Evolucija nivoa integracije proizvodnih sistema ka CIM-u obuhvata sledeće oblike: • 2

Integracija fizičkih sistema podrazumeva povezivanje proizvodnih resursa i razmenu podataka između funkcionalnih jedinica posredstvom računarske mreže, koja se zasniva na standardnim komunikacionim protokolima (npr. povezivanje CAD, CAPP, CAM i PPC sistema sa proizvodnom ćelijom). Ova integracija obuhvata integraciju proizvodnih resursa niskog nivoa. • Integracija aplikacija podrazumeva integraciju i interoperabilnost sistema na heterogenim platformama. Ova faza podrazumeva razmenu podataka i informacija između svih objekata, distribuiranu obradu podataka, kao i zajedničke servise za izvršno okruženje. Danas, ova razmena informacija uključuje aspekte i žičane i bežične veze različitih sistema. • Integracija poslovnih procesa podrazumeva integraciju svih funkcija, poslovnih procesa i sistema na nivou proizvodnog sistema (u okviru samog preduzeća i dalje prema poslovnim partnerima i kupcima), koji uključuje e-Trgovinu, upravljanje odnosom sa kupcima, globalnu logistiku, povezane aplikacije lanca snabdevanja i mnoge druge.

• Integracija preduzeća

podrazumeva mogućnost integrisanja tokova materijala, informacija, odlučivanja i upravljanja 2
kroz organizaciju; povezivanje funkcija sa informacijama, resursima, aplikacijama i ljudima; sa osnovom na unapređenju komunikacije, kooperacije i koordinacije u preduzeću; u cilju upravljanja preduzećem prema definisanoj strategiji upravljanja.

U

poslednjih 50-ak godina paralelno se odvijao razvoj informacionih (C) i proizvodnih (M) 2
tehnologija, koje je bilo neophodno integrisati (I) u jednu celinu. Na osnovu integracije ovih tehnologija, 80-ih godina prošlog veka nastaje koncept CIM sistema,

kao totalne integracije

funkcija proizvodnog sistema primenom integracionih sistema i komunikacija, zajedno sa 2
novim upravljačkim filozofijama koje unapređuju efikasnost organizacije i zaposlenih.

Preduzeća uvode CIM sisteme u cilju ostvarenja potencijalnih koristi, kako za kompaniju 2
tako i za zaposlene, **kao što su: • Kraće vreme do pojave novih proizvoda na tržištu, • Povećanje produktivnosti proizvodnje, • Kraće vreme do isporuke proizvoda kupcu, • Unapređenje kvaliteta proizvoda, • Smanjenje troškova skladištenja proizvoda i pripremaka, • Veća fleksibilnost i**

bolje prilagođavanje promenama u okruženju, • Manji troškovi proizvodnje i niže cene proizvoda, i dr. Neke koristi koje se odnose na zaposlene su : • Redukcija ljudskih grešaka i stresa, • Unapređenje znanja i motivacije, • Povećanje bezbednosti, • Unapređenje radnog okruženja, • Unapređenje komunikacije i timskog rada, • Povećanje međusobnog poverenja i dr.

Da bi se na maksimalan način iskoristila prednost koju CIM koncept i CIM sistemi donose, potrebno je realizovati više različitih strategija, tehnika i pristupa na različitim nivoima u preduzeću. CIM sistemi se razvijaju i prožimaju sa savremenim proizvodnim konceptima, odnosno strategijama, koje se mogu svrstati u tri kategorije: • Proizvodne i menadžment strategije (Lean-proizvodnja, Proizvodnja upravo na vreme, Konkurentno inženjerstvo, Ćelijska proizvodnja, Agilna proizvodnja, Holonska proizvodnja, Distribuirana proizvodnja, Kolaborativna proizvodnja, Digitalna proizvodnja, e-Proizvodnja, itd.) • Softverske aplikacije (CAD, CAPP, CAM, CAQ, MRPI, MRPII, ERP, MES, APS, SCE, CRM, AOM, WMS, TMS, itd.) • Organizacioni oblici (Smart organizacije, Dinamička preduzeća, Proširena preduzeća, Virtuelna mreža preduzeća, Inteligentna preduzeća, Integrisana preduzeća, Agilna preduzeća, Lean preduzeća, Centri efikasnosti, Procesno vođene organizacije, Kompleksni proizvodni sistemi, Digitalne fabrike, e-preduzeća, itd.) 2

6.3.3. Upravljanje troškovima 6.3.1.2. Načini za unapređenje produktivnosti rada Kada se govori o unapređenju produktivnosti nekog procesa ili povećanju efikasnosti određene operacije, uglavnom postoje tri ugla posmatranja: a.) prvi i najčešći prilaz je razmatranje kako se neki posao može raditi na brži način, odnosno intenzivnije; b.) drugi pristup polazi od pretpostavke kako taj

isti posao uraditi na drugi, lakši način, tako što će se smanjiti količina rada uvođenjem istovremenih pokreta, smanjivanjem rastojanja i ponavljanja zahvata, odnosno promenom metode rada i c.) treći prilaz se tiče redukovanja nepoželjnih pauza u procesu usled grešaka, kvarova, ponavljanja ili neizbalansiranosti procesa, što smanjuje stepen iskorišćenja, bez obzira da li se radi o zaposlenima, uređajima ili mašinama. Intenzitet, metod i stepen iskorišćenja predstavljaju faktore koji su prisutni u svakom poslu ili procesu. Svaki posao može da se obavi brže ili sporije, na 37

različite načine i sa manje ili više zastoja. Stoga je moguće pretpostaviti da je produktivnost (P) funkcija intenziteta (I) i metoda (M) upotrebe faktora, kao i stepena njihove iskorišćenosti (Si): Svaki intelektualni ili fizički

posao može da se obavi brže ili sporije, 37

u zavisnosti od raspoloženja radnika i usled toga intenzitet aktivnosti obično varira u intervalu ±10%. Reč je o faktoru na koji se najlakše utiče, kroz pritisak na zaposlene, čime se postiže trenutan efekat, ali koji, ujedno, ima i najveća ograničenja. Da bi se promenio metod rada, potrebno je utrošiti znatno više truda i vremena, međutim, rezultati koji iz toga proizilaze mnogo su značajniji u kompanijama

koje imaju dugu tradiciju korišćenja alata za izmenu metoda rada, kao što su MTM (Method Time Measurement) ili MDC (Method Design Concept), koji su primenjivi kako u administraciji i uslužnoj delatnosti, tako i u proizvodnim preduzećima. Poboljšanje stepena iskorišćenja je nešto što se, bar na ovim prostorima, najviše isplati. Korišćenje ponuđenih alata 37

u okviru „Kaizen“ koncepta („Just in Time“, „Kanban“, „Poka Yoke“,...) otvara mogućnost da se proces optimizuje, tako što bi se stepen iskorišćenja faktora mogao poboljšati i za neverovatnih 100%. Naime, mnoge

analize pokazuju da dokumentacija ili nedovršena proizvodnja ,,stoje” u fioci, ili da se između operacija 37

troši 90-95% ukupnog vremena potrebnog od narudžbine do isporuke (S. Nonković, 2011, s. 6). Eliminacijom neželjenih pauza i optimiziranjem vremena neophodnog za obavljanje određenih operacija, moguće je značajno skratiti trajanje procesa, čime se direktno utiče na nivo troškova i količinu angažovanih sredstava i povećava rentabilnost (profitabilnost) preduzeća. Da bi se unapredila, produktivnost se mora sagledati iz sva tri ugla. Procesi se moraju unapređivati

kroz poboljšavanje inteziteta (ergonomije), metode i stepena iskorišćenja rada, jer specifičnost procesa, 37

bilo da je reč o uslužnoj ili proizvodnoj delatnosti, onemogućava univerzalan pristup po principu „copy-paste“. Podaci koji se dobijaju na osnovu primene specifičnih alata,

kao što su „Analiza aktivnosti“, „Kaizen hodogram“, „Spagheti map“ dijagrami i „Simul8“ dinamičke simulacije, omogućavaju da se sačini ogovarajući redosled akcija, koji štedi vreme i dovodi do organizacionih unapređenja koja 37

pozitivno utiču na rentabilnost kompanije. 6.3.1.3.

Metode upravljanja troškovima Upravljanje troškovima predstavlja poseban način 67

upravljanja preduzećem i vođenja poslovanja, koji najveću važnost u postizanju organizacionih ciljeva poklanja optimalizaciji troškova.

Imperativ poslovnog rezultata praktično prisiljava preduzeća da primenjuju različite metode

upravljanja troškovima. Za tu svrhu razvijene su metode i postupci, odnosno brojni modeli, koji menadžmentu organizacije osiguravaju kritičnu masu informacija, nužnih za donošenje odluka u cilju optimizacije troškova, na temelju činjenica 16

(M. Drljača, 2003.). a)

Model tradicionalnog upravljanja proizvodnim troškovima (Traditional Product Costing – TPC) se primenjuje više od jednog veka 48

i daje odgovor na pitanje “gde trošak nastaje”. Bazira se na razgraničenju direktnih troškova materijala i rada, kao i režijskih troškova u proizvodnoj, upravljačkoj i prometnoj aktivnosti, koji se pridodaju direktnim troškovima. S obzirom da domaća preduzeća još uvek u velikoj meri primenjuju ovaj model, treba navesti da su njegovi glavni nedostaci u ograničenoj

upotrebljivosti za odlučivanje, nedovoljnom uvažavanju tržišta, vremenskom pomaku i manjkavoj dinamici. 275

Osnovni problem je u tome što, ako se računanju troškova pristupi tek nakon njihovog nastanka, onda više nema mogućnosti za njihovo smanjivanje.

b) Model upravljanja troškovima zasnovan na procesu (Process Based Costing – PBC) troškove proizvodnje prati i vrednuje sledeći logične faze u proizvodnom procesu (procesne korake). U okviru PBC modela direktni troškovi materijala i rada terete se i prate po fazama procesa proizvodnje, a troškovi proizvodne režije dodaju se direktnim troškovima na nivou svake faze, uz primenu određenih “ključeva” rasporeda, utemeljenih na troškovnim indikatorima. PBC modeli 16

treba da ukažu na

uzroke troškova proizvodne režije i stepen njihovog pridruživanja direktnim 16

troškovima svake faze u procesu proizvodnje. Pretpostavka za primenu i razvijanje ovog modela su izgrađeni, dokumentovani i implementirani poslovni procesi, a time i procesno orijentisana organizacija. Ovaj model pruža odgovor na pitanje "gde su uzroci troškova proizvodne režije". c) Model upravljanja troškova zasnovan na aktivnosti (Activity Based Costing–ABC) podrazumeva raspoređivanje troškova po aktivnostima. Umesto da se troškovi prate po pojedinom proizvodu, ova metoda prati kretanje troškova po pojedinoj aktivnosti ili delu poslovnog procesa, što omogućava lakši nadzor nad troškovima u pojedinim

segmentima proizvodnje i olakšava rukovodećem kadru da lakše pristupi eliminisanju suvišnih

troškova. Kao i model upravljanja troškovima zasnovanim na procesima i ovaj model upravljanja troškovima 67

podrazumeva procesno orijentisanu

organizaciju sa izgrađenim, dokumentovanim i implementiranim poslovnim procesima. 16

ABC model pruža odgovor na pitanje "zašto trošak nastaje". d) Model ciljnih troškova (Target Costing – TC) je novijeg datuma i predstavlja računovodstveni oblik obuhvatanja i sistemskog merenja troškova uključenih u proizvod ili uslugu, sa kojima se ostvaruje planirani dobitak. Da bi se ciljni troškovi mogli razmatrati, nužno je dobro poznavanje i razumevanje postojeće strukture troškova,

imajući u vidu da

uspostavljanje ravnoteže između kvaliteta i funkcionalnosti u kombinaciji s visinom cene koju tržište prihvata, 48

predstavlja primarni interes organizacije.

Da bi se odluka o ciljnim troškovima mogla realizovati, troškovi se moraju odnositi na pojedine delove proizvoda, 48

što omogućava njihovo praćenje, detektovanje odstupanja i analizu uzroka istih. Osnovni princip na kojem se model zasniva je

da troškovi delova **proizvoda mogu iznositi samo** onoliko koliki **je** njihov **doprinos** 43
korisnosti proizvoda sa stanovišta kupca. Odovarajući **na**

pitanje “koliki troškovi smeju da budu”, ovaj model zadržava blizak odnos sa tržištem, kao svojom glavnom prednošću. e)

Budžetiranje zasnovano na aktivnostima (Activity Based Budgeting – ABB) polazi od 48
utvrđivanja zahteva kupca proizvoda ili **korisnika** usluge, **a od utvrđivanja troškova.**
Fokus **ove metode usmeren je na kapacitet opreme i stepen** njegove iskorišćenosti **za ispunjenje zahteva koje postavlja** kupac **/korisnik. Analizirajući kapacitete važno je utvrditi kapacitete opreme i broj zaposlenih.** Nakon izrade **početnih kalkulacija, ova metoda analizira troškove**

korišćenja materijalnih resursa i ljudskih potencijala, čime olakšava menadžement aparatu preduzeća da odredi nivo i iskorišenost raspoloživih kapacitata, neophodnih za razvoj proizvoda ili usluge koje zahteva tržište. f)

Model bilansa uspeha **(Balanced Score Card – BSC) je model pažljivo odabrane grupe** 43
pokazatelja **i** mera **izvedenih iz strategije preduzeća, pomoću** koje **se planiraju i** usmeravaju **aktivnosti** kompanije **i** mere dostignuća **iz različitih perspektiva, na temelju povezivanja i uravnoteženja najvažnijih faktora** uspešnosti. **Model**

se zasniva

na spoznaji o nedostacima postupaka obuhvatanja troškova i četiri osnovne perspektive 43

(finansijska perspektiva, perspektiva kupaca, perspektiva internog poslovnog procesa i 43
perspektiva usavršavanja i rasta broja zaposlenih)

preko kojih upravljački kadar

ima mogućnost preoblikovanja vlastite vizije i strategije u poslovne aktivnosti. 67

Ovaj

model daje odgovor na pitanje rezultata **povezivanja i uravnoteženja** 48

faktora uspešnosti kompanije.

g) "Kaizen" troškovi ("Kaizen" Costing – KC) oblikovani su u japanskim kompanijama, **a ponajviše je njihova** primena **i model obračuna došao do izražaja u automobilskoj** kompaniji **"Toyota". Suština ovog modela** je **u kontinuiranom smanjivanju troškova** u toku **odvijanja procesa proizvodnje,** primenom **postupaka** koji polaze **od pretpostavke da se sve** uvek **može napraviti bolje. Daje odgovor na pitanje "može li još bolje". h) Analiza** vrednosti **(Value Engineering – VE) je** 16

kao model razvijena

40-tih godina prošlog **veka u** kompaniji **"General Electric"** i **polazi od pretpostavke timskog rešavanja konkretnog problema, primenom** funkcione **analize.** 48

Ovim postupkom

se nastoji uticati **na kontinuirano** redukovanje **troškova** i pružiti **odgovor na pitanje "mogu li se troškovi još smanjiti". i) Model upravljanja troškovima kvaliteta (Quality Cost Management – QCM) svodi se na prepoznavanje,** utvrđivanje **i optimizaciju troškova kvaliteta, kao elementa ukupnih troškova** kompanije. **Troškovi kvaliteta su troškovi koji nastaju pri osiguravanju zadovoljavajućeg kvaliteta i** zadobijanja poverenja **u njega, kao i gubici** koji se trpe **kada** odgovarajući **kvalitet nije postignut. U osnovi se** dele **na: troškove** neophodne **za** 43

postizanje kvaliteta i troškove koji nastaju zbog nedovoljnog kvalteta. Nakon

prikupljanja, klasifikacije i obrade postojećih troškova kvaliteta u organizaciji, pristupa se 43

upravljanju troškovima kvaliteta, odnosno utvrđivanju i trajnom eliminisanju nesuklađenosti u poslovnim procesima, kako bi ih učinili pouzdanijim. Optimizacija se ostvaruje u tački

najpovoljnijeg odnosa ukupnih troškova kvaliteta **i** nivoa kvaliteta koji **organizacija** 67

nudi kupcu/korisniku radi zadovoljenja njegovih potreba. Model daje odgovor na pitanje "koji troškovi ne bi nastali kada bi se svaki posao dobro obavio prvi put".

Preduzeća u Srbiji i dalje uglavnom koriste tradicionalne metode upravljanja troškovima. Problem nastaje u situaciji kada se troškovi počnu približavati prihodima, a profitna stopa počne da opada. U takvim slučajevima, tradicionalni sistemi praćenja troškova ne odgovaraju na pitanja, gde treba napraviti rez, da li je rešenje

u otkazima, prekidanju projekata, promeni **rukovodstva, ili je možda sve pomalo uzrok problemima. Kako** 16

promeniti

poslovne procese u one koji rezultiraju odgovarajućim profitabilnim proizvodom? U takvim situacijama tradicionalni model upravljanja troškovima pokazuje sve svoje nedostatke. 16

Sagledavanje

troškova samo kroz podelu **na fiksne i varijabilne uzrokovalo je otuđenje znatnog** dela **troškova od samih aktivnosti i proizvoda zbog kojih su nastali. Usko gledanje na troškove** najčešće rezultira **njihovim proglašavanjem** za fiksne troškove **i raspoređivanjem po nekom "ključu"** negde gde **ni po čemu ne pripadaju.** 16

Stoga se pažljivo mora odabrati model upravljanja troškovima, koji na najbolji način odslikava probleme s kojima se kompanija susreće. Štaviše, trend u razvijenim zemljama je da se kombinuje primena više različitih modela upravljanja troškovima. 6.3.2. Upravljanje odnosom s klijentima Svako preduzeće koje primenjuje savremeni koncept marketinga u svom poslovanju i želi dugoročno da opstane i održi konkurentnu poziciju na tržištu, uz planiranje i kontrolu svih instrumenata marketing miksa, mora imati i razvijeno upravljanje odnosom s potrošačima. Drugim rečima, takvo preduzeće mora da sprovodi tzv. CRM (Customer Relationship Management) strategiju, jer se visok nivo satisfakcije potrošača postiže samo u slučaju kada su svi zaposleni u datom preduzeću, bez obzira na hijerarhijski i funkcionalni položaj, usmereni ka ostvarenju tog cilja. U razvijenom svetu, klijent danas nije samo "kralj", kako to nagoveštavaju klasični udžbenici iz oblasti marketinga, već on izrasta u savremenog "diktatora", prema kojem kompanija mora neprestano da prilagođava svoje poslovanje, ukoliko želi da održi i unapredi svoju poziciju na svetskom tržištu. Značaj potrošača na globalnom tržištu raste usled:

sve veće dostupnosti informacija, sve jače konkurencije među ponuđačima **i** sve 117

izraženije **pregovaračke moći klijenata u prodajnom procesu.** “Upravljanje odnosom s **klijentima”**

predstavlja relativno novu poslovnu strategiju

koja, uz pomoć tehnologije i organizacinog sistema, **uključuje selekciju i upravljanje** 21
odnosom sa korisnicima, **u svrhu jačanja lojalnosti i** optimiziranja **dugoročne** vrednosti **za**

preduzeće (V. Martinaga, 2008.). Ovoj strategiji je prethodio tradicionalni pristup “upravljanja odnosom s poslovnim partnerima”

(PRM - Partner Relationship Management). Osnovni **cilj upravljanja odnosom s poslovnim** 21
partnerima u menadžmentu jeste **veći** obim saradnje **(prodaje), s jedne strane, i niži troškovi, s druge.** Nasuprot tome, **cilj**

upravljanja odnosom s klijentima je izgradnja različitosti i razvoj diferenciranog (prepoznatljivog) nastupa u odnosu na najvažnije partnere, kao i na tržište uopšte. Kupci se ne mogu više tretirati kao homogen skup stanovnika neke oblasti koji predstavlja izvor profita, već se na njih mora gledati kao na potpuno edukovane i informisane klijente. Kupci danas raspolažu sasvim dovoljnom količinom informacija - koji nivo kvaliteta robe i usluga mogu dobiti, na kojem mestu, po kojoj ceni itd. - tako da njihova očekivanja rastu i oni počinju da žele samo najbolje. Uz sve to, pojačana konkurencija na globalnom tržištu dovodi ih u relaksiranu poziciju da u svakom trenutku mogu promeniti dobavljača. Savremeni kupac, zahvaljujući konkurenciji na tržištu, ima mogućnost izbora i okreće se ka onome ko mu može ponuditi željeno. Danas

su razlike u osobinama i kvalitetu proizvoda često takve da ih je **sve** teže moguće uočiti, 117
što je posebno izraženo kod proizvođača kompjutera, softvera, **generičkih lekova**

itd. Kod takvih standardizovanih proizvoda, konkurentska prednost se stiče kroz kvalitetno upravljane odnosom s klijentima, kako bi ovi ostvarili neku dodatnu vrednost u odnosu na ostale dobavljače. Te dodatne vrednosti - pored samih proizvoda, efikasne prodajne operative i kvalitetne isporuke - predstavljaju

one konkurentske prednosti koje obezbeđuju **veće dugoročne** efekte **od** samog 21
sniženja cena, pa **su,** stoga, veoma **važne u** procesu kreiranja **lojalnosti i bliskih partnerskih odnosa s kupcima.** U tom kontekstu, **mnoge** firme **razvijaju dvostruku CRM strategiju - jednu za ključne kupce, a drugu za sve ostale. Značaj klijenata se može odrediti pomoću**

analize vrednosti **ključnih kupaca, da li su to kupci**

koji doprinose ostvarivanju visokog profita i kojima se naročito treba prilagođavati, ili je samo reč o potrošačima koji omogućavaju stabilnost prihoda, dok će rastu kompanije doprineti neki drugi kupci. Na osnovu iskustava brojnih preduzeća, uočeno je da i u savremenim uslovima važi poznato Paretovo pravilo

da 20% ključnih kupaca donosi 80% operativnog profita kompanije. Stoga, odnosi s **ključnim kupcima** 21

dobijaju poseban tretman i obično se uspostavljaju po modelu

"poslovanja s drugim poslovnim subjektima" (B2B-business-to-business), u okviru kojeg **se** kompanija **fokusira na analizu potreba i procesa kod kupaca, te** prilagođava **svoje proizvode, usluge i procese** zahtevima **i potrebama kupaca. Na taj način, najvredniji i** najprofitabilniji **klijenti** kompanije stiču povlašćen **tretman** 21

u odnosu na klijente koji generišu gubitke. Vredni klijenti su

nagrađeni posebnom uslugom i pažnjom, **kako ne bi došli u** 21

iskušenje da prekinu odnose s datom kompanijom,

i na taj način, ozbiljno ugroze **profitabilnost** njenog **poslovanja. Temelj komunikacije s klijentima je "emotivna inteligencija". Smatra se da je za** uspeh **u poslu** 21

ovaj vid inteligencije dvostruko važniji od obične inteligencije i tehničkih veština kojim kompanija raspolaže. Dok se klasična inteligencija po pravilu nasleđuje, emotivna inteligencija se postepeno razvija i poboljšava kroz iskustvo. Podsticanje izvoza primenom CRM strategije predstavlja složen proces, koji obuhvata veliki broj istraživanja i analiza. U cilju simplifikacije opisa ove metodologije, u nastavku teksta biće naznačni samo najvažniji koraci u sprovođenju izvozno orijentisane CRM strategije: • utvrđivanje razloga

izlaska na nova tržišta i primene **CRM** strategije, • istraživanje **međunarodnog tržišta** 21

za dati proizvod, evidetniranje domaćih izvoznika datog proizvoda, identifikovanje potencijalne konkurencije i analiza

njihovih marketing strategija prema kupcima (ukoliko postoje), • definisanje sopstvene marketinške koncepcije za dati izvozni proizvod, • definisanje klijenata u okviru datog sektora i formulisanje modela upravljanja

ključnim kupcima, • istraživanje **CRM kao** poslovne strategije **za postizanje zadovoljstva kupaca, a** samim tim **i** 21

za povećanje izvoza datog proizvoda, • oblikovanje međunarodnih distributivnih (marketinških) kanala za izvoz datog proizvoda na temelju CRM strategije. Uspešne kompanije više ne konkurišu unutar svog sektora, već deluju u pravcu redizajniranja same prirode tog sektora. Ove kompanije uspevaju da redefinišu deo vrednosnog lanca u kojem učestvuju i prigrabe najveći deo novostvorene vrednosti, na osnovu inteligentne kreacije odnosa sa ostalim učesnicima unutar sektora. Primer iz IKT sektora pokazuje da poslovna kolaboracija ne predstavlja samo pokušaj da se ista stvar učini na efikasniji način, već da je to sredstvo pomoću kojeg se može preoblikovati celokupno tržište. Primera radi, kompanija “Apple” je redefinisala sektor proizvodnje mobilnih muzičkih uređaja kroz autsorsing izrade delova i celokupnog aksesoara, dok je zadržala kontrolu nad “iTunes” softverom. Drugim rečima, “Apple” je prepoznao mogućnost da ostvaruje profit na osnovu kreiranja i upravljanja mrežom odnosa na tržištu, koju bi i bez posedovanja kontrolisao. U tom kontekstu, “Apple” je primenio tri specifične taktike da bi promenio pravila igre na sektorskom tržištu: 1.) unapredio je mobilnost onih delova sektora u kojima nije bio prisutan, konstituisanjem male grupe dobavljača, svesnih da u svakom momentu mogu biti zamenjeni ukoliko ne zadovolje njihove zahteve; 2.) formirao je “usko grlo” na tržištu, držeći se muzičkog formata koji obezbeđuje reprodukciju samo preko “iPod” uređaja i 3.) podstakao je ostale kompanije da razvijaju aksesoar koji odgovara njihovim uređajima (“iPod”), umesto da sam osvaja to tržište. Ovakvo strateško opredeljenje pomoglo je kompaniji “Apple” da, bez ikakvih dodatnih kapitalnih ulaganja, ostvari korist od poslovanja manjih preduzeća, srpemnih da se uklope u novu tržištnu arhitekturu koju je sam dizajnirao. U uslovima globalizacije tržišta IKT, farmaceutskih i sličnih proizvoda, CRM sve više dobija ulogu svojevrsne konkurentske prednosti. Na osnovu istorijskog nasleđa i ostvarenog učešća na izvoznim tržištima, domaća preduzeća iz oblasti visokih tehnologija treba da nastave sa nadograđivanjem već razvijenih personalizovanih

odnosa s klijentima, koristeći alate i holistički pristup CRM-a. 21

Sam pristup CRM će nastaviti da se razvija u skladu s prognozama rasta ovih industrija. Upravo zbog toga,

neki autori smatraju da će se kompanije ubuduće boriti za udeo **među klijentima (Customer Share), a ne za tržišni** udeo **(Market Share). U tom** 21

kontekstu bi i pristup upravljanja odnosima s kupcima evoluirao u pravcu novog pristupa upravljanja vrednostima kupaca (CVM - Customer Value Management). Drugim rečima, kompanije će pokušavati da nadmaše očekivanja onog segmenta klijenata koji najviše doprinosi rastu nihovog prihoda, zatim, da zadovolje klijente koji ostvaruju prosečan

doprinos poslovnim rezultatima firme i na posletku, da primene jeftinije metode za zadržavanje onih klijenata od kojih imaju najmanje poslovne koristi. Konkurentnost brendiranih proizvoda će u budućem periodu sve više dobijati na značaju. Brendiranje domaćih proizvoda bi, svakako, delovalo u pravcu pospešivanja rasta izvoza industrije Srbije. Rezerve za rast izvoza malih ekonomija zavise, pre svega, od njihove sposobnosti da se prilagode strategiji osvajanja "niša" na globalnom tržištu. Primera radi, hrvatska fabrika "Pliva" ubraja se među svetske

lidere u proizvodnji antibiotika, a u poslednje vreme **se priprema za** popunjavanje **"niša" najnovije generacije biotehnoloških preparata.** Drugi hrvatski proizvođač, **"Belupo", je** osvojio "nišu" **dermatoloških** 21

lekova, u okviru koje je formirao

svoje najpoznatije izvozne brendove. Strukturna **podrška kao i integracija CRM** pristupa **u** Srbiji **je još u fazi uvođenja. S obzirom na to da su klijenti najvažniji resurs i razlog postojanja** svake kompanije, **kao i da će u budućnosti na tržištu** pobeđivati **oni lanci** vrednosti **koji krajnjem potrošaču** ponude **najveću** korist, domaći **izvoznici** treba **više** da investiraju **u integraciju lanaca ponude,** razvoj poslovnih **"B2B"** 21

informacionih sistema i upravljanje ljudskim resursima. 6.3.3. Upravljanje ljudskim kapitalom 6.3.3.1. Razvoj preduzetničke kulture i menadžment znanja Najznačajniji

faktor pokretanja inovacija predstavlja ljudski kapital, koji u nekim slučajevima 11

dostiže i do 90% vrednosti firme. **To je potvrda stava da su znanja, oličena u brojnim kompetencijama,** 11

presudna za definisanje

konkurentske pozicije kompanije. Potreba za specijalizovanim **znanjima i veštinama je jedna od dominantnih karakteristika** savremenog **poslovnog ambijenta. U tom smislu, preduzećima su potrebni ljudski resursi koji su osposobljeni da sprovode ekspertize, da kritički i** analitički **razmišljaju i konačno, da imaju moć sinteze. Zbog toga je upravljanje ljudskim resursima direktan izvor poboljšanja kvaliteta i produktivnosti, pa** samim **tim i konkurentnosti, ali istovremeno taj resurs se mora kontinuirano razvijati i usavršavati.** 11

Zato,

profesionalni treninzi, konsultantska podrška i stručno obrazovanje i razvoj posebnih **veština menadžera i zaposlenih moraju zauzimati značajno mesto u** svakoj firmi. U **Srbiji preovlađuju tradicionalni tipovi liderstva, iako postoje pozitivne** tendencije **u modernizaciji liderstva,** 11

kroz

veći stepen uključivanja zaposlenih u postavljanju ciljeva i donošenju odluka vezanih za domen njihove odgovornosti, prepoznavanje i 11

negovanje

liderskog potencijala na svim nivoima u organizaciji i potenciranje tzv. „mekih“ liderskih kvaliteta kao što su uticajan karakter, inteligencija, komuniciranje, pregovaranje itd. **Lideri treba da postanu ključni stratezi, sa jasnom vizijom razvoja** firme. Njihov **cilj mora biti kreiranje što veće vrednosti** 11

i reorganizovanje kompanije sa ciljem unapređenja konkurentnosti.

Stavljajući strateški naglasak na fleksibilnost **i adaptivnost,** lideri **stalno** moraju **emitovati kreativnu energiju i inovativnost u samom preduzeću.** 11

Da bi domaća preduzeća razvila preduzetničku kulturu, neophodno je izgraditi celovit sistem: • stimulisanja individualne kreativnosti i inovativnosti, • motivisanja i nagrađivanja timskog i pojedinačnog doprinosa, • kreiranja uzajamnog poverenja i kredibiliteta i • stvaranja osećaja pripadnosti i partnerstva unutar kompanije. Još jedan doprinos izgradnji preduzetničke kulture predstavlja prihvatanje stava da saradnja i integracioni procesi između kompanija predstavljaju bitnu determinantu povećanja konkurentnosti preduzeća.

Činjenica je da preduzeća u Srbiji prepoznaju šansu u otvaranju prema drugim tržištima, razvoju strategija saradnje i aktivnijem učešću na regionalnom i internacionalnom planu, što je svakako pozitivno i podsticajno merilo u razvoju njihove konkurentnosti. 11

Prema novoj paradigmi, znanje koje organizacija poseduje čini bazu njene egzistencije i uspona na tržištu. Upravljanje znanjem

(menadžment znanja) predstavlja **sistematizovan i organizovan pristup za dokazivanje mogućnosti organizacije da iskoristi i mobiliše** sopstveno **znanje u cilju poboljšanja svojih performansi.** 15

75 Proces upravljanja znanjem preduzeća sadrži nekoliko integralnih segmenata (B.Mašić, J. Đorđević Boljanović, 2005.): • implementacija dostupnog znanja iz poslovnog okruženja; • involviranje

i čuvanje znanja u poslovnim procesima, proizvodima i uslugama; • prezentacija **znanja u bazama podataka i dokumentima; • promocija porasta znanja kroz organizacionu kulturu i motivaciju zaposlenih;** • transfer **i korišćenje znanja kroz celu organizaciju** i • **procena koristi dobijenih primenom znanja i njegovom ugradnjom u osnovu organizacije.** 15

Najveća prepreka optimalnom iskorišnjenju znanja praduzeća jeste ljudska priroda, pošto ljudi obično nisu skloni da prenose svoja znanja drugima. Eksplicitno (kopirano) znanje je, uglavnom, svima dostupno posredstvom knjiga, informatora, interneta i na razne druge načine. Problem je, međutim, kod implicitnog (tacitnog) znanja, do kojeg se jedino može doći kroz neposredan kontakt sa osobom koja ga poseduje. Po tradiciji,

zaposleni čuvaju svoje znanje jer, s **razlogom, veruju da će,** deleći **znanje** sa drugima, **izgubiti prednost i položaj u organizaciji.** 15

Stoga,

efikasan program menadžmenta znanja zahteva i odgovarajuću kulturu koja će afirmisati proces diseminacije **znanja u** 15

okviru kolektiva. Primarni zadatak sistema menadžmenta znanja je da transfer implicitnog znanja učini dovoljno atraktivnim, kako za kompaniju, tako i za pojedinca. 75

Knowlede Management Research Report 2000, www.kpmg.nl 15

Osnovne

karakteristike organizacione kulture koja je spremna za uvođenje koncepta menadžmenta znanja su (Ibid.): • **menadžment** 15

kompanije mora prepoznati da znanje predstavlja

glavnu imovinu organizacije i pokretati **inicijative i** pružati **podršku za procese** upravljanja znanjem; • **organizacija** mora biti **fokusirana na razvoj i eksploataciju znanja koje poseduje; • tehnike i procesi menadžmenta znanja** 15

treba da budu jasno definisani; •

kreiranje, deljenje i upotreba znanja moraju postati **prirodan deo organizacionih procesa** i **sastavni deo svakodnevnih radnih procesa;** • grupe unutar **organizacije** treba da sarađuju, **a ne** 115

da se takmiče; • znanje treba da bude

dostupno svima koji mogu da ga unaprede **ili da ga koriste i • komunikacioni kanali i tehnološka infrastruktura** treba da podstiču **aktivnosti menadžmenta znanja.** 115

Najbolji način za prevazilaženje ljudskih barijera programu menadžmenta znanja je **ugradnja menadžmenta znanja u organizacionu hijerarhiju.** 15

Tacitna ili prećutna znanja su najčešće nejasna, teško objašnjiva, a ponekad i dvosmislena, tako da je, u principu, njihov transfer izuzetno težak. Zbog toga kompanije neprekidno istražuju načine prenošenja tacitnog znanja. Pošto se tacitno znanje najbolje prenosi ličnim kontaktom u nekoj formi **zajedničkog rada, partnerstva i mentorstva, pojedine kompanije uspostavljaju posebne mentorske programe koji predviđaju da stariji, iskusniji zaposleni, rade zajednički sa mladim stručnjacima i da na njih prenose svoje znanje i iskustvo. Bitno je da mladi zaposleni budu u onim jedinicama** 38

koje imaju dosta specijalista i eksperata i da pojedini eksperti budu zaduženi za obuku i zajednički rad sa mladim kolegama. 38

Davenport i Prusak, ističu

sledeće mogućnosti za prevazilaženje problema koji se javljaju pri transferu znanja 38

(T. Davanport and L. Prusak, 2000.): • izgraditi poverenje

kroz sastanke licem u lice, • organizovati diskusije, obrazovanje, timski rad i 38

rotirati poslove, •

obezbediti podsticaje transferu znanja zasnovane na deljenju informacija, • definisati vreme **i** mesto **za transfer znanja,** 38

•

obezbediti zaposlenima vreme za učenje, • podsticati i razvijati fleksibilnost kod zaposlenih, 38

• potencirati da je

kvalitet ideja važniji od statusa izvora i • **prihvatiti kreativne greške, a nagraditi kreativnu saradnju.** 38

6.3.3.2. Motivacija zaposlenih Najvažniji preduslov optimalne iskorišćenosti znanja koje je kumulirano u jednoj kompaniji leži u izboru motivacionih tehnika. Dosadašnji strategije i tehnike motivacije u srpskim kompanijama nisu bile dovoljno fleksibilne,

pa je potrebno razvijati i uvoditi nove, koje **će svojom razrađenošću i svestranošću dovesti do visoke motivisanosti i zadovoljstva zaposlenih, a time istovremeno i ostvariti uspešno poslovanje.** 137

Menedžerima

na raspolaganju stoje brojni finansijski i nefinansijski motivacioni mehanizmi, a koju će kombinaciju upotrebiti, zavisi od njihovog poznavanja motivacionih teorija, okolnosti i inventivnosti. 152

Postoje dve osnovne vrste finansijskih motivacionih faktora:

direktni finansijski dobici koje pojedinac dobija u novčanom obliku i indirektni finansijski dobici koji doprinose podizanju materijalnog standarda zaposlenih, a koje ne dobijaju kroz zaradu ili uopšte u obliku novca. U prvoj grupi obuhvaćene su direktne nagrade za rad, dok se indirektne materijalne kompenzacije stiču samim zapošljavanjem u preduzeću i ne 12

zavise od radnog doprinosa i uspešnosti. U zavisnosti od toga da li preduzeće sprovodi motivacioni sistem

koji će naglašavati i podsticati individualnu ili timsku performansu, ono treba da koristi različite motivatore. Pri koncipiranju sistema motivacije treba voditi računa da ne dođe do nesklada između lojalnosti zaposlenih prema zadatku (podržane motivatorima individualne performanse, kao što su npr. plaćanje prema individualnoj uspešnosti i unapređenje) i lojalnosti prema preduzeću (podstaknutoj organizacionom kulturom i nagradama baziranim na timskom radu i uspešnosti, promociji i sigurnosti posla). 46

Postavi li se zarada u neposrednu funkciju povećanja produktivnosti rada, dolazi se do činjenice da svako povećanje zarade ne vodi i povećanju produktivnosti. Stoga je nužno slediti sledeće 12

principe koji doprinose usaglašavanju sistema plaćanja sa radnim učinkom: •

materijalne nagrade moraju biti povezane uz one pokazatelje radnog izvršenja na koje pojedinac može uticati, a radni standardi moraju biti ostvarivi, • mora postojati jasna veza između rezultata rada i nagrada, • sistem nagrađivanja treba da se zasniva na pozitivnim, umesto na negativnim posledicama radnog ponašanja, • povećanje materijalne naknade mora biti dovoljno da opravda 93

ulaganje dodatnog napora, • povećanje zarade

mora direktno i neposredno slediti povećanje radnog učinka i poboljšanje radne uspešnosti, • materijalne naknade moraju biti adekvatne uloženom radu i pravedne i • razlike u 12

zaradama između

radnika moraju biti značajne da bi stimulisale dobar rad. Kompenzacije, kao ukupne naknade koje zaposleni dobijaju za svoj rad u preduzeću, vezane su uz rezultate rada, a neke već uz samu pripadnost preduzeću. Sve se naknade javljaju u tri vida, i to kao: plate (zarade), nagrade i beneficije. Zarada, kao suma novca koju je poslodavac dužan isplatiti osobi u radnom odnosu za obavljeni rad 12

u određenom vremenu,

sastoji se od pet osnovnih komponenti: osnovna zarada, stimulativni deo zarade, dodaci, naknade i udeo u dobiti. Prve tri komponente 172

predstavljaju najznačajnije elemente kompenzacije i zaposleni na njih ostvaruje pravo u toku efektivnog rada. Osnovna zarada kao baza za obračun ostalih delova zarade, utvrđuje se postupcima analize i vrednovanja

posla. Vrednovanje posla se najčešće sprovodi pomoću dve grupe metoda, pri čemu je jedna orijentisana na kvalitativnu analizu posla 12

(sumarne i analitičke metode), a druga na klasifikaciju posla (rangiranje i stepenovanje). Stimulativni deo plate

ima za cilj podsticanje i osiguravanje kontinuiranog ostvarivanja optimalnih parametara radnog učinka, kako sa aspekta poslovnih rezultata preduzeća, tako i zaposlenih. Ovaj deo zarade se 155

utvrđuje u zavisnosti od stepena izvršenja nekog zadatog posla, pa tako postoji: stimulativni deo zarade po osnovu učinka (plaćanje po komadnoj i vremenskoj normi) i stimulativni deo zarade po osnovu premija (zaposleni se stimulišu na racionalno 46

trošenje raspoloživih materijalnih i ljudskih resursa). Dodaci na zaradu isplaćuju se zaposlenima za rad pod određenim uslovima koji mogu imati štetne posledice za pojedinca, a koji obuhvataju: dodatak za rad u smenama, dodatak za rad noću, dodatak za prekovremeni rad, dodatak za povremeno teže uslove rada, dodatak za rad na dane praznika,

dodatak za rad na dane nedeljnog odmora. Kompenzacije iz udela u dobiti prvenstveno se koriste kako bi se povećao interes zaposlenih za uspešnost poslovanja poduzeća, smanjila fluktuacija zaposlenih, poboljšali socijalni odnosi u preduzeću, tj. radi boljeg i uspešnijeg poslovanja. Četiri osnovna sistema učešća zaposlenih u dobiti 12

su: indirektni udeo u dobiti, direktni udeo u dobiti, deoničarstvo zaposlenih i štednja

zaposlenih. Kod sistema indirektnog udela u dobiti, gde se zaposleni stimulišu na ostvarenje ušteda nezavisno od dobiti, posebno se ističe sistem "Scanlon", kod kojeg zaposlenima pripada određeni procenat vrednosti uštede, te sistem "Rucker", gde zaposleni primaju premiju u visini procenta novonastale vrednosti. Kompenzacijama po osnovi pripadnosti preduzeću ostvaruje se osnovna svrha što većeg stepena socijalizacije zaposlenih u preduzeću, kako bi se postigla što veća efikasnost u radu. Svi oblici kompenzacija po osnovi pripadnosti preduzeću svrstavaju se u tri grupe: naknade plate, novčane pomoći i razne beneficije. Naknada plate, kao najznačajniji oblik kompenzacije po osnovi pripadnosti preduzeću, predstavlja situaciju u 12

kojoj se zaposlenima za vreme bolovanja, godišnjeg odmora i neradnih praznika isplaćuju iznosi na nivou zarade koju ostvaruju kad rade.

