnovnih tehnoloških sistema i ostalih tehnički određenih informacionih i energetskih struktura, uređenih na način da obezbede izvršenje postavljene funkcije cilja i ostvarenje projektovanih efekata (proizvodnju proizvoda). 2

Osnovna funkcija proizvodnog sistema ostvaruje se kroz realizaciju proizvodnog procesa, koji čini

skup međusobno povezanih aktivnosti, odnosno procesa rada, kao što su priprema, obrada, transport, skladištenje, kontrola, održavanje, upravljanje, i dr., pomoću kojih se vrši transformacija sirovina i polufabrikata u proizvode. 2

S

obzirom na stepen uticaja **kupca na karakteristike proizvoda i sam proces proizvodnje, kao i na mesto i nivo zaliha u proizvodnom toku, strategije proizvodnje mogu biti:** 2

1.

proizvodnja za zalihe - MTS, 2. **montaža prema narudžbi - ATO,** 3. **proizvodnja prema narudžbi - MTO i** 4. **inženjering prema narudžbi - ETO.** 2

Tabela VI-1.

Uporedne karakteristike MTS, ATO, MTO i ETO strategija 2

Karakteristike

Strategije proizvodnje MTS ATO MTO/ETO Povezanost sa kupcem **Niska/distanca u odnosima sa kupcem Nivo prodaje Nivo inženjeringa i prodaje** 2

Vreme od narudžbe do isporuke

Normalno kratko i zavisi od zaliha gotovih proizvoda Kratko do srednje i zavisi od raspoloživosti završenih delova i podsklopova Uglavnom dugo i zavisi od raspoloživog inženjerskog i proizvodnog kapaciteta 2

Obim proizvodnje istog proizvoda Veliki Srednji do veliki Mali Varijantnost proizvodnje Mala

Srednja do velika i zavisi od raspoloživosti različitih varijanti delova i podsklopova 2

Velika Karekteristike proizvoda Bez, ili sa vrlo malo uticaja kupaca

Bazira na zahtevu kupaca za prilagođenu montažu modularnih delova i podsklopova u proizvod 2

Generalno bazira na zahtevima i specifikacijama kupaca Izvor: D.Lukić,

2014. Kod strategije proizvodnja za zalihe (MTS), proizvođač skladišti gotove proizvode i čeka porudžbinu kupaca. Ovu strategiju karakteriše kratko vreme od narudžbe do isporuke, ali su vreme i troškovi skladištenja veliki, dok je uticaj kupca mali ili veoma mali na karakteristike proizvoda. 2

Kod strategije montaža prema narudžbi (ATO), proizvođač po prijemu narudžbe vrši montažu gotovog proizvoda od modularnih delova i podsklopova prema zahtevu kupaca. Kod strategije proizvodnja prema narudžbi (MTO), proizvođači čekaju narudžbu od strane kupca da bi prilagodili proizvod koji se sastoji od gotovih modularnih komponenti i komponenti koje je tek potrebno projektovati i izraditi kao nove ili prilagođene. Kod strategije inženjering prema narudžbi (ETO), kupac definiše specifikaciju i funkcionalnost proizvoda, a proizvođač projektuje i proizvodi odgovarajući proizvod prema dostavljenoj specifikaciji.

Vrlo mali broj proizvodnih sistema pripada jednoj određenoj kategoriji, s obzirom na oblik proizvodnog sistema i strategiju u proizvodnji. Većina kompanija se može klasifikovati kao hibridna. Na primer, kompanija može da bude hibrid MTS i MTO, što podrazumeva da poseduje skladište gotovih proizvoda za koje postoji stalan zahtev, ali takođe, ima mogućnost da oblikuje proizvod za potrebe klijenata kada je to potrebno. Jasno je da na putu od MTS ka ETO raste broj varijanti proizvoda i stepen prilagođavanja proizvoda kupcu, dok se istovremeno proizvodnja i odgovarajući proizvodni sistemi kreću od kontinuelne **ka projektnoj proizvodnji.** Izbor odgovarajuće **organizacione strukture proizvodnog sistema,** 2

predstavlja jednu od najvažnijih odluka, jer ako se izabere neodgovarajuća organizaciona struktura, funkcionisanje proizvodnog sistema neće biti u dovoljnoj meri kvalitetno. 2

Postoje tri osnovna modela organizacione strukture proizvodnih sistema, koje se međusobno mogu kombinovati u složene oblike strukture: 1. **Procesna, odnosno funkcionalna ili centralizovana organizaciona struktura, predstavlja prilaz u kome određena funkcija vrši dejstvo na prostoru celog proizvodnog sistema u okviru svog, stručno određenog, područja rada – procesa. Ovaj oblik organizacije je pogodan za slučaj proizvodnog sistema nižeg stepena složenosti procesa rada** 2

2.

Predmetna ili decentralizovana organizaciona struktura predstavlja prilaz u kome proizvod, proizvodni program i tržište, određuju organizacioni oblik kao skup jedinica koje imaju sposobnost održavanja nezavisne radne i poslovne egzistencije u vremenu i datim uslovima okoline. 2

3.

Projektna ili matrična organizaciona struktura predstavlja prilaz na principima specijalizovanih jedinica i projektnog prilaza u upravljanju i rukovođenju proizvodnim sistemom. Projektni prilaz u razvoju organizacione strukture je pogodan za proizvodne sisteme najvišeg stepena složenosti. 2

Savremeni proizvodni sistemi su suočeni sa globalizacijom svetskog tržišta na kome svi žele da nađu svoje mesto i da prošire svoje poslovanje. Proizvodni sistemi koji se oslanjaju na tradicionalne proizvodne tehnologije veoma teško mogu da zadovolje potrebe globalno distribuiranog tržišta jer ne mogu da ispune postavljene zahteve. 2

Proizvodni sistemi koji žele da pridobiju poverenje kupaca i budu lideri na tržištu moraju da budu fleksibilni, proaktivni, da brzo reaguju na promene, da budu u stanju da brzo i po povoljnoj ceni proizvedu visoko kvalitetne i inovativne proizvode. Pored toga, oni bi trebalo da budu u stanju da prilagode proizvodnju novim ekološkim zahtevima, da reše socijalna pitanja i da funkcionišu u okviru dinamičkog geopolitičkog okruženja. Dakle, proizvodni sistemi su primorani da uvode i razvijaju nove i napredne tehnologije, kako bi ispunili postavljene zahteve. Jedan od najznačajniji rezultata u ovoj oblasti **je** 2

Haringtonov koncept “Računarom integrisane proizvodnje” Džozefa Haringtona, iz 1973. godine,

čiji je osnovni cilj ostvarivanje navedenih zadataka “idealne” proizvodnje. 2

Da bi unapredili poslovanje,

mnogi proizvodni sistemi uvode odgovarajuće procese automatizacije. Pojedini proizvodni sistemi sproveli su individualnu automatizaciju pojedinih poslovnih funkcija, što je dovelo do stvaranja “ostrva automatizacije”. Kod ovih proizvodnih sistema bilo je veoma teško ostvariti komunikaciju i deljenje podataka između posmatranih “ostrva automatizacije” poslovnih funkcionalnih jedinica. Iako su ove pojedinačne automatizovane jedinice poboljšale lokalnu produktivnost, nisu bile dovoljne u pružanju neophodne logističke podrške za povećanje produktivnosti, efikasnosti i kvaliteta u celom proizvodnom sistemu. U cilju rešavanja ovih problema, u SAD **je pokrenut projekat integrisane proizvodnje pomoću računara (ICAM).** 2