Politika upravljanja platama treba da definiše visinu plate, strukturu plate, deo plate koji zavisi od učinka, uticaj tržišne politike plata, te pravednost i kontrolu. 12

Relativne vrednosti poslova i struktura plata daju podlogu i opšti okvir za razvoj stimulativnog sistema materijalnog nagrađivanja. Danas su najpopularniji sistemi nagrađivanja zasnovani na radnoj uspešnosti, gde se povećanje plate, utvrđene na bazi procene posla i raspona platnih razreda, temelji na proceni radne uspešnosti. 12

U metode ocenjivanja radnog učinka ubrajaju se: opisne ocene rukovodioca, rangiranje 12

unutar grupe, upoređivanje u parovima, metode prisilne distribucije, metoda kritičnih incidenata i ocenjivačke skale. Treba da postoji međusobni odnos ocjenjivanja radnog učinka i stimulativnog nagrađivanja, odnosno ocjenjivanje radnog učinka treba da bude u funkciji stimulativnog nagrađivanja. Danas se, osim nadređenih menadžera, i saradnika i kolega, sve više u procesu procjenjivanja uspešnosti koristi

samo ocena.

Pri tehnološkoj razradi sistema ocenjivanja ljudi potrebno je imati na umu njihove umne i 47
organizacijske sposobnosti, temperament, etička načela kao i domete uspešnosti:
planiranje, odlučivanje i kontrola, organizovanje i koordiniranje, uspešnost rada
(produktivnost, ekonomičnost i rentabilnost). Svaki sistem ocenjivanja radne uspešnosti ima svoje prednosti i nedostatke, no zasigurno je najvažnije izabrati onaj koji će voditi ostvarenju ciljeva preduzeća kao i pojedinca. Uz materijalne kompenzacije, koje čine osnov motivacionog sistema, potrebno je razraditi i sistem nematerijalnih podsticaja za rad koji zadovoljavaju raznolike potrebe ljudi u organizacijama. Za većinu ljudi su sve važnije tzv. potrebe višeg reda, kao što su razvoj i potvrđivanje, uvažavanje, status i drugo. Razvijene su brojne nematerijalne strategije, poput dizajniranja posla, stil menadžmenta, participacija, upravljanje pomoću ciljeva, fleksibilno radno vreme, prizanje i feedback, organizacijska kultura, usavršavanje i razvoj karijere i dr. koje zajedno sa materijalnim strategijama čine

celovit motivacioni sistem.

Oblikovanje posla čini vrlo značajan segment nematerijalnih strategija motivisanja, budući 92
da stavovi prema poslu i zadovoljstvo njime bitno utiču na radnu motivaciju. Programi preoblikovanja posla najvećim delom nastoje posao učiniti zanimljivijim, raznolikijim i izazovnijim. Značajan individualni pristup oblikovanja radnih mjesta jeste rotacija posla, kod koje se vrši periodično pomeranje ljudi s jednog specijalizovanog posla na drugi, čime se sprečava monotonija

koja proizilazi iz

učestalosti ponavljanja ciklusa posla. No, stvarne motivacijske potencijale najbolje aktivira 12
obogaćivanje posla, pri kojem se posao širi vertikalno, uključujući u njega više raznolikih zadataka i veština, odgovornosti i autonomije delovanja.

Osim individualnog, postoje i grupni pristupi oblikovanja poslova. Tako se kod integrisanih 19 radnih grupa zaposlenima dodeljuje, umesto jednog zadatka, veći broj zadataka, a kod autonomnih radnih grupa im se određuje cilj, dok zaposleni sami dogovaraju radna zaduženja, odmore i sl. Menadžeri i stil manadžmenta, takođe, su vrlo značajni faktori izgradnje celovitog motivacionog sistema, budući da oni shvatanjem onog što ljudi žele bitno utiču svojom organizacijom i delovanjem na motivaciju zasposlenih. U segmentu stila menadženta, demokratski stil ima najviši motivacijski potencijal jer manadžeri shvataju da, jačajući saradnike, jačaju i sebe. Participacija, kao stepen učešća zaposlenih u procesima odlučivanja o važnim aspektima rada i poslovanja, bitno utiče na podizanje motivacije zaposlenih, podsticanje kreativnih i ukupnih potencijala ljudi, poboljšanje kvaliteta odlučivanja, te ukupne uspešnosti oraganizacije. Upravljanje pomoću ciljeva (Management by Objectives) je važna strategija savremenog menadžmenta u podizanju motivacije, kvaliteta odlučivanja, razvoja ljudskih potencijala, te fleksibilnosti i brzine reagovanja na promene u okruženju. To je, zapravo, pristup kojim se kroz saradnju i participaciju svih zainteresiranih, postavljaju organizacioni, timski i individualni ciljevi koji čine temelj za utvrđivanje planova aktivnosti za njihovo ostvarivanje, praćenje, procenu i nagrađivanje uspešnosti. Time se identifikuju područja odgovornosti i standardi ponašanja za svaku jedinicu, sa periodičnim pretvaranjem tih ciljeva u merljive, vremenski određene ciljeve. Vrlo su značajne za motivaciju zaposlenih i ostale nematerijalne strategije motivisanja, poput fleksibilnog radnog vremena, priznavanja uspeha, povratne informacije zaposlenom vezane za njegov rad, te organizacijske kulture preduzeća. Jedan od najvećih problema je otpor samih radnika koji vrlo često ne vjeruju da je sistem stimulativnog nagrađivanja objektivan i pošten. Stoga je jedan od važnih uslova uspeha stimulativnog nagrađivanja zadobiti poverenje zaposlenih u taj sistem, a nužna je pretpostavka da o njemu budu dobro informisani. Tako npr. Sistem plata treba dopuniti dobrim dizajniranjem radnog mjesta, a ne da on bude kompenzacija za loše dizajniranje radnog mesta. Vrlo rašireni mehanizmi motivisanja jesu i sigurnost i stalnost zaposlenja, priznanja, napredovanje u poslu, veća neformalnost i socijalna jednakost, uklanjanje formalnih, statusnih i funkcionalnih barijera u komunikacijama, i dr. Traganje za mogućnostima povećanja motivacije i interesa za rad i razvitak organizacije zaposlenih, dovela je do potpune reorganizacije, promene klime i kulture i ukupnih odnosa u

savremenim preduzećima. Glava VII INSTITUCIONALNI FAKTORI UPRAVLJANJA IZVOZOM SRBIJE 7.1. KRATAK KRITIČKI OSVRT NA STRATEGIJE PRIVREDNOG RAZVOJA SRBIJE Sa pojavom globalne ekonomske krize zaustavljen je trend rasta srpske privrede i na videlo su izašli svi nedostaci razvojnog koncepta, koji se nije zasnivao na zdravim i održivim temeljima. Glavni pokretač razvoja činili su nerazmenjivi sektori, čija je ekspanzija bila podsticana prilivom SDI i rastom domaće potrošnje finansirane kreditima. Osim što nije uticao na povećanje konkurentnosti, privredni rast nije rešio ni gorući problem srpske privrede – nezaposlenost. Srbija je, kao i mnoge tranzicione zemlje pre nje, upala u zamku zvanu „jobless growth“, odnosno situaciju u kojoj privredni rast nije praćen

otvaranjem novih radnih mesta. Negativni efekti globalne ekonomske krize doveli su do pucanja balona rasta srpske privrede, ostavljajući je u naizgled bezizlaznoj situaciji: • nerazmenjivi sektori, usled pada domaće protrošnje, i razmenjivi sektori, zbog niske konkurentnosti, više nisu mogli da prolongiraju rast ekonomske aktivnosti, • tradicionalno visoka nezaposlenost se dodatno uvećala, dok je • prezaduženost, praćena opštom nelikvidnošću, počela da guši i zdrave delove srpske privrede. Nova paradigma rasta postala je neophodnost srpske privrede. Bilo je jasno da se privredni rast ne može dalje zasnivati na potrošnji, jer je privatna potrošnja bila pod udarom rasta nezaposlenosti i stagniranja zarada, a predimenzionirana državna potrošnja, koja je u početku služila kao sredstvo kontrolisanja štete, morala biti podvrgnuta fiskalnoj konsolidaciji. Svetska kriza je snažno pogodila Evropu, zaustavljajući obilne tokove kapitala, a samim tim, i potencijalne investicije u Srbiju. Kada se na umu ima da je većina zdravih i prosperitetnih preduzeća već privatizovana, nerealno je bilo očekivati da bi investicije samostalno mogle da se profilišu kao motor rasta. Jedini zaista neiskorišćeni potencijal je bio i ostao izvoz, koji trenutno čini preko 40% BDP-a Srbije, ali je i dalje značajno ispod proseka uporedivih novih članica EU - Bugarske sa oko 70%, Češke sa oko 80% i Mađarske, Slovačke i Slovenije sa oko 90%. U periodu krize 2009-2013. godine, izvoz srpske privrede, kao jedini mogući kanal rasta, ostvario je snažnu ekpanziju od oko 12% na godišnjem nivou, što ga je uvećalo za 3 milijarde evra. Polovina tog rasta ostvarena je zahvaljujući povećanju konkurentnosti. Naime, kada se eliminišu tokovi svetske tražnje, kao i konkretnog tržišta na koje se izvozi i konkretnog proizvoda koji se izvozi, podaci ukazuju da je srpski efekat konkurentnosti bio čak 1,5 milijardi evra. To znači da su srpski izvoznici uspeli da prošire svoj deo tržišnog segmenta, odnosno da inostranoj konkurenciji preuzmu deo njihovog. Ipak, kada se zaviri u strukturu rasta izvoza i efekta konkurentnosti koji ga je u značajnoj meri predodredio, jasno se vidi da je rast bio rezultat, pre svega, internacionalizacije aktivnosti od strane manjeg broja krupnih stranih direktnih investitora – naročito FIAT-a i Gorenja. Kako bi se ostvareni rast prolongirao, pa čak i ubrzao, neophodno je na sistematičan način stvarati, a zatim ekpsloatisati konkurentsku prednost. U budućnosti, rast neće moći da se zasniva dominantno na ekspanziji izvoza stranih investitora, jer su oni na inostranim tržištima već dostigli udeo, koji neće moći uvećavati bez novih ulaganja u modernizaciju i proširenje kapaciteta. Stoga, treba pružiti podršku odlučnijem i snažnijem izlasku većeg broja domaćih kompanija na strana tržišta. Osnovni cilj treba da bude uvećanje baze izvoznika, a zatim i ulaganje u održivost tih izvoznika na stranim tržištima. Aktuelni pokazatelji ukazuju na neophodnost preduzimanja hitnih mera poboljšanja konkurentnosti domaćih kompanija. Svega 31% preduzeća iz razmenjivih sektora izvozi na strana tržišta. Manje od polovine preduzeća koja izvezu proizvod na određeno tržište, uspe na tom tržištu da preživi prvu godinu, a tek svako četvrto preduzeće uspe da preživi tri godine. Ukupna produktivnost srpske privrede, merena kao količnik dodate vrednosti i broja zaposlenih, iznosi 13 hiljada evra, što je više od BIH, Bugarske i Rumunije, ali i upola manje od Hrvatske, Slovenije, Češke, Mađarske i Slovačke i za tri četvrtine manje od proseka EU. Svega 25% preduzeća u posmatranom periodu se može

smatrati uspešnim, jer su	istovremeno	**uspela da**	uvećaju	**svoje**	realne	**prihode**	279

i zaposlenost, kao i da u dužem periodu održe pozitivnu „core“ profitabilnost (CEVES, 2015, p. 28.). Pokazatelj da je preko 50% srpskih proizvoda u posmatranih pet godina imalo rastuću konkurentnost, kao i da je konkurentnost srpskih proizvoda rasla na preko 60% izvoznih tržišta, uprkos 279 malom broju izvoznika, niskoj stopi preživljavanja i slaboj produktivnosti i uspešnosti, predstavlja ohrabrujući signal. Ujedno, to je signal koji poziva i na oprez, budući da rast konkurentnosti neće biti održiv na dugi rok, ukoliko se ovakvi trendovi nastave (Ibid.). Razvojni potencijali srpske

privrede, pre svega, zavise od onih preduzeća koja iskazuju sistematični kapacitet za konkurentnu internacionalizaciju svojih aktivnosti, profitabilan rast i efikasno i efektivno povezivanje sa ostatkom privrede. Na industrijama sa visokim razvojnim potencijalom je potrebno temeljiti i graditi rast. Kako bi njihov potencijal bio u potpunosti iskorišćen, neophodno je upoznati njihove činioce konkurentnosti, uporediti ih sa rivalskim, a zatim kroz podsticajne strategije i aktivne politike, unaprediti ih i dići na viši nivo. Srpska privreda ima potencijal, poseduje niz potentnih izvoznih ili potencijalno-izvoznih preduzeća, od mikro pa sve do velikih, ali je njima neophodno trasirati put, ili ih navoditi kako da zaobiđu brojne prepreke koje im na tom putu stoje. 7.2. RAZVOJNA (INDUSTRIJSKA) POLITIKA U razvijenim zapadnim zemljama se kao osnovni motiv za sprovođenje industrijske politike navodi neregularno funkcionisanje tržišta (market failure). U zemljama u tranziciji (poput Srbije) se ne radi samo o zakazivanju postojećeg mehanizma i institucija tržišta, nego i o procesu njihovog nastajanja i razvoja. U tom kontekstu se kao osnovni cilj kreatora ekonomske politike u Srbiji nameće potreba da se podstakne reagibilnost pojedinih institucija i grupa na signale nastajućeg tržišnog mehanizma i da se osposobe da fleksibilnije reaguju na njih. U razdobljima tranzicije nije moguće izbeći mere ekonomske politike koje nisu u skladu s postulatima preduzetničke ekonomije, kao što su: • nastavak poslovanja preduzeća čije poslovanje nema ekonomskog opravdanja, • održavanje poslovnih veza između preduzeća i banaka uz državnu intervenciju, ili • ublažavanje efekata tržišta, imajući u vidu sporost u usvajanju pravila tržišnog ponašanja. S jedne strane, održavanje određenog nivoa industrijskih kapaciteta u vreme tranzicije postaje bitno za taj proces radi održavanja poslovne investicione klime, dok s druge strane, proces kreativne destrukcije pogrešno investiranog realnog kapitala čini osnov procesa restrukturiranja privrede i bitan činilac uspeha tranzicije. Pod pasivnom (reaktivnom) industrijskom politikom smatra se ona koja predstavlja reakciju na određene socijalne i političke pritiske, dok aktivna industrijska politika, uz likvidaciju starih, podstiče i razvoj novih industrijskih grana ili preduzeća. Ova druga politika ima više izgleda da olakša strukturne promene i ublaži socijalne i političke pritiske, jer doprinosi povećanju efikasnosti proizvodnje. Za Srbiju je najbolje rešenje da se odluči za primenu „upmarket strategy“, koja podrazumeva politiku stalnog usavršavanja i poboljšavanja vlastitih proizvoda i kroz to osvajanje povoljnijih pozicija u širokom spektru ponude robe na međunarodnom tržištu. U osnovi, postoje dva metoda primene ove strategije: prvi se zasniva na „izboru pobednika“ (picking up the winner), dok se drugi bazira na stvaranju institucionalnog okvira za olakšavanje procesa formiranja i rasta privatnog sektora. Primenom ovog drugog metoda, industrijska politika u Srbiji može odigrati veoma korisnu ulogu u sledećim područjima: • investiranje u materijalnu infrastrukturu i razvoj humanog kapitala (reforma uloge obrazovanja i sticanja odgovarajućih znanja), • podsticanje razvoja malih i srednjih preduzeća, • podsticanje razvoja finansijskih tržišta i finansijskih institucija, • modernizacija banaka i bankarskog poslovanja i • usmeravanje na izvoznu orjentaciju kao podsticaj efikasnosti proizvodnje. Za Srbiju je neophodno da koncipira i sprovede odgovarajući metod industrijske politike, ukoliko želi ostvariti proces stabilnog i kontinuiranog privrednog rasta. Produktivnost domaće privrede je još uvek relativno niska, dok su realne zarade rasle brže nego u ostalim zemljama u tranziciji. Industrijska proizvodnja je nedovoljno dinamična i nije dovoljno prilagođena novim tržišnim podsticajima. Ako se u Srbiji želi ostvariti stabilan i održiv rast po stopi od 5-6% godišnje, potrebno je da se: • povećaju investicije i uspostave makroekonomski osnovi za ulaganja privatnog sektora, • eliminišu sve vrste distorzija u postojećem poreskom sistemu, • finansira pretežni deo investicija iz domaćih izvora, • smanji broj gubitaša ili sprovede stečajni postupak nad njima, • okonča privatizacija na način koji vodi unapređenju sistema korporativnog upravljanja i poboljšanju konkurentske pozicije domaće privrede, • razvije i poveća sigurnost tržišta kapitala u cilju povećanja finansijske discipline i • podstiče razvoj privrede kroz mere koje pospešuju faktorsku produktivnost. Mere investicione, konkurentske i druge politike, koje utiču na privlačenje kapitala i tehnologije, predstavljaju preduslov za ostvarivanje

rasta proizvodnje i povećanje zaposlenosti kapaciteta. To moraju pratiti i druga razvojna rešenja, posebno ona koja se odnose na savremenu industrijsku politiku. 7.2.1. Alokaciona politika u uslovima nesavršenog funkcionisanja tržišta 7.2.1.1. „Neutralni" i „Prošireno-neutralni status izvoznika" Tržište se pokazalo kao najbolji, mada ne i savršen, pokazatelj uspešnosti poslovanja privrednih subjekata i najobjektivniji, mada opet, ne i savršen, mehanizam alokacije faktora proizvodnje među različitim privrednim sektorima. Jednom rečju, njegova se uloga u procesu ekonomskog razvoja nikakvim drugim metodama ne može u potpunosti zameniti. Međutim, u praksi nije poznat nijedan slučaj kompletno tržišnog sistema privređivanja. Uvek se radilo, slikovito rečeno, o procentualnom udelu jednog i drugog sistema u regulisanju ekonomskih tokova. Privrede u čijem je regulisanju dominirao tržišni mehanizam obično su smatrane tržišnim ekonomijama i obrnuto, one u kojima je uloga tržišta bila manje značajna tretirane su kao ekonomije sa centralizovanim, administrativno- planskim sistemom dirigovanja. Analiza izvozne konkurentnosti ukazuje na dva važna momenta. Prvo, mnoge ZUR su forsirale politiku podsticanja izvoza da bi zadovoljile potrebu za deviznim sredstvima plaćanja, ali nisu ni izbliza ostvarile rezultate poput nekih uspešnih NIE (Hong Kong, Republika Koreja, Singapur, Tajvan i u novije vreme Malezija, Kina, Tajland i Češka Republika). Za razliku od pukog forsiranja izvoza u cilju sticanja deviza, NIE su imale uspešnu strategiju razvoja industrije i trgovine, koja je stavljala akcenat na spacijalizaciju zasnovanu na komparativnim prednostima. I drugo, mnogi autori su istraživali uzroke izvoznih rezultata NIE, ali samo ona objašnjenja koja uzimaju u obzir specifičnost njihovih izvoznih politika i institucije koje obezbeđuju sredstva za podsticanje izvoza u ranoj fazi razvoja, mogla su pledirati na uspeh. Racionalna razvojna strategija jedne zemlje ima zadatak da omogući proizvodnu specijalizaciju,

kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu.	60

Tezu o izvozno-orijentisanom privrednom razvoju ne treba shvatiti dosledno kao izgovor za obračun sa elementima politike uvozne supstitucije, već kao težnju za iznalaženjem prave mere između te dve politike. Pravilan odnos dve politike zasniva se na podsticanju izvoza i uvozne supstitucije na segmentima gde privreda ima komparativne prednosti i liberalizaciji uvoza na segmentima gde ih nema. Drugim rečima, bez jasno definisane politike uvozne supstitucije i politike uvoza nema uspeha ni u sektoru izvoza. Ekonomski najsvrsishodnija definicija eksportne aktivnosti uključuje preradu, proizvodnju i prodaju svih dobara koja doprinose generisanju novostvorene vrednosti kroz izvoz na inostrano tržište. Razvojna strategija jedne ZUT, poput Srbije, mora se bazirati na izvoznoj politici usmerenoj na uklanjanje nedostataka domaće industrije u odnosu na konkurente na svetskom tržištu. Ovakva politika ima dvosturku ulogu: • podstiče efikasnost industrijske proizvodnje,

koja se	ostvaruje	**kroz konkurentsku**	borbu	**na međunarodnom tržištu i**	76

• izjednačava uslove privređivanja na međunarodnom i domaćem tržištu, čime sprečava razvoj neefikasne uvozne supstitucije. Da bi kroz izvoznu specijalizaciju efektuirala svoje komparativne prednosti na svetskom tržištu, srpska privreda se mora osposobiti za konkurentsku utakmicu sa ostalim zemljama pod jednakim uslovima u pogledu funkcionisanja domaćeg tržišta i spoljnotrgovinske politike. Drugim rečima, država ima zadatak da obezbedi tzv. "neutralni status" za domaće izvoznike. "Neutralan status" podrazumeva nagodbu između Vlade i domaćih izvoznika

kojom se ovi drugi osposobljavaju da konkurišu inostranim proizvođačima na svetskom tržištu, u uslovima identične pozicije sa aspekta neporemećenog funkcionisanja domaćeg tržišta i spoljnotrgovinske politike. Ovakva startna pozicija izvoznika iz Srbije ostvarivala bi se kombinacijom nekoliko osnovnih tržišnih elemenata ili ekvivalentnih kompenzatornih olakšica u svim aktivnostima koje doprinose stvaranju novostvorene vrednosti. Ukoliko bi se uporedo nastavilo sa zaštitom uvozno-supstitutivnih grana, "neutralni status" izvoznika obezbeđivao bi im jednaku startnu poziciju prema inostranoj konkurenciji, ali ne i prema uvozno-supstitutivnim granama domaće industrije. Ovakva situacija pretila bi da podstakne sklonost ka orijentaciji potencijalnih izvoznika na domaće tržište, te da potpuno uguši izvoznu aktivnost. Anti-eksportna sklonost eliminiše se uvođenjem "proširenо-neutralnog statusa" za izvozne aktivnosti, tako da ne budu ugrožene u odnosu na uvozno-supstitutivne. "Proširenо-neutralan status" se definiše kao situacija u kojoj je nivo izvoznih podsticaja jednak nivou olakšica za uvozno-supstitutivne aktivnosti. U tom slučaju preduzeća imaju jednake olakšice za razvo, kako izvozne, tako i uvozno- aupstitutivne delatnosti. Na ovaj način se ostvaruje proširena neutralnost na nivou privrede, odnosno, izjednačavaju se stope efektivne zaštite u dva agregatna sektora - izvoznom i uvozno-supstitutivnom. Hipotetički je, međutim, moguće da zemlja ostvari "proširenо-neutralan status" na agregatnom nivou, mada nije obezbeđen neutralan stataus na nivou svakog pojedinog proizvoda ili preduzeća. U tom slučaju bi jedna grupa izvoznika uživala visoke pozitivne efektivne podsticaje, dok bi druga nosila teret negativnih izvoznih podsticaja, međutim, agregatno prikazano, privreda bi uživala "proširenо-neutralan status". Ostvarivanje "proširenо-neutralnog statusa" izvoznika na nivou svakog pojedinačnog proizvoda i svakog pojedinog preduzeća predstavlja osnovni uslov bez kojeg ZUT ne mogu ostvarivati izvoznu ekspanziju po obimu i sturkturi koji doprinose podsticanju industrijske proizvodnje. Model kreiranja takvog statusa nije ni malo jednostavno ostvariti, ako se analitički razmotre dve faze u evoluciji ZUR. Naime, zemlje u razvoju se na svetskom tržištu susreću sa industrijski razvijenim zemljama u kojima funkcionišu ključni faktori efikasnog privređivanja: fleksibilan i ravnotežan devizni kurs, slobodna trgovina, konkurentno finansijsko tržište primarnih proizvoda i nediskriminatorna poreska politika. Prvi korak ka formiranju efikasnog izvoznog sektora jedne privredno nedovoljno razvijene zemlje svodi se na što približnije simuliranje navedenih uslova privređivanja, kada već oni sami ne funkcionišu. U početnoj fazi prevazilaženja ekonomskih problema, ove zemlje su prinuđene na tzv. "second best" rešenja dok se ne ostvare uslovi za konstituisanje tržišnih mehanizama. Osnovni elementi "second best" politike, koji služe kao supstituti za elemente efikasnog tržišnog privređivanja, su: • Garantovanje stabilnosti realnog efektivnog deviznog kursa (uključujući i kompenzacije za precenjenost kursa domaće valute) za izvoznike, kao ekvivalent za podržavanje ravnotežnog kursa u tržišnim ekonomijama; • Obezbeđenje režima slobodnog izvoza proizvoda, kao preduslova za takmičenje na svetskom tržištu na bazi komparativnih prednosti, ali i kao prvog koraka ka liberalizaciji uvoza; • Garancija slobodnog pristupa izvoznika obrtnom kapitalu po jedinstvenoj kamatnoj stopi, koja nije viša od stope kojom se ostvaruje njihov "neutralan status", što nadomešta nedostatak konkurentnog finansijskog tržišta; • Izjednačavanje tekućih cena inputa koji se ugrađuju u izvozne proizvode, sa cenama u senci, kao supstitut za tržište primarnih proizvoda; i • Uvođenje različitih kompenzatornih poreskih olakšica kojim se omogućava sprovođenje prethodne četiri politike i koje neutrališu politiku diskriminatornih domaćih poreza. Za sprovođenje ovako koncipiranih mera u cilju podsticanja izvoza neophodno je ustanoviti efikasne administrativne aranžmane koji garantuju "neutralni status", kao i formirati mrežu državnih i paradržavnih institucija posredstvom kojih bi se program realizovao. U realizaciji ovog programa bitnu ulogu imaju tri ključna sistema: a.) sistem podsticajnih mera, b.) sistem zakona i propisa koji ga regulišu i c.) sistem institucija koje se brinu za njegovo sprovođenje. 7.2.1.2. Devizno tržište Devizni kurs predstavlja cenu specifične robe – devize. Kao i svaka cena, devizni kurs se formira na tržištu pod uticajem zakona ponude i tražnje. Devizno tržište predstavlja

instituciju tržišne privrede na kojoj se ostvaruje promet deviza u jasno definisanim uslovima. Ono uključuje tokove deviznih sredstava u okvirima nacionalne privrede i cirkulaciju deviznih sredstava u ekonomskim odnosima s inostranstvom. Efikasna cirukulacija i distribucija deviznih sredstava diktira organizaciju deviznog tržišta koje se karakteriše odgovarajućim deviznim tokovima. Vertikalni devizni tok predstavlja kanal cirkulacije deviza između bankarskog aparata i klijenata, odnosno, izvoznika i uvoznika, i treba da doprinese efikasnoj distribuciji deviznih sredstava na privredne subjekte po ekonomskim kreterijumima. Drugi devizni tok podrazumeva kretanje stranih sredstava plaćanja u okvirima bankarskog aparata, što treba da doprinese efikasnom zadovoljenju zahteva prvog toka. Treći tok deviznih sredstava označava cirkulaciju deviza u odnosima s inostranstvom i praktično služi obavljanju platnog prometa sa drugim zemljama. U uslovima kada ne postoji jedinstveno međunarodno sredstvo plaćanja, devizno tržište obezbeđuje uslove za konverziju valuta i izvršavanje obaveza iz međunarodnih

ugovora po osnovu tekućih i kapitalnih transakcija. Tako, **devizno tržište** 57

predstavlja instituciju koja olakšava odvijanje menđunarodne razmene i doprinosi razbijanju autonomno zatvorenih ekonomskih sistema. Kada devizni rezidenti, u odsustvu unutrašnje konvertibilnosti, pribavljaju devize na tržištu, oni postižu veći stepen samostalnosti u svom poslovanju i opredeljuju svoju aktivnost po ekonomskim kriterijumima, što se odražava na efikasnost njihovog poslovanja.

Jedna od osnovnih funkcija deviznog tržišta sastoji se u formiranju realnog deviznog 127
kursa. **U uslovima** egzistencije **deviznog tržišta nemoguće je održavati nerealne paritetne odnose bez opasnosti da se** funkiconisanje deviznog tržišta **u celini ne dovede u pitanje.**

Primarni zadatak deviznog tržišta je stvaranje institucionalnih uslova za nesmetano funkcionisanje konvertibilnosti. Glavni

uslov koji mora biti ispunjen da bi se formiralo slobodno devizno tržište je postojanje spoljne konvertibilnosti valute, što **podrazumeva pravo deviznih** nerezidenata **da potraživanja stečena u domaćoj valuti konvertuju na domaćem ili inostranom deviznom tržištu.** 57

Ovo podrazumeva

da su prethodno obezbeđeni **sledeći uslovi: unutrašnja privredna stabilnost** 57

(niska stopa inflacije i nezaposlenosti), platnobilansna ravnoteža, paritet

domaćih i inostranih cena, liberalizovan robni i platni **promet** s **inostranstvom,** 57

dobro organizovan bankarski aparat i njegova kadrovska osposobljenost. Partneri iz drugih zemalja zainteresovani su

za sticanje potraživanja u domaćoj valuti ukoliko im je obezbeđena, ne samo mogućnost konverzije, nego i sigurnost u smislu stabilne **vrednosti** domaće valute. **To** obavezuje domaću **centralnu** banku **na održavanje kursa svoje valute** intervencijama **na deviznom tržištu.** 57

Akumuliranje deviznih rezervi centralne banke predstavlja neophodan preduslov za održavanje deviznog kursa u

granicama predviđenih limita i funkcionisanje sistema u celini. 57

Devizni kurs zavisi od mnoštva faktora, a isto tako, po sistemu povratnih veza, devizni kurs može uticati na ekonomske performanse zemlje, a pre svega na izvoz i uvoz. Stimulativni devizni kurs podstiče eksportnu aktivnost i, zahvaljujući tome, deluje na alokaciju resursa u izvozne sektore. Precenjeni kurs podstiče uvoz robe, preteranu apsorpciju i omogućava privredi i stanovništvu standard iznad objaktivnih mogućnosti, sve dok se tako precenjen kurs može održavati. Istovremeno, precenjeni kurs deluje i antiinflatorno, jer dovodi do pojeftinjenja uvoznih proizvoda, omogućava privredi da dođe do jefitinih uvoznih inputa i povećanjem uvoza doprinosi kontrakciji novčane mase. Realan devizni kurs u odnosu na stanje precenjene valute deluje u pravcu kontrakcije ukupne apsorpcije nacionalne ekonomije i podstiče razvoj uvozno-supstitutivnih industrija. On deluje u

pravcu razvoja novih industrija koje nisu imale ekonomsku opravdanost u uslovima precenjene **valute. Uz realan devizni kurs, nacionalna privreda ima pregled konkurentske sposobnosti svojih izvoznika i pouzdan indikator odstupanja nacionalnih kriterijuma rentabilnosti poslovanja u odnosu na postojeće** kriterijume **na međunarodnim tržištima.** Realan **devizni kurs** 103

predstavlja putokaz za preduzimanje niza mera iz arsenala instrumenata ekonomske politike. Istovremeno, on ukazuje na nerentabilne industrije i proizvođače isto tako kao što ukazuje na industrije koje su spremne za integraciju na globalno tržište. Realan devizni kurs podstiče racionalnu alokaciju nacionalnih resursa i takvu društvenu podelu rada koja se zasniva na dinamačkim komparativnim prednostima. On selekcioniše izvozne industrije od industrija koje su namenjene domaćem tržištu. On predstavlja osnovu za racionalnu aktivnu i pasivnu zaštitnu politiku, odnosno, politiku podsticanja izvoza i politiku opravdane zaštite domaćih proizvođača. Za razliku od realnog kursa, potcenjena valuta direktno stimuliše izvoz i povećava cenovnu konkurentnost domaćih izvoznika na međunarodnim tržištima. Na ovaj način potcenjena valuta stimulativno deluje na realokaciju resursa u pravcu izvoznih industrija. Međutim, u isto vreme, potcenjena valuta vodi prelivanju nacionalnog dohotka u inostranstvo i navodi zemlju da egzistira ispod svojih mogućnosti. Nevidljive stavke platnog bilansa, kao što su turizama ili transferna plaćanja, takođe su izložene uticajima

deviznog kursa. Nije redak slučaj, na primer, da zemlje sa jakom turističkom privredom devalviraju domaću valutu pred početak turističke sezone, u nameri da podstaknu priliv inostranih turista. Nerealan devizni kurs ne vodi samo neekonomskoj alokaciji faktora proizvodnje i neekonomskoj raspodeli dohotka, već on ima za posledicu i takva međunarodna kretanja kapitala koja mogu dovesti u pitanje osnovne ciljeve ekonomske politike. Štaviše, on može izazvati špekulativna kretanja kapitala sa dalekosežnim posledicama po privredu zemlje. Savremena zbivanja u okviru međunarodnog monetarnog sistema puna su primera međunarodnog kretanja kapitala, posebno „vrućeg novca", koja su motivisana nerealnim deviznim kuresevima nacionalnih valuta. Stoga, prvi i osnovni kriterijum uspešnosti deviznog tržišta, sa aspekta optimalne alokacije faktora proizvodnje na izvozne i uvozno suptitutivne sektore, jeste održavanje ravnoteže realnog efektivnog kursa dinara. Apresijacija realnog efektivnog deviznog kursa dovodi do realane precenjenosti dinara, koja destimuliše izvoz, a pospešuje uvoz, dok njegova depresijacija predstavlja veštačku podšku izvoznoj aktivnosti, koja se na posletku okončava prelivanjem dela viška vrednosti u zemlje u koje se roba izvozi.

Slobodno fluktuiranje nije prihvatljiva politika deviznog kursa, pre svega zbog nedovoljno razvijenih finansijskih tržišta i institucija, kao i odsustva dovoljno „dubokog" deviznog tržišta. 34

U prilog ovoj konstataciji ide i činjenica

da je u Srbiju ušao značajan iznos špekulativnog kapitala, koji bi u slučaju neke nestabilnosti mogao biti iznet **preko noći i** podsetiti **nas na vremena iz devedesetih** 34

godina prošlog veka, u kojima je bilo više monetarnih udara.

Stoga je bolje preko neke varijante „čvrstog" deviznog kursa kreirati makroekonomsku stabilnost, koja bi potom pozitivno **uticala na ekonomski rast.** To znači **da** bi trebalo **voditi politiku neutralnog deviznog kursa, odnosno, da njegovo** osciliranje **od „tekuće ravnoteže",** 34

treba povezati

sa kretanjem stope inflacije u Srbiji i stope inflacije u EU. 34

Izvozno konkurentnim kompanijama

devizni kurs treba da bude dugoročno stabilan i predvidiv, dok neuspešnim firmama nijedna **politika deviznog kursa** 34

ne bi pomogla da ostvare **neku konkurentsku prednost i povećaju svoje izvozne performanse. Drugim rečima, prostor za povećanje izvoza iz Srbije treba tražiti u realnim, a ne u nominalnim faktorima. Prioritetni pravci povećanja konkurentnosti srpske privrede treba da se odnose na: kreiranje stimulativnog, tržišnog (a ne monopolističkog i zatvorenog) poslovnog ambijenta, nastavak ekonomskih reformi, snižavanje rizika zemlje, povećanje tehnološke opremljenosti i efikasnosti proizvodnje, unapređenje kvaliteta poslovne strategije preduzeća, poboljšanje funkcionisanja finansijskog sistema i dr.** 34

7.2.1.3. Slobodan trgovinski status uvoza inputa i slobodne zone U cilju osposobljavanja eksportera da ravnopravno konkurišu na međunarodnom tržištu, neophodno im je pružiti garanciju slobodnog pristupa uvoznim sirovinama i međufaznim inputima, neophodnim u procesu industrijske reprodukcije, koja stvara novostvorenu vrednost na bazi realizacije izvoznih aranžmana. “Slobodan pristup” podrazumeva da je takav uvoz oslobođen uvoznih i deviznih ograničenja, kao i plaćanja carine i indirektnih poreza. Kako je reč o politici koja isključivo ima za cilj redukciju antieksportne sklonosti, STO i konkurentske zemlje ne mogu imati prigovora na njeno sprovođenje. Štaviše, ova politika predstavlja i prvi korak ka potpunoj liberalizaciji trgovine, što je osnovni cilj sprovođenja principa STO. Slobodan trgovinski status moguće je obezbediti na dva načina: • ukoliko se politika trgovinske liberalizacije prihvati na nivou celokupne privrede, i • ako se primeni na izvoznike koji operišu unutar slobodne trgovinske zone. Zemlje koje imaju suženo domaće tržište, značajno učešće usluga i tranzitne trgovine u formiranju društvenog proizvoda i koje su se specijalizovale u proizvodnji industrijskih proizvoda finalne faze reprodukcije, obično se oslanjaju na politiku slobodne trgovine gotovo svim proizvodima, kao način za uspostavljanje neutralog statusa izvoznika. Liberalna trgovinska politika ne znači, a priori, da u ovim zemljama ne postoji minimalno zahtevana uvozna i izvozna procedura, već da su uočljivi napori da se ona eliminiše. Zone slobodne trgovine čine specijalne industrijske oblasti, fizički ili administrativno locirane van granica carinske prinadležnosti, namenjene za reprodukciju izvoznih proizvoda. Transakcije koje se obavljaju u okviru zone nisu predmet carinske regulative, pa su, samim tim, oslobođene kašnjenja i administrativnih troškova vezanih za izuzeće od plaćanja ili povraćaj već plaćenih carina preduzeća koja funkcionišu van zone. Druga pogodnost zona je u tome što se u njima nudi potpuno uređeno zemljište sa kompletnom neophodnom infrastrukurom, lak pristup pretovarnim kapacitetima i postrojenjima, a u izvesnim slučajevima i čitave fabrike. Troškovi uređenja zemljišta i infrastrukturne gradnje padaju na teret javnih rashoda, a preduzećima unutar zone nude se i dodatne pogodnosti, kao što su oslobađanje od plaćanja poreza iz ostvarene dobiti ili neograničen transfer profita. Sve ovo predstavlja izazov za investiranje inostranog kapitala i oživljavanje izvozne aktivnosti, jer je i osnovni cilj njihovog formiranja da se privuče strani kapital i da se demonstriraju izvozni potencijali nacije. Sa razvojem privrede i doslednim sprovođenjem strategije industrijskog razvoja na bazi izvozne orijentacije, komercijalne zone se postepeno proširuju na teritoriju cele države, što vodi padu relativnog značaja izvoza iz zona u odnosu na izvoz onog dela domaće privrede koji je lociran van zona. Praksa pokazuje da su slobodne zone imale značajnju ulogu u privrednom razvoju NIE Istočne i Jugoistočne Azije i da je, tom prilikom, udeo izvoza iz zona u ukupnom izvozu ovih zemalja varirao u rasponu 15-20%. U Srbiji slobodne zone nisu zaživele, jer je njihovo učešće u strukturi izvoza Srbije u 2014. godini iznosilo svega 5,7%, ili 845 miliona USD, a u strukturi uvoza 2,1%, ili 431 milion USD.76 Činjenica da slobodne zone nisu imale takvu ulogu u Srbiji kakvu su odigrale u procesu izvozno orijentisanog razvoja nekih drugih zemalja, proizilazi iz ubrzanog

procesa opšte liberalizacije spoljne tgovine, naročito nakon jednostrane primene SSP-a i sklapanja većeg broja multilateralnih i bilateralnih sporazuma o slobodnoj trgovini sa nekim od najznačajnijih spoljnotrgovinskih partnera. Slobodan trgovinski status predstavlja dugoročan cilj svake privrede. Međutim, do njega se dolazi sporo i postupno. Praksa uspešnih zemalja potvrđuje pravilo da se u proces liberalizacije kreće tek nakon uvođenja zaštitnih carinskih stopa (koje su po pravilu više od onih koje služe za popunjavanje budžeta), koje se, zatim, sukcesivno u dužem periodu snižavaju, do potpunog uklanjanja. Ukoliko se uspostavljanje slobodnog trgovinskog statusa vrši po ubrzanom postupku, kao u Srbiji, uvoz preti da uguši značajan deo domaće proizvodnje, uključujući mlade grane koje bi mogle biti međunarodno konkurentne ako bi im se strpljivo pružala šansa. Pošto ovakva politika nije praćena ni adekvatnim prilagođavanjem deviznog kursa, onda je neizbežno moralo doći do širenja trgovinskog deficita i narastanja spoljnog duga Srbije, što otvara 76 РЗС, Саопштење СТ15, бр. 28 од 30.01.2015. nove rasprave oko povratka na režim kontrole tokova razmene, ali ovog puta kroz šemu necarinskih trgovinskih barijera. Da bi se izbeglo vraćanje na režim regulisanja spoljnotrgovinskih tokova svim proizvodima, Srbiji se preporučuje selektivno uvođenje slobodnog trgovinskog statusa za uvoz sirovina i intermedijarnih inputa namenjenih proizvodnji izvoznih artikala, dok bi proizvodnja namenjena domaćem tržištu, bar u ovom prelaznom periodu dok ne postane punopravna članica STO i EU, ostala pod restriktivnim uvoznim režimom. Najznačajnije mere koje se primenjuju u kreiranju slobodnog trgovinskog statusa za izvozne grane odnose se na sistem automatskog izdavanja uvoznih dozvola i administrativnog praćenja uvoza vezanog za izvozne aranžmane. Dozvole za uvoz sirovina i međufaznih inputa, kao i kapitalne opreme, treba automatski odobravati proizvođačima dobara čija se novostvorena vrednost generiše na inostranom tržištu. Mnoge zemlje nisu uvodile takvu praksu u cilju podsticanja domaće produkcije inputa. Ovakva politika je obično rezultirala stanjem u kojem ni izvozni sektor, ni domaća industrija inputa, nisu ostvarili željenu efikasnost proizvodnje. Kao daleko celishodnije pokazalo se rešenje po kojem izvoznici imaju slobodu izbora između uvoznih i domaćih inputa. Empirijska analiza sugeriše da je novstvorena vrednost, ostvarena izvozom zasnovanom na efikasnom sistemu vertikalne tehnološke povezanosti, znatno veća nego ona ostvarena u okviru režima zaštite proizvodnje domaćih inputa (Y.W. Rhee, 1985, p. 70.). U režimu slobodne trgovine za eksportere, neto devizna zarada predstavlja razliku između bruto devizne zarade, bazirane na svetskim (f.o.b.) cenama proizvoda, i deviznih troškova proizvodnje obračunatih po svetskim (c.i.f.) cenama međufaznih inputa. U okviru protekcionističkog režima spoljne trgovne bruto zarada se ponderiše nominalnom stopom zaštite za dati proizvod. Odgovarajući troškovi međufaznih inputa jednaki su deviznim troškovima proizvodnje inputa ponderisanim stopom nominalne zaštite inputa. Prema tome, ukoliko postoji režim zaštite za domaću produkciju, izvoznik može ostvariti ekstra-profit prodajući proizvod na lokalnom tržištu, ili čak, preprodajući inpute drugim proizvođačima. Stoga, administrativni postupak vezivanja uvoza za izvoz ima nezamenjivu ulogu u sprečavanju zloupotreba koje mogu nastati u tranzitornoj fazi postepene liberalizacije trgovinskog režima. U osnovi, kao najefikasniji pokazao se sledeći model administrativne zaštite: ograničenje nabavke intermedijarnih inputa na količinu koja zadovoljava zahteve za proizvodnjom ugovorenog izvoza kao i izvoza za koji se poružbina očekuje; i naknadna kontrola da li je proizvedena roba zaista i izvezena. Naznačena pravila čine osnov administrativnog aražmana kojim se garantuje slobodan trgovinski status za izvoznike. Najvažniji segment celokupne procedure čini jednak tretman ugovorenog i očekivanog izvoza, kao i domaćeg i inostranog dobavljača za inpute namenjene ugradnji u izvozne proizvode. Ukupna količina inputa koja se može uvesti pod liberalnim režimom određuje se sledećom fomulom: Dozvoljna količina uvoznih inputa na bazi očekivanih porudžbina definisana je izrazom:77 Dozvoljena količina uvoznih inputa na bazi ugovorenog izvoza dobija se na sledeći način: 77 k je obično 1/4, q je obično 12. Drugi bitan momenat procedure jeste sistem izuzeća od plaćanja carina i indirektnih poreza na uvezene inpute ili povraćaja već plaćenih

dažbina. Treba napomenuti da se na osnovu pravila WTO i okvira Tokijske runde multilateralnih trgovinskih pregovora sistem izuzeća od plaćanja - ili povraćaja već plaćenih - carina i indireknih poreza na uvozne intermedijarne inpute namenjene proizvodnji eksportovane robe u bilo kom obliku prerade, ne smatra anatemisanim činom subvencionisanja izvoza (B. Balassa, 1982, p 72.). U osnovi, postoje dva sistema povraćaja. Individualni sistem povraćaja refundira carinu (i indirekne poreze) koju su preduzeća već platila, u iznosu određenom na osnovu svakog pojedinog slučaja i na taj način deluje slično sistemu izuzeća. Fiksni sistem povraćaja refundira procenjeni iznos carine (i indireknih poreza) koji ulazi u troškove proizvodnje izvoznih dobara prema postojećoj šemi koju država revidira svakih šest meseci. U oba slučaja, vrednost carinskog izuzeća ili povraćaja za svaku jedinicu robe zavisi od četiri elementa: • input - autput koeficijenata, • uvoznih cena inputa konvertovanih u nacionalnu valutu, • stopa uvoznih carina (ili indirektnih poreza) na inpute, izraženih u obliku procenta od uvozne vrednosti, i • specifikacije ili kvaliteta proizvoda koji najčešće određuju cenu. Formula po kojoj se određuje vrednost carine na uvoz inputa po jedinici izvezene robe ima sledeći oblik: C j = ∑ ci xij pi i gde su, Cj - obračunati iznos carine za povraćaj izvozniku proizvoda “j”; pi - uvozna cena inputa “i”, konvertovana u lokalnu valutu; xij - input-autput koeficijent; ci = stopa carine na uvoz inputa “i” (Y.W. Rhee, 1985, p. 229.). Već na prvi pogled se uočava da na visinu izuzeća ili povraćaja ne utiče vrednost izvezene robe. Pored toga, bitno je napomenuti da sistem izuzeća ili povraćaja važi, kako za direktne, tako i za indirektne izvoznike, i da postoji potpuna sloboda izbora između individualnog i fiksnog sistema refundiranja. Primena fiksnog sistema smanjuje budžetske izdatke, ali se preduzeća radije u praksi opredeljuju za individualni. Prema izvesnim procenama, u zemljama u kojim se sistem povraćaja efikasno primenjuje taj odnos se kreće na nivou 80%:20% u korst individualnog sistema (Y.W. Rhee, 1980, p. 27.). Međutim, fiksni sistem koji bi se zasnivao na input-autput koeficijentima međunarodno konkurentnih proizvođača mogao bi delovati kao dodatni stimulans za poboljšanje ekonomičnosti produkcije svih direktno ili indirekno izvozno-orijentisanih preduzeća. 7.2.1.4. Automatski pristup finansiranju izvoza i načini plaćanja U zemljama sa razvijenim novčanim i finansijskim tržištem, sva preduzeća regularno konkurišu za komercijalne kredite po jedinstvenoj realnoj kamatnoj stopi, koja se znatno ne razlikuje od one koju plaćaju njihovi konkurenti u drugim državama. Međutim, privrede zemalja čija tržišta kapitala nemaju dovoljnu širinu i dubinu, funkcionišu u uslovima relativno visokih kamatnih stopa u odnosu na one u razvijenim tržišnim privredama, što njihove izvoznike dovodi u neravnopravan položaj prema konkurenciji. Za razliku od razvijenih država, čiji izvoznici uživaju neutralan status bez posebnog sistema finansiranja izvoza, zemlje sa nedovoljno razvijenim tržištem novca i finansijskih usluga neutralni status za izvoznike ostvaruju implementacijom sistema garantovanja automatskog pristupa sredstvima finansiranja po jedinstvenoj interesnoj stopi za sve aktivnosti koje ostvaruju novostvorenu vrednost plasmanom na inostrana tržišta. Ovakav oblik državne garancije čini prelazno rešenje do konstituisanja tržišnih uslova privređivanja i predstavlja inicijalni korak ka uspostavljanju jedinstvene i konkurentne kamatne stope za sve ekonomske aktivnosti. Poslovi finansiranja izvozne aktivnosti obuhvataju dve vrste kredita - predotpremne i postotpremne. Prvi se koriste kao ispomoć izvozniku da obezbedi nabavku sirovina i repromaterijala, organizuje proces proizvodnje, unapredi njen kvalitet itd, odnosno, tiču se finansiranja svih izvoznih aktivnosti koje prethode momentu isporuke robe. Druga vrsta kredita omogućava izvoznicima da obavljaju eksportne aktivnosti vezane za period nakon isporuke robe, u cilju pružanja povoljnijih uslova plaćanja svojim kupcima u inostranstvu i sticanja neophodne konkurentnosti na međunarodnom tržištu. Predotpremo finansiranje se najčešće vezuje za obezbeđivanje izvoznih zajmova vezanih za obrtna i osnovna sredstva. U manje razvijenim zemljama po pravilu dominira uloga kratkoročnih kredita za obrtna sredstva. Dominacija kratkoročnih kredita proizilazi iz većeg značaja obrtnog kapitala od investicionog kapitala i većeg značaja finasiranja predotpremnih od postotpremnih izvoznih aktivnosti, što karakteriše period ekspanzije radno-intenzivnog izvoza. Reč je

o zajmovima neophodnim za realizaciju proizvodnje i prodaje izvoznih dobara, od momenta prijema potvrđene porudžbine inostranog kupca, do trenutka isporuke robe. Prema tome, zajam se može dobiti samo na osnovu čvrste porudžbine kupca za ograničen period (koji u svetu obično iznosi 60 dana) i po stopi koja nije viša od one po kojoj kredite dobijaju domaće uvozno-supstitutivne grane i konkurenti na međunarodnom tržištu. Izvozni krediti za osnovna sredstva daju se na relativno dug rok, i obično se vezuju za sklopljene ugovore o kontinuiranim isporukama, ili za odobrene izvozne programe. Krediti koje eksporteri dobijaju po isporuci robe koriste finasiranju potreba nastalih u uslovima realizacije izvoza s odloženim vremenom plaćanja za period od momenta isporuke do momenta naplate. Terminski posmatrano, može biti reči o sve tri vrste kredita: kratkoročnim, srednjoročnim i dugoročnim. Tenički gledano, kredit se ostvaruje prenosom menica ili kroz akontacije menica ponuđenih na naplatu u inostranstvu, uz jemstvo reeskontnim olakšicama Narodne banke. Diskontovanje menica zavisi, u većini slučajeva, od polisa osiguranja izvoznih kredita kojim se vrši obezbeđenje izvoznog kredita (osim u slučaju neopozivog akreditiva plativog uz podnošenje dokumenta) od finansijskih institucija, nezavisno od toga da li se kredit garantuje dobavljaču ili kupcu u inostranstvu. Sve oblike izvoznog kreditiranja mora da institucionalno podržava mreža finansijskih i bankarskih institucija, uz poseban značaj veza između Narodne banke, banke za međunarodnu ekonomsku saradnju (bivši JUBMES) i komercijalnih banaka. Ova sprega zahteva reafirmaciju uloge i značaja JUBMES-a, koja je gotovo svedena na nivo komercijalne banke. Imajući u vidu da mrežom srpskih banaka dominiraju banke sa značajnim učećem stranog kapitala, koje se u poslovima kreditiranja privrede vode isključivo profitnim kriterijumom, treba razmotriti i osnivanje srpske razvojne banke, koja bi privredi odobravala dugoročne razvojne kredite po konkurentnim kamatnim stopama, kakve vladaju na svetskom tržištu. Dominacija bankarskih zajmova u odnosu na finansiranje akcijskim kapitalom u većini industrijski nedovoljno razvijenih zemalja proizilazi iz nerazvijenosti tržišta kapitala. Osnovni razlog relativno važne uloge kratkoročnih bankarskih pozajmnica je u nerazvijenosti tržišta novca. U industrijski naprednim zemljama gde je razvijeno tržište novca, uloga akceptnog u ukupnom finansiranju uvoza i izvoza je znatno izraženija. Kategorija "tržište novca" u SAD se odnosi na tržište kratkoročnih kreditnih instrumenata, kao što su: blagajnički zapisi, komercijalni papiri, bankarski akcepti, prenosivi (negocirani) sertifikati o depozitu, poslovi otkupa ugovora sa dilerima hartija od vrednosti i federalni fondovi. Bankarski akcept nastaje kada se banka složi da plati, na određeni datum, menicu overenu na taj datum. Podnošenje menice kao finansijske obaveze Centralne banke postaje razmenjiv instrument koji, kada se ponudi na prodaju sa odgovarajućim popustom u odnosu na naznačenu vrednost, čini atraktivnu kratkoročnu investiciju za jednu korporaciju. Sve dok postoji aktivno tržište bankarskih akcepta, banka je generalno voljna da diskontuje sopsveni akcept po preovlađujućoj tržišnoj stopi. Korisnici sredstava imaju neopozivu obavezu banke izdavača da akceptira menicu vučenu i negociranu u skladu sa uslovima akreditiva. Eksporter obično nalazi finasijsku instituciju koja je voljna da diskontuje menicu pre roka dospeća i na taj način odmah dolazi do gotovog novca. Akceptno finsiranje na taj način, predstavlja osnovni model postotpremnog finansiranja izvoza. Izvoznik koji upotrebljava uvozne inpute, takođe, može koristiti akceptno finansiranje da plati uvezenu robu još za vreme procesa njene prerade. Ukoliko je izvoznik koji uvozi inpute u situaciji da obezbedi menicu na odloženo plaćanje uvoza, to već samo po sebi predstavlja kreditiranje proizvodnje od strane inostranog dobaljača. Ali, ukoliko je obavezan da robu plati menicom po vidljenju (ili mu menica s odloženim plaćenjem ne daje dovoljno vremena), on može izdati menicu s odloženim plaćanjem na svoju banku, koja će akceptirati menicu po nižoj vrednosti, a sama isplatiti menicu po viđenju inostranom dobavljaču. U nedostatku razrađenog tržišta bakarskih akcepta, ovaj oblik finasiranja ne može imati odgovarajuću ulogu u spoljnotrgovinskom prometu. Alternativu akceptnom finasiranju predstavljaju zajmovi za obrtni kapital ili kratkoročni avansi. Međutim, usled nekonkurentnosti finansijskog tržita ZUT, finasiranje preko zajmova

obrtnog kapitala ne može biti efikasno sprovođeno bez administrativne podrške. Najveći deo izvoza iz industrijski nedovoljno razvijenih zemalja vrši se preko akreditiva. Pošto neopozivi akreditiv predstavlja, u stvari, prihvat izvoza uz bankarsku garanciju plaćanja, komercijalne banke su spremene da finansiraju izvoznika ukoliko postoji mehanizam automatskog reeskontovanja i ako je rizik da izvoznik neće ispuniti uslove naznačene akreditivom minimalan. Drugim rečima, akreditiv može ostati zalog za zajam kojim bi se finansirali intermedijarni inputi, proizvodnja i transport izvoza. Prema tome, uobičajenu osnovu za funkcionisanje sistema kratkoročnih izvoznih zajmova čine neopozivi akreditiv koji glasi na izvoznika i automatsko reeskontovanje izvoznog zajma od strane Narodne banke, uz uslov da je rizik od eksporterovih propusta sveden na najmanju meru. Komercijalne banke kao zalog mogu uzeti izvozne menice ili druga dokumenta plaćanja. 7.2.1.5. Principi i načela na kojima se zasniva koncept Funkcionisanje ovako složenog sistema zasniva se na četiri osnovna principa: principu automatizma, principu jednakog tretmana svih delatnosti koje generišu novostvorenu vrednost ostvarenu izvozom na inostrana tržišta, principu prevencije od zloupotreba i principu pogodnosti za administrativno sprovođenje. Princip automatizma podrazumeva da se “Neutralni status izvoznika” mora garantovati automatski i promptno, jer je brzina reagovanja osnovni princip funkcionisanja međunarodne trgovine. Princip jednakog tretmana podrazumeva istovetno tretiranje: izvoza realizovanog na bazi različitih metoda plaćanja (akreditiv, menica sa odloženim rokom dospeća itd.); direktnog i indirektnog izvoza; uvoznih i domaćih inputa; svih aktivnosti (proizvodnja, prerada i prodaja); ostvarenog deviznog priliva; svih privrednih subjekata nezavisno od svojinskog odnosa, oblika organizacije itd. Princip prevencije dozvoljava striktnu primenu svih pravila usmerenih na sprečavanje zloupotreba sistema izvoznih podsticaja. Princip administrativne pogodnosti pretpostavlja da su troškovi i izvodljivost važan faktor u određivanju optimalne kombinacije administrativnih aranžmana. Da bi sistem podsticaja izvoza bio prihvaćen, potrebno je da ne iziskuje velike budžetske izdatke i da bude efikasan u delovanju. 7.2.2. Politika podsticanja priliva SDI 7.2.2.1. Atraktivnost Srbije za privalčenje stranog kapitala

Priliv SDI u Srbiju do 2008. pretežno je **bio motivisan kupovinom lokalnih monopola (ili oligopola) u oblastima finansija,** trgovine na malo, **energenata,** 88

proizvodnje cementa, cigareta, što je negativno uticalo na platnobilansni saldo zemlje. Poslednjih godina vidljivi su pomaci, koji ukazuju na fokusiranje na privlačenje investicija u prerađivačku industriju (FIAT, Yura, Panasonic, Ball Packaging itd.), tako da je za prvih devet meseci 2013. bruto priliv SDI u industriju činio 35,3% ukupnog bruto priliva SDI, u 2012. godini taj udeo je bio čak 57,8%, dok je 2011. iznosio 23,3%, što je u proseku znatno više nego tokom prvih deset godina tranzicije, kada je najveći deo priliva bio plasiran u sektor usluga. Priliv SDI ostvaruje pozitivan uticaj na privredni rast samo ako postoji apsorpcioni kapacitet za primenu naprednih tehnologija.

Sektorska struktura priliva, kao i motivacija ulaganja (kupovina renti, snabdevanje lokalnog tržišta, proizvodnja za treća tržišta korišćenjem jeftinije radne snage...) utiču na efekat priliva na trgovinski i ukupni platnobilansni saldo svake zemlje. 102

Sankcijama i ratom opustošenoj Srbiji, priliv SDI faktički je bio

jedina šansa za oporavak privrede i društva u celini. 270

Zbog nedovoljne razvijenosti tržišta i tržišnih institucija, dotok SDI u inicijalnoj fazi tranzicije bio je moguć jedino kroz proces privatizacije. Po okončanju privatizacije, potrebno je pojačati aktivnost na privlačenju, pre svega, “greenfield” ulaganja u prerađivačku industriju radi započinjanja procesa reindustrijalizacije i novog zapošljavanja. Najveće prepreke plasmanu SDI u proizvodni sektor su: makroekonomska nestabilnost

(javni i spoljni dug, deficit tekućeg računa platnog bilansa), **politički rizici, uslovi poslovanja** i institucionalni **faktori (neefikasna pravna regulativa i birokratske prepreke, loša infrastruktura).** S **druge strane, kao** izrazite pogodnosti **Srbije u odnosu na** ostale **zemlje** 51

CIE navode se: niski troškovi radne snage, dobar geografski položaj i relativno niski porezi. Osim toga, Srbija je nudila i izdašne

direktne podsticaje stranim investitorima **u vidu subvencija (4.000-10.000 evra po novom radnom mestu, gde po novom radnom mestu, po** stranom **preduzeću, prosečna vrednost do sada odobrenih podsticaja iznosi** 51

oko 4.700 evra). Iako svojom politikom podsticanja priliva SDI Srbija ne predstavlja izuzetak u odnosu na konkurente iz Regiona,

primetno je da, za razliku od Srbije, u ostalim privredama **preovlađuju indirektni podsticaji** 51

(poreske olakšice, davanje besplatnog zemljišta i infrastrukturno opremanje građevinskog zemljišta …),

koji se pri tom odnose uglavnom na krupne investitore. U Srbiji je 51

zaključno sa 2013. godinom ukupno odobreno 290

miliona evra podsticajnih sredstava, gde je oko 75% **sredstava dodeljeno stranim** investitorima, **čime se** Srbija **prema veličini subvencija već izvesno vreme nalazi u samom vrhu zemalja CIE.** 51

Dobro je da postoje brojne poreske olakšice, posebno pri zapošljavanju novih radnika (od 2.000 do 10.000 evra), dok se puno uradilo i na besplatnoj ponudi infrastrukture neophodne za funkcionisanje preduzeća (kroz tehološke parkove itd.). Pad broja zaposlenih u prethodnih 10-20 godina bio je najizraženiji u industrijskom sektoru, te se davanje prioriteta proizvodnji i izvozu nametnulo kao neminovnost. Zaoštravanje fiskalne politike kroz

zamrzavanje plata i penzija, kao i **realna depresijacija dinara prema evru,** 31

pozitivno su delovali na konkurentnost domaće privrede (kroz pad bruto zarada izraženih evrima), što je i uslovilo obuzdavanje uvoza i podstaklo izvoz. Imajući u vidu da u periodu sprovođenja fiskalne reforme neće biti previše prostora za slabljenje dinara, pretežni izvoznici će ostati uskraćeni za podršku po osnovu depresijacije kursa, ali bi sve izvesnije stabilizovanje dinara, s druge strane, moglo predstavljati važan stimulans za privlačenje novih investitora. 7.2.2.2 Podsticanje razvoja strateških oblasti privrede Srbije Metod identifikacije iskazanih komparativnih prednosti predstavlja krajnje pojednostavljen model, što analitičare nagoni da pri tumačenju rezultata obrate pažnju na dve njegove karakteristike. Prvo, kao što i sam naziv ukazuje, reč je o modelu ex post analize već iskazanih komparativnih prednosti, koji ne pruža mogućnost da se na konkurentnost izvoza utiče pre njegove realizacije na međunarodnom tržištu. I drugo, ovaj indikator pruža sliku globalnih komparativnih prednosti, ne otkrivajući koliki doprinos u tome pripada primarnim, a koliki izvedenim komparativnim prednostima. Samo primarne komparativne prednosti, koje se zasnivaju na raspoloživosti faktora proizvodnje i efikasnosti njihovog korišćenja, pružaju pravu sliku za procenu konkurentnosti privrede i za donošenje strateških odluka o pravcima i modalitetima izvozno-orijentisanog privrednog rasta. Izvedene komparativne prednosti zavise od niza eksternih faktora, poput: podsticaja, subvencija, politike deviznog kursa i drugih nametnutih činilaca, sve do samog ekonomskog i političkog uređenja zemlje, koji stvaraju jedinstven ambijent u kojem kompartivne prednosti treba da dođu do izražaja. I pored permanentnih pozivanja na liberalizaciju svetske razmene, u međunarodnim trgovinskim odnosima dominira protekcionizam. Kao kontra-teža želji većine zemlja da zaštite svoju privredu od inostrane konkurencije, razvio se širok dijapazon raznovrsnih (opravdanih i neopravdanih) mera stimulisanja proizvodnje i izvoza. Stoga se značajan deo varijabiliteta izvoza pojednih zemalja može pripisati uticaju “izvedenih komparativnih prednosti”, zasnovanih na odnosu administracije prema pitanjima trgovinskog režima, politike podsticanja izvoza i politike deviznog kursa. Kreatori strategije izvozno-orijentisanog rasta i razvoja Srbije ne bi smeli postati “taoci” procena zasnovanih na iskazanim komparativnim prednostima, jer su one dobrim delom došle do izražaja zahvaljujući specifičnim ekonomskim, istorijskim i političkim uslovima, koji su vladali na ovim prostorima u proteklih nekoliko decenija. Strateški razvojni cilj Srbije je u promeni tih uslova i njihovom prilagođavanju uslovima poslovanja koje imaju njihovi konkurenti iz industrijski razvijenih tržišnih zemalja. Na rast nacionalnog izvoza, pored napora za sniženjem troškova i poboljšanjem kvaliteta ponude, presudan značaj ima izbor odgovarajuće palete proizvoda za kojima postoji ekspanzivna svetska tražnja, kao i opredeljenje za ona tržišta čije se privrede nalaze na uzlaznoj razvojnoj putanji. Zemlje koje su se opredelile za izvoz relativno propulzivnih industrijskih proizvoda i koje su regionalno usmerene na tržišta industrijski razvijenih zemalja i dinamičnih novoindustrijalizovanih ekonomija, ostvarile su veći rast izvoza od zemalja koje su propustile da se prilagode strukturnim promenama svetske tražnje. Zato, razvojni prioriteti Srbije treba da budu zasnovani na korišćenju tehnoloških i tržišnih “niša”, kako bi se domaća privreda uklopila u globalne procese razvoja strateških industrijskih oblasti. I pored zalaganja za liberalnu

ekonomiju, najrazvijenije države sveta nisu prepustile razvoj strateških grana pod isključivo delovanje tržišnih zakonitosti. U zemljama OECD postoji ograničen broj industrijskih grana koje uživaju značajnu podršku svojih vlada, jer su od strateškog interesa za ekonomski razvoj. Reč je, uglavnom, o industriji poluprovodnika, kompjutera, telekomunikacijama, potrošnoj elektronici, avio i svemirskoj industriji, automobilskoj industriji, genetici, farmaciji i biotehnologiji. Gotovo sve navedene industrijske grane (osim biotehnologije) karakterišu: oligopolsko tržište, masovna proizvodnja i dominacija moćnih kartela. Međutim, u ekonomskoj teoriji još uvek ne postoji jasna definicija na osnovu koje bi se mogle detektovati strateške industrijske grane. Izvesni autori strateške industrije posmatraju u najširem značenju, definišući ih kao aktivnosti koje generišu one proizvode i tehnologije čija se primenjivost i značaj za ekonomski interes zemlje protežu na relativno dug period. Drugi smatraju da strateške industrije podstiču efekte statičke i dinamičke78 ekonomije obima, kao i da doprinose ostvarivanju posebnih koristi za zemlju, ili region, kroz mobilisanje vitalnih investicija koje nisu dostupne ostalim preduzećima u srodnim granama. Ipak, najveći broj ekonomista ističe značaj i ulogu naprednih proizvodnih tehnologija, koje prožimaju celokupnu privredu zemlje (poput mikroprocesora, robota i mikroinženjeringa), odnosno, njihovu osposobljenost da se infiltriraju u nacionalnu ekonomiju kao ključni inputi, oličeni u progresivnim znanjima i savremenim materijalnim sredstvima za proizvodnju. Otežavajući faktor pri formulisanju jedinstvene definicije strateških industrija predstavljaju dinamične promene u strukturi industrijske proizvodnje i konfliktni odnos između različitih nacionalnih ekonomskih interesa. Primera radi, danas gotovo da i nema ekonomiste koji bi proizvodnju gvožđa i čelika okarakterisao kao stratešku granu industrije, uprkos izraženim efektima od ekonomije obima i nemerljivom doprinosu izgradnji privredne infrastrukture. S druge strane, u velikom broju zemalja se brodogradnja, koja koristi čelik kao repromaterijal u ogromnim količinama, smatra granom industrije od strateškog nacionalnog interesa. Prema tome, postaje jasno da teorijsko definisanje strateških industrija nije od velikog praktičnog značaja. U praksi je mnogo važnije pitanje, koje aktivnosti vlade pojedinih zemalja u datom trenutku sagledavaju kao ključne za ostvarivanje njihovih strateških ciljeva, i da li su spremne da politički i materijalno podstiču njihov rast. Jasno je da Srbija nije sposobna da sama podstiče razvoj strateških, tehnološki naprednih grana industrije. Međutim, ona mora uticati na menjanje strukture ekonomskih odnosa s inostranstvom u pravcu rasta učešća spoljnotrgovinske razmene zasnovane na višim oblicima saradnje s inostranstvom 78 Dinamička ekonomija obima obuhvata efekte tehnološkog progresa i stručnog usavršavanja uz posao. (SDI, dugoročna proizvodna i poslovno-tehnička kooperacija, licenca itd.), na teret smanjenja relativnog udela razmene po osnovu nižih oblika spoljnotrgovinske saradnje (kupoprodaja, kompenzacija, lon poslovi itd). Drugim rečima, domaća preduzeća ne moraju po svaku cenu da proizvode i izvoze finalne proizvode, jer je za malu zamlju obično mnogo svrsishodnije da se specijalizuje za obavljanje sporednih uloga u okviru velikih međunarodnih projekata, ili razvojnih programa multinacionalnih i transnacionalnih korporacija. Stoga, podsticanje uključivanja srpske privrede u velike međunarodne projekte i razvojne programe moćnih korporacija, na bazi kooperantskih odnosa, predstavlja jedan od načina da domaća privreda započne s procesom reindustrijalizacije u pravcu razvoja tehnološki i I-R intenzivnih proizvodnih aktivnosti. 7.2.3. Konkurentska politika 7.2.3.1. Uloga i značaj konkurentske politike na različitim nivoima privrednog razvoja Konkurentska politika proizvodi različite reperkusije na pojedine zemlje u zavisnosti od razvojnog stadijuma u kojem se one nalaze. Evolucija ekonomske teorije - a naročito razvoj teorije posredništva (agency theory), teorije transakcionih troškova (transaction cost theory) i teorije informacija (information theory) - značajno je uticala na spoznaju kako konkurencija i konkurentska politika deluju na pojedine privrede i na različite industrijske oblasti u okviru njih. Vodeći teoretičar u oblasti industrijske organizacije, Lafont, ističe da razvoj konkurentskih odnosa nedvosmisleno predstavlja prvo najbolje rešenje za onaj deo sveta koji se smatra razvijenim. Specifični uslovi funkcionisanja razvijenih privreda

obuhvataju: veliki broj učesnika na svim tržištima (što podrazumeva nepostojanje javnih dobara, eksternalizacije gubitaka i dobitaka, asimetričnog protoka informacija i prirodnih monopola); kompletiranost tržišta; potpuno racionalan sistem ekonomskog posredništva; sudski sistem koji podstiče sklapanje i sprovođenje ugovora i vladu koja transferiše ukupna sredstva u skladu sa postizanjem željene redistribucije dohotka. Pošto su zemlje u razvoju tako daleko od ovog idealnog sveta, kod njih ne treba uvek i po svaku cenu podsticati razvoj konkurentskih odnosa (J.J. Laffont, 1998, p. 237). Ukoliko jedna država ne može da zadovolji sve navedene uslove neophodne za primenu fundamentalnih postavki ekonomije blagostanja, onda se ograničena konkurencija može smatrati superiornijom strategijom od slobodne konkurencije. Čak i da konkurentska politika kakvu sporvode najrazvijenije privrede, poput SAD ili Velike Britanije, odgovara siromašnim zemljama, one nemaju institucionalne kapacitete za njeno sprovođenje. Implementacija jedne sveobuhvatne konkurentske politike podrazumeva jak i stabilan državni aparat koji obično nedostaje zemljama koje započinju proces industrijalizacije. Stoga se konkurentska politika u ovakvim zemljama mora zasnivati na nakoliko jednostavnijih pravila o konkurentnosti, koje su one sposobne da sprovedu u delo. Poluindustrijalizovane zemlje, od kojih se mnoge nalaze u naprednoj fazi razvoja industrije, kao što su Republika Koreja, Indija, Brazil ili Meksiko (a među koje se, uz izvesna ograničenja, može svrstati i Srbija), imaju dovoljno razvijen državni aparat sa zadovoljavajućom kadrovskom strukturom u administraciji. Međutim, ekonomska teorija sugeriše da je čak i za te privrede konkurentska politika, kakvu upražnjavaju najrazvijenije industrijske zemlje, neodgovarajuća. Najvažniji razlog za ovu tvrdnju je u tome što je u fokusu konkurentske politike razvijenih zemalja podsticanje efikasnosti alokacije faktora proizvodnje i snižavanje cena potrošnih dobara, dok je u fokusu konkurentske politike manje razvijenih zemalja jačanje institucija tržišnog sistema, što uz određene administrativne korekcije treba da doprinese procesu restrukturiranja domaće privrede i unapređenju njene konkurentnosti. Osnovni preduslov za povećanje izvoza domaće privrede je iznalaženje optimalnog odnosa između jačanja tržišnih mehanizama podsticanja konkurencije i administrativne uloge u kreiranju tržišnih institucija, na način koji ne bi ugrozio razvoj novih industrija. 7.2.3.2. Industrijska politika kao kompromis između politike prilagođavanja i konkurentske politike Konkurentska politika, koja se još naziva i industrijska politika (u užem smislu), ima dvojako značenje: u pravnom smislu ovaj termin se koristi da bi opisao institucije i pravila za formulisanje mera ekonomske politike iz domena antimonopolskog zakonodavstva; dok se sa ekonomske tačke gledišta, konkurentska politika definiše u znatno širem smislu, kao sveukupna aktivnost vlade usmerena na utemeljenje korektnih (fair play) odnosa među učesnicima na tržištu (kako proizvoda, tako i faktora). U najkonkretnijem smislu, konkurentska (ili industrijska) politika predstavlja osnov za eliminisanje svih vrsta prepreka u procesu pristupanja tržištu i procesu napuštanja istog. Prepreke za ulazak na određeno tržište mogu predstavljati rezultat aktivnosti privatnih preduzeća, ili mogu biti deo vladine politike.79 Konflikt između ponašanja privatnog sektora i ponašanja koje vlada kreira svojom politikom, predstavlja okvir za iznalaženje kompromisa na relaciji: politika industrijskog prilagođavanja – konkurentska politika. Skup mera na osnovu kojih se ostvaruje ovaj kompromis, mogao bi se tretirati kao industrijska politika u širem smislu reči. Drugim rečima, širi pojam industrijske politike predstavlja skup mera koje preduzima vlast određene zemlje, da bi svoju industriju učinila što konkurentnijom u smislu osposobljenosti da se upusti u ravnopravnu utakmicu sa konkurentima na domaćem i međunarodnom tržištu. Među mnogim karakteristikama procesa industrijskog prilagođavanja u svetu, a naročito u zemljama EU, dve se izdvajaju kao najinteresantnije sa aspekta konkurentske politike: • sve izraženija tendencija ka eksternom širenju kompanija kroz brojne forme udruživanja i preuzimanja drugih preduzeća80 (za mnoge, eksterno širenje i danas predstavlja najbrži način da se dostigne kritična veličina preduzeća na međunarodnom tržištu) i • zaključivanje sve većeg broja raznovrsnih ugovora o kooperaciji i udruživanju među samim konkurentima na tržištu. Na trend ukrupnjavanja

preduzeća utiču brojni razlozi, od kojih će biti pomenuti samo oni najvažniji. Kao prvo, nivo fiksnih troškova i njihov udeo u ukupnim troškovima preduzeća je značajno uvećan tokom nekoliko poslednjih decenija. Ekspanzija fiksnih troškova, zauzvrat, utiče na rast optimalne veličine preduzeća, kroz podsticanje razvoja ekonomije obima. Rast fiksnih troškova preduzeća u zemljama EU izazvan je promenama ukusa potrošača i razvojem tehnologije. Naime, životni ciklus proizvoda je sve kraći, i to se odražava na rast razvojnih troškova po svakoj jedinici prodaje. S druge strane, tehnološki progres napreduje krupnim koracima, što dovodi do brzog zastarevanja realnih investicija. Savremeni proizvodi postaju sve složeniji i oslanjaju se na veći broj diferenciranih tehnoloških rešenja, tako da jedno preduzeće teško može pratiti najnovija dostignuća iz različitih oblasti tehnologije. Da bi bila u trendu, preduzeća su prinuđena na udruživanje radi zajedničkog nastupa na tržištu, ili na ukrupnjavanje kroz proces međusobnog fizičkog spajanja. Drugo, vlade zemalja EU su često političkim merama stimulativno delovale na preduzeća da sklapaju saveze ili stupaju u kooperantske odnose. Liberalizacija tokova kapitala, deregulacija finansijskog poslovanja i formiranje jedinstvenog tržišta, uporedo sa protekcionističkom trgovinskom politikom, podsticajno su delovali na proces „transplantacije fabrika“81 i širenje kooperantskih odnosa sa lokalnim proizvođačima. Na posletku, određeni događaji, poput slomova na berzama, obično su i sami dovodili do masovnih spajanja preduzeća. Naime, u takvim situacijama, kompanije sa viškom gotovog novca bivaju stimulisane da, koristeći svoju superiornu pregovaračku moć, kupe po izuzetno niskoj ceni što veći broj firmi koje su zapale u teškoće. Usled simultanog delovanja navedenih faktora, procesi udruživanja, kooperacije i spajanja među preduzećima, postali su nezaobilazni elementi uspešnog sprovođenja strukturnog prilagođavanja industrija zemalja članica EU. Ovakvi procesi zahvatili su i privredu Srbije, pre svega kroz sprovođenje 79 Ograničavajuća poslovna praksa predstavlja klasičan primer prepreka koje formira privatni sektor. 80 U zemljama EU je samo u periodu između 1985. i 1988. godine broj ugovora o zajedničkim ulaganjima i preuzimanju inostranih firmi povećan za 85%. 81 Otvaranje fabrika inostranih preduzeća radi zaobilaženja trgovinskih prepreka. 293 modela tržišne privatizacije društvenog sektora. S druge strane, proces privatizacije kompanija u državnom sektoru je tek u početnoj fazi. Privatizacija podrazumeva potpuno isključivanje države iz procesa korporativnog upravljanja, tako da će odnosi na tržištu sve više zavisiti od interesa pojedinih preduzetnika da maksimiziraju profit. Međutim, ovi procesi će istovremeno nositi sa sobom potencijalne opasnosti od slabljenja konkurencije na domaćem tržištu, jačanja tržišne moći pojedinih subjekata i zloupotrebe iste na štetu potrošača. Zato treba tražiti odgovor na pitanje, u kojoj meri su konkurentska politika i politika podsticanja procesa industrijskog prilagođavanja u Srbiji međusobno suprotstavljene. Odgovor na ovo pitanje najvećim delom leži u odnosu tržišnih struktura i ekonomske efikasnosti. 7.2.3.3. Odnos tržišnih struktura i ekonomske efikasnosti U teorijskom smislu postoje dva pristupa formulisanju odnosa između različitih vrsta tržišnih struktura i privredne efikasnosti. Prvi, koji je u literaturi poznat kao „strukturalistički pristup“, naglašava uticaj tržišnih struktura na ponašanje preduzeća i, sledstveno tome, na rezultate tržišnog privređivanja. Prema ovom pristupu, veliki broj učesnika na otvorenom tržištu82, predstavlja branu sklapanju tajnih sporazuma između različitih posrednika, utiče na redukciju marginalnih troškova, maksimizira blagostanje potrošača i obezbeđuje efikasnu alokaciju faktora proizvodnje. Obrnuto, tržišta ograničenog pristupa83 omogućavaju dominaciju malog broja učesnika, što dovodi do ugrožavanja položaja potrošača. Prema ovom tumačenju, kauzalni odnos između tržišnih struktura i ekonomske efikasnosti proizilazi iz pretpostavke da tržišne strukture determinišu ponašanje učesnika na tržištu, a ono, pak, direktno utiče na rezultate tržišnog privređivanja. Pošto je osnovna hipoteza strukturalista da „laissez faire“ uslovi privređivanja ne garantuju savršeno konkurentnu tržišnu strukturu, oni ističu ulogu kreatora anti-monopolske politike, preko koje vlada ostvaruje aktivnu ulogu u procesu zaštite konkurentnosti tržišta, odnosno, sprečavanja razvoja odnosa dominacije. Teorija konkurentnih tržišta daje odgovor na pitanje, kako potencijalni učesnici mogu ograničiti

upravljanje koncentrisanim tržištem. Čak i u nekonkurentnim tržišnim uslovima preduzeća se ustežu od zloupotrebe moći, sve dok postoje potencijalni konkurenti koji su spremni da uđu na tržište uvek kada rastu mogućnosti za sticanje profita. Ovakvi ulasci na tržište imaju smisla samo ako potencijalni konkurenti ne osećaju nikakav rizik. Stoga bi uvođenje bespovratnih troškova ulaska na tržište predstavljalo bitan faktor, koji bi uticao na procenu rizika. Ako visina ovih troškova ne bi bila zanemarljiva, disciplinska funkcija potencijalnog ulaska na tržište značajno bi oslabila. Drugi teorijski pristup („procesno-orijentisani pristup“), pridaje manji značaj tržišnim strukturama, a više naglašava ulogu konkurencije kao procesa izdvajanja najefikasnijih učesnika na tržištu.84 Ovaj koncept predstavlja suprotnost strukturalnom konceptu („struktura tržišta određuje nivo efikasnosti“), jer podržava ideju da samo najefikasnija preduzeća opstaju i ona određuju strukturu tržišta. Koncentracija tržišta se ne tretira, a priori, kao simptom nekonkurentnih tržišnih odnosa, već kao prirodna konsekvenca procesa konkurencije, koja obezbeđuje da opstanu samo najefikasnija preduzeća. Pristalice ovog koncepta, ipak, priznaju da zloupotreba tržišne moći podstiče neefiksnost sa aspekta alokacije faktora proizvodnje i zadovoljenja potreba potrošača. Zato se preporučuje kreatorima ekonomske politike da budu tolerantni prema velikim preduzećima nastalim u procesu koncentracije kapitala, jer ona predstavljaju rezultat superiorne efikasnosti dominantnih učesnika na tržištu. Državni intervencionizam ima smisla samo u situacijama kada dominantna preduzeća zloupotrebe tržišnu moć na štetu potrošača. 82 Prema teoriji tržišnih struktura, otvoreno tržište predstavlja savršeno konkurentno tržište. U takvom okruženju nijedan učesnik ne raspolaže dovoljnim udelom na tržitu da bi bio u mogućnosti da samostalno utiče na tržišne uslove privređivanja. 83 Razne monopolske i oligopolske strukture. 84 Rodonačelnik ovog koncepta je Šumpeter, koji je posmatrao potencijalnu monopolsku rentu od inovacija u preduzetništvu kao lokomotivu rasta i razvoja u kapitalističkom okruženju. Ovaj pristup kasnije su prihvatili predstavnici „Čikaške škole“ ekonomske misli. 294 Sumirajući osnovne zaključke dva koncepta, treba naglasiti da strukturalistički pristup opravdava aktivnu ulogu države u cilju podržavanja konkurentne tržišne strukture, dok procesno- orijentisani pristup ulogu države ograničava samo na situacije kada se zloupotrebljava tržišna moć. Oba koncepta prihvataju doprinos vlade u uklanjanju veštačkih prepreka ulasku na tržište i osuđuju uvođenje horizontalnih ograničenja tržišnoj konkurenciji. U praksi sprovođenja konkurentske politike zemalja EU javljali su se elementi oba navedena teorijska pristupa, mada nikada u potpuno čistoj formi. Sve donedavno, antimonopolska politika zemalja EU više je naginjala strukturalističkom konceptu konkurentnosti, međutim, u poslednje vreme uporedo sa razvojem privrede i tehnologije, sve veći značaj dobijaju i elementi procesno-orijentisanog pristupa. Pri koncipiranju optimalne konkurentske politike u Srbiji, mora se poći od postojeće strukture domaće industrije, u kojoj dominiraju tradicionalne grane, i željene strukture, u kojoj bi trebalo da dominiraju one grane koje zahtevaju visoka ulaganja u tehnologiju, ljudski kapital i istraživanje i razvoj (I-R). Za širenje konkurentskih odnosa u okviru tradicionalnog sektora privrede više odgovara primena strukturalističkog pristupa regulisanja tržišta. Primena ovog pristupa bi onemogućila koncentraciju tržišne moći i praksu ograničavanja ponude radi sticanja monopolskih profita, koja iz nje proističe. S druge strane, regulisanje odnosa na tržištu strateških proizvoda, favorizuje primenu „procesno- orijentisanog pristupa“, pošto se jedino kroz proces ukrupnjavanja kapitala mogu obezbediti sredstva za ulaganja u najsavremeniju tehnologiju, I-R delatnost i razvoj humanog kapitala. U ekonomskoj praksi ne postoji jedinstvena konkurentska politika, već ona čini konglomerat pojedinačnih politika koje se odnose na organizaciju tržišnih struktura, podsticanje I-R aktivnosti, formiranje cena, izvoznu motivaciju itd. Stoga će u daljem tekstu pažnja biti fokusirana na svaku od pomenutih politika, s ciljem optimizacije njihovog ukupnog efekta na konkurentnost domaće industrije. 7.2.3.4. Istraživanje i razvoj Tokom poslednje dve decenije zemlje EU su značajno redukovale antimonopolske barijere, u korist razvoja zajdničkih I-R aktivnosti. Osnovni cilj uvođenja olakšica za zaključivanje ugovora o zajedničkoj I-R aktivnosti jeste da se podstakne

međunarodna konkurentnost određenih industrijskih grana. Osnovni razlog za sklapanje ugovora o zajedničkim I-R aktivnostima, preduzeća nalaze u visokim fiksnim troškovima I-R aktivnosti, koje nisu sposobna da samostalno pokrivaju. Reč je, zapravo, o delovanju ekonomije obima na I-R aktivnost, kod koje se konkurencija uzima kao prirodni proces selekcije najefikasnijih privrednih subjekata i najefikasnijih oblika njihove organizacije i veličine. Kada se združena I-R aktivnost organizuje u formi zajedničkih ulaganja, to postaje prihvatljivo i sa strukturalističkog gledišta, jer predstavlja ulazak još jednog konkurenta na tržište I-R usluga. Međutim, za strukturaliste opasnost predstavlja eventualno nefer ponašanje ovakvih preduzeća na tržištu proizvoda. Mogućnosti za sklapanje tajnih dogovora su mnogo veće kod horizontalnih, nego kod vertikalnih I-R ugovora. U Nemačkoj je već duži period prihvaćeno opšte načelo da I-R kooperacije ne predstavljaju ograničenje razvoju konkurentskih odnosa, ukoliko ovu aktivnost ne bi bilo moguće drugačije organizovati. Međutim, u nekom pojedinačnom slučaju može se dogoditi da bojazan od zloupotrebe monopolske moći nadvlada želju za ostvarenjem potencijalne dobiti od efekta ekonomije obima. Federalna kancelarija za kartele je, na primer, iznela svoje neslaganje sa predlogom koji se odnosio na udruživanje preduzeća radi razvoja softvera za nove elektronske medijume za skladištenje podataka, pošto je procenila da se tu radilo o pokušaju monopolizacije tržišta na samom početku njegovog konstituisanja. Jedinstveno pravilo, koje vlada u EU, polazi od stanovišta da I-R zajednička ulaganja podstiču tehnološki i privredni progres, tako da je Komisija EU pozitivno ocenila ovu vrstu ugovora. No, izvesni I-R ugovori mogu predstavljati izuzetak. U „Beloj knjizi“ posvećenoj restriktivnoj trgovinskoj praksi, Vlada Velike Britanije ustanovila je poseban test za detektovanje ugovora koje treba izuzeti iz ove prakse, zasnovan na pravilima Sporazuma EU. U Holandiji, Zakon o ekonomskoj konkurenciji ne definiše opšte pravilo o zabrani ili dozvoli I- R kooperacija, već zahteva sprovođenje testa javne koristi. U osnovi, ugovori o I-R saradnji između firmi moraju dobiti odobrenje holandskih vlasti, ali one, po pravilu, zauzimaju pozitivan stav kada je reč o kooperaciji na polju nauke i istraživanja. 7.2.3.5. Ugovori o horizontalnom povezivanju preduzeća Među ugovorima o horizontalnom povezivanju aktuelnih ili potencijalnih učesnika na tržištu, karteli zauzimaju posebno mesto. Gotovo da postoji opšti konsenzus među ekonomistima da karteli imaju ograničavajući uticaj na razvoj konkurentskih odnosa privređivanja, i da ih treba držati pod stalnom kontrolom. Karteli predstavljaju najbolji primer za delovanje strukturalistički orijentisanih politika, pošto postojanje oligopolskih tržišnih struktura predstavlja neophodan uslov za njihovo funkcionisanje. Mali broj učesnika na tržištu preduzetnicima pruža utisak potpune nezavisnosti, i dovodi ih u iskušenje da razvijaju tajne i neformalne oblike organizovanja, koji se po pravilu teško kontrolišu. U zemljama sa strukturalistički orijentisanom konkurentskom politikom, koja promoviše difuziju tržišne moći, šanse za nastajanje kartela svedene su na minimum. Postojanje oligopolske strukture nije samo po sebi dovoljno da bi došlo do dogovora o fiksiranju cena, već je potrebno i da potencijalni partneri imaju približno jednak udeo na tržištu. Kako određena firma dobija na značaju unutar kartela, tako opada i njen interes za održanjem istog, jer je u poziciji da samostalno utiče na cene, bez pomoći partnera ili difuzije transakcionih troškova. Među zemljama postoje razlike u politikama kontrole kartela, i one se mogu svesti na osnovno pitanje: da li su karteli u principu nezakoniti, ili predmet sankcionisanja treba da bude samo zloupotreba njihovog položaja. U najvećem broju zemalja karteli se smatraju nezakonitim. Zaoštravanje konkurentske politike u Holandiji, na primer, najbolje se očituje kroz predlog da se uvede generalna zabrana horizontalnog povezivanja preduzeća, sa ciljem postizanja dogovora o fiksiranju cena i podeli tržišta. U Norveškoj, deo vlade zadužen za pitanje cena ima ovlašćenje da poništi sve poslovne ugovore koji ograničavaju trgovinsku razmenu. S druge strane, u velikom broju zemalja postoje izuzeci od opšteg stava o nezakonitosti kartelizacije tržišta. Ovi izuzeci najčešće predstavljaju rezultat konfliktnih političkih ciljeva. Najbolji primer su karteli malih i srednjih preduzeća (MSP), koji su obično izuzeti od opšteg pravila. Vlade velikog broja industrijski razvijenih zemalja, stoje na stanovištu

da je podrška MSP neophodna da bi se podstakao razvoj konkurentskih tržišnih struktura. Drugi primer kontradikcije između konkurentske politike i ostalih vladinih politika, dolazi do izražaja po pitanju kriznih kartela. Naime, vlade evropskih zemalja dopuštaju privremenu kartelizaciju određenih industrijskih grana u cilju prevazilaženja strukturnih problema. Kartelska administracija, na taj način, postaje instrument intervencionističke industrijske politike. Za razliku od kartela, ostali oblici horizontalnog povezivanja, poput izvozno- ili proizvodno- orijentisanih ugovora o zajedničkim ulaganjima, nisu primarno osmišljeni da bi sprečili pristup određenom tržištu i ograničili razvoj konkurentskih onosa. U granama industrije gde je razvoj kooperantskih odnosa između preduzeća uslov za uspešan nastup na izvoznom tržištu, podrška kartelima se smatra pozitivnom u pogledu razvoja konkurencije i poboljšanja takmičarske pozicije domaće privrede u međunarodnim razmerama. Ipak, vlasti evropskih zemalja kontorlišu obe vrste zajedničkih ulaganja u cilju blagovremenog sprečavanja nelegalnih aktivnosti. Neka od iskustava razvijenih zemalja u vezi s kartelima treba da primenjuje i Srbija. Ovde se naročito misli na sprovođenje strogih mera protiv monopola na domaćem tržitu, a posebno u trgovini i drugim sektorima koji utiču na životni standard stanovništva (hrana, odeća i obuća, stanovanje, komunalije, energenti, obrazovanje, zdravstvo itd.), i nešto libaralniji pristup kada je reč o horizontalnom udruživanju preduzeća, motivisanom uspehom nastupa na inostranim tržištima. 7.2.3.6. Ugovori o vertikalnom povezivanju preduzeća Efekat, koji na konkurentnost tržišta, ostvaruju ugovori o vertikalnom povezivanju preduzeća koja se nalaze na različitim nivoima proizvodnog i distributivnog procesa, neuporedivo je manji u odnosu na efekat koji stvaraju ugovori o horizontalnom povezivanju. Dve forme vertikalnog povezivanja preduzeća, koje zaslužuju posebnu pažnju, predstavljaju ugovori o ekskluzivnom pravu na distribuciju i nabavku. Na osnovu prvog ugovora, proizvođač ustupa dileru ekskluzivno pravo prodaje njegovih proizvoda na teritoriji određene geografske oblasti, dok se na osnovu drugog ugovora, trgovac obavezuje na isključivo snabdevanje od određenog dobavljača. Obe vrste ugovora, generalno, ne ugrožavaju konkurentske odnose na horizontalnom nivou između proizvođača i trgovaca, a doprinose poboljšanju efikasnosti poslovanja. Na porast efikasnosti poslovanja utiču dva osnovna faktora, redukcija transakcionih troškova i podsticaj dilerskim firmama da investiraju u promociju proizvoda (pošto nema rizika konkurencije). Jedina opasnost vezana za ugovore o vertikalnom povezivanju je u tome što lako mogu da evoluiraju u smeru formiranja horizontalnih veza između proizvođača. Sasvim drugačiji rezon važi za praksu podržavanja cena u maloprodaji, gde se prodavci ograničavaju u vođenju politike cena, što guši konkurentnost među trgovcima na malo. Izvesni autori smatraju, da ovakvu praksu ne treba sankcionisati, pošto pozitivni efekti rasta efikasnosti poslovanja nadmašuju negativne efekte ograničenja konkurencije. Međutim, u većini zemalja EU zabranjeno je ograničavanje trgovaca da samostalno utiču na formiranje cena u maloprodaji. Tek u nekoliko zemalja je ovakva praksa dozvoljena, i to samo kod pojedinih artikala, kao što su knjige ili farmaceutski proizvodi. U ovaj segment spadaju i ugovori o vezanoj prodaji, kojima prodavac uslovljava prodaju određenog proizvoda obavezom kupca da mora kupiti i neki drugi proizvod od istog prodavca. Ovakvi ugovori se smatraju nezakonitim u većini zemalja. Srbija, u načelu, mora imati libaralan stav prema svim idejama koje doprinose rastu efikasnosti proizvodnje. U većini slučajeva sistem vertikalnog povezivanja preduzeća utiče na redukciju troškova i otvara mogućnosti kreativnog nastupa na inostranim tržištima, pa stoga, država treba da ima blagonaklon stav prema ovom vidu poslovne saradnje među preduzećima. Vertikalno povezivanje privrednih subjekata posebno dobija na značaju sa dolaskom velikih inostranih industrijskih kompanija. Primera radi, italijanski FIAT zahteva poseban vid vertikalnog udruživanja fabrike u Kragujevcu sa nizom kooperantskih preduzeća iz zemlje i inostranstva, kako iz oblasti proizvodnje delova i repromaterijala, tako i iz oblasti pružanja marketinških i stručnih usluga. Teško je zamisliti da bi jedna takva kompanija pristala da organizuje masovnu proizvodnju automobila u Srbiji bez korišćenja uhodane mreže ekskluzivnih dobavljača i prodavaca iz celog sveta. 7.2.3.7. Damping Ovakva politka

formiranja cena odnosi se na preduzeća koja se opredeljuju za kratkoročno snižavanje cena svojih proizvoda i usluga ispod nivoa cene koštanja, a sve u cilju eliminacije postojeće konkurencije, ili sprečavanja ulaska potencijalnih konkurenata na tržište. Preduzeća su motivisana na ovakvu aktivnost očekivanjem da će gubitke nastale u relativno kratkom periodu sprovođenja pomenute politike višestruko nadoknaditi onda kada, kao monopolisti, budu imali potpunu slobodu u kreiranju cena. Agencije za borbu protiv monompola uvek imaju težak zadatak kada treba proceniti da li je određeno snižavanje cena rezultat rasta efikasnosti poslovanja, ili posledica politike usmerene ka eliminaciji konkurencije. Jedini način za sprečavanje ovakve prakse je formulisanje posebnih pravila o limitiranju cena za svaki pojedinačni slučaj. Međunarodna verzija ovakve politike formiranja cena naziva se izvozni damping. Reč je o situaciji kada preduzeće izvoznik spušta izvozne cene ispod nivoa cene koštanja iskazane u stranoj valuti, a gubitak nadoknađuje na domaćem tržištu. Izvozni damping može nastati kao posledica ekspanzivne politke samog preduzeća, ili politike podsticanja izvoza oređene države. Poseban oblik izvoznog dampinga predstavlja tzv. valutni damping. Valutni damping se javlja u slučajevima kada zemlja izvoznik veštački obezvređuje svoju nacionalnu valutu, tako da ona i realno depresira prema valuti zemlje uvoznika. Na ovaj način izvezena roba postaje jeftinija u zemlji destinacije nego u zemlji iz koje potiče. U svim ovim slučajevima teško je razdvojiti gde se završava anti-damping aktivnost prema inostranim konkurentima, a gde počinje intervencionistička politika zaštite nekonkurentnih grana domaće industrije, sa svim negativnim implikacijama na promene u strukturi industrijske proizvodnje. Srpski izvoznici ne treba da se bave dampingom, kao što ni država ne bi smela da dozvoli velike oscilacije realnog kursa dinara na dugi rok. Dampingom se samo kratkoročno osvaja tržište, dok je takva politika na dugi rok neodrživa, jer dovodi do topljenja osnovne supstance preduzeća, a kada je reč o valutnom dampingu, i do rasta inflacije u zemlji koja ovu meru srpovodi.

7.2.3.8. Case study: Koncetracija ponude na tržištu mleka Kreatori ekonomske politike i ekonomski analitičari

koriste različite pokazatelje koncentracije, da bi sagledali prirodu posmatrane tržišne strukture. Nivo koncentracije neke industrijske grane pokazuje stepen **i prirodu konkurencije između** preduzeća koja **čine tu granu.** 14

Mera koncentracije ponude predstavlja procenat ukupnog obima ponude ili prodaje na jednom tržištu, koji se može pripisati ograničenom broju dominantnih preduzeća i određena je tržišnim učešćem pojedinih učesnika. Preduzeća se trude da povećaju učešće na tržištu, pošto je u praksi utvrđena pozitivna korelacija između tržišnog udela kompanije i njene profitabilnosti. Rast tržišnog učešća rezultira povećanjem stepena koncentracije ponude. Osnovni

faktori koji utiču na stepen koncentracije ponude su: broj kompanija **na tržištu, disperzija tržišnog učešća između konkurenata i barijere ulaska i izlaska iz grane.** Osim ovih, **postoje i dodatni faktori koji utiču na stepen koncentaracije ponude, kao što su: ekonomski potencijal i geografska veličina tržišta; tehnološki uslovi proizvodnje; stepen regulisanosti spoljne trgovine i sl.** Uporedo **sa** 14

jačanjem globalnih integracionih procesa, značaj ovih dodatnih faktora slabi. Stoga se validnost svakog pojedinačnog

pokazatelja koncentracije ponude ogleda u njegovoj sposobnosti da obuhvati dva najvažnija 14
elementa: broj učesnika na tržištu i disperziju tržišnog učešća između njih

(M. Kostić, 2008, ss. 89-108.). Najzastupljeniji načini merenja koncentracije su:

racio koncentracije, Hefindal-Hiršmanov indeks, Lorencova kriva, Džini koeficijent, 14
koeficijent entropije i varijansa prirodnih logaritama tržišnih učešća pojedinih preduzeća (J.
Lipczynski, J .Wilson, 2001, p. 108.).

U nastavku ce biti obrazložena prva dva metoda obračuna, koja se zbog svoje jedostavnosti i jasnoće i najviše koriste u praksi.

Racio koncentracije predstavlja pokazatelj koji se dobija kao zbir tržišnih učešća n najvećih 14
firmi na tržištu i

obračunava se na osnovu sledećeg izraza:

pri čemu je Xi pojedinačno tržišno učešće i-tog preduzeća, koje se dobija preko obrasca 14

gde je qi

ponuda i-tog preduzeća, a Q ponuda cele grane. Osim ponude, kao osnov za utvrđivanje 14
tržišnog učešća mogu da posluže i druge ekonomske kategorije, kao što je broj zaposlenih,
ukupan prihod i sl. U praksi

se najčešće koristi indeks koji pokazuje tržišno učešće četiri vodeća preduzeća i naziva se 14
“Indeks udela četiri najveća preduzeća”(

CR4). Teorijski posmatrano, ovaj indeks može imati vrednost od 0, kada ukazuje na učešće neograničenog broja ponuđača na tržištu (savršeno konkurentsko tržište), do 100, kada pokazuje da na tržištu postoji samo jedan ponuđač (monopolsko tržište).

Granica gde prestaje nizak, a počinje visok nivo koncentracije ponude grane, mereno ovim indeksom, ne može biti jedinstveno data, jer **u velikoj meri** zavisi **od tržišne situacije.** Tako se **u** EU **smatra da visok nivo koncentracije ponude** postoji **onda kada indeks** CR4 **prelazi vrednost od 25,** 14

dok u

SAD granična vrednost iznosi **50, tako da se tržišta gde je ovaj indeks iznad 50 smatraju visoko koncentrisanim; ona od 25 do 50 umereno koncentrisanim, a ona ispod 25 nekoncentrisanim tržištima** (Lj. **Savić, 2000.).** 14

298 Osnovni nedostatak racia konkurencije je što ne uvažava razlike u veličini tržišnog učešća između pojedinih konkurenata. Mera koja ispravlja ovaj nedostatak je

Hefindal-Hiršmanov indeks, koji **predstavlja konveksnu funkciju tržišnih učešća** 14

svih konkurenata na tržištu,

pa je stoga **osteljiv na njihovu nejednakost.** Ovaj indeks **predstavlja zbir kavadrata pojedinačnih tržišnih učešća** svih preduzeća **u jednoj industrijskoj grani** 14

i može se predstaviti sledećom jednačinom: u kojoj Xi predstavlja tržišno učešće i-tog preduzeća (O'Šaj, 2005,.s.172).

Značaj indeksa se ogleda u tome što, iako uvažava pojedinačna tržišna učešća svih preduzeća u grani, on posebno reaguje na prisustvo preduzeća sa velikim tržišnim učešćem, koja značajno povećavaju njegovu vrednost. 14

Ovaj indeks, teorijski gledano, može da ima vrednost između 0 do 10000. U slučaju atomizirane ponude, kada postoji beskonačan **broj proizvođača i kada ponuda svakog od njih teži 0, i vrednost indeksa teži 0. Kod monopola vrednost indeksa iznosi 10000, jer je ponuda monoplskog preduzeća jednaka ponudi cele grane.** 14

Za što bolju analizu konkurentnosti na pojedinim tržištima, može se koristiti sledeća podela tržišnih struktura, uz korišćenje Hefindal-Hiršmanovog indeksa: 14

nisko koncentrisana ponuda je kada je vrednost HHI manja od 1000; srednje koncentrisana je kada vrednost HHI iznosi između 1000 i 1800; visoko koncentrisana je kada je vrednost HHI između 1800 i 2600; veoma visoko koncentrisana je kada je vrednost HHI između 2600 i 10000 i monopolska ponuda je kada HHI iznosi 10000 (B. Begović i ost., 2002, s. 35.). Recipročna vrednost Hefindal-Hiršmanovog indeksa

(1/HHI) pokazuje broj jednako **velikih firmi u nekoj industrijskoj grani, koje bi mogle da ostvare datu vrednost** ovog **indeksa** 14

(M. Kostić, op. cit., s. 96.). Na nisku konkurentnost srpskog tržišta ukazuju relevantne studije međunarodnih institucija i organizacija. Tako je, prema "Indeksu globalne konkurentnosti za 2014" Srbija zauzela poražavajuću 132. poziciju od 148 posmatranih zemalja. Neefikasnom funkcionisanju robnog tržišta u Srbiji najviše je doprinela njegova nedovoljno konkurentna struktura. Prema sub-indeksu intenzivnosti konkurencije na domaćem tržištu, Srbija je ostvarila indeks 3,8,

što je znatno ispod proseka posmatranih **zemalja,** koji iznosi 4 **,9** indeksna poena. **Prema** 87

kriterijumu intenzivnosti konkurencije na domaćem tržištu, Srbija je rangirana na 138. poziciju, a slabiji rang od zemalja Istočne i Centralne Evrope imaju još samo Albnija i Bosna i Hercegovina. Prema kriterijumu širine dominantnog uticaja na tržištu, Srbija zauima 142., a prema kriterijumu efikasnosti anti- monopolske politike 141. mesto, iza svih zemalja u Regionu. Podatak Svetskog ekonomskog foruma jasno ukazuje

da u Srbiji još ne postoji slobodna tržišna utakmica, **već poslovni ambijent kreiraju monopolski ponuđači koji imaju privilegovan položaj zahvaljujući** nedovoljno čvrstoj antimonopolskoj **politici.** 60

Ograničene tržišne strukture proizvođačima obezbeđuju ekstra-profit, dok kupcima povećaju izdatke i sužavaju mogućnost izbora. Prema procenama Komisije za zaštitu konkurencije, nekonkurentne tržišne strukture najdominantnije su u energetici, komunalnom sektoru i poštanskim uslugama, dok karteli dominiraju još i u sektorima bankarstva i prehrambene industrije, a naročito kod proizvođača osnovnih proizvoda, poput šećera, ulja i celokupnog mlečnog asortimana. Neefikasnost konkurentske politike u ovom segmentu, posledica je ograničenih mogućnosti Komisije za zaštitu konkurencije da izrekne ozbiljne sankcije onima koji se ne pridržavaju zakonskih odredbi, već su one svedene na nivo prekršajne kazne. Ukoliko se želi uvesti efikasna antimonopolska regulativa, po modelu Evropske

unije, onda se Komisiji moraju odobriti znatno šira ovlašćenje u izricanju kazni. Uprkos opravdanih primedbi na efikasnost antimonopolske politike u Srbiji,

podaci ukazuju da se iz godine u godinu povećava broj 229

pokrenutih postupaka Komisije za zaštitu konkurencije. Tako je u 2011. godini bilo osam takvih postupaka, u 2010. upola manje, a u 2009. svega tri. Najpoznatiji i najdrastičniji primer kazne zbog monopola u Srbiji bio je onaj kada je kompanija "Imlek", u vlasništvu investicionog fonda “Salford”, kažnjena sa tri miliona evra zbog zloupotrebe dominantnog položaja na 299 tržištu otkupa mleka. Primena navedenih modela obračuna tržišne konkurencije biće prikazana upravo na primeru sektorske analize otkupa sirovog mleka u 2011. i 2012. godini, a na osnovu intervala podataka iz Izveštaja Komisije za zaštitu konkurencije RS. Značaj mlekarstva ogleda se u tome što je to privredna oblast koja ima: a.) visoku vrednost primarne proizvodnje, od preko pola milijardu evra na godišnjem nivou; b.) više od 280.000 proizvođača koji doprinose ruralnom razvoju; c.) izuzetan značaj za prehrambenu sigurnost nacije; d.) rigorozne standarde koje treba ispuniti u procesu evropskih integracija i e.) značajne razvojne potencijale. Ukupna količina otkupljenog sirovog mleka namenjenog daljoj preradi u domaćim mlekarama je u 2011. iznosila 681 mil. litara, a u 2012. godini 712 mil. litara. Četrnaest velikih anketiranih mlekara ukupno je otkupilo 607 mil. litara sirovog mleka u 2011. i 617 mil. litara u 2012. godini, što predstavlja 89,1% i 86,7%, respektivno. Gotovo polovina prometa sirovog mleka obavlja se na neformalnom tržištu na kojem se pojavljuje veliki broj individualnih proizvođača, koji prodaju vrše za gotov novac na zelenim pijacama ili direktnom dostavom krajnjem korisniku, što im često omogućava izbegavanje izvršavanja poreskih obaveza, kao i oko 200 minornih mlekara, koje vrše preradu manjih količina sirovog mleka u konzumne mlečne proizvode, često diskutabilnog kvaliteta, pošto u nedostatku odgovarajuće laboratorije na republičkom nivou, kvalitet mleka i mlečnih proizvoda u Srbiji kontrolišu laboratorije pojedinih mlekara. Udeo malih individualnih prerađivača u ukupnom otkupu sirovog mleka u 2011. iznosio je 10,9%, a u 2012. godini 13,3%. Tabela VII-1. Tržišno učešće anketiranih mlekara u ukupnim otkupljenim količinama mleka namenjenih industrijskoj preradi u Republici Srbiji Mlekare Tržišno učešće u 2011. Tržišno učešće u 2012. Imlek Beograd 30-40% 30-40% Mlekara Subotica 5-10% 5-10% Mlekara Šabac 10-20% 10-20% Somboled Sombor 5-10% 5-10% Milkop Raška 0-5% 0-5% Niška mlekara 0-5% 0-5% Meggle Kragujevac 0-5% 0-5% Lazar Blace 0-5% 0-5% Granice Mladenovac 0-5% 0-5% Kuč Company Kragujevac 0-5% 0-5% Mlekoprodukt Zrenjanin 0-5% 0-5% Ekomlek Kaonik 0-5% 0-5% Mlekara Loznica 0-5% 0-5% Mlekara Plana 0-5% 0-5% Ukupno 14 anketiranih 89,12% 86,71% Ukupan otkup 100,00% 100,00% Napomena: Izveštaj sadrži zaštićene podatke koji su prezentirani u rasponu koji Komisija smatra odgovarajućim načinom zaštite, u skladu sa Odlukom o načinu objavljivanja akata i o zameni odnosno izostavljanju podataka u aktima

Komisije za zaštitu konkurencije. Izvor: **Komisija za zaštitu konkurencije** 295

RS, decembar 2013, s. 29. Četiri učesnika na tržištu (IMLEK, Mlekara Šabac, Mlekara Subotica i Somboled), imaju zbirno učešće na ovako definisanom tržištu od 62,92% u 2011. godini, odnosno 60,39% u 2012. Preostalih 26,20% tržišnog učešća u 2011. i 26,32% u 2012. godini pripada ostalim analiziranim mlekarama, dok ostatak do 100% (10,9% u 2011. i 13,3% u 2012.) predstavlja učešće malih individualnih prerađivača. Racio koncentracije CR4 od 62,92 u 2011.

i 60,39 u 2012. godini, dovoljno je visok da ukazuje na signifikantnu koncentrisanost tržišta otkupa sirovog mleka. Međutim, na osnovu ovog pokazatelja

ne može se izvesti zaključak **da li se radi o** 292

monopsonskom ili nekom drugom obliku nesavršeno konkurentnog tržišta. Da bi se konkretnije odredila struktura ovog tržišta, neophodno je obračunati vrednost Hefindal- Hiršmanovog indeksa. Imajući u vidu da u dve posmatrane godine nije došlo do značajnijih promena u strukturi otkupa sirovog mleka, vrednosti HHI za obe godine kreće se na nivou od oko 1500-1600, što ovo tržište svrstava u kategoriju srednje koncentrisanih tržišta. Na ovaj zaključak utiče veliki broj individulanih proizvođača, koji vrše otkup i prearadu malih količina mleka i uglavnom ih realizuju kroz neformalne kanale prodaje. Oko 200 ovakvih prerađivača učestvuje sa oko 10-14% u strukturi otkupa sirovog mleka i u značajnoj meri relativizuje koncentrisanost ovog tržišta. Medutim, ukoliko bi se uticaj minornih prerađivača apstrakovao i ako bi se u obzir uzela činjenica da su Imlek i Mlekara Subotica u sastavu “Danubius Food Group”, odnosno investicionog fonda “Salford”, onda se stvari menjaju iz osnova. “Danubius Food Group” vrši skoro polovinu otkupa sirovog mleka, dok se CR4 za 2011. povećava na 75, a HHI na 1985, što ovo tržište smešta u grupu visoko koncentrisanih. Stepen koncentracije tržišta jednak je efektu koji bi bio ostvaren da na njemu učestvuje 5 kompanija jednake tržišne moći (1/HHI=5,01). Ukoliko bi se trend koncentracije tržišta mleka nastavio kroz dalje procese akvizicije i spajanja najvećih domaćih mlekara, njegova struktura bi se sve više približavala apsolutnoj dominaciji velikih investicionih fondova. Politika invesicionih fondova ogleda se u težnji da kompaniju kupe jefitno, povećaju joj profit i prodaju za veći novac. U cilju ostvarivanja profita, investicioni fondovi će uvek pristupiti uvozu sirovog mleka kada se ono učini jefitnijim, i time negativno uticati na stabilnost prodaje i prihoda

domaćih poljoprivrednih gazdinstava, što nije u skladu sa 307

strateškim interesom Srbije vezanim za razvoj poljoprivrednog sektora i revitalizaciju sela. Uvoz Izvoz 0,9 0,8 0,76 0,76 0,75 0,71 0,7 0,64 0,63 0,69 0,6 0,59 0,56 Procenti 0,5 0,4 0,3 0,25 0,23 0,2 0,28 0,28 0,3 0,26 0,1 0,12 0,25 0 0,16 0,11 0,08 0,1 0,11 2004. 2005. 2006. 2007. 2008. 2009. 2010. 2011. 2012. 2013. 2014. Grafikon VII-1. Udeo mleka i mlečnih proizvoda u robnom izvozu i uvozu Srbije, 2004-2014 (%) Izvor: Obračun prema podacima RZS. Istovremeno, ulazak investicionih fondova rezultirao je nestabilnim rastom izvoza mlečnih proizvoda. Suficit razmene uglavom beleže mleko i sir i urda, dok je bilans razmene maslaca i ostalih namaza od mlečne masti, kao najvišeg stepena finalizacije mlečnih proizvoda, ostvario promenljive rezultate, uz deficit zabeležen u periodu 2011-2013. godine. Ovo ukazuje da dolazak stranih kompanija i monopolizacija tržišta otkupa mleka, nisu uticali na podizanje nivoa finalizacije izvoza mlečnih proizvoda, odnosno da novi vlasnici mlekara nisu iskazali interes za ulaganje u savremene tehnologije, koje bi trebalo da doprinesu povećanju izvoza, na bazi rasta produktivnosti i poboljšanja kvaliteta ponude. 7.2.4. Politika podsticanja I-R delatnosti i obrazovanja Srazmerno ekonomskoj moći, u Srbiji se nedovoljno ulaže u podsticanje I-R aktivnosti. Procentualni udeo troškova za istraživanje i razvoj u BDP se tokom poslednje dekade prošlog i prve polovine dekade novog veka ustalio na nivou 0,51-0,54%, što je izuzetno malo u odnosu na lidere u ovoj oblasti.85 Primera radi, u Republici Koreji je udeo troškova za I-R u BDP porastao u periodu 1991- 2004. godine sa

1,9% na 3,1%.

Ako se ima u vidu da je obim ulaganja u **I-** R **u**	24

Japanu u to vreme bio 7 puta veći, a u SAD 14,7 puta veći nego u Koreji, postaje jasno koliko su najrazvijenije i najdinamičnije zemlje sveta vodile računa o očuvanju liderske pozicije u ovoj oblasti. (Ch. Won-Rak, 2006.) Da bi nadoknadila manjak akumulacije u srpskoj privredi, država je morala maksimalno liberalizovati uslove za razvoj zajedničkih R-I aktivnosti, kroz dozvolu koncentracije kapitala koji bi se ulagao u ovu oblast, ali i u oblasti razvoja novih tehnologija, i obuke i treninga stručnih kadrova. Procesi privatizacije i priključivanja EU, trebalo je da doprinesu ostvarenju ovog cilja. Kao zemlja kandidat za pristupanje EU, Srbija je u fazi pregovora sa članicama i prilagođavanja svoje ekonomije načinu i uslovima funkcionisanja koji vladaju u razvijenim evropskim zemljama. Sa približno 7,2 mil. stanovnika (bez KIM), Srbija čini 1,4% ukupne populacije Unije (oko 504 mil. stanovnika), a sa per capita BDP ostvarenim u 2011. godini, u iznosu od 4290 USD, ona se nalazi na nivou od oko 17% proseka EU27. U istoj godini, u Srbiji je udeo bruto izdataka za I-R (GERD-Gross Expenditure on Research and Development) u BDP iznosio 0,78%, što je znatno ispod proseka EU od 2,03%, ali i ispod nivoa investiranja u ovu oblast u većini zemalja jugoistočne Evrope. Primera radi, u Sloveniji je u 2011. godini udeo GERD u BDP iznosio 2,47%, u Estoniji 2,38%, u Češkoj Republici 1,84% i u Mađarskoj 1,21%.86 U 2012. godini učešće GERD u BDP Srbije povećano je na 0,96%. Tabela VII-2. Ulaganja u istraživanje i razvoj, 2007-2012. Srbija 2007. Srbija 2008. Srbija 2009. Srbija 2010. Srbija 2011 Srbija 2012 ØEU- 27 2011. GERD (bruto izdaci na I-R, mil. evra) 182,61 239,07 265,55 216,39 242,09 - 9503,2 GERD per capita (per capta bruto izdaci na I-R, evri) 24,68 32,46 36,27 29,61 33,35 - 510,5 R&D intenzitet (učeše GERD u BDP, %) 0,63 0,72 0,92 0,79 0,78 0,96 2,03 BERD (izdaci poslovnog sektora na I-R, mil. evra) 4,71 21,72 38,02 25,80 22,72 - 5925,03 GERD finansiran od strane poslovnih preduzeća u ukupnom GERD (%) 11,51 14,37 16,61 18,39 15,48 - 53,9* GERD finansiran iz inostranstva u ukupnom GERD (%) 6,69 9,03 7,18 3,58 5,48 - 8,9* GBAORD (odlivi budžetskih sredstava na I-R, miliona evra) 116,05 143,81 166,96 131,78 153,60 - 64,34 GBAORD kao procenat ukupnih javnih troškova (%) 1,06

1,15 n.a. n.a. n.a.	326

- 1,49 Napomena: *Podatak za 2010. godinu. Izvor: Đ. Kutlača (2013.) Nestabilnost predstavlja najizraženiju dugoročnu karatkteristiku politike Srbije prema istraživačko-razvojnoj delatnosti. Tako je u 2010. godini udeo GERD u BDP iznosio 0,79%,

što je za petinu **manje nego u 2009. godini,**	84

pre svega zbog uticaja ekonomske krize na BDP i ukupno nepovoljnih performansi domaće privrede. Osim malog udela izdvojenih sredstava za istraživanje i razvoj, Srbija se ne može pohvaliti ni povoljnom strukturom ulaganja u ovu oblast.

Na osnovu podataka RZS, u 2011. godini je udeo izdataka za I-R u sklopu sektora visokog obrazovanja (HERD-Higher Education Research and Development) u bruto izdacima za I-R iznosio 56,7%, dok je udeo ulaganja poslovnog sektora (BERD-Business Enterprises Research and Development) bio svega 9,4%. Za razliku od Srbije, sturktura ulaganja u I-R u 85

Republički zavod za razvoj, Nacionalna strategija privrednog razvoja Srbije 2006-2012, Beograd, 205

novembar 2006. 86 Eurostat, database. 302 zemljama EU-27 je obrnuta – udeo HERD je u posmatrnoj godini iznosio 24,1% GERD, a udeo BERD 62,1% GERD. Državna izdvajanja za I-R u 2011. godini, u Srbiji su učestvovala sa 33,8%, a u EU-27 sa 12,8%, dok su ulaganja privatnih neprofitnih organizacija u Srbiji iznosila 0,13% GERD, a u Uniji 0,99%. Visoko Privatne neprovitne obrazovanje organizacije Inostranstvo 5,5% 12,8% 0,1% Poslovna preduzeća 15,5% VI ada 66,1% Grafikon VII-2. Struktura bruto izdataka za I-R prema finansijerima u 2011. godini (procenti od GERD) Izvor: Đ. Kutlača, 2013. 100 90 Javne istraživačke organizacije Visoko obrazovanje 80 Poslovna preduzeća 70 Privante neprofitne organizacije Milioni evra 60 50 40 30 20 10 0 Vlada Poslovna Inostranstvo Visoko Privatne preduzeća obrazovanje neprofitne organizacije Grafikon VII-3. GERD prema izvorima sredstava i grupama korisnika u 2011. godini (milioni evra) Izvor: Đ. Kutlača, 2013. U okviru „Strategije naučno-tehnološkog razvoja Republike Srbije 2010-2015.“, iz 2010. godine, kao prioriteti u ovoj oblasti navedeni su: 1. biomedicina i zdravlje, 2. novi materijali i nanotehnologije, 3. zaštita okruženja i praćenje klimatskih promena, 4. poljoprivreda i hrana, 5. energija i energetska efikasnost, 6. infomacione i

komunikacione tehnologije i 7. unapređenje procesa odlučivanja **i** afirmacija **nacionalnog identiteta.** 88

303 Uporedo sa utvrđivanjem ciljeva naučno-tehnološkog razvoja, donesen je i plan budžeta prema kojem bi izdvajanja u ovu oblast trebalo da se povećaju do 2015. godine na 1,05% BDP, što zbog reforme finansijskog sitema nije ostvareno. U kontekstu povećanja planiranih sredstava za I-R aktivnost, neophodno je uticati i na izmenu strukture investitora i korisnika sredstava namenjenih za ovu oblast, jer monopol države u ovoj oblasti ne doprinosi značajnijem iskoraku srpske privrede na tržištu proizvoda i usluga visoke tehnologije i znanja. Srbiji je

neophodna reforma obrazovnog sistema koja zahteva **izradu novih planova i programa, ulaganje u institucije, reformu zakona** o obrazovanju, **medijsku kampanju i sl. Neophodno je, pre svega, da politika obrazovanja bude usklađena sa potrebama tržišta rada. Na tržištu rada sve veći značaj dobijaju** transverzalne **i generičke veštine, koje se odnose na rešavanje različitih problema, veštine komunikacije, jezičke sposobnosti, rukovođenje zadacima, rad sa** savremenim tehnologijama **i sl. U visokom obrazovanju razvoj inovacija i transfer inovativnog znanja i** tehnologija **iz akademskog u privredni sektor je najvažniji oblik aktivnosti koji podstiče razvoj. U tom** 13

smislu treba podsticati: 1. zajednički rad visokoškolskih ustanova, istraživačkih instituta i privrede, 2. korišćenje opreme i znanja prisutnih na univerzitetima i institutima od strane privrednih subjekata i obrnuto, kao i 3. studentske projekte i

praktičan rad.

Kada se govori o ulaganju u ljudski kaptital, razlikuju se dva koncepta obrazovanja, i to formalno i neformalno obrazovanje. Danas sve više na značaju dobija neformalno obrazovanje koje poboljšava veštine zaposlenih i omogućava da zaposleni steknu takozvane „specifične veštine“ za obavljanje konkretnog posla. Formalno obrazovanje je obrazovanje koje se stiče u obrazovnim ustanovama (školama, fakultetima...itd.) i ono je u mnogim zemljama uglavnom podržano 13

od strane države. Neformalno obrazovanje se odnosi na preduzimljivost pojedinca da stekne specifično znanje izvan formalnih sistema učenja. Ono se uglavnom sastoji u sticanju praktičnih iskustava i veština potrebnih za svakodnevni rad. Neformalno učenje se definiše kao učenje koje je rezultat svakodnevnih životnih aktivnosti vezanih za rad, porodicu ili slobodno vreme. Često se naziva iskustveno učenje i nije struktuirano u pogledu ciljeva učenja i vremena učenja. 13

U

EU neformalno obrazovanje ima veliki značaj. Komitet ministara Saveta Evrope je doneo niz preporuka kako bi se neformalno obrazovanje promovisalo i kako bi dobilo na značaju. Neke od tih preporuka su: 1. priznavanje neformalnog obrazovanja kao ključnog dela opšteg obrazovanja; 2. aktivnostima neformalnog obrazovanja treba podsticati mlade na aktivno učešće u društvenom životu, posebno u zemljama u tranziciji; 3. otvaranje fondova i pristup resursima koji su potrebni da se neformalno obrazovanje učini značajnim elementom nacionalne politike za mlade. Poslednjih godina veoma aktuelan koncept koji se odnosi na obrazovanje radne snage na prostoru EU je koncept “lifelong learning”. Učenje tokom celog života 13

rezultira poboljšanjem

znanja i kompetencija iz ličnih, socijalnih ili profesionalnih razloga. 13

Korist od doživotnog učenja je velika:

“pomaže da se u potpunosti iskoriste prirodne sposobnosti; otvara um; stvara gladan um; povećava mudrost; čini svet boljim mestom; pomaže da se prilagodimo promenama; pomaže da pronađemo smisao u našim životima; čini nas aktivnim učesnicima u društvu; pomaže ljudima da steknu nove prijatelje i uspostave vredne odnose i dovodi do samoispunjenja života”. (N. Merz Nordstrom and J. Merz, 2006., 13

p. 212) Neformalno obrazovanje ima dvojnu ulogu, jer

predstavlja sredstvo da Evropa zadovolji svoje potrebe vezane za specifične trenutne i buduće veštine i sredstvo za izlazak iz krize. Prognoze pokazuju da će do 2020. godine 13

u Evropi značajno porasti

tražnja za kadrovima sa srednjim i visoškolskim obrazovanjem (European Commission, 2010.). Poslovi i društvena struktura ljudi su podložni promenama, i u skladu sa tim, treba prilagoditi sistem obrazovanja u 13

Srbiji. 7.3. MAKROEKONOMSKA POLITIKA U FUNKCIJI UPRAVLJANJA IZVOZOM 7.3.1. Monetarna politika Osnovni cilj monetarne politike je da kreira povoljan ambijent za ubrzan i uravnotežen razvoj privrede, tako što će obezbediti internu i eksternu makroekonomsku ravnotežu. Da bi domaća monetarna politika ostvarila ovaj zadatak, neophodno je da sistem finansijskih posrednika bude zdrav i funkcionalan. Glavne nosioce finansijskog sistema Srbije predstavljaju

banke, što je, između ostalog, posledica nedovoljne razvijenosti sektora osiguranja, tržišta kapitala i lizinga. Bankocentričnost srpskog finansijskog sistema oslikava dominantno učešće koje banke imaju u osnovnim pozicijama sektora finansija, s obzirom da one nose 83,3% ukupnih prihoda, 88,7% ukupne bilansne aktive, 80,0% kapitala i 69,1% zaposlenih 49

(APR, 2013, s. 1.).87

U 2012. godini u Republici Srbiji poslovale su 32 banke, što je za jednu banku manje u odnosu na prethodnu godinu. 49

Dominantan uticaj na poslovanje celokupnog bankarskog sektora ostvaruje svega nekoliko banaka, koje nose najveći deo ukupnih finansijskih performansi tog sektora, dok veliki broj banaka beleži tek simbolično učešće, pa je tendencija izrazite fragmentisanosti sektora banaka nastavljena i u 2012. godini. Sistem finansijskog posredništva **u** 49

Srbiji je uglavnom privatizovan i najvećim delom je pod kontrolom stranih banaka (iako je reč o formalno domaćim bankama). Stepen

koncentracije u domaćem **bankarskom sistemu veći je nego u razvijenim zemljama,** što **može** značajno **otežati ostvarivanje** zadataka **monetarne politike. Na** 4

ispoljenu koncentraciju iskazanih finansijskih rezultata poslovanja banaka upućuju podaci da je u 2012. godini svega pet banaka ostvarilo 75,5% neto dobitka ukupnog bankarskog sektora, pri čemu one prosečno učestvuju sa 44,0% u osnovnim pozicijama sektora. I dalje, na svega deset banaka odnosi se čak 96,3% celokupno ostvarenog dobitka banaka. Ove banke u ključnim pozicijama celog sektora ostvaruju prosečno učešće od 63,9%. Poređenja radi, u Nemačkoj udeo pet najvećih banaka na tržištu iznosi oko 17%,

dok je u SAD udeo deset **najvećih banaka na bankarskom tržištu svega 38%** 4

(Ibid., ss. 3-4.). Visoka koncentrisanost srpskog bankarskog tržišta, mogla bi predstavljati veliku smetnju sprovođenju monetarne i razvojne politike. Eventualni špekulativni napadi na domaću valutu

od strane nekih banaka sa stranim učešćem **pokazali** bi **kako ovakava struktura vlasništva i ovakav** nivo koncentrisanosti **na** domaćem **bankarskom tržištu mogu** predstavljati **opasnost za stabilnost** deviznog kursa **i** cena, kao **i za vođenje monetarne politike.** 4

Jedno od bitnih ekonomskih pravila je da

nema razvijene privrede bez razvijenog finansijskog **sektora. U tržišnim privredama,** finansijski **sektor** 4

predstavlja temelj za mobilizaciju finansijskih sredstava i njihovu alokaciju, što odlučujuće utiče na efikasnost i razvoj privrede. Između realnog i finansijskog sektora postoji jasan odnos međuzavisnosti, jer se problemi iz jednog sektora obavezno prenose u drugi, i obrnuto. Da bi se zemlja uravnoteženo razvijala, nužno je uskladiti rast njenog realnog i

finansijskog sektora. U suprotnom, može se dogoditi da zaostajanje jednog sektora postane kočnica razvoja drugog. Sistem finansijskih institucija ne funkcioniše dobro ukoliko

je nerazvijen, ili je u njega izgubljeno poverenje i **ako se** poreskom **politikom** destimuliše **štednja (npr. uzimanjem dohotka za** poresku **osnovicu** ili **najavom ispitivanja** porekla **imovine** i velikih **depozita). U**	4

sva tri slučaja,

štednja se ne ulaže u finansijske **institucije i ne odlazi na** finansijsko **tržište, bilo**	4

da se radi o tržištu novca ili kapitala, što znači da se ne vraća u sistem preko kredita za finansiranje

poslovnih projekata. To dovodi do ugrožavanja **novčanih prihoda poslovnih subjekata, smanjenja** angažovanja **proizvodnih faktora**	4

i rasta nezaposlenosti, te pada proizvodnje, dohotka i potrošnje, što skupa negativno utiče na ekonomski razvoj. Iskustva većeg broja zemalja ukazuju da se stimulisanje stanovništva na štednju, u praksi najefikasnije može ostvariti preko slabljenja domaće monete. Srbija je, ma kako to čudno zvuči, u 87

APR, Saopštenje o poslovanju finansijskih institucija **u Republici Srbiji u 2012. godini,**	236

Beograd, 2012, s. 1. poslednjih deceniju i po vodila politiku relativno stabilne monete. Nakon poslednje velike devalvacije krajem 2000. godine, dinar je bio 2,1 puta jači nego danas88, što

može da zavara, jer je relativna inflacija **u** Srbiji u **odnosu na**	320

evro zonu u to vreme bila dovoljno visoka da osnaži domaću valutu u meri koja je negativno uticala na cenovnu konkurentnost domaćih proizvoda. Kretanje kursa domaće valute u poslednjih deceniju i po nije delovalo stimulativno na štednju i investicije, pošto je politika relativno stabilnog dinara, pre svega, služila održavanju životnog standarda na nivou koji je prevazilazio objektivne mogućnosti privrede. To je imalo oređenu cenu, budući da je u petogodišnjem razdoblju 2010-2014. godine prosečan fiskalni deficit iznosio dve i po milijarde evra, za koliko je približno godišnje rastao i javni dug. Veći javni dug uticao je na rast kamata u Srbiji, tako da je prosečna kamatna stopa na državni dug od 4,5%, skoro dvosturko viša od one u Grčkoj, koja zbog enromne zaduženosti predstavlja gotovo nerešiv problem za

evrozonu. Sve ovo navodi na zaključak da bez svođenja deficita

na oko milijardu evra (ili oko 3% BDP),	283

Srbija ulazi u spiralu zaduživanja. Dug bi se povećavao nominalno i relativno u odnosu na BDP, a anuiteti duga bi rasli, tako da bi se sve veći deo budžeta morao odvajati za njihovo servisiranje. Prema Fiskalnoj strategiji za 2015. godinu, u 2017. će samo na kamate odlaziti gotovo jedna i po milijarda evra, što znači da za ozbiljnu razvojnu politiku neće ostati dovoljno sredstava. Iako je primarni zadatak NBS da inflaciju održava u okviru granica postavljenog cilja, domaća monetarna politika realno je više usmerena na odbranu kursa nacionalne valute. Narodna banka Srbije, praktično, konstatno šalje poruku da će pad dinara sprečavati obilnim intervencijama na deviznom tržištu, često i pozajmljenim novcem. U toku poslednje decenije i po, znatno se više prodavalo deviza radi stabilizacije kursa, tako da je samo u 2014. godini NBS bila prinuđena na prodaju 1,6 milijardi evra da bi zaustavila klizanje nacionalne valute. Politika jakog dinara je preko snižavaja uvoznih cena uticala na smirivanje inflatornih tendencija. Međutim, svojom monetarnom politikom NBS je praktično pomagala inostrane kreditore. Držeći kamatne stope na visokom nivou, uz istovemeno garantovanje relativne staibilnost kursa, ona je kratkoročnim ino-kreditorima otvorila prostor za ostvarivanje visokih realnih prinosa. Finansijski sektor ne može dobro da funkcioniše ukoliko zakonodavstvo koje reguliše transakcije na finansijskom tržištu nije dobro definisano, ili se ne poštuje. Dobro definisanje i efikasno sprovođenje pravila ponašanja je možda i

najvažnija karika u lancu dobrog funkcioniranja finansijskog sistema. **Naime,** u Srbiji su **često**	4

nedovoljno kritički usvajani elementi finansijskog sektora iz inostranstva - finansijska tržišta, finansijske institucije i finansijski instrumenti - ali pravila ponašanja, čak i ako su preuzeta, nisu sprovođena na način koko to čine razvijene zemlje (najbolji primer je zaštita poverilaca). Štednju, prikupljenu

od domicilnih sektora i od inostranstva, finansijski sektor **može plasirati domaćim sektorima, ali i** inostranim. Ukoliko finansijski **sektor prikupljenu domaću štednju plasira u** inostranstvo, **tada će domaća privreda dobiti manje novčanih sredstava, pa će na tržištu** angažovati manje **proizvodnih faktora.** Povećaće se nezaposlenost **proizvodnih faktora**	4

(rada), a smanjiti BDP i

svi iz njega izvedeni makroekonomski agregati. Isto tako, finansijski **sektor koji je pretežno u stranom vlasništvu može preferirati kreditiranje domaće potrošnje**	4

uvoznih proizvoda (automobila, bele tehnike i sl.) iz zemalja vlasnika banaka, a ne domaće proizvodnje. 4

Još veću pretnju

predstavlja uvoz stranog kapitala za finansiranje špekulativnih transakcija na tržištu nekretnina. Rezultat je opet smanjivanje mogućeg privrednog rasta domaće proizvodnje i zaposlenosti, ali i povećanje 142

spoljnog duga. Finansijski

sektor predstavlja mehanizam za sprovođenje monetarne politike. U sistemu finansijskih institucija, ključnu ulogu igra 4

NBS, koja

mora efikasno vršiti sve one funkcije koje Centralna banka vrši u razvijenim tržišnim privredama, a to su: • Vođenje monetarne politike u zemlji kroz kontrolu rasta novčane mase. • Kontrola izdavanja novčanica u zemlji. 4

88Tada

se evro kupovao za 58 dinara (tačnije rečeno, nemačka marka se plaćala 30 dinara), da bi danas jedan evro vredeo oko 120 dinara. 149

306 • Vršenje bankarskih usluga Vladi, u smislu držanja njenih depozita i zadovoljavanja njene potrebe za kratkoročnim zaduženjem, te upravljanja kupovinom i prodajom državnih obveznica. •

Služiti kao bankar ostalih banaka, tj. primati depozite iz rezervi poslovnih banaka i davati im zajmove. • Služiti kao zajmodavac u nuždi za finansijski sektor. • Kontrolisati finansijske institucije i finansijska tržišta. Svoju kontrolnu funkciju NBS nije uvek vršila na zadovoljavajući način. Nedostatak finansijske discipline jedan je od najvažnijih razloga nedavne bankarske krize, 4

koju je izazvalo nedomaćinsko poslovanje nekih banaka. •

Držati i upravljati deviznim rezervama. **Da bi se to ostvarilo, nužno je da** NBS **bude** 4

nezavisna, kako ne bi podlegala političkim pritiscima da umesto politike održavanja stabilnosti nivoa domaćih cena i kursa, uzrokuje nestabilnost

izazivajući tzv. političke poslovne cikluse. Guvernera i članove Saveta NBS **treba birati iz redova** priznatih **ekonomskih stručnjaka,** 4

nezavisno od njihovog političkog uverenja i stranačke

pripadnosti. Broj članova Saveta **ne bi** smeo **biti veći od broja članova sličnih** tela **u** 4

razvijenim zemljama, dok bi za svoj rad direktno odgovarali Skupštini Republike Srbije, što bi obezbedilo

samostalnost u vođenju monetarne politike i zaštitu **od političkih pritisaka. Da bi** finansijski **sektor što bolje vršio svoje** osnovne zadatke **i tako** 4

doprinosio privrednom razvoju zemlje, on mora biti efikasan, što implicira veću konkurenciju u

tom sektoru i jasna i stabilna pravila ponašanja. Promena **pravnog sistema** 4

u pravcu veće zaštite poverilaca, nužna je da bi se stvorili uslovi

za smanjivanje kamatnih stopa, ali i za promenu **ponašanja dužnika i realnog sektora privrede,** 4

u cilju potpunog usvajanja tržišnih principa poslovanja. 7.3.2. Fiskalna politika Fiskalna politika vodi se preko uticaja na kretanje javnih prihoda i rashoda. Kratkoročni cilj ove politike je stabilizacija privredne aktivnosti, a dugoročni, kao i kod ostalih vrsta ekonomske politike, podsticanje ekonomskog

rasta. Budući da su domaće investicije uslov privrednog rasta, to znači da poreska politika teba da podstiče nove investicije. Nove investicije povećavaju količinu proizvodnog kapitala, što povećava kapitalnu opremljenost rada, 4

i preko nje, produktivnost.

Povećanje produktivnosti rada utiče na moguće povećanje zarada i na smanjivanje jediničnih troškova, 4

što vodi rastu konkurentnosti i izvoza. Rast izvoza preko multiplikatora utiče

na povećanje domaće proizvodnje, zaposlenosti, zarada i poreskih prihoda, i olakšava otplatu spoljnog duga. Javni rashodi su posledica proizvodnje javnih usluga, kao što su: zdravstvo, školstvo, nacionalna bazbednost, unutrašnja bazbednost, makroekonomska stabilnost i dr. Cilj je postići što kvalitetniju uslugu, uz minimalne troškove. To treba 4

da bude kriterijum za odlučivanje

koliko i kakve javne usluge proizvesti. Da bi se proizvela određena količina i kvalitet javnih usluga, treba ih finansirati. Najzdraviji izvor finansiranja javih rashoda su porezi. 4

Poreski

prihodi su jednaki proizvodu poreske osnovice i poreske stope. Zato treba odlučiti koju poresku osnovicu uzeti i koliku poresku stopu odrediti, da se prikupi neophodna količina sredstava 72

za finansiranje proizvodnje javnih usluga. Kriterijum treba da bude što povoljniji uticaj na razvoj. Pri izbori poreske osnovice javlja se dilema, da li

za osnovicu uzeti dohodak ili potrošnju. U dohodak spadaju 4

zarade,

kamate, rente, dividende, kapitalni dobitci i penzije. Budući da se dohodak može trošiti i štedeti, a da štednja služi za finansiranje investicija, to je u ovu poresku osnovicu uključena i štednja, tako da uzimanje dohotka za poresku osnovicu ne utiče podsticajno na investicije. Osim toga, dohoci proizvodnih faktora su posledica ulaganja proizvodnih faktora u proizvodni proces, pa se na taj način oporezuje ulaganje u proizvodnju 4

i ugrožava ekonomski rast.

Ako se za poresku osnovicu uzima stvarna potrošnja, tada se oporezuje ono što potrošači uzimaju od privrede za tekuću potrošnju. A budući da se ostvareni dohodak može trošiti ili štedeti, a štednja se onda investira, to je oporezivanje potrošnje stimulativnije za 4

razvoj, od oporezivanja dohotka. Stoga u Srbiji poreski sistem treba što više da se temelji na poreskoj osnovici zasnovanoj

na potrošnji. Porez na potrošnju treba da bude osnovni izvor budžetskih prihoda. Kad je određena poreska osnovica, treba odrediti i poreske stope. I kod toga treba nastojati da poreska stopa bude što stimulativnija za razvoj. A to je ona efektivna granična poreska stopa koja minimizira „poreski klin“ kod investicija, preciznije definišući stvarnu stopu prinosa od investicija. Minimiziranje efektivne granične poreske stope 4

uz fiksiranu kamatnu stopu utiče na povećanje investicija i predstavlja najveći podsticaj rastu. U cilju destimulisanja špekulativnih finansijskih ulaganja

(domaćih i stranih), potrebno je znatnije oporezovati kapitalne dobitke u Srbiji. Naime, najveći deo investicija 72

koji je u Srbiju ušao kao SDI, zapravo su se pretvorile u neku vrstu špekulativnih portfolio investicija. Takođe, veliki deo zarada finansijskih institucija poticao je

od kamatne marže, tj. razlike u kamatnim stopama u matičnim zemljama vlasnika tih institucija i u Srbiji. Najočitiji razlog za uvođenje poreza na kapitalnu dobit je oporezivanje špekulativnih transakcija s nekretninama, kada pojedinci kupe nekretninu (npr. poljoprivredno zemljište, fabriku i sl.) po niskoj ceni, prenamene je (primera radi, u građevinsko 4

zemljište) i preprodaju po znantno višoj

ceni. Da se ne bi ugušio razvoj malog akcionarstva, od oštre politike oporezivanja kapitalne dobiti na finansijskim tržištima treba izuzeti male deoničare. U cilju dinamičnijeg razvoja domaće privrede,

nužna je radikalna reforma fiskalnog sistema. Poreski sistem **treba** da bude **transparentan, stabilan i** sprovodljiv. **To implicira proširenje** poreske **osnovice s manje** poreskih **stopa i manje** izuzeća. **Time bi** poreski sistem **ostvario** dve **važne karakteristike: bio bi jednostavniji i razumljiviji, kako za** poreskog **obveznika, tako i za službu naplate i** stimulisao **bi proizvodnju, jer bi** 4

imao za cilj da promoviše

privredni rast. Poseban **naglasak treba staviti na** sprovodljivost poreskih **zakona.** Visok nivo **nenaplaćenih poreza i doprinosa** nije imanentan **razvijenim tržišnim privredama.** Izbegavanje **plaćanja i** utaja **poreza ne** predstavljaju **samo** neetičko **i** protivzakonito ponašanje, već **su i ekonomski štetni. Oni znače prevaljivanje** poreskog **opterećenja na uredne platiše,** 4

čiji troškovi rastu, a konkurentnost opada.

Da bi se to eliminisalo, **treba uvesti striktnu odgovornost** poreske **uprave za naplatu poreza.** Zadatak **fiskalne politike treba** da bude **povećanje efikasnosti privrede (ograničavanjem nesavršenosti tržišta, zagađivanja** okoline **itd.),** stabilizacija **privrednih** tokova, ubrzavanje **tempa razvoja i pravednija** raspodela **narodnog dohotka** 4

kroz njegovu preraspodelu na bazi

poreza i transfera. Budući da je Srbija **mala zemlja i da mora otvoriti svoju privredu** u nastojanju **da** 4

pristupi EU, kao svom najvažnijem tržištu, ona bi trebalo da što pre prilagodi svoj poreski sistem dobro usklađenom evropskom poreskom sistemu.

Time će se postići da je poresko **opterećenje privrede i pojedinaca jednako kao i u** 4

Evropi.

Međutim, osim uvođenja evropskih poreskih **stopa, treba uvesti i** evropsku **efikasnost u naplati poreza.** 4

Imajući u vidu da Srbija još izvesno vreme neće biti u stanju da ispuni evropske standarde napalate poreza, da bi bila konkurentna, ona mora težiti smanjenju poreskih opterećenja za privredu. Smanjivanje poreskih stopa, usled visoke elastičnosti poreskih prihoda na poresku stopu, može izazvati rast poreskih prihoda. Postoje dva mehanizma preko kojih smanjivanje poreskih stopa može uticati na povećanje poreskih prihoda. Prvi je preko uticaja na rast proizvodnje i dohotka, što dovodi do povećanja poreske osnovice, a drugi preko mogućeg uticaja na smanjenje poreske evazije. Kontrolu utaje poreza, po osnovu rada na crno ili obavljanja nelegalnih novčanih transakcija, moguće je postići reafirmacijom državne institucije platnog prometa (bivša „Služba društvenog knjigovodstva"), preko koje bi se obavljala sva plaćanja privrednih subjekata. Na ovaj način bi se obezbedila javnost novčanih tokova,

smanjili troškovi platnog prometa i podstakla **konkurentnost** kompanija, **što je** 4

u skladu sa strategijom izvozno-orijentisanog ekonomskog rasta.

Međutim, time bi se značajno umanjila **profitabilnost** finansijskog **sektora (pretežno u stranom vlasništvu), pa otuda treba očekivati velike otpore** iz zemlje **i** 4

okruženja. Uporedo sa merama povećanja budžetskih prihoda, nameće se potreba i racionalizacije javne potrošnje. Državna uprava,

koja je u svojoj glomaznosti nasleđena **iz razdoblja socijalizma, svakako je prvi kandidat za racionalizaciju.** Kriterijum **političke podobnosti i loša organizacija,** osnovini **su** uzroci hipertrofije nasleđene **državne uprave. Broj ministarstava ne bi** trebalo da bude **veći od** njihovog broja **u** razvijenim **tržišnim** 4

ekonomijama, dok broj lokalnih samouprava treba svesti na razuman nivo. Uporednom akcijom,

trebalo bi racionalizovati **i brojne druge državne i paradržavne institucije. Državna administacija treba** da bude **što manja, što jeftinija, ali što** produktivnija. **Sudstvo** 4

treba racionalizovati, reorganizovati i

učiniti odgovornim i efikasnim. Reorganizacija zdravstva, takođe, **može rezultirati bitnim uštedama,** 4

uz viši nivo

primarne zdravstvene zaštite. Besplatna zdravstvena zaštita treba da bude **omogućena svakom građaninu** Srbije. **Odvajanje privatnog sektora od državnog u svakoj grani privredne** delatnosti, **pa tako i u zdravstvu, zbog mogućeg konflikta interesa, može pomoći uštedama. Školstvo, posebno visoko, vrlo je loše** organizovano **i predimenzionirano.** Kriterijumi **izbora nastavnika prilagođeni su zatečenim kadrovima,** umesto **da se kadrovi prilagođavaju strogim** 4

normama razvijenog sveta. Sve to treba reorganizovati, da bi se podigao kvalitet nastave, a relativni troškovi sveli na nivo onih u razvijenim tržišnim privredama. Privredni sektori (ili regije) mogli bi osnivati sopstvene univerzitete, i tako osigurati sturkturu kadrova za kojom imaju potrebu.

Osnovno i srednje školstvo mora biti besplatno za svakog građanina, ali mu se kvalitet mora poboljšavati **i** kontinuirano **nadzirati.** 4

Treba institucionalizovati obavezu permanentog obrazovanja tokom celog radnog veka. Udeo penzija

u ukupnim budžetskim rashodima bitno je porasao **zbog velikog povećanja broja** penzionera **u procesu privatizacije. Budući da mnoga** preduzeća **nisu uplaćivala odgovarajuće doprinose za** penzijsko **i zdravstveno osiguranje, porast sredstava u** penzijskom i zdravstvenom **fondu nije pratio porast broja** 72

penzionera. Penziona reforma obuhvata obavezu države da pomogne u povezivanju staža radnika kojima tokom radnog veka nisu kontinuirano uplaćivani porezi i doprinosi po osnvou zarada, što predstavlja veliki pritisak na budžet. S druge strane, produžavanjem radnog veka

na 65 godina i za žene i za muškarce, 101

mnogi koji u poznim godinama budu otpuštani sa posla u procesu racionalizacije broja zaposlenih u javnom sektoru, bivaju prinuđeni da odu u prevremenu penziju, što će dodatno pogoršati ionako nepovoljan odnos broja penzionera i zaposlenih, a ujedno će trajno umanjiti penzije onih kojima nedostaju godine za odlazak u starosnu penziju. Reforma finansijkog sistema koju vrši Vlada Republike Srbije ima za isključivi cilj svođenje javnog duga na nivo dogovoren u pregovorima sa MMF-om. U nameri da pre roka ostvari zacrtani cilj, Vlada je zaoštrila budžetsku politiku,

kako na strani prihoda, **tako i na strani** rashoda, **da se** 245

opravdano dovodi u pitanje mogu li privreda i stanovništvo izdržati nametnutu dinamiku. Prebacivanjem težišta sa oporezivanja zarada na oporezivanje kapitala, Vlada pokušava da relaksira radno-intenzivne sektore radi podsticanja zapošljavanja, ali s druge strane, dodatano opterećuje kapitalno-intenzivne sektore domaće industrije. Imajući u vidu da jefitina radna snaga tradicionalno predstavlja komparativnu prednost domaće privrede, a da visoka cena kapitala predstavlja prepreku rastu kapitalno-intenzivnog sektora, može se izvesti zaključak da fiskalna politika nije usaglašena sa aktuelinim potrebama razvoja i reindustrijalizacije Srbije. Reformom fiskalnog sektora smanjene su subvencije privredi, a u okviru tako smanjenih subvencija najveću pomoć dobijaju preduzeća u stečaju i restrukturiranju i inostrane kompanije koje zapošljavaju nove radnike. Prema osnovnoj ekonomskoj logici, treba subvencionisati faktore po osnovu kojih zemlja ne ostvaruje komparativne prednosti, da bi se podstakao razvoj sektora koji intezivno koriste deficitarne faktore, dok ne treba subvencionisati faktore koji predstavljaju komparativnu prednost za datu zemlju, jer za to nema ekonomskog opravdanja. Ukoliko inostranim investitorima nije dovoljna činjenica što Srbija ima najjeftiniju radnu snagu u Evropi, da bi ulagali u radno-intenzivne sektore, onda ni subvencionisanje zapošljavanja neće privući ozbiljne kompanije da vrše dugoročna ulaganja. Primera radi, italijanski FIAT očigledno ne planira da širi gamu svojih proizvoda u Kragujevcu, već najavljuje seljenje proizvodnje u Brazil. Uzrok je u tome što je izvoz modela 500L, došao do svog zenita i dalje povećavanje proizvodnje uz otvaranje novih subvencionisanih radnih mesta više nije izgledno. S druge strane, paradoks predstavlja i činjenica da domaće kompanije u Srbiji finansiraju svoju inostranu konkurenciju. Oporezivanjem domaćih preduzeća namiču se sredstva u budžet iz kojeg se daju subvencije za zapošljavanje, kao podsticaj stranim kompanijama da investiraju u Srbiji. Imajući u vidu da TNK većinu transakcija obavljaju u okviru mreže svojih filijala, a da profit po pravilu iznose iz države u koju su plasirali kapital, zemlji domaćinu kao jedina sigurna korist od priliva SDI ostaje dohodak od rada njenih stanovnika. Ukoliko se i zarade lokalnih radnika finansiraju iz budžeta, odnosno iz domaćih sredstava, postavlja se logično pitanje koristi koju država ima od priliva SDI. 7.3.3. Spoljnotrgovinska politika

Koncept izgradnje tržišne i izvozno orijentisane **privrede** Srbije podrazumeva **i** njenu **otvorenost prema** svetu. S **obzirom na geopolitički položaj** Srbije, **to znači usku povezanost** 4

sa zemljama EU. Tom

cilju treba podrediti celokupnu **ekonomsku politiku, pa i politiku odnosa s** 4

inostranstvom. Mada još nije član STO, Srbija kao kanditat za ulazak u EU sve više prihvata njena pravila ponašanja. Na taj način, svetsko tržište postaje sve otvorenije za srpsku robu i usluge. Istovremeno, a naročito nakon jednostranog usvajanja SSP-a, i srpsko tržište postaje

otvoreno za inostrane **proizvode. Sada izvoz gotovo isključivo** zavisi od **efikasnosti domaćih proizvođača.** Srpske kompanije **su** 4

sve manje diskriminisane na tržištu EU,

ali se ne mogu ni štititi merama spoljnotrgovinske **i carinske zaštite.** 4

Zato se težište politike ekonomskih odnosa s inostranstvom koncentrše **na politiku** kursa. **U** većini zemalja **EU, uvedena je jedinstvena valuta** evro. **Budući da je EU najvažniji** spoljnotrgovinski **partner** Srbije, **to bi i** 4

kurs dinara trebalo da se prilagođava kursu evra

jednom vrstom prilagodljivog vezivanja. Čim Srbija **postane punopravna članica EU, treba razmisliti o uvođenju** 4

evra

kao zakonskog sredstva plaćanja. Naime, supstitucija nacionalne valute evrom **ima svoje troškove i koristi,** 4

ali se čini da bi koristi mogle biti mnogo veće od troškova. U međuvremenu, Srbija treba da zadrži dinar bar

do postizanja punopravnog članstva u EU. Srbija **vodi pregovore** sa **EU o pristupanju u** 4

članstvo, ali s **obzirom na vrlo slabu pregovaračku poziciju** Srbije **u tim pregovorima,**

to i nisu pregovori, nego diktat jačeg. Srbija ne može menjati svoju poziciju, ali joj se treba prilagoditi, tako što će insistirati na principu nediskriminacije, kao osnovom principu međunarodnog prava i funkcionisanja svih međunarodnih organizacija. U tom kontekstu, Srbija mora insistirati na poštovanju dva osnovna

načela: 1.) Srbija **ne** sme **od EU tražiti ništa više** od onoga **što je neka članica već dobila** 4

i 2.) Srbija ne sme

od EU prihvatiti ništa manje od onoga **što je neka članica već dobila. Ostvarivanje tih načela može služiti i kao** kriterijum ocene uspešnosti **Vlade i** njenog **pregovaračkog tima u** dijalogu sa **EU. Da bi** Srbija **mogla ozbiljnije računati na ulazak u EU,** neophodno **je** da ispuni **određene mikroekonomske i makroekonomske** 4

uslove. Mikroekonomski uslovi

su: 1.) jasno definisanje **cilja** preduzeća, **2.) slobodno formiranje** cena, **3.) preuzimanje rizika od strane menadžmenta** preduzeća **i** ocena **njegove sposobnosti prema** uspešnosti **ostvarivanja ciljeva** i 4.) **pravna sigurnost i stabilnost. Makroekonomski** uslovi **su: 1.)** rešenje **problema korupcije, 2.)** povećanje **efikasnosti upravljanja, 3.)** podizanje efikasnosti **i** odgovornosti **državne uprave, 4.)** 4

uvođenje fiskalne discipline i

5.) smanjenje spoljne **zaduženosti. Carinska i** spoljnotrgovinska **politika** Srbije **ograničena je pravilima** pristupanja EU **i** 4

pravilima STO koja se primenjuju u Uniji. Mada još uvek nije članica nijedne od ovih organizacija, Srbija se prihvatanjem SSP-a obavezala na jednostranu liberalizaciju uvoza iz zemalja EU, što je bitno pojačalo konkurenciju na domaćem tržištu.

U bilateralnim odnosima sa svim zemljama Srbija **treba** da insistira **na striktnom** 4

reciprocitetu, ne samo u političkim, nego i u ekonomskim odnosima. Ona **treba** da poštuje **sve potpisane međunarodne ugovore** i insistira **da ih i druge potpisnice** poštuju. Takođe, **treba da** dozvoli da **tržište određuje** kurs dinara, **jer tržišni** kurs **najbolje prenosi** cenovne **i druge informacije iz** inostranstva, **koje su važne za** usmeravanje restrukturiranja domaće **privrede i**

njeno prilagođavanje potrebama svetskog tržišta.

Međutim, s obzirom na visok stepen **koncentracije na** domaćem **bankarskom tržištu i na** 4 **vrlo nepovoljnu vlasničku strukturu** finansijskog **sektora,**

neophodna je opreznost u vođenju politike deviznog kursa, jer bi svaki jači špekulativni napad na dinar mogao izazvati valutnu krizu, sa negativnim posledicama po domaću privredu. 7.3.3.1. Izgradnja i pozicioniranje

nacionalnog brenda Srbije Nizom odluka, Vlada je uvrstila izgradnju nacionalnog brenda 6 **Srbije u** najvažnije **nacionalne prioritete**

i kreirala projekat „Izgradnja i pozicioniranje nacionalnog brenda Srbije". Ključna

snaga svakog projekta od nacionalnog značaja, **a** naročito **brending projekta, je** 6 snažan **partnerski odnos javnog i privatnog sektora. Svaka institucija, kompanija,** udruženje **ili pojedinac je neophodan i nezamenljiv** činilac **uspeha u projektu izgradnje nacionalnog brenda.** Snažan **i pozitivan nacionalni brend okuplja sve delove društva oko** zajedničkog **cilja, budi nacionalni ponos i** podstiče **pozitivna** očekivanja građana **u vezi sa ekonomskim, socijalnim, kulturnim i** naučnim **napretkom. Nacionalni brend Srbije treba da** pruži **podsticaj svakom pojedincu, grupi ili organizaciji da se stalno** unapređuje, jača **svoje kapacitete,** istražuje **nove** mogućnosti **i ostvaruje konstruktivan kontakt sa svojim** okruženjem, **bude koristan sebi i društvu u celini.**

Realizacijom ovog projekta želi se stvoriti

sistem za efektno predstavljanje zemlje na globalnom tržištu, **što** će **rezultirati u** 6 **pozitivnoj promeni percepcija ciljanih javnosti u svetu o Srbiji.**

Promena pozicije Srbije u svetskoj javnosti i kreiranje nacionalnog brenda podrazumeva 6

popravljanje imidža **Srbije. Nepovoljna slika svetske javnosti o Srbiji** ogleda **se u: • niskom stepenu prepoznatljivosti srpskih proizvoda i usluga i drugih vrednosti i karakteristika Srbije (kulturne, istorijske,**

umetničke, naučne

vrednosti); • niskom nivou kvaliteta proizvoda i usluga koji se izvoze; • malom broju tehnički 6 **i tehnološki sofisticiranih proizvoda iz Srbije; • nedovoljnoj primeni marketing i brending filozofije u poslovanju srpskih** preduzeća; • **nedovoljno razvijenoj svesti** građana **o vrednostima koje Srbija poseduje i • nedostatku efikasnog institucionalnog okvira i obuhvatnog koncepta za izgradnju nacionalnog brenda Srbije, što** se **sada** nastoji promeniti. **Osnovna ideja je da Srbija treba da postane pozitivan brend i da zauzme povoljnu poziciju u globalnoj javnosti. Dakle, cilj je da Srbija bude** snažan **i dobro pozicioniran brend.**

Nacionalni brend je višedimenzionalni brend i može **da** sadrži sledeće **vrednosne** 6 **kategorije: visok kvalitet proizvoda i usluga, visok kvalitet** života, **poslovnu dinamiku, kreativnost, inventivnost, preduzetništvo, obrazovano i kvalifikovano stanovništvo, vrhunske kapacitete za odmor, rekreaciju i zabavu, kvalitetnu infrastrukturu i zdravo prirodno** okruženje. Snažan **i prepoznatljiv nacionalni brend Srbije** će značajno **uticati na priliv investicija,** dinamičniji **ekonomski razvoj,** povećanje **obima i promenu strukture izvoza, podizanje nivoa kvaliteta putem** uvođenja **evropskih standarda, stvaranje povoljnijih uslova za razvoj preduzetništva i primenu inovacija,** privlačenje **turista, povoljniju** tržišnu **poziciju** domaćih **proizvodnih i** uslužnih **brendova, kao i na prepoznatljivost prirodnih, kulturnih i istorijskih vrednosti Srbije.**

Važno

je imati u vidu činjenicu **da postoji visok stepen** međuzavisnosti pojedinačnih 6 **proizvodnih i** uslužnih **brendova, sa jedne, i brenda** države, **sa druge strane. U procesu kreiranja ili** jačanja **nacionalnog brenda, neophodno je ozbiljno raditi na prepoznavanju i kontinuiranoj selekciji jakih brendova koji mogu biti nosioci nacionalnog brenda i njegovog identiteta.** Pojedinačni **brend prenosi svoj identitet,** imidž, tržišnu **poziciju i prepoznatljivost na nacionalni brend. Ukoliko je nacionalni brend jak i dobro pozicioniran, on povratno** utiče **na sve brendove i sektore, pa je set vrednosti i identitet** pojedinačnih **brendova bogatiji, prodor na** tržište **lakši i njihova** tržišna **pozicija povoljnija nego u** slučaju **kada na svetskom** tržištu **nastupaju bez „podrške" nacionalnog brenda.**

Ograničeni resursi domaće

privrede u domenu izgradnje jakih brendova su: zastarela tehnologija proizvodnje proizvoda i 6 pružanja **usluga, neadekvatan dizajn proizvoda i pakovanja,** ograničenost **sredstava za finasiranje** unapređnja **proizvodnih i marketinških aktivnosti, nedovoljno jak** tržišni **mehanizam, nedovoljno resursa za** uvođenje **modernih sistema kvaliteta, nizak nivo zaštite intelektualne svojine, nizak nivo svesti o** značaju **marketinga i brendinga, nedovoljno zastupljen proaktivni i strateški pristup u poslovanju, nizak stepen znanja iz oblasti brendinga i poznavanja modernih marketinških tehnika i alata, nerazvijen koncept integrisanih marketing kanala i dr. Izgradnja** značajnog **korpusa jakih srpskih brendova ima brojne efekte na razvoj nacionalne ekonomije, jer brendirani proizvodi imaju** veću **vrednost, viši percipirani kvalitet i potencijal za** veću lojalnost kupaca **u odnosu na nebrendirani proizvod.** Važno **je** postići **da** domaći **brendovi efektivnije zadovoljavaju potrebe i zahteve** domaćih **i stranih** potrošača, **da se struktura srpskog izvoza unapredi u pravcu sofisticiranijih proizvoda i usluga, da se** poveća **vrednost** srpskog **izvoza, da se popravi** imidž domeće **privrede u svetu i da se olakša nastup** novonastajućih **brendova na stranim**

tržištima.

Nacionalni brend je nesumnjivo moćan **instrument za ubrzanje ekonomskog razvoja, kao i** 6 **za** jačanje političkog **i kulturnog uticaja zemlje u svetu, a efekti pravilne upotrebe ovog instrumenta su brojni. U okviru izgradnje nacionalnog brenda** biće **preduzete brojne aktivnosti,** čija će **realizacija doneti** značajne **koristi svim** pojedinačnim **brendovima i sektorima u Srbiji. U okviru Projekta** predviđna **je, kako finansijska, tako i** stručna **i edukativna podrška implementaciji dobrih ideja, uspostavljanju novog sistema vrednosti i** načina **razmišljanja u poslovanju, kao i intenzivnom obrazovanju i usvajanju novih znanja iz oblasti marketinga, brendinga, upravljanja projektima i drugih** važnih **oblasti za uspešno poslovanje. Sredstva koja se izdvajaju za nacionalni brend troše se na opštu promociju zemlje. Od toga imaju koristi svi vlasnici** domaćih **brendova, jer im na taj** način **ostaje prostora i novca da se ozbiljnije pozabave** specifičnom, **komercijalnom promocijom svog brenda. U tom smislu, sinergija koja se** može **ostvariti treba da bude jedan od motiva da se intenzivnije krene u proces kreiranja nacionalnog brenda Srbije, koji** će **biti** vodeća **snaga za ostvarivanje** dinamičnog **ekonomskog razvoja. U Srbiji danas postoji veliki broj kompanija koje** drže **do svojih brendova, stalno rade na njihovom** jačanju, **primer su modernog poslovanja i pravi promoteri brendinga u Srbiji. Savremeno** tržište **ne zahteva samo kvalitet,** već **proizvod, uslugu ili proces koji je** drugačiji **od drugih, i to po onim karakteristikama koje su bitne za** potrošača. **U tom smislu, neophodno je promovisati kulturu intenzivne primene brendinga u Srbiji, kako** bi se smanjio **jaz u odnosu na razvijene zemlje i**

ponudilo **globalnom** tržištu **što više sofisticiranih, visoko kvalitetnih i dobro pozicioniranih** domaćih **brendova. Cilj svih je da** Srbija ima **što više jakih proizvodnih i** uslužnih **brendova po kojima** će **biti prepoznatljiva u svetu. Srpski proizvodi i usluge visokog kvaliteta** će **imati** značajne **koristi od jedinstvenog nacionalnog brenda, ali** će **i**

proizvođači

onih manje kvalitetnih biti podstaknuti da uvećaju **svoje napore na polju** unapređenja **kvaliteta i primene marketing koncepta u poslovanju.** 6

Bez obzira na to po kojim je proizvodima i uslugama prepoznatljiva Srbija, šljivovici **ili** 6

vrhunskom softverskom rešenju, važno je da se svetu pošalje poruka da je Srbija dinamična,

konkurentna zemlja, koja je sposobna da predstavi svoje proizvode i usluge i proda ih svetu. 6
Da bi se to i desilo, Nacionalni brend će **razvijati kulturu visokog kvaliteta i kontinuiranog** uvođenja **inovacija, u cilju efektivnijeg nastupa** i plasmana domaćih **proizvoda i usluga na**

međunarodnom tržištu. 7.3.3.2. Ekonomska diplomatija u funkciji podsticanja izvoza Aktivnosti savremene ekonomske diplomatije usmerene su na ostvarivanje specifičnih privrednih interesa zemlje na međunarodnom planu, pri čemu postoji međuzavisnost između različitih područja njenog delovanja. Ova područja su omeđena fluidnim i teško odredivim granicama, naročito ukoliko se posmatraju u kontekstu integrisane diplomatije. Delovanje ekonomske diplomatije može se podeliti u pet osnovnih područja: 1. podsticanje izvoza, 2. podsticanje investicija, 3. transfer tehnologija, 4. upravljanje tehničkom pomoći / razvojnom saradnjom – što je značajno, kako sa aspekta zemalja primalaca pomoći, tako i s aspekta zemalja i međunarodnih organizacija koje pružaju pomoć i 5. promocija zemlje – što podupire sva napred navedena područja, a uključuje stvaranje pozitivnog imidža zemlje, brendiranje zemlje, turističku promociju i sl. Izvozni tokovi, uz finansijske, predstavljaju osnovno područje delovanja ekonomske diplomatije. Uloga diplomatije je u mobilizaciji interesa na terenu, stvaranju povoljnog ambijenata za susrete izvoznika sa njihovim potencijalnim partnerima, te u definisanju i artikulaciji svih okolnosti koje doprinose izvozu. Prethodno je, međutim, potrebno ukazati na značaj postojanja razrađene strategije izvoza, u smislu definisanog izvoznog portfelja matične zemlje koji ima potrebu za potporom na terenu. Prometu ulaganja pridaje se posebna pažnja u radu diplomatskih misija. Sve zemlje, bez obzira na dostignuti nivo razvijenosti, takmiče se u globalnoj utakmici za privlačenje SDI. U velikom broju zemalja poslovi podsticanja investicija u inostranstvu u delokrugu su filijala nacionalnih agencija za promet ulaganja. Međutim, diplomatske misije imaju nezamenjivu i vrlo važnu ulogu po tom zadatku. One imaju široke spoznaje o zemlji primaocu, razvijenu mrežu političkih i ostalih kontakata, kao i dugogodišnje kontinuirano prisustvo na

terenu. Ekstenzivnost i intenzivnost – dve su osnovne smernice delovanja u prometu stranih investicija. Prva se odnosi na prepoznavanje potencijalnog investitora, što pretpostavlja aktivnosti tzv. sondiranja terena. Intenzivnost u delovanju pretpostavlja razvoj i održavanje kontakata s potencijalnim ulagačima, otklanjanje potencijalnih sumnji, pružanje osnovnih objašnjenja i sl. Obe smernice, međutim, imaju svoje preduslove – prvo, identifikovanje potencijalnih investitora pretpostavlja postojanje razrađene "liste" ulagačkih prioriteta i projekata matične zemlje, te drugo, intenzivno lobiranje prema identifikovanom potencijalnom ulagaču pretpostavlja raspolaganje pouzdanim informacijama o njegovom profilu, nivou i ozbiljnosti pokazanog interesa, kao i o objektivnim mogućnostima za ostvarivanje ulaganja. Imidž zemlje utiče na gotovo sve aspekte međunarodnih odnosa. Način na koji je jedna zemlja percipirana u svetu značajno utiče na njene međudržavne odnose u svim dimenzijama. Stvaranje odgovarajuće percepcije o zemlji u samoj je biti funkcije diplomatskih misija, ministarstava spoljnih poslova i profesionalnih diplomata uopšte - iako su njihove realne mogućnosti da radikalno ili trenutno utiču na promenu postojeće percepcije njihove zemlje u inostranstvu često limitirane. Međutim, proaktivna diplomatija zahteva ozbiljno i permanentno pridavanje pažnje kreiranju željene slike svoje zemlje. Brajan Hoking, poznati teoretičar savremene diplomatije, analizirao je uticaj imidža zemlje na donošenje odluka stranih privrenika o pokretanju poslovnih aktivnosti u toj zemlji i došao do zaključka da 72% ispitanika smatra da je nacionalni imidž zemlje bio od presudne važnosti za realizaciju ulaganja ili drugih oblika privredne saradnje u toj zemlji (B. Hocking, 2000.). Svetska banka, takođe, pridaje ključnu ulogu u privlačenju stranih ulaganja odgovarajućoj promociji zemlje i ulozi pozitivne percepcije o njoj (World Bank 2000.). S druge strane, nesporno je da se značajan segment privredne razmene realizuje u različitim okolnostima, uključujući i onaj koji se odvija između zemalja koje uopšte nemaju diplomatske odnose ili su ti odnosi opterećeni ozbiljnim političkim temama, pa čak i neprijateljstvima. Međutim, bilateralni odnosi utemeljeni na pozitivnim percepcijama nacionalnog identiteta bitna su podloga za dinamičniji i lakši razvoj privredne saradnje, pri čemu, inicijativa, inovacija i inventivnost daju nov kvalitet uspešnoj organizaciji promotivnih aktivnosti diplomatskih misija. Pritom, valja imati na umu i sve sinergijske učinke područja delovanja diplomatske misije, koji se ogledaju u primeni sistema integrisane diplomatije. Naime, koordiniranost političkih i ekonomskih poslova, poslova kulturne saradnje, konzularnih poslova, odnosa s medijima, odnosa sa iseljeništvom i drugih područja rada diplomatskih predstavništva u funkciji sveopšte promocije jedne zemlje i stvaranja pozitivne slike o njoj u zemlji primaocu, predstavlja temelj integrisane diplomatije 7.3.3.3. Digitalizacija trgovine U svetu se procesi digitalnog reinženjeringa poslovnih aktivnosti odvijaju već više od pedeset godina. Supremacija digitalne nad analognom tehnologijom, kao posledica neotehnološke revolucije, revidira tradicionalne načine vršenja poslovnih aktivnosti, kroz proces njihove digitalizacije. Glavna uloga u digitalnom reinženjeringu nacionalne i globalne društveno-ekonomske scene pripada sektoru IKT. Sa razvojem mrežnog povezivanja i naročito pojavom Interneta, kao najnovije faze informaciono- komunikacionog restrukturiranja tradicionalnog načina života i rada, menja se i celokupan socijalni i kulturni milje. Internet postaje temelj koncepta informatičkog društva, smanjujući distance između najudaljenijih delova sveta. Njegov razvoj doprineo je globalizaciji svih poslovnih aktivnosti, tako da se u zavisnosti od stepena primene IKT u poslovanju, sve nacionalne privrede mogu podeliti na globalno, regionalno ili lokalno orijentisane

Globalna decentralizacija društveno- ekonomskih **aktivnosti** postaje **privilegija** samo **digitalno** 139

opismenjenih društava, dok informaciono nedovoljno pripremljene ekonomije bivaju istisnute

sa regionalne i globalne društveno-ekonomske 139

pozornice. Razvoj informacionog društva u Srbiji predstavlja

nacionalni projekat koji treba da harmonizuje domaću informaciono-komunikacionu infrastrukturu sa „Digitalnom agendom EU“. Razvoj sektora IKT i njegova implementacija u društveno-ekonomsku strategiju razvoja srpskog društva, jedan je od najvažnijih zahteva EU 7

prema Srbiji u procesu njenog pridruživanja.

Evropska unija je prepoznala nedovoljnu razvijenost IKT u Srbiji kao ograničavajući faktor za razvoj „informacionog društva i Web-digitalne 7

ekonomije. Razvoj digitalnih komunikacija i informatičkog društva predstavlja

značajan faktor unapređenja nacionalne konkurentnosti, te poboljšanja poslovne klime i 7

životnog standarda stanovništva. S tim u vezi, EU je vlastima u Srbiji preporučila da podstiču sprovođenje sledećih ciljeva: •

digitalizacija telekomunikacione infrastrukture, • da Internet bude dostupan svima, • brz, jeftin i siguran Internet, • razvoj širokopojasnog pristupa Internetu, • razvoj Web ekonomije, • uvođenje digitalne televizije, • razvoj sektora industrije opreme elektronskih komunikacija, • razvoj mobilne usluge, • uvođenje usluge prenosivosti broja i • efikasniji pristup informacijama i znanju. Ovim se ne iscrpljuje lista zahteva EU Srbiji na putu ka savladavanju tajni „informacionog društva“ i „digitalne ekonomije“. Neophodna je liberalizacija tržišta fiksne telekomunikacione mreže i ukidanje „dvojnika“, kao uskog grla informaciono-komunikacionog ambijenta. Potencira se i razvoj širokopojasnog pristupa Internetu, jer prema sadašnjim podacima, samo 43,4% korisnika koristi ovaj pristup, što je ispod proseka zemalja EU (76%). Razvoj „informacionog društva“ i „digitalne ekonomije“ zahteva reinženjeing javnog, uslužnog i realnog sektora. To podrazumeva primenu IKT u sledecim oblastima, i to: • javnoj upravi (e-uprava), • zdravstu (e- zdravstvo), • sudstvu (e-prvosuđe), • obrazovanju, nauci i kulturi (e-nauka i e-kultura), • studiranju na daljinu (e-laring). Poseban segment „informacionog društva“ i „digitalne ekonomije“ u Srbiji predstavlja razvoj 7

koncepta elektronske trgovine. Osećajući se najpozvanijim za razvoj koncepta e -trgovine, Ministrstvo za trgovinu Srbije je u okviru projekta „Strategija i politika trgovine Srbije“ poseban akcenat stavilo na razvoj ovog segmenta nove digitalne ekonomije [9]. Akcenat nije slučajno stavljen na razvoj e-trgovine. Razloga za to ima više. Prvenstveno, internacionalizaciju trgovine i globalizaciju tržišta nemoguće je zamisliti bez instrumentalizacije IKT u marketing strategiji trgovinskih lanaca. Elektronski modeli trgovine, poput: B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), B2A (Business-to- Administration), C2A (Consumer-to-Administration), C2C (Consumer -to-Consumer), C2B (Consumer- to-Business), G2C (Goverment-to-Consumer), P2P, čine platformu na kojoj se odvija promet robe- usluga-kapitala-informacija u međunarodnom poslovanju. Informatika i elektronika postaju arhitekte „nove-digitalne trgovine“.

U Srbiji su

stvorene institucionalne pretpostavke za razvoj „informacionog društva“ i „digitalne ekonomije“. 7

U okviru Digitalne agende, Srbija je usvojila:

Strategiju razvoja elektronskih komunikacija od 2010. do 2020.godine, Strategiju razvoja informacionog društva do 2020.godine, Strategiju razvoja elektronske uprave za period 2009-2013., Zakon o elektronskoj trgovini, Zakon o elektronskom potpisu, Zakon o elektronskom dokumentu, Zakon o tajnosti podataka, Zakon o zaštiti podataka i licnosti i Zakon o organizaciji i nadležnosti organa za borbu protiv visoko-tehnološkog kriminala. Reč je o harmonizaciji našeg društveno-ekonomskog ambijenta sa zahtevima Digitalne agende EU: „Informaciono društvo“ i „Digitalna-Internet ekonomija“. Za realizaciju Digitalne agende Srbije procenjena su finansijaka sredstva u iznosu od pet 7

mlrd. evra, koja se obezbeđuju od

međunarodnih organizacija, iz donacija i putem javno- privatnog partnerstva. 139

Glava VIII ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREPORUKE 8.1. REZULTATI TESTIRANJA HIPOTEZA Osnovna polazna pretpostavka u disertaciji je da nedostatak kvalitetnog upravljanja izvozom predstavlja osnovni uzrok nezadovoljavajućeg pozicioniranja Srbije na globalnom tržištu. U cilju dokazivanja ove složene pretpostavke, testirano je šest hipoteza (H1-H6) i ispitana njihova validnost, primenom raznovrsnih kvantitativnih i kvalitativnih metoda istraživanja. Pod pretpostavkom da se svih šest hipoteza odbaci, to bi predstavljalo dokaz ispravnosti polazne

pretpostavke u disertaciji. Testirane su sledeće hipoteze: • H1: Privredni rast Srbije vođen je ekspanzijom izvoza. • H2: Strukturne promene u srpskoj privredi rezultirale su porastom značaja razmenljivih, ekološki prihvatljivih, profitabilnih i tehnološki intenzivnih delatnosti • H3: Struktura robnog izvoza Srbije komplementarna je sa strukturom izvoza zemalja EU • H4: Robna struktura izvoza Srbije odgovara strukturi svetske uvozne tražnje. • H5: U periodu tranzicije zabeležen je napredak u strukturi konkurentskih prednosti srpskog izvoza. • H6: Rast izvoza srpskih kompanija je rezultat poboljšanja njihove konkurentske pozicije na tržištu. 8.1.1. Rezultati testiranja H1 Prva pomoćna pretpostavka je da je privredni rast Srbije vođen prevashodno rastom domaće tražnje, a ne ekspanzijom izvoza. Ispitana hipoteza, čijim bi se odbacivanjem potvrdila postavljena pretpostavka, glasi: H1: Privredni rast Srbije vođen je ekspanzijom izvoza. U cilju ispitivanja H1, analizirana je proizvodna funkcija, prilagođena potrebi izračunavanja doprinosa domaće tražnje, izvozne ekspanzije i uvozne supstitucije, privrednom rastu Srbije, sledećeg oblika: P2 − P1 = P1 *

[(P2 + M2 − X2)− **(P1 + M1** − X1)]+ **P1 P1 + M1 P1 + M1** 257

* (X 2 − X 1) + | | P1 M+1M1 P2 M+ 2M 2 | | * (P2 − M 2) − Dekompozicija privrednog rasta Srbije izvršena je za dvadesetogodišnji period (1995-2014.), koji je radi lakšeg tumačenja dobijenih rezultata podeljen na tri podperioda: pre demokratskih promena i otpočinjanja tranzicionih reformi (1995-2000.), rana faza tranzicionih reformi do pojave globalne ekonomske krize (2001-2008.) i pozna faza tranzicionih reformi, koja koincidira sa periodom krize (2009-2014.). Rezultati dekompozicije privrednog rasta (u mlrd. RSD) na uticaj rasta domaće tražnje, ekspanzije izvoza i uvozne supstitucije, po pojedinim podperiodima, su sledeći: H1(1995-2000): 353,8 = 319,0 + 31,1 + 2,8 ⇒ 100% = 90,4% + 8,8% + 0,8% H1(2001-2008): 1924,0 = 1804,3 + 446,5 - 326,7 ⇒ 100% = 93,8% + 23,2% - 17,0% H1(2009-2014): 997,9 = 648,1 + 662,8 - 313,0 ⇒ 100% = 64,9% + 66,4% - 31,4% U prvom posmatranom podperiodu (1995-2000.) Srbija je bila izložena brojnim problemima političke i ekonomske prirode. U uslovima sveopšte političke i ekonomske izolacije, izvoz je imao mali uticaj na privredni rast Srbije (8,8%). S druge strane, rast BDP Srbije, koji je u ovom periodu iznosio 354 mlrd. dinara, može se sa 90,4% pripisati rastu domaće tražnje, koja se oporavljala nakon katastrofalnog stanja u kojem je bila 1993. i 1994. godine, dok je pozitivan doprinos uvozno- supstitutivnih delatnosti bio minimalan (0,8%). Ranu fazu tranzicije (2001-2008.) obeležili su: postepeni povratak srpske privrede u međunarodne proizvodne procese i trgovinske tokove, priliv inostranih investicija i značajan rast životnog standarda stanovništva, što je rezultiralo povećanjem domaće tražnje. Rastom domaće tražnje može se objasniti 93,8% rasta privredne aktivnosti Srbije u periodu 2001-2008. godine. U ovoj fazi je značajan rast zabeležio i izvoz, koji je sa 23,2% uticalo na rast BDP. Proces liberalizacije i uključivanja zemlje u globalne trgovinske tokove, relativizovao je potrebu za supstitucijom uvoza, koja je imala negativan uticaj na privredni rast u ranoj fazi tranzicije. Pozna faza tranzicije (2009-2014.) bila je opterećena negativnim uticajem globalne ekonomske krize, koja se počela manifestovati već u drugoj polovini 2008. godine. Ipak, u celom šestogodišnjem razdoblju ostvaren je rast privredne aktivnosti, koja se sa 64,9% može pripisati rastu domaće tražnje i sa 66,4% ekspanziji izvoza, dok je uvozno supstitutivni sektor samo uvećao svoj negativan doprinos privrednom rastu na 31,4%. Smanjenje uticaja

domaće tražnje na privredni rast Srbije u ovom razdoblju, **posledica** je njenog većeg **pada** 53

od pada

uvozne tražnje u zemljama EU, kao najznačajnijeg spoljnotrgovinskog partnera Srbije.	136

Uprkos istorijskim iskustvima da u vreme krize državne mere zaštite jačaju, što po pravilu favorizuje uvozno-supstitutivnu proizvodnju, u Srbiji je i u ovom periodu nastavljeno sa liberalizacijom trgovine u kontekstu sprovođenja procesa pridruživanja EU, što je još više ugrozilo razvojne performanse ovog sektora. Dakle, do pojave globalne krize (1995-2008.), dominantan uticaj na privredni rast imalo je povećanje domaće tražnje, što znači da se u prva dva posmatrana podperioda H1 odbacuje, dok je u krizenom periodu (2009-2014.) uticaj izvozne ekspanzije na privredni rast minimalno prevagnuo u odnosu na uticaj domaće tražnje. To znači da se u ovom peridu H1 ne bi mogla ni prihvatiti ni odbaciti, jer je uticaj rasta domaće i inostrane tražnje na povećanje BDP-a bio gotovo ravnomeran. H1(1995-2000): odbacuje se H1(2001-2008): odbacuje se H1(2009-2014): ne može se ni prihvatiti ni odbaciti Može se zaključiti da je rast domaće tražnje u celom dvadesetogodišnjem razdoblju imao presudan

uticaj na dinamiku poslovne aktivnosti u Srbiji, dok je uticaj uvozne supstitucije postajao sve negativniji, a uticaj izvozne ekspanzije sve veći, ali još uvek nedovoljan	53

da bi se mogao smatrati pokretačem dinamičnih razvojnih procesa.	53

Prema tome, hipoteza H1 za ceo posmatrani period se odbacuje, i prihvata početni stav da je uticaj domaće tražnje imao presudan uticaj na ostvareni privredni rast u toku poslednje dve dekade. H1(1995-2014): odbacuje se Ova tvrdnja ukazuje na neke bitne reformske propuste, koji su doprineli da dosadašnji tok tranzicije srpske privrede ne dovede do očekivanih promena u strukturi proizvodnje i izvoza. 8.1.2. Rezultati testiranja H2 Druga polazna pretpostavka je da struktura proizvodnje i izvoza, koja se formirala kroz tranzicioni proces restrukturiranja domaće privrede, nije u skladu sa konceptom održive globalne konkurentnosti. Ovaj koncept podrazumeva dugoročan kontinuiran ekonomski rast, praćen pozitivnim strukturnim promenama u smislu povećanja značaja razmenljivih, ekološki prihvatljivih, profitabilnih i tehnološki intenzivnih sektora privrede. Testirana hipoteza glasi: H2: Strukturne promene u srpskoj privredi rezultirale su porastom značaja razmenljivih, ekološki prihvatljivih, profitabilnih i tehnološki intenzivnih delatnosti Hipoteza H2 testirana je primenom većeg broja modela, koji služe za detektovanje intenziteta i smera strukturnih promena u proizvodnji i izvozu. Da bi se ustanovio intenzitet strukturnih promena u privredi Srbije tokom tranzicionog perioda, izvršen je obračun koeficijenta sličnosti struktura na osnovu podataka o učešću pojedinih delatnosti u BDV Srbije u 2001. i 2013. godini, prema formuli: Vrednost indeksa sličnosti struktura (SI) može se kretati u rasponu 0-100, izražavajući dva ekstremna slučaja - kada nema nikavih sličnosti između struktura u dve posmatrane godine i kada su strukture u dve posmatrane godine identične. Indeks sličnosti struktura domaće privrede u 2001. i 2013. godini iznosi 78, što ukazuje na prilično visok nivo podudarnosti proizvodnih struktura u prvoj i poslednjoj posmatranoj godini

tranzicionih reformi. Visoka vrednost indeksa pokazuje da Srbija u toku tranzicije nije značajnije restrukturirala realni sektor svoje privrede, uprkos činjenici da je sektor usluga bitno povećao svoje učešće. Rast udela u strukturi srpske privrede u periodu 2001-2013. godine, ostvarilo je 37 delatnosti, čije je zajedničko učešće u 2013. godini iznosilo 36,6%. Ako se izuzmu trgovina na veliko i malo, telekomunikacije, te kopneni i cevovodni transport, rast udela u BDV-u tokom perioda tranzicije ostvarile su, uglavnom, uslužne delatnosti sa minornim učešćem u strukturi domaće privrede i perifernom ulogom u podsticanju njenih razvojnih performansi. Nasuprot uslužnim delatnostima, samo su tri industrijske oblasti u grupi "dobitnika tranzicije":

snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija; 327

proizvodnja motornih vozila i prikolica i proizvodnja proizvoda od gume i plastike. 146

S druge strane, lista "gubitnika tranzicije" je nešto duža (50 delatnosti sa učešćem od 57,6% u strukturi privrede u 2013. godini), a najveći među njima su tradicionalne industrijske grane, poput proizvodnje proizvoda od drveta, nameštaja, tekstila, kože i obuće, odeće, osnovnih metala, metalnih proizvoda i sl. Nažalost, u ovoj grupi su i neke industrijske grane višeg tehnološkog nivoa, kao što su:

proizvodnja računara, elektronskih i optičkih proizvoda, mašina **i opreme,** hemijskih **i** 162

farmaceutskih proizvoda; te uslužne delatnosti od strateškog značaja za privredu Srbije, poput obrazovanja, zdravstva i naučnog istraživanja i razvoja. Pored niske proizvodnje, problem predstavlja i to što u tranzicionom periodu nije zabeleženo značajnije poboljšanje tehnološke strukture proizvodnje u prerađivačkoj industriji. Rast fizičkog obima

proizvodnje u 2014. **godini, u odnosu na** 2000. **godinu,** ostvarilo **je** sedam grana 84 **prerađivačke**

industrije niske i srednje niske tehnologije (koks i derivati nafte, guma i plastika, metalni proizvodi, prehrambeni proizvodi, pića i duvan) i svega četiri grane srednje visoke i visoke tehnologije (osnovni farmaceutski proizvodi, hemijski proizvodi, električna oprema i motorna vozila). Porazno deluje podatak da je kod većeg broja grana srednje visoke i visoke tehnologije u 2014. godini evidentiran drastično niži obim produkcije u odnosu na 2000. godinu: proizvodnja računara, elektronskih i optičkih uređaja opala je za 93,4%; proizvodnja ostalih saobraćajnih sredstava za 75,7%, popravka i montaža mašina i opreme za 67,1% i proizvodnja nepomenutih mašina i opreme za 50,7%. Nedostatak pozitivnih promena u strukturi proizvodnje prerađivačke industrije u periodu tranzcije, pokazuje da Srbija nije dovršila proces restrukturiranja svoje privrede, što je rezultiralo naglim rastom udela nerazmenljivih sektora i opadanjem udela razmenljivih sektora u strukturi BDP. U periodu 1995-2013. godine udeo razmenljivih sektora u BDP

srpske privrede opao je sa 46,9% na 30,3%, dok je učešće narazmenljivih sektora poraslo sa 47,4% na 53,9%.89 Pad učešća razmenljivih sektora i rast učešća nerazmenljivih sektora u strukturi privrede Srbije,

nije u skladu sa razvojnim potrebama male zemlje, koja	176

se, po pravilu, mora oslanjati na pozitivne efekte spoljnotrgovinske razmene. 89 Dopunu do 100% čini stavka poreza umanjenih za subvencije, koja se povećavala usled prelaska na novi sistem oporezivanja (uvođenje PDV-a) i smanjenja subvencija izazvanog padom učešća poljoprivredne i industrijske proizvodnje u strukturi BDP. 318 U okviru razmenljivih sektora, takođe, se ispoljavaju negativne strukturne promene. Na osnovu podataka o ostvarenim investicijama u osnovne fondove profitabilnih i neprofitabilnih grana prerađivačke industrije, od 2010. godine se uočava rast ulaganja u manje profitabilne delatanosti, čiji se kumulativni udeo u investicijama za tri posmatrane godine gotovo izjednačio sa plasmanima u grane koje ostvaruju visok iznos bruto poslovnog viška u odnosu na prihode od prodaje. Pogoršanje granske strukture ulaganja kapitala, sa aspekta generisanja novostvorene vrednosti, predstavlja važan uzrok opadanja efikasnosti investicionih ulaganja u poznoj fazi tranzicije srpske privrede. Posmatrajući učešća tri grupe grana prerađivačke industrije, svrstanih prema profitabilnosti (visoko profitabilnih, umereno profitabilnih i neprofitabilnih) u izvozu sektora u 2002. i 2013. godini, uočava se pad značaja visoko profitabilnih i umereno profitabilnih grana, sa 48,2 na 37,6% i sa 37,3 na 34,6%, respektivno, i rast značaja neprofitabilnih grana u strukturi izvoza, sa 14,5 na 27,0%. 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. Privreda Srbije ostvarila je skroman rast produktivnosti u periodu 2007-2012. godine, od 0,74% godišnje. Glavni doprinos blago pozitivnom rastu produktivnosti proizilazi od performansi produktivnosti svakog pojedinog sektora (1,13%), dok je doprinos strukturnih promena (realokacija rada kroz sektore) bio negativan (0,39%), što pokazuje da realokacija radne snage od prerađivačke industrije ka uslugama nije unapredila ukupnu produktivnost privrede Srbije. 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 (5,67%), dok je uticaj strukturnih promena, kao i u slučaju ukupne privrede, imao negativnu ulogu (-1,01%). 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 proizvodnja proizvoda od gume i plastike.	60

Istovremeno, u uslužnom sektoru je 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 (-0,01%). Proces privatizacije i intenzivnog priliva SDI tokom predkriznog perioda, favorizovao je ekološki neodržive grane prerađivačke industrije, tako da je udeo „prljavih tehnologija“ u strukturi izvoza ovog sektora, u razdoblju 2001-2008. godine, povećan sa 55 na 60%, dok je udeo „čistih tehnologija“ smanjen sa 45 na 40%. Kriza tražnje za proizvodima metalskog kompleksa u svetu, dovela je u 2009. godini do vraćanja udela „prljavih tehnologija“ na nivo iz 2001. godine, što ne ugrožava opšti zaključak da je liberalizacija i privatizacija prerađivačke industrije doprinela formiranju ekološki neodržive strukture industrijskog izvoza Srbije. U momentu kada Srbija bude „prisiljena“ na uvođenje mera ekološke zaštite u skladu sa standardima EU, doći će do drastične promene u strukturi komparativnih prednosti tradicionalnih izvoznih grana, tako da će konkurentnost srpskog robnog izvoza zavisiti pretežno od toga kako će se preduzeća prilagoditi novonastaloj situaciji. Na osnovu prezentiranih rezultata istraživanja, nije teško zaključiti da u toku tranzicije nije došlo do značajnije izmene u granskoj strukturi proizvodnje domaće privrede i da minimalno ostvarene promene nisu bile u skladu sa konceptom promovisanja održive konkurentnosti zemlje, što ukazuje da hipotezu H2 treba odbaciti. H2: odbacuje se 8.1.3. Rezultati testiranja H3 Četvrta polazna pretpostavka glasi da u strukturi izvoza Srbije opada udeo proizvoda visoke tehnologije. Da bi se utvrdila validnost ove pretpostavke, testirana je sledeća hipoteza: H3: Struktura robnog izvoza Srbije komplementarna je sa strukturom izvoza zemalja EU Hipoteza o rastu tehnološke intenzivnosti Srpskog izvoza, posredno je testirana metodom komparacije učešća „human and physical capital“ i „high skill” intenzivnih proizvoda u strukturi izvoza Srbije i EU, prema odsecima SMTK.

Ovaj metod se zasniva na činjenici da je 183

tehnološki intenzivna proizvodnja, ujedno i intenzivna ljudskim i fizičkim kapitalom, kao i visoko-stručnim radom. Na osnovu rezultata obračuna za predkrizni period, od 1990. do 2009. godine,

može se zaključiti da je u odnosu na 1990. godinu **došlo do** bitnog **pogoršanja strukture** 1 **domaćeg izvoza, što se posebno**

ogleda kroz pad

udela „human and physical capital“ intenzivnih robnih odseka u ukupnom **izvozu** (koji 1 **kod** IRZ **imaju ubedljivo najveće učešće), kao i na osnovu porasta udela resursnih proizvoda.** Nakon **2006.** godine, **udeo „human and physical capital“**

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 odnosu nazemlje EU 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 strukturi ukupnog izvoza). Nepovoljna struktura domaćeg izvoza dolazi do izražaja i kada se izvrši negovo razvrstavanje

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

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. 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, u 2009. godini je 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, i dalje je znatno veći nego kod razvijenih zemalja i naprednih ZUT.

Posmatrajući faktorsku intenzivnost domaćeg robnog izvoza, pozitivno je da posle 2006. godine, pa i u 2009. godini, 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. 1

Nepovoljna struktura izvoza je posledica pada proizvodnje u većini industrijskih grana visoke i srednje-visoke tehnologije. Prema indeksu fizičkog obima proizvodnje u 2014. u odnosu na 2000. godinu, dinamičan rast proizvodnje zabeležen je samo u farmaceutskoj industriji od tehnološki visoko- 320 intenzvinih grana, i u hemijskoj industriji, industriji automobila i industriji električne opreme, od grana srednje-visoke tehnologije. Uprkos neznatnom unapređenju tehnološke i stručne intenzivnosti domaćeg izvoza, naročito od 2006. godine, struktura srpskog izvoza još uvek značajno odstupa od strukture izvoza razvijenih evropskih zemalja i naprednih ZUT. Stoga se hipoteza H3 ne može prihvatiti u celosti. H3: odbacuje se 8.1.4. Rezultati testiranja H4 Sledeća pretpostavka je da robna struktura izvoza Srbije nije u skladu sa zahtevima koje nameće globlano tržište. Hipoteza koja se dokazuje glasi: H4: Robna struktura izvoza Srbije odgovara strukturi svetske uvozne tražnje. Istinitost ove teze utvrđena je analizom slaganja robne strukture izvoza Srbije sa strukturom svetske uvozne tražnje, kao i uvozne tražnje na najznačajnijim srpskim izvoznim tržištima, EU i CEFTA. Da bi se ustanovilo da li struktura robnog izvoza Srbije otežava integrisanje domaćih kompanija u globalne trgovinske tokove, primenjen je obračun indeksa komplementarnosti robne strukture spskog izvoza i

strukture svetske uvozne tražnje, prema sledećem obrascu: ∑ Eij−Mik Se j m k = 1 − i 2 U konkretnom slučaju, utvrđen je stepen slaganja sektorske strukture robnog izvoza Srbije i sektorske strukture svetskog uvoza, kao grupe koju sačinjava više od 200 zemalja. Jedan od najvećih nedostataka indeksa komplementarnosti je što, u uslovima nejednakih partnera, dobijeni procenti ne odražavaju 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. Na osnovu rezultata obračuna za pojedine godine koje korenspondiraju sa trajanjem globalne krize (2008- 2013.) došlo se do dva bitna zaključka: stepen slaganja sektorske strukture srpskog izvoza i sektorske stukture svetskog uvoza, tokom celog kriznog perioda, iskazuje visok nivo stabilnosti i 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 pretpostavlja se **da uvozna tražnja EU u** velikoj **meri oblikuje 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, pošlo se 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 je analiza komplementarnosti struktura izvoza Srbije i uvoza EU svedena na predkrizni period (1990-2009.). Eksterni uvoz EU15 je, zbog visokog “kvaliteta”, poslužio kao referentna

struktura kojoj bi Srbija trebalo da teži. Hipotetički, 1

postoje četiri osnovna slučaja koji mogu proizaći iz ovog odnosa: 5.

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

6.

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

7.

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

8.

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

Poređenje

izvozne strukture Srbije sa eksternom uvoznom tražnjom EU15 pokazalo je **da je 2000. u odnosu na 1990.** godinu **došlo do značajnog pada sličnosti** posmatranih **struktura.** U 1

2001. godini **je** zabeležen rast **podudarnosti, da bi ovi procesi bili** prekinuti **već u sledećoj godini. Uzroke pada** komplementarnosti **u**

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. U periodu 1990-2009. godine, robni izvoz Srbije u zemlje EU-15 može biti okarakterisan kao treći navedeni hipotetički slučaj, koji odlikuje dinamičan rast izvoza, praćen nestabilnim, ali blago rastućim indikatorom sličnosti, uz povećan plasman proizvoda niže faze finalizacije u godinama rasta indeksa komplementarnosti. Ovaj slučaj predstavlja situaciju u kojoj snažne strukturne promene u uvoznoj tražnji zemalja EU-15, komplementarne sa srpskom izvoznom ponudom, na kratak rok doprinose rastu izvoza Srbije. Ova situacija nije dugoročno održiva jer 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 ZUT90, veoma značajnu ulogu

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

što je pokazatelj velike kvalitativne razlike između ovih struktura. U

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

CEFTA regiona, korišćen je

koeficijent podudarnosti (coefficient of conformity), koji se dobija **primenom sledeće formule:** 121

90 Prva grupa ZUT koja je primljena u punopravno članstvo EU. ∑ xij xik n Cc = i =1 ∑ xij2 ∑ xik2 n n , i=1 i=1

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 zemlje CEFTA. U 2013. godini je sektorska struktura srpskog izvoza bila 80- 90% podudarna sa strukturama uvoza ostalih članica CEFTA, čime su ostvareni preduslovi za obavljanje intrasektorske razmene. Međutim, na osnovu analize strukture izvoza i uvoza Srbije u trgovini sa zemljama CEFTA, prema detaljnim podacima o robnim grupama SMTK, uočena je 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. Na osnovu analize trgovine sa zemljama CEFTA, može se izvesti zaključak da strukturna nepodudarnost ne predstavlja bitan ograničavajući faktor u trgovini Srbije sa ovim regionom, a naročito u robnoj razmeni sa bivšim jugoslovenskim republikama. Nakon analize stepena slaganja robne strukture izvoza Srbije i uvozne tražnje njenih najznačajnijih partnera, moguće je zaključiti da nema većih prepreka prilikom izvoza Srbije na svetsko tržište i tržište zemalja CEFTA, ali da se zbog relativno „skromnog kvaliteta“ njihove uvozne strukture, ne može izvući zaključak o pozitivnim strukturnim promenama u srpskom izvozu. Međutim, nakon komparacije trgovinskih struktura sa naprednim zemljama EU-15, lako se uočava da je domaći izvoz zadržao tradicionalnu strukturu, koja nije u skladu sa rastom značaja proizvoda više faze prerade u trgovini sa IRZ. Imajući u vidu da zemlje EU učetvuju sa preko 60%u strukturi srpskog robnog izvoza, hipotezu H4 treba odbaciti. H4: odbacuje se 8.1.5. Rezultati testiranja H5 Pretposlednja polazna pretpostavka u radu je da u periodu tranzicije nije ostvaren napredak u strukturi konkurentskih prednosti izvoza Srbije. Postavljena hipoteza je: H5: U periodu tranzicije zabeležen je napredak u strukturi konkurentskih prednosti srpskog izvoza. Da bi se istražile promene u strukturi konkurentnosti izvoza Srbije, prvo je utvrđena struktura komparativnih prednosti za pojedine robne grupe obračunom RCA koeficijenata, prema sledećoj formuli: xij RCA = xit zij xnj = Z j xnt Na osnovu RCA koeficijenata obračunih za period 2004-2013. godine, ustanovljeno je 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, da bi se u vreme krize, koje je obuhvaćeno periodom od 2008. do 2013. godine, situacija ponovo izmenila, tako da su industrijski proizvodi izgubili komparativne prednosti, dok su kod primarnih proizvoda one iskazale rast. Kada se 2013. uporedi sa 2004. godinom, uočava se da su komaprativne 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. 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. 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 komparativnih 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. Najviši nivo statičkih komparativnih prednosti, tokom svih posmatranih godina, iskazivao je sektor resursno-intenzivne 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. 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, ohrabruje 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. Ovakva struktura komparativnih prednosti podrazumeva dominaciju cenovnih nad necenovnim faktorima konkurentnosti. U cilju merenja konkurentnosti kvalitetom, korišćen je indikator jedinične vrednosti izvoza i uvoza, koji se definiše kao odnos nominalnog izvoza, odnosno uvoza, po jedinici mere. 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). Za potrebe analize u ovom radu, izvršena je segmentacija izvoza Republike Srbije prema robnim grupama SMTK, u odabranim godinama perioda 1990-2012. 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). 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. 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. Iz svega navedenog, jasno se uočava pogoršanje strukture konkurentnosti, što je u skladu sa zaostalom strukturom komparativnih prednosti robnog izvoza, što je potvrda da se hipoteza H5 treba odbaciti. H5: odbacuje se 8.1.6. Rezultati testiranja H6 Poslednja pretpostavka je da na dinamiku robnog izvoza Srbije najvećim delom utiču eksterni faktori, poput trenda svetske uvozne tražnje i robne i regionalne strukture svetske trgovine. Na osnovu ove početne pretpostavke, postavljena je hipoteza H6, ispitana primenom CMS modela, koji omogućava 325 otkrivanje doprinosa pomenutih determinanti rastu robnog izvoza Srbije u periodu 2002-2013. godine. Ispitana hipoteza glasi: H6: Rast izvoza srpskih kompanija je rezultat poboljšanja njihove konkurentske pozicije na tržištu. 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. Uticaj sva četiri faktora na promenu izvoza jedne zemlje prikazuje jednačina: ∑ X i1 − ∑ X i0 = (∑ rX i0 − ∑ X i0) + (∑ ri X i0 − ∑ rX i0) + (∑ ∑ rij X i0j − ∑ ri X i0) + (∑ ∑ X i1j − ∑ ∑ rij X i0j)

i i i i i i i j i i j i j 194

Uticaj svakog od posmatranih efekata na dinamiku vrednosti srpskog robnog izvoza predstavljen je pojedinim sabircima jedinstvene jednačine, ili regresionim koeficijentima polaznog modela, uz pretpostavku da rezidualna veličina predstavlja doprinos promene konkurentske pozicije na tržištu: ΔX =

α + β1ΔX 1 + β 2ΔX 2 + β 3ΔX 3 140

+ ε , 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. Vrednost robnog izvoza Srbije 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 povećanje od 12.353 milijardi USD. Srpski izvoz je u posmatranom periodu 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, dobijene su sledeće ocene regresionih koeficijenata: $\Delta X = 0{,}419\Delta X1 + 0{,}016\Delta X2 - 0{,}047\Delta X3 + \varepsilon$ 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. Prema dobijenim rezultatima, hipoteza H6 se prihvata, što znači da se šesta polazna pretpostavka u radu pokazala netačnom, jer je doprinos rezidualnog faktora (konkurentnosti) rastu izvoza u periodu 2002-2013. bio znatno veći od zbirnog uticaja sva tri eksterna faktora. Međutim, prilikom tumačenja rezultata istraživanja, ne bi se smela zanemariti činjenica da kvalitet doprinosa konkurentnosti rastu izvoza, ne odražava pozitivne strukturne promene, već predstavlja posledicu niske baze s koje je započet proces tranzicije. Ekspanzija domaćeg izvoza uglavnom se zasniva na rastu konkurentnosti proizvoda nižeg stepena finalizacije, uz preovlađujući uticaj cenovnih nad necenovnim faktorima konkurentnosti. H6: prihvata se 8.1.7. Finalni rezultat istraživanja Prvih pet testiranih hipoteza je odbačno, dok je poslednja, šesta, prihvaćena, uz naznaku da se uticaj konkurentnosti na rast izvoza ne zasniva na strukturnim i kvalitativnim promenama, već više odslikava pad životnog standarda društva, koji je, uglavnom preko zarada, uticao na poboljšanje troškovnih faktora konkurentnosti. Stoga, prihvatanje H6, ne relativizira, inače visok stepen prihvatljivosti osnovne polazne pretpostavke u disertaciji, da nedostatak kvalitetnog upravljanja izvozom predstavlja osnovni uzrok nezadovoljavajućeg pozicioniranja Srbije na globalnom tržištu. Rezultati sprovedenih istraživanja nedvosmisleno ukazuju na tradicionalno nizak nivo konkurentnosti domaće privrede, što potvrđuju i redovni izveštaji „Global Competitiveness Indeks“ Svetskog ekonomskog foruma. Uzroci niske konkurentnosti su sistemskog karaktera i može se reći da su „utkani“ u način funkcionisanja društvene zajednice, njene institucije i kompletnu ekonomsku i socijalnu infrastrukturu zemlje. Demontaža sistemskih uzroka nekonkurentnosti može se izvršiti samo sistemskim merama unapređenja konkurentnosti celokupne privrede. Da bi se podstakla konkurentnost srpskog izvoza robe i usluga, neophodno je uskladiti uticaje četiri osnovne determinante izvoza: 1. globalnog okruženja, 2. poslovne klime u zemlji, 3. mera ekonomske politike na nivou države i lokalnih samouprava i 4. mera poslovne politike na nivou preduzeća. Utacaj globalnog okruženja ispoljava se kroz nametnute procese globalizacije, liberalizacije i deregulacije

svetske trgovine, kao i kroz delovanje TNK i ekonomski razvijenih zemalja. Globalno okruženje se ne može menjati, već mu se mora prilagođavati na način koji će najmanje koštati jednu malu, nedovoljno razvijenu zemlju, poput Srbije. Za razliku od globalnog okruženja, na ostale determinante izvoza može se aktivno delovati. Sve tri preostale determinante izvoza mogu se podvesti pod uslove poslovanja u zemlji. Afirmativni uslovi poslovanja zavise od povoljnosti poslovne klime u državi, koja pruža nevidljivu energiju svim subjektima poslovanja i kreatorima ekonomske politike da sinergetski deluju na konkurentnost društva. Privreda jedne zemlje može biti u uzlaznoj fazi, sa velikim brojem preduzeća koja u kontinuitetu ostvaruju pozitivne poslovne rezultate, uvećavaju kapital, zapošljavaju radnu snagu i popravljaju performanse poslovanja, što daje poseban impuls celom društvu da nastavi sa reformama u pravcu ravnopravnog uključivanja privrede u globalne proizvodne procese i trgovinske tokove. S druge strane, nepovoljnu poslovnu klimu odražava depresivna situacija, u kojoj se povećava broj gubitaša, topi kapital kompanija, raste nezaposlenost i slabe performanse preduzeća, što dodatno širi pesimizam, letargiju i osećaj bespomoćnosti kod preduzetnika, kratora ekonomske politike i svih subjekata društva. U takvom slučaju, mere ekonomske i poslovne politike imaju još komplikovaniji zadatak, da pobede inerciju i podstaknu razvojni preokret, koji bi iznova mobilisao društvo na zajedničko delovanje. Ovo zajedničko i sinergetsko delovanje svih segmenata društva predstavlja sistemski pristup otklanjanju uzroka nekonkurentnosti privrede i njenog izvoza. Finalni rezultat istraživanja u disertaciji je formulisanje i afirmacija multidisciplinarnog koncepta upravljanja izvozom, kao rezultata interakcije svih učesnika u privrednom životu zemlje na sprovođenju ideje o visoko-konkurentnoj privredi Srbije u globalnom okruženju. S tim u vezi, odvojeno su obrazloženi uloga i zadaci države i preduzeća u ostvarivanju ovog koncepta. 8.2. PREDLOG SISTEMSKIH MERA UPRAVLJANJA IZVOZOM I KONKURENTNOŠĆU 8.2.1. Osnovni postulati koncepta sistemske konkurentosti Koncept sistemske konkurentnosti se oslanja na različite oblasti ekonomskih i društvenih nauka,

tako da se za njega ne može reći da je 231

samo teorija, već da predstavlja heuristički okvir za prevazilaženje ograničenja izolovanih diskursa u okviru različitih nučnih disciplina.91 Na polju ekonomije, ovaj koncept predstavlja produkt četiri teorijska pravca: ekonomike inovacija i evolutivne ekonomike, post-strukturalističke škole, institucionalističke škole i teorijskog menadžmenta. Ono što je zajedničko svim navedenim teorijama je insistiranje na konceptu mrežne povezanosti privrede, kao ključu za postizanje sistemske konkurentnosti. Kompanije ne stiču konkurentsku poziciju na tržištu izolovano, već u sadejstvu sa drugim tržišnim učesnicima (poput dobavljača, potrošača, konkurenata) i mezo-institucijama. Ni kreatori industrijske strategije ne deluju više samostalno, vodeći se isključivo kriterijumom maksimiziranja koristi u skladu sa teorijom racionalnog izbora, već su, takođe, deo političke mreže koju sačinjavaju brojne javne institucije i predstavnici raznih organizacija građanskog društva u vidu udruženja radnika, preduzetnika i potrošača, ili nevladinih organizacija, foruma i sl. Ove političke mreže predstavljaju alternativu, kako administrativno-hijerarhijskoj strukturi upravljanja, tako i demokratskim institucijama, jer postaju mesto gde se zajednički definišu problemi i formulišu mere za njihovo razrešenje. Reč je, generalno uzev, o tržišno orijentisanom konceptu, pošto usvaja tezu o tržištu kao ključnom faktoru dinamičnog industrijskog razvoja. Istovremeno, reč je i o konceptu koji manje košta društvo u poređenju sa tradicionalnom industrijskom politikom zasnovanom na subvencijama, jer je u osnovi stimulativan, podsticajan i uravnotežen, a uz to ni specifične mezo- institucije više ne nastaju spontano kao odgovor na nepovoljne kost-benefit pokazatelje, ili probleme vezane za sivu ekonomiju. Tradicionalna ekonomska nauka je uglavnom bila fokusirana na dva nivoa

posmatranja, makro i mikro nivo. Međutim, primeri uspešnih procesa industrijalizacije pokazali su da funkcionalni mezo nivo specifičnih politika i pratećih institucija predstavlja treću bitnu dimenziju razvoja konkurentskih prednosti. Značaj mezo nivoa proizilazi iz shvatanja da je uspeh u razvoju, između ostalog, rezutat efikasne kompozicije kulturnih vrednosti zemlje, njene društvene strukture i političkog sistema. Na posletku, da bi se razumelo kako je neka zemlja izgradila svoje konkurentske prednosti, neophodno je pažnju usmeriti na meta nivo. 8.2.2 Makro-nivo: Stabilno poslovno okruženje Osnovni zadatak sistemskog podsticanja konkurentnosti na makro nivou je uspostavljanje veza između ekonomske stabilnosti i liberalizacije, s jedne strane, i kapaciteta privrede da se transformiše, s druge strane. Povoljno makroekonomsko okruženje, koje čine funkcionalna tržišta faktora proizvodnje i robe, predstavlja conditio sine qua non efikasne alokacije resursa. Opšte je prihvaćen stav da nestabilno i polarizovano makroekonomsko okruženje destabiliše funkcije tržišta i prenosi negativne impulse na privredni rast i izvoz, jer visoka inflacija, visok budžetski i trgovinski deficit i izražena anti-eksportna sklonost dovode do precenjenosti kursa domaće valute i jačanja protekcionističkih tendencija. Stabilizacija makroekonomskog okruženja obuhvata, pre svega, reformu fiskalnog, budžetskog, monetarnog, deviznog i trgovinskog sistema. Pri formulisanju i donošenju reformskih mera, kreatori makroekonomske politike moraju voditi računa o odnosu dva osnovna cilja - kreiranju stabilnog i 91

Heuristika obuhvata metode i tehnike rešavanja problema, učenja i otkrivanja koji su bazirani na iskustvu. Heuristički metodi se koriste da ubrzaju proces pronalaženja dovoljno dobrog rešenja u situacijama kada sprovođenje detaljnog istraživanja nije praktično. 118

328 nepristrasnog makroekonomskog okruženja i očuvanju baze za budući privredni rast i jačanje kapaciteta za unapređivanje konkurentnosti. Mere usmerene ka stabilizaciji i liberalizaciji privrede moraju biti usklađene sa dugotrajnim strukturnim reformama i kratkoročnim i srednjoročnim transformacijama kapaciteta zemlje da konkuriše na svetskom tržištu. Stepen zadovoljenja oba cilja, stabilizacionog i razvojnog, uglavnom zavisi od tri ključna činioca. Prvo, anti-inflaciona politika koja se bazira na restriktivnoj budžetskoj potrošnji, obično se ne svodi samo na ograničenja široke potrošnje (proizvoda i usluga), već i na investicije, što ugrožava ekonomski rast i ravnomernost raspodele dohotka. Stoga se proces konsolidovanja budžeta prevashodno mora zasnivati na strukturnim reformama budžetske i fiskalne politike. U okviru politike smanjenja javnih rashoda, posebno treba obratiti pažnju na očuvanje državnih investicija u obrazovanje, zdravstvo i fizičku infrastrukturu, da ne bi došlo do slabljenja baze za budući privredni rast. Umesto smanjenja investicija, akcenat mora biti na sasecanju izdataka za potrošnju javnog sektora, ukidanju privilegija za određene interesne grupe i redefinisanju obima državnih aktivnosti. Velike mogućnosti za smanjenje javnih rashoda su: smanjenje vojne potrošnje, optimizacija zaposlenosti u javnom sektoru, reformisanje sistema subvencija (na bazi uvođenja fiksnih termina i degresivnih subvencija), monitoring javnih nabavki, fiksacija na najsiromašnije segmente stanovništva i redukcija izdataka za finansiranje javnih preduzeća nakon delimične privatizacije i komercijalizacije njihovih aktivnosti. Investiciona ulaganja moraju biti koncentrisana u onim oblastima koje su značajne za razvoj privatnog sektora i socijalne zaštite. U tom kontekstu, posebna uloga pripisuje se vanbudžetskim finansijskim mehanizmima na bazi javno-privatnog partnerstva, poput koncesija, ili

BOT („build-operate-transfer"), BOOT („build-own- operate-transfer") i DBO **("design-** 204

build-operate")

šema za razvoj infrastrukture. Na dohodnoj strani neophodno je restrukturirati celokupan poreski i carinski sistem i osnažiti administrativne kompetencije poreskih vlasti. Umesto proizvodnje, akcenat treba staviti na oporezivanje potrošnje, dok zahvatanja iz dohotka treba da budu progresivna. Osim toga, neophodno je izbeći bilo kakvu sklonost ka oporezivanju nacionalnih i međunarodnih transakcija, kao i nametanju taksi i naknada za vršenje javnih usluga koje treba da popune budžet, ili ostvare korist za privredu i stanovništvo, srazmerno visini nacionalnog dohotka zemlje. Drugo, kada se inflacija svede u prihvatljive okvire, restriktivnost fiskalne i budžetske politike ne bi smela doći u koliziju sa ekspanzivnom monetarnom politikom. Stabilizaciona monetarna politika, međutim, nailazi na veoma uska ograničenja u uslovima nerazvijenosti i izopačnog funkcionisanja tržišta novca i kapitala, koja karakterišu: smanjena kreditna aktivnost, selektivna alokacija zajmova i arbitrarno definisane kamatne stope. Da bi se garantovala odgovarajuća ponuda kredita po prihvatljivim kamatama, neophodno je: 1. konsolidovati kompetencije centralne banke da kontroliše domaću ponudu novca i priliv stranog kapitala, 2. razviti efikasan i diverzifikovan privatni finansijski sektor, 3. obezbediti konkurenciju na tržištu novca i kapitala i 4. ograničiti diskrecioni državni intervencionizam u pogledu određivanja visine kamatne stope. Treće, izražen deficit platnog bilansa u dužem periodu, sužava domete privrednog rasta i destabiliše privredu nacije. Deficit signalizira da ukupnom ekonomskom politikom zemlje dominira anti-eksportna sklonost, koju je moguće redukovati redefinisanjem politika deviznog kursa i spoljne trgovine. Devizni kurs predstavlja strateško varijablu koja određuje da li je ekonomija u stanju da ostvari fudamentalne makroekonomske preduslove za razvoj međunarodno konkurentnih grana. Zemlje koje na dugi rok održavaju precenjenost nacionalne valute dvostruko otežavaju razvoj efikasnog industrijskog mehanizma, kako po osnovu proizvodnih, tako i po osnovu kapitalnih tokova: - izvozni proizvodi postaju cenovno nekonkurentni i proizvođači gube veru da uopšte mogu da se uhvate u koštac sa konkurencijom na međunarodnom tržištu, dok uvozni proizvodi na veštački način pojeftinjuju, što dovodi u pitanje konkurentnost proizvođača i na domaćem tržištu; - istovremeno, ovo ima reperkusije i na tokove kapitala, tako što se novac sve više investira u nerazmenjive proizvode, ili plasira van zemlje. Spoljnotrgovinska politika, takođe, mora biti u funkciji podsticanja proizvođača da promene razvojnu strategiju u pravcu bržeg uključivanja na svetsko tržište. Pravilno utvrđivanje vremena i redosleda uvođenja političkih reformi značajno olakšava tranziciju, od uvozno-supstitutivne, ka izvozno-orijentisanoj industrijalizaciji. Brzina reformi zavisi od kapaciteta preduzeća i institucija da se adaptiraju na nove uslove okruženja. Ukoliko pritisak konkurencije brže raste, preduzeća i institucije imaju manje šanse da se prilagode nastaloj situaciji. S druge strane, političke reforme moraju dovoljno zaoštriti konkurentsku utakmicu na tržištu, ne bi li podstakle domaća preduzeća i institucije da se modernizuju u što kraćem roku. Kada je reč o liberalizaciji trgovinskog režima, vlade obično mogu birati između dve opcije – opšte i selektivne liberalizacije uvoza. Opšta liberalizacija uvoza podrazumeva uvođenje niskih i jedinstvenih carinskih stopa za sve grupe proizvoda. Generalni koncept liberalizacije zasniva se na osnovnim principima teorije komparativnih prednosti, prema kojima na tržištu treba da opstanu samo one grane koje ispoljavaju konkurentnost po osnovu postojećih komparativnih prednosti. Ovaj model je obično praćen visokim frikcionim troškovima92, jer zanemaruje činjenicu da diferencirane industrije zahtevaju različito vreme za ovladavanje novim tehnologijama. Na taj način se lako mogu provocirati deindustrijalizacioni procesi u granama koje imaju potencijala da na srednji rok postanu izvozno konkurentne, čime se usporava trend tehnološke nadgradnje. Međutim, zemlje sa nedovoljno iskustva u aktivnom oblikovanju privrednih struktura, obično nemaju drugog izbora, osim primene politike nediskriminatorne liberalizacije

uvoza. Kod selektivne uvozne liberalizacije, proces otvaranja privrede se bazira na sektorskim rasporedima, načinjenim na osnovu analize predvidivih potencijala pojedinih industrijskih grana da reaguju na novonastalu situaciju i razvojnih zateva postojećih i budućih industrijskih centara. U naprednim ekonomijama, trgovinska politika predstavlja bitan segment politike oblikovanja konkurentskih prednosti. 8.2.3. Mikro-nivo: Tehnološki i organizacioni zahtevi Preduzeća su danas suočena sa sve većim izazovima, što je posledica specifičnih trendova u svetskoj privredi, koji obeležavaju XXI vek: 1. globalizacija dovodi do pojave sve većeg broja tržišta, 2. zaoštravanje konkurencije, kao rezultat uspešno okončanih procesa zakasnele industrijalizacije i strukurnog prilagođavanja u brojnim zemljama u razvoju, 3. sve diferenciranija struktura tražnje, 4. skraćivanje ciklusa inovacija proizvoda, 5. uvođenje radikalnih tehnoloških i organizacionih inovacija i 6. pomeranja tehnoloških sistema i uspostavljanje novih sektorskih razgraničenja93. Da bi postale konkurentne, kompanije moraju da optimiziraju: troškovnu efikasnost, kvalitet, raznovrsnost i odgovornost. U cilju zadovoljenja sve veće i razuđenije tražnje, preduzeća moraju razviti sposobnost da ponude što širi spektar proizvoda, bez žrtvovanja kvaliteta i efikasnosti. Odgovornost podrazumeva sposobnost da se brzo reaguje na promene u tražnji i nove prilike koje se nude. Ukoliko žele da zadovolje novu tražnju, preduzeća moraju značajno da se reorganizuju, kako interno, tako i u skladu sa neposrednim okruženjem. U tom kontekstu, promene iz osamdesetih godina prošlog veka, oličene u razvoju automatizacije i međupovezanosti na bazi ekspanzivog razvoja informacionih tehnologija (tzv. „automatizacija tejlorizma“94), jednostavno nisu dovoljne. Da bi povećale efikasnost, kvalitet, raznovrsnost i odgovornost u proizvodnji, kompanije moraju preduzeti 92 Troškovi koji su posledica ograničenja (frikcija) mobilnosti resursa. 93 Primeri novih tehnoloških sistema su mehatronika (spoj mehanike i elektronike) i telematika (spoj kompjuterske tehnologije i telekomunikacija). 94 Tejlorizam (Frederick Winslow Taylor) ili naučni menadžment je teorija upravljanja, koja se fokusira na povećanje ekonomske efikasnosti, a pre svega produktivnosti rada. Ova teorija predstavlja najraniji pokušaj primene nauke u oblasti procesnog inženjeringa i menadžmenta. 330 suštinske promene u organizaciji procesa izrade i razvoja proizvoda, kao i vertikalnih lanaca povezanosti. Organizacija proizvodnje: Cilj organizacije proizvodnje je smanjenje vremena potrebnog da proizvod pređe put od ideje do potrošača („time-to-market“) i vremena propusnosti („throughput time“) koje je neophodno da repromaterijal prođe sve procesne faze do finalnog proizvoda. Najbolji primer predstavlja zamena tradicionalnog lanca prenosa i transporta proizvoda, savremnim modelom „ćelijske“ proizvodnje („celular production“), koja omogućava snižavanje troškova na osnovu povećanja brzine ragovanja na promene u potrošačkoj tražnji i smanjenja zaliha. Ostali ciljevi su povećanje kvaliteta proizvoda i kvaliteta troškova (racio defekta i popravki), koji mogu biti ostvareni kroz primenu posebnog pristupa, kao što je „totalni menadžment kvaliteta“. Organizacija razvoja proizvoda: Striktna podela na razvoj, proizvodnju i marketing neretko je vodila ka proizvodnom dizajnu koji je rezultirao visokim proizvodnim troškovima i/ili nije uspevao da zadovolji potrebe potrošača. Primenom metoda „simultanog inženjeringa“, odnosno, paralelnom organizacijom različitih razvojnih stadijuma i reintegracijom sektora razvoja, proizvodnje i marketinga, doprinosi se značajnom redukovanju vremena neophodnog za razvoj proizvoda, efikasnijoj proizvodnji i lakšem plasiranju proizvoda na tržište. Organizacija lanca vrednosti: Preduzeća redukuju vertikalni sistem integracije da bi se koncentrisala na svoju osnovnu delatnost. Ona vrše reorganizaciju sistema nabavki i odnosa sa podugovaračima, uvođenjem „just-in-time“ sistema veza. Preduzeća vrše reorganizaciju piramide snabdevanja, smanjujući broj direknih dobavljača i unapređujući neke od njih kroz uvođenje u sistem snabdevanja kao integralnog dela procesa razvoja proizvoda. U sve tri oblasti ključni element predstavlja interakcija između organizacionih, socijalnih i teničkih inovacija. Reorganizacija je često ono što prvo kreira uslove za korišćenje novog kompjuterizovanog hardvera. Socijalne inovacije, poput redukovanja nivoa hijerarhije i šireg opsega donošenja odluka na operativnom nivou, predstavljaju bitnu pretpostavku za funkcionisanje novih organizacionih

koncepata. Poseban segment koji se odnosi na mikro nivo, tiče se strukture industrije i odgovarajućeg okvira koji omogućava njenu analizu. Tradicionalno gledište pravi razliku između trajnih i netrajnih potrošnih proizvoda, intermedijarnih proizvoda i kapitalnih proizvoda. Drugo gledište se zasniva na tehnološim karakteristikama procesa proizvodnje i pravi razliku između grana: koje zavise od snabdevača, koje su zavisne od ekonomije obima, koje predstavljaju specijalizovane dobavljače i koje se baziraju na nauci. Sledeće gledište polazi od interakcije između dubokih promena u makroekonomskom okruženju i prilagođavanja na mikro nivou, i pravi razliku između resursno-intenzivnih, kvalifikovanim radom-intenzivnih i I-R-intenzivnih grana. Ovi koncepti su često od pomoći u analizi specifičnih okolnosti, ali je važno napomenuti da bilo koja grana ili kompanija može lako biti svrstana u gotovo svaku od pomenutih klasifikacija. Primera radi, saznanje da je proizvodnja plute i papira u Finskoj verovatno više I-R-intenzivna od brazilske kompjuterske industrije, omogućava da ne dođe do konfuzije između empirijskih i normativnih analitičkih koncepata. 8.2.4. Mezo-nivo: Podrška preduzećima Mnogobrojne izazove sa kojima se kompanije suočavaju prati sve veći broj zahteva koji se postavljaju pred njihove prateće strukture. U okviru globalne ekonomije više ne konkurišu među sobom samo preduzeća, već čitave grupe mrežno povezanih kompanija organizovanih u industrijske klastere, čija razvojna dinamika zavisi od potencijala određenih lokacija. Potencijali odabranih lokacija oblikuju se kroz kontinuirane i neposredne veze sa razvojno-istraživačkim jedinicama, tehnološkim i diseminacionim institucijama, univerzitetima, trenažnim institucijama, finansijskim institucijama, centrima koji pružaju informacije izvoznicima i mnogim drugim entitetima. Zahvaljujući sve većem globalnom konkurentskom pritisku, zahtevi upućeni lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou da kreiraju i podrže poslovno okruženje postaju sve učestaliji. Uticaj na mezo-nivou uglavnom se vrši na dva načina: 1. posredstvom mezo institucija, koje nude specifične usluge privredi i 2. preko mezo politika, odnosno selektivnih, ciljanih politika usmerenih na oblikovanje specifične sektorske regulative i ostalih uslova, kao i na formiranje odgovarajuće institucionalne podrške na mezo-nivou. 8.2.4.1. Mezo institucije Jedna dobro razvijena industrijska lokacija raspolaže širokim spektrom (setom) institucija koje nude usluge i pružaju raznovrsne oblike podrške kompanijama. Nastanak ovih institucija je, po pravilu, rezultat dugotrajnog učenja i procesnog nadgrađivanja kod pojedinih kompanija i institucija, kao i njihove međusobne interakcije. Pravljenje razlika između bazičnih i naprednih, te generalizovanih i specijalizovanih faktora, predstavlja osnov za utvrđivanje tipičnih razvojnih sekvenci seta mezo institucija na datoj lokaciji: 1. bazični faktori uključuju prirodne resurse, klimu, lokaciju, nekvalifikovan i polukvalifikovan rad i dužnički kapital; 2. napredni faktori uključuju modernu digitalnu računsku i komunikacionu infrastrukturu, visoko edukovan personal poput diplomiranih inženjera i eksperata za kompjutere, kao i univerzitetske istraživačke institute u složenim naučnim oblastima; 3. generalizovane faktore, koji se mogu uposliti u različitim industrijskim granama, čine putni sistem, sistem snabdevanja dužničkim kapitalom i visoko motivisana radna snaga sa srednjim školskim obrazovanjem i 4. specijalizovane faktore predstavljaju usko specijalizovana radna snaga, infrastruktura sa specifičnom opremom, znanje zasnovano na pojedinim oblastima i ostali faktori sa ograničenim dejstvom na jednu, ili nakoliko pojedinih industrijskih oblasti. U početnim stadijumima industrijskog razvoja određene lokacije, najveći doprinos imaju bazični i generalizovani faktori. Tek nakon izvesnog perioda, stvaraju se uslovi za kreiranje naprednih i specijalizovanih faktora, na šta utiču aktivnosti: 1. privatnih kompanija, kroz ulaganje kapitala ili pružanje specijalizovanih poslovnih konsultacija, 2. poslovnih udruženja, kroz transfer informacija o tehnologijama i 3. vlade, kroz organizovanje univerzitetske istraživačke delatnosti i obrazovnog sistema. Najveći broj faktora na mezo nivou obezbeđuje privatni sektor, bilo preko specijalizovanih pojedinačnih kompanija, ili posredstvom poslovih asocijacija. Stoga je važno istaći da u oblikovanje mezo-nivoa ne mora nužno biti involvirana vlast sa svojim karakterističnim aktivnostima. 8.2.4.2. Mezo politike Ključne politike za kreiranje sistemske konkurentnosti na mezo

nivou sastoje se od tri glavna elementa: regulatornih politika, finansijskih instrumenata i vladinih aktivnosti usmerenih na kreiranje i nadgradnju mezo institucija. 1. Regulatorne politike se zasnivaju na tržišnom, pretežno neoliberalnom konceptu i, za razliku od standardnog shvatanja da regualtorni okvir mora biti jedinstven na makro nivou, odnosno da se uniformna regulativa mora primenjivati na sve industrijske grane i sektore, sistemska konkurentost promoviše selektivne regulatorne politike. Primera radi, politika uvoza još uvek ima osnovni cilj da zaštiti mladu industriju, čak i kada je vremenski ograničena i usmerena isključivo na održavanje njenih performansi. Slično ovome, ekološka politika ima uticaj na određene industrijske grane, a njena primena se razlikuje od slučaja do slučaja. 2. Finansijiki instrumenti ostvaruju pozitivne efekte u domenu pružanja podrške I-R delatnosti i promocije izvoznih aktivnosti, gde tržištni instrumenti obično ne iskazuju željene rezultate. Poreske olakšice i direktne subvencije mogu stimulisati intra-kompanijsku I-R aktivnost, koja se zbog dejstva eksternih efekata i ograničene primene, drugačije ne bi mogla materijalizovati na željeni način u makroekonomskoj perspektivi. Izvozne kredite i osiguranja obično obezbeđuju državne agencije, dok reosiguranje vrši vlada, pošto visok nivo političkog rizika odbija privatni sektor da se više uključi u ovaj segment finansiranja. 3. Vladine aktivnosti usmerene na kreiranje i nadgrađivanje institucija na mezo nivou imaju opravdanja u uslovima kada tržišni mehanizmi otkažu, ili izostane kolektivna akcija privatnog sektora. Tržišni mehanizmi ne ostvaruju najbolje rezultate kada su u pitanju: I-R aktivnost i trenining, određene oblasti infrastrukture i zaštita životne sredine. U slučajevima nedovoljno razvijenih zemalja, vlade su dodatno angažovane i u finansijskom sektoru, pre svega zbog malog tržišta, izraženog rizika i visokih transakcionih troškova. Teško je naći odgovarajuću ravnotežu između mera koje su vođene ponudom i onih koje su vođene tražnjom u procesu kreiranja mezo institucija. Primer za ovo je česta kolizija između politike podsticanja

malih i srednjih preduzeća (MSP) i politike **regionalnog razvoja** 328

u razvijenim industrijskim zemljama, kao i između nacionalne razvojne politike i tehničke pomoći zemljama u razvoju. Mere na strani ponude, tj. mere koje anticipiraju potencijalnu ili buduću tražnju kompanija za podrškom od strane mezo institucija, obično nisu uspešne. Ove mere imaju smisla samo u ranim fazama industrijskog razvoja, kada su kompanije male i kada iskazuju bitne propuste u poslovanju, te iz tog razloga nemaju jasno definisanu strukturu pogodnu za korišćenje mera podrške mezo institucija. Sa povećanjem kompetencija preduzeća i razvojem kulture interaktivnog delovanja na mikro i mezo nivou funkcionisanje mezo institucija postaje mnogo efikasnije. Međutim, i u ovom slučaju rizično bi bilo oslanjati se isključivo na mere koje su vođene tražnjom. Mezo institucije, poput centara za demonstraciju savremenih tehnologija, po definiciji su formirane da iniciraju promene u ponašanju preduzeća, a ne da čekaju na njihovo spontano dešavanje. Jedan od načina da se prevaziđe ova dilema je uspostavljanje što tešnje komunikacije između vlade, poslovnog sektora i ostalih aktivnih učesnika sposobnih da artikulušu postojeću i anticipiraju buduću tražnju. Konkurentske mezo polititke ne treba poistovećivati sa tradicionalnim varijantama industrijske politike. Mezo politike koje se preduzimaju u cilju unapređenja stistemske konkurentnosti podržavaju tržišni takmičarski duh i podstiču kompanije da ostvare najbolje rezultate u konkurentnom okruženju. S druge strane, tradicionalna industrijska politika je obično činila suprotno, štitila je domaću industriju od inostrane konkurencije, ili čak, gušila konkurenciju na domaćem tržištu favorizovanjem pojedinih kompanija, tzv. nacionalnih šampiona. Regulatorne politike, poput onih koje definišu odnos uvoznog i domaćeg sadržaja u strukturi vrednosti proizvoda ili procedure licenciranja, kao i određeni finansijski insturmenti, poput direktnih subvencija, predstavljali su ključne instrumente

tradicionalne industrijske politike. Ova dva instrumenta i danas imaju važnu ulogu, ali na različit način. Međutim, još jedan tradicionlni instrument, državna svojina, sve više gubi naklonost, pošto javna preduzeća, po pravilu, iskazuju nezadovoljavajuće poslovne rezultate. 8.2.4.3. Međuzavisnost regionalnog i nacionalnog nivoa Po tradiciji, industrijska politika, politika tehnološkog razvoja i ostale specifične politike koje oblikuju razvoj industijskog sektora, predstavljale su prerogative centralne vlasti. Međutim, savremeni trendovi uticali su na promenu ove prakse. Kako su preduzeća, pod uticajem globalizacije, počela bivati izložena sve jačim konkurentskim pritiscima, njihova očekivanja od lokalnog okruženja postajala su sve veća. U skladu s tim, formulisanje mezo politika se sve više premeštalo na regionalni i lokalni nivo. U pojedinim zemljama, regionalne i lokalne vlasti postale su čak odgovorne za koncipiranje ključnih mezo politika, poput politike obrazovanja. Jedan od osnovnih ciljeva mezo politika je kreiranje specifičnih komparativnih prednosti lokalnog karaktera. U tom smislu, poželjno je decentralizovati mezo politike, i osloboditi centralnu vlast obaveze da formuliše veliki broj posebnih politika za različite regione. Loklane politike treba da sprovode akteri na lokalnom nivou, kako bi ih oblikovali u skladu sa prednostima i nedostacima datog regiona. Praksa pokazuje da je često lakše lokalno mobilisati know-how potreban da se dijagnostikuju prednosti i nedostaci preduzeća i njihovog okruženja i formulišu mere za podsticanje prednosti i prevazilaženje uočenih nedostataka. Centralna vlast može imati značajnu ulogu u stimulisanju pokušaja da se formulišu odgovarajuće regionalne i lokalne politike. U tom cilju njen zadatak je da: • obavlja monitoring subvencija koje nude regionalne i lokalne vlasti i sprečava nelojalnu konkurenciju između pojedinih regiona po pitanju visine ponuđenih stimulansa i • alokaciju subvencija uslovljava kreativnošću u formulisanju lokalne strategije, poput organizovanja regionalnog razvojnog fonda, čime se pruža podsticaj određenim performansama posmatrane oblasti. Ipak, izvesni zadaci koji se odnose na mezo nivo ostaju i dalje u nadležnosti nacionalne vlade. Primera radi, iniciranje velikih tehnoloških projekata i formulisanje globalnih dugoročnih strategija i dalje ostaju u isključivoj nadležnosti centralnih organa vlasti. 8.2.5. Meta-nivo: Upravljanje industrijskom konkurentnošću 8.2.5.1. Zahtevi na meta nivou Bitan aspekt kreiranja konkurentske pozicije sa meta nivoa odnosi se na podsticanje razvojno orijentisanih kulturnih vrednosti, koje treba da usvoje najšire društvene mase. Među te vrednosti spadaju: • društveno vrednovanje ekonomskih rezultata, • generalno prihvatanje ideje da „predatorski“ način ponašanja i izraženi individualizam negativno utiču na razvoj društva, • prioritet dugoročnog investiranja u obrazovanje i trening kadrova i • izražena sklonost štednji. Ukoliko ove vrednosti nisu ukorenjene u društvu, veoma ih je teško naknadno stimulisati primenom makro i mezo politika. Ovo objašnjava zašto slični instrumenti, primera radi, kreirani da podstaknu preduzetništvo ili korporativnu saradnju, ostvaruju različite efekte u različitim zemljama. Drugi važan preduslov za ostvarivanje povoljne konkurentske pozicije je postizanje društvenog konsenzusa o neophodnosti industrijskog razvoja i konkurentnog uključivanja na svetsko tržište. Imajući u vidu sve izraženiju internacionalizaciju privrede, nijedno društvo nije u poziciji da samostalno odabere razvojni put, bez saglasnosti sa ostalim učesnicima na globalnom tržištu. Svi moraju prihvatiti svetsko tržište kao okvir u kojem treba da rezervišu sopstvenu pozicuju, što samo po sebi ne implicira ostvarivanje visokih izvoznih koeficijenata. Mnogo je važnije da kompanije dostignu međunarodne standarde kvaliteta i efikasnosti proizvodnje, tako da mogu konkurisati i uvoznoj robi na domećem liberalizovanom tržištu. Sve dok postoji neslaganje po ovom pitanju, makro i mezo politike će biti nestabilne, a preduzeća će zauzimati defanzivan stav u cilju odgovora na promene u pravilima igre. Treći bitan element na meta nivou je osposobljenost učesnika društvenog života da zejednički formulišu vizije i strategije koje treba da pretoče u odgovarajuće politike. Te vizije tiču se: utvrđivanja željene pozicije u okviru međunarodne podele rada, izbora komparativnih prednosti koje treba razvijati na dugi rok, određivanja načina ditribucije profita i troškova proizašlih iz tržištnih integracija između različitih socijalnih grupa i sl. Opšte prihvaćena strategija predstavlja preduslov uspešne

koncentracije svih resursa kojima društvo raspolaže, a orijentacija na dugi i srednji rok omogućava afirmaciju budućih zarad tekućih interesa i formiranje stabilnih očekivanja za naredni period. Obezbeđivanje konsenzusa po pitanju razvojnih ideja predstalja složen politički proces u kojem se postavljaju ozbiljni zahtevi pred pojedine socijalne grupe. Preduzetnici, radnici i ostali segmenti civilnog društva, moraju biti spremni da se uključe u institucije i angažuju na ostvarivanju opštih ciljeva, kroz postizanje kompromisa sa drugim interesnim grupama. Ovaj zahev čini osnovnu razliku između demokratske i korporativne kulture ponašanja, pošto korporativni interesi izopštavaju relevantne socijalne grupe iz procesa usaglašavanja strateških odluka. 8.2.5.2. Meta-nivo u zemljama u razvoju Kulturne vrednosti su veoma heterogene, kada se posmatraju po pojedinim zemljama, jer u najvećem broju slučajeva odražavaju razlike u njihovim ekonomskim osobenostima. S druge strane, postoje i one karakteristike meta-nivoa koje su široko rasprostranjene u zemljama u razvoju i predstavljaju njihovu opštu osobinu. Sve donedavno su Srbiju, kao i većinu ZUR i ZUT, odlikovali: centralizovan proces donošenja političkih odluka, snažna birokratija i neefikasnost državnog aparata. Ovo je često dovodilo do pojave zelenaško-korporativnih struktura, koje su omogućile privilegovanim grupama da efikasno ostvaruju svoje interese. Nastanak struktura moći posledica je dezintegracije i fragmentacije društva, čije su osnovne karakteristike predstavljale izopštenost širokih narodnih masa iz procesa odlučivanja i politička i socijalna polarizacija. Sve ovo je remetilo industrijski razvoj na različitim nivoima: • kompanije nisu međusobno sarađivale zbog nedostatka poverenja i usađenog „predatorskog“ načina ponašanja; • radnici i sindikati nisu bili voljni da prihvate bilo kakve promene u sferi radnog zakonodavstva; • dispariteti u raspodeli dohotka uticali su na formiranje niskih stopa štednje i akumulacije kapitala, a • socijalne tenzije i politička nestabilnost imali su za posledicu sprovođenje „stani-kreni“ politika, kao kompromisnog rešenja za dnevne probleme kompanija vezane za njihov opstanak na tržištu. Ekonomska kriza iz osamdesetih godina prošlog veka ukazala je na nedovoljnu vitalnost razvojnog koncepta oslonjenog na domaću tražnju i ostvarila konsenzus po pitanju neophodnosti integracije na svetsko tržište. Program strukturnog prilagođavanja u Srbiji delimično je osnažio tržišne mehanizme i redukovao sklonost ka „rentseeking“ ponašanju95 i klijentelističkim odnosima96, dok su institucionalne reforme uvele više transparentnosti u proces donošenja odluka. S druge strane, program strukturnog prilagođavanja nije u dovoljnoj meri uzimao u obzir nerazvijenost tržišta i slabost civilnog društva u Srbiji. U takvim uslovima, mere deregulacije i redukcije zaposlenosti u javnom sektoru bile su nedovoljne da bi se izgradila konkurentna ekonomija i garantovao društveni razvoj. Socijalna razgradnja je nastavljena, jer makroekonomske reforme nisu doprinele razvoju regulatornih i upravljačkih kapaciteta (reforma vlasti, formiranje kompleksnih mreža povezanosti strateških partnera) i neophodnih socijalnih struktura. Sistemski uticaj na konkurentnost nemoguće je ostvariti bez socijalnog jedinstva, do kojeg se dolazi ulaganjem u suštinsko preoblikovanje društva, koje prevazilazi nivo jednostavnih korekcija u makroekonomskom okruženju. Ovaj proces zahteva bazičnu rekonstrukciju poslovnih udruženja, sindikata i ostalih ključnih organizacija civilnog društva i kreiranje novih intermedijarnih institucija, što podrazumeva ispunjenje tri logički komplementarna zadatka: • prvo, ove organizacije i institucije moraju biti interno restrukturirane; • drugo, one moraju ojačati svoju sposobnost da predstavljaju interese svoje socijalne grupe vis-a- vis interesa vlasti i drugih socijalnih grupa i • treće, one moraju da oblikuju sopstveno okruženje kroz saradnju i mrežnu povezanost sa javnim i privatnim institucijama. Najvažnije socijalne grupe moraju naučiti da zaštita vlasti od uticaja privelegovinih grupa predstavlja „igru sa pozitivnim skorom“, jer je samo relativno autonomna vlada sposobna da preduzima aktivnosti u skladu sa socijalnim i ekonomskim interesima zemlje. U tom smislu, najveća uloga 95 “Rentseeking” je aktivnost traženja bilo kakve vrste materijalnog benefita van okvira tržišne razmene, a preko državnog zakonodavstva. Da li će neko uložiti resurse u rentseeking da bi do tih benefita došao, zavisi od troška koji mu to donosi i dobiti koju može iz toga da dobije. Pravilo je da je

rentseeking aktivnost veća tamo gde je privreda više opterećena – za subjekte je racionalno da češće ulažu u rentseeking ako time mogu da izbegnu ili nadomeste troškove koje im donose standardni državni nameti. Dobrobit dobija samo rentijer, dok potrošači trpe zbog skuplje i manje kvalitetne usluge. Dodatno, u ovom procesu dolazi do čistog društvenog gubitka (deadweight loss) resursa. 96 Klijentelizam (clientelism) predstavlja instrumentalizovano prijateljstvo u kojem partner sa višim socioekonomskim statusom (patron) koristi svoj uticaj i resurse da bi zaštitio ili ostvario korist za osobu nižeg statusa (klijent), a koja zauzvrat nudi opštu podršku i pomoć patronu. 335 pripisuje se transparentnosti i odgovornosti. Autonomni funkcionalni podsistemi zasnivaju se na jasnoj podeli odgovornosti između vlade, industrijskog sektora i socijalnih grupa. Njihov dalji razvoj treba da obezbede interni procesi sticanja znanja, fleksibilnost i odgovornost, kao i dijalog u vezi zajedničkog traženja optimalnog rešenja za uključivanje vlade i ostalih društvenih aktera sa nacionalnog, regionalonog i lokalnog nivoa. 8.2.5.3. Potreba za heterarhijskom upravljačkom strukturom Iako je dogma da vlada ima ulogu da zameni funkcionisanje tržišta pogrešna, neoliberalna kritika tradicionalne uloge držvnog intervencionizma ima smisla. Ideja po kojoj vlada, kao vrsta centralnog kontrolnog autoriteta u društvu, samostalno može selektivno usmeravati tehnološke i privredne procese, pretpostavlja da su državne birokrate sposobnije i informisanije od ostalih društvenih aktera, uključujući i same kompanije. Ovo je možda bio slučaj u nekim od novoindustrijalizovanih zemalja istočne i jugoistočne Azije, mada je i u njihovom slučaju odlučujuću ulogu imalo strateško partnerstvo između javnog i privatnog sektora. Uporedo sa ekonomskim rastom i socijalnim promenama, kompanije i ostali učesnici društvenog života stiču znanja i sposobnost da učestvuju u procesu formulisanja i implementacije zajedničke strategije, što težište ovog procesa postepeno prebacuje sa javnog na privatni sektor. Neophodni know-how i kapaciteti za implementaciju politika distriburaju se na razne vladine, privatne i posredničke agencije. Jenodimenzionalna, statička i cetralistička struktura upravljanja nije podobna da bi se razvile i održale složene mreže preduzetnika i specijalizovanih institucija u indutrijski razvijenim zemljama. Međutim, zaključak da država više nema nikakvu ulogu u podsticanju konkurentnosti zemlje bi bila prenagljena,

pogotovo ako se uzme u obzir da su se u 230

zemljama OECD-a odavno pojavili novi upravljački modeli, koji omogućavaju da vlada više ne širi svoj uticaj na privredu isključivo kroz tradiconalne intervencionističke metode. Savremene metode upravljanja vladi pridaju ulogu koordinatora, moderatora i komunikatora (onaj koji informiše i povezuje) u političkom povezivanju sa privrednim kompanijama i njihovim udruženjima, naučnim institutima i univerzitetima, posredničkim institucijama i sindikatima. Zadatak ove mreže je da vrši prikupljanje i diseminaciju relevantnih informacija i zajednički projektuje srednjoročne i dugoročne vizije, koje mogu poslužiti kao odrednica za formulisanje vladinih mezo-politika i razne oblike privatne inicijative. To državu oslobađa značajnog tereta i proces olučivanja prebacuje u nadležnost mreže relevantnih institucija, obezbeđuje veći stepen raspoloživosti informacija, povećava legitimnost vladinih odluka i oslobađa kreativnost svih aktera u društvu, mobilišući njihove respektabilne kapacitete za rešavanje ekonomskih problema u funkciji strateškog odlučivanja. Mrežna povezanost politika zasniva se na pretpostavci da kod većine aktera u društvu postoji kapacitet za donošenje kompromisnih rešenja, sticanje novih znanja i prilagođavanje transformacionim procesima. Na ovaj način, tradicionalni način upravljanja u srpskom društvu, koji se zasnivao na hijerarhijskoj koordinaciji i upravljanju unutar preduzeća i javnih institucija, tržišnoj koordinaciji odnosa između kompanija i hijerarhijskom rukovođenju društvom od strane vlasti, treba zameniti mrežnom formom organizacije. Mrežni koncept

posebno uporište ima na mezo-nivou, na kojem novnastajuće forme nemaju odlike isključivo tržišnih mehanizama alokacije (konkurencija i cene), niti cetralističkih upravljačkih mehanizama (hijerahijska kontrola i državni intervencionizam). Rasprave vezane za odnos tržišnog i administrativnog sistema upravljanja privredom, koje su kulminirale tokom osamdesetih godina prošlog veka, nisu uzimale u obzir ove inovativne forme oblikovanja strukture društva. Novi oblici upravljanja zasnivaju se na kombinaciji marketinških, administrativnih i samostalnih formi udruživanja, i funkcionišu kroz sistem tržišnih, hijerarhijskih i samoorganizovanih mreža povezanosti. Pojava sve diferenciranijih formi organizacije društva i upravljanja, prevazilazi klasičnu podelu na tržišne i administrativne modele upravljanja privredom, odnosno, na liberalni i socijalistički koncept društvenog uređenja. Efikasna politička mreža zasniva se na šest osnovnih elemenata: 1. autonomniji udruženih društvenih aktera, sa kapacitetom da prevaziđu sve interne konflikte; 2. poverenju i privrženosti fer odnosima u saradnji; 3. orijentaciji na suštinske rezultate (rešavanje problema prevazilaženjem minimuma konsenzusa); 4. kolektivnom odlučivanju na osnovu podele informacija; 5. reciprocitetu, ili raspodeli troškova i koristi od kolektivno donetih odluka i 6. dobrovoljnom uzdržavanju od slobode samostalnog delovanja, jer svaki učesnik ima legitimno pravo da njegovi interesi budu uvaženi. Osnovna razlika između političke mreže i klasičnog korporativizma ogleda se u izmenjenoj ulozi države. Umesto da država utiče na privatne interese i arbitrira između korporativnih grupa koje imaju problema u međusobnoj saradnji, predstavnici ovih grupa ostvaruju međusobne kontakte i kontakte sa državnom administracijom na ravnopravnoj osnovi. Sistem političkog umrežavanja razlikuje se i od modela evropskog „neokorporativizma“ iz sedamdesetih godina prošlog veka, koji je u proces odlučivanja uključivao samo centralnu vlast i najznačajnije organizacije kapitala i rada. Mnogo je teže uočiti suštinske razlike između „mezokorporativizma“ i savremenih političkih mreža, jer oba termina služe da bi opisali aranžmane koje karakteriše stabilnost institucija (čak i onih neformalnih) i set pravila (često prećutnih) koja upravljaju interaktivnim procesom. Političke mreže treba organizovati na sektorskom nivou, jer bi na tom nivou najefikasnije doprinosile usaglašavanju bitnih politika, kao što su, primera radi, politika razvoja nauke, politika tehnolološkog razvoja, zdravstvena politika i sl. Istovremeno, ove mreže treba da postanu deo političkih struktura višeg nivoa, sa kojeg se može intervenisati u slučaju da politička mreža krene pogrešnim tokom. Država može, na primer, stimulisati osnivanje lokalnih ili regionalnih političkih mreža u cilju formulisanja strategije industrijskog razvoja. Finansijska podrška formiranju ovih mreža ima smisla sve dok je uslovljena ostvarenim industrijskim rezultatima. Bojazan da bi država na višem nivou organizacije mogla samostalno donositi mere koje nisu u skladu sa interesima uključenih strana, predstavlja važan stimulans za pravilno funkcionisanje političke mreže. ANEKS Tabela A-1. Struktura izvoza po razvojnim grupama zemalja u 1995, 2005. i 2013. godini (%) Robne grupe Godine ZUR Struktura izvoza u % ZUT IRZ Prehrambeni proizvodi (SMTK: 0 + 1 + 22 + 4) 1995 2005 2013 10,0 6,1 6,8 5,4 3,8 6,1 8,7 7,0 8,8 Poljoprivredne sirovine (SMTK: 2 - 22 - 27 - 28) 1995 2005 2013 2,8 1,3 1,2 5,5 2,8 1,8 2,6 1,7 1,7 Rude, metali, drago kamenje i nemonetarno zlato (SMTK: 27 + 28 + 68 + 667 + 971) 1995 2005 2013 5,3 5,0 6,2 10,4 7,8 7,0 4,1 4,2 6,7 Goriva (SMTK: 3) 1995 2005 2013 15,0 22,4 23,2 33,7 53,9 61,8 3,3 6,6 9,9 Prerađeni industrijski proizvodi (SMTK: 5 do 8 - 667 - 68) 1995 2005 2013 65,7 64,4 61,5 31,6 25,4 21,3 76,8 76,5 68,6 Izvor: UNCTAD, 2014. Tabela A-2. Priliv SDI i spoljnotrgovinska razmena po grupama zemalja, 1980-2013. (mil. USD) 1980 1990 2000 2005 2010 2011 2012 2013 Priliv SDI (mil. USD) Svet 54110 208168 1414999 996714 1422255 1700082 1330273 1451965 ZUR 7510 35018 266644 341428 648208 724840 729449 778372 ZUT 24 75 5988 32414 70573 94836 84159 107967 IRZ 46576 173074 1142368 622872 703474 880406 516664 565626 Robni izvoz (mil. USD) Svet 2049411 3495693 6452624 10501737 15300667 18329205 18405289 18817705 ZUR 607605 843085 2059257 3807206 6437001 7890953 8219423 8432934 ZUT 85478 118378 149573 353871 609145 810622 822567 805905 IRZ 1356329 2534230 4243794 6340660 8254521

9627630 9363299 9578866 Robni uvoz (mil. USD) Svet 2091206 3607430 6654891 10777009 15419889 18415810 18526740 18797776 ZUR 502616 797814 1918053 3423596 6019516 7338211 7676505 7981063 ZUT 83591 140131 91763 240161 453466 587132 614223 618687 IRZ 1504998 2669485 4645074 7113252 8946906 10490467 10236013 10198026 Izvoz usluga (mil. USD) Svet 395660 831350 1521980 2573220 3896260 4372890 4473810 4720180 ZUR 73390 150390 352040 630600 1109960 1252670 1353120 1422460 ZUT - - 20190 47530 90960 108960 117340 128040 IRZ 312460 664270 1149750 1895090 2695350 3011270 3003350 3169680 Uvoz usluga (mil. USD) Svet 447770 875190 1519390 2472360 3739250 4180640 4292680 4499190 ZUR 139580 193760 416490 701390 1303600 1497920 1599710 1696750 ZUT - - 26570 65070 119630 140220 163190 186610 IRZ 295780 650850 1076330 1705900 2316020 2542500 2529780 2615830 Izvor: UNCTAD, 2014. Tabela A-3. Rang odabranih zemalja prema relativnom per captia BDP/PPP u USD (indeksi EU-28=100, rangirano prema indeksima za 2012. godinu) 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 Luksemburg 255 271 275 264 256 268 272 272 Norveška 178 186 182 192 177 182 187 196 Švajcarska 137 140 145 149 150 155 158 160 SAD 159 155 152 147 147 148 148 149 Austrija 126 126 124 125 126 128 129 131 Irska 145 146 146 131 128 127 129 130 Holandija 131 131 133 135 132 132 131 129 Švedska 122 123 125 124 120 124 127 129 Danska 124 124 123 125 124 128 126 125 Nemačka 116 116 116 116 115 119 121 122 Belgija 120 118 116 116 118 120 119 119 Finska 115 114 118 119 115 114 115 115 Island 131 124 121 124 121 112 112 113 V. Britanija 123 121 117 113 111 112 109 110 Francuska 110 108 108 107 109 109 109 108 Japan 114 110 109 105 103 107 104 105 Italija 106 105 104 105 104 101 100 99 Španija 102 105 105 104 103 100 99 97 Kipar 93 93 95 100 100 97 95 91 Malta 81 79 78 81 85 86 86 86 Slovenija 88 88 89 91 87 84 84 82 Češka Republika 79 80 83 81 83 80 80 79 Grčka 91 92 90 93 94 87 79 75 Portugal 80 79 79 78 80 81 78 75 Slovačka 60 63 68 73 73 73 73 75 Litvanija 55 58 62 65 58 61 66 70 Estonija 62 66 70 69 63 63 67 69 Mađarska 63 63 62 64 65 65 66 66 Poljska 51 52 55 57 61 63 65 66 Letonija 50 53 58 59 54 54 59 62 Hrvatska 57 58 61 63 62 59 61 61 Turska 43 44 45 47 47 50 52 56 Rumunija 35 38 42 47 47 47 47 49 Bugarska 37 38 40 44 44 44 46 47 Crna Gora 31 36 40 43 41 42 42 43 Makedonija 29 30 31 34 36 36 35 35 Srbija 32 33 33 36 36 35 35 35 Albanija 22 23 23 26 28 27 30 30 BIH 25 27 28 26 29 28 28 28 Izvor: Eurostat database, maj 2015. Tabela A-4. Indeksi promena udela pojedinih delatnosti u BDV Republike Srbije, u periodu 2001- 2013. godine Oblasti delatnosti Indeksi promene udela u BDV 2013/2001 Udeo u BDV u 2013. godini (%) D o b i n i c i

t r a n z i c i j e	227

: 36,6

62 Računarsko programiranje, konsultantske i s tim povezane delatnosti	30

9000 0,9 92 Kockanje i klađenje 3000 0,3 77 Iznajmljivanje i lizing 2000 0,2

09 Uslužne delatnosti u rudarstvu i geološkim istraživanjima	30

1000 0,1 63 Informacione uslužne delatnosti 1000 0,1

66 Pomoćne delatnosti u pružanju finansijskih usluga i osiguranju 30

1000 0,1 78 Delatnosti zapošljavanja 1000 0,1 97 Delatnost domaćinstava koja zapošljavaju poslugu 1000 0,1

35 Snabdevanje električnom energijom, gasom, parom i klimatizacija 30

510 3,6 60 Programske aktivnosti i emitovanje 500 0,5 94 Delatnosti udruženja 300 0,3 80 Zaštitne i istražne delatnosti 250 0,5

46 Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima 220 **5,** 209

1

06 Eksploatacija sirove nafte i prirodnog gasa 200 **0,** 101

2 07 Eksploatacija ruda metala 200 0,2 33 Popravka i montaža mašina i opreme 200 0,2

38 Sakupljanje, tretman i odlaganje otpada; ponovno iskorišćav. otpad. **materija** 30

200 0,6

70 Upravljačke delatnosti; savetovanje u vezi sa upravljanjem 30

200 0,8 87 Socijalna zaštita sa smeštajem 200 0,4

45 Trgovina na veliko i trgovina na malo i popravka motornih vozila i motocikala 30

180 0,7

47 Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima 180 **4,0** 201

64 Finansijske usluge, osim osiguranja i penzijskih fondova 30

180 2,1

52 Skladištenje i prateće aktivnosti u saobraćaju 170 1, 174

0 61 Telekomunikacije 170 2,5

65 Osiguranje, reosiguranje i penzijski fondovi, osim obaveznog soc. osiguranja 30

170 0,5 69 Pravni i računovodstveni poslovi 160 0,8 88 Socijalna zaštita bez smeštaja 160 0,8 05 Eksploatacija uglja 150 0,9 73 Reklamiranje i istraživanje tržišta 150 0,3 81 Usluge održavanja objekata i okoline 150 0,3

82 Kancelarijsko-administrativne i druge pomoćne poslovne delatnosti 30

150 0

,3 29 Proizvodnja motornih vozila, prikolica i poluprikolica 130 0, 246

9

22 Proizvodnja proizvoda od gume i plastike 120 1, 174

1 42 Izgradnja ostalih građevina 120 1,2

71 Arhitektonske i inženjerske delatnosti; inženjersko ispitivanje i analize 30

120 0,6 43 Specijalizovani građevinski radovi 110 1,6 49 Kopneni saobraćaj i cevovodni transport 110 2,7 G u b

i n i c i t r a n z i c i j e 217

: 57,6 01 Poljoprivedna proizvodnja, lov i prateće uslužne delatnosti 100 17,3 03 Ribarstvo i akvakulture 100 0

,1 25 Proizvodnja metalnih proizvoda, osim mašina i uređaja 100 1, 249

4

26 Proizvodnja računara, elektronskih i optičkih proizvoda 100 0,4 274

30 Proizvodnja ostalih saobraćajnih sredstava 100 0,1 32 Ostale prerađivačke delatnosti 100 0,2 36 Skupljanje, prečišćavanje i distribucija vode 100 0,6 55 Smeštaj 100 0,5 68 Poslovanje nekretninama 100 8,7 72 Naučno istraživanje i razvoj 100 0,3 74 Ostale stručne, naučne i tehničke delatnosti 100 0,1 75 Veterinarske delatnosti 100 0,1

84 Javna uprava i odbrana; obavezno socijalno osiguranje 30

100 3,8 85 Obrazovanje 100 3,3 96 Ostale lične uslužne delatnosti 100 0,9 14 Proizvodnja odevnih predmeta 90 0,7 19 Proizvodnja koksa i derivata nafte 90 2,1

56 Delatnost pripremanja i posluživanja hrane i pića 30

90 0,6 86 Zdravstvene delatnosti 90 3,7 02 Šumarstvo i seča drveća 80 0,3 10 Proizvodnja prehrambenih proizvoda 80 3,5 15 Proizvodnja kože i predmeta od kože 80 0,3

16 Prerada drveta i proizvodi od drveta, plute, slame i pruća, osim nameštaja 30

80 0,3

17 Proizvodnja papira i proizvoda od papira 80 0,4 18 Štampanje i umnožavanje audio i video zapisa 219

80 0,3 41 Izgradnja zgrada 80 1,5 93 Sportske, zabavne i rekreativne delatnosti 80 0,5 11 Proizvodnja pića 60 0,8 27 Proizvodnja električne opreme 60 0,4 28 Proizvodnja nepomenutih mašina i nepomenute opreme 60 0,5 31 Proizvodnja nameštaja 60 0,3 53 Poštanske aktivnosti 60 0,5 58 Izdavačke delatnosti 60 0,3 08 Ostalo rudarstvo 50 0,1 20

Proizvodnja hemikalija i hemijskih proizvoda 50 0,6

79 Delatnost putničkih agencija, tur-operatora, usluge rezervacije i prat. **aktivnosti** 30

50 0,1 90 Stvaralačke, umetničke i zabavne delatnosti 50 0,1

91 Delatnost biblioteka, arhiva, muzeja galerija i zbirki i ostale kulturne delatnosti 30

50 0,1

95 Popravka računara i predmeta za ličnu upotrebu i upotrebu u domaćinstvu 30

50 0,1

21 Proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda i preparata 40 **0,** 278

4 23 Proizvodnja proizvoda od ostalih nemetalnih minerala 40 0,6 13 Proizvodnja tekstila 30 0,2 24 Proizvodnja osnovnih metala 30 0,3 59 Kinematograf. i televizij. produkc., snimanje zvuč. zapisa i izdav. muzič. zapisa 30 0,1 12 Proizvodnja duvanskih proizvoda 20 0,1 37 Uklanjanje otpadnih voda 0 0,0

39 Sanacija, rekultivacija i druge usluge u oblasti upravljanja otpadom 30

0 0,0 50 Vodeni saobraćaj 0 0,0 51 Vazdušni saobraćaj 0 0,0

98 Delatnost domaćinstava koja proizvode robu i usluge za sopstvene potrebe 30

0 0,0 Napomena: Dopunu do 100% učešća u strukturi BDV, čine usluge finansijskog posredovanja indirektno merene (FISIM). Izvor: Obračunato na osnovu podataka RZS, baza podataka, maj 2015. Tabela A-5. Bazni indeksi fizičkog obima proizvodnje po granama prerađivačke industrije, svrstanim prema nivou tehnološke intenzivnosti, 2014. godina (2000=100) Prerađivačka industrija Indeksi 2014/2000 Niska tehnologija: Proizvodnja prehrambenih proizvoda 114,2 Proizvodnja pića 102,6

Proizvodnja duvanskih proizvoda 102,9 **Proizvodnja tekstilnih prediva i tkanina** 19,8 109

Proizvodnja odevnih predmeta i krzna 29,1 **Proizvodnja kože i predmeta od kože, obuće** 27,8 **Prerada i** proizvodi **od** drveta **i plute** 24,1 **Proizvodnja celuloze, papira, prerada papira**

121,0 Izdavanje, štampanje i reprodukcija 112,2 Ostale prerađivačke delatnosti 41,5 Proizvodnja nameštaja i sl. proizvoda 85,1 Srednje niska tehnologija: Proizvodnja koksa i derivata nafte 251,2

Proizvodnja proizvoda od gume i plastike 125,7 **Proizvodnja proizvoda od ostalih minerala** 65,0 **Proizvodnja osnovnih metala** 93,8 **Proizvodnja metalnih proizvoda, osim mašina** 30

101,9 Srednje visoka tehnologija:

Proizvodnja hemikalija i hemijskih proizvoda 136,5 **Proizvodnja** ostalih **mašina i uređaja** 88

49,3 Proizvodnja električne opreme 151,2 Proizvodnja motornih vozila i prikolica 179,2

Proizvodnja ostalih saobraćajnih sredstava 24,3 **Popravka i montaža mašina i opreme** 60

32,9 Visoka tehnologija: Proizvodnja računara, elektronskih i optičkih uređaja 6,6 Proizvodnja osnovnih farmaceutskih proizvoda 229,2 Prerađivačka industrija - ukupno 103,2 Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS. Tabela A-6. Robna razmena Republike Srbije u periodu 1988-2014. godine (milioni USD) God. Mil. USD Izvoz Lančani indeksi (%) Mil. USD Uvoz Lančani indeksi (%) Saldo (mil. USD) Mil. USD Ukupna robna razmena Lančani indeksi (%) Pokrivenost uvoza izvozom (%) 1988 4830 - 4910 - -80 9740 - 98,4 1989 5061 104,8 5715 116,4 -654 10776 110,6 88,6 1990 5453 107,7 7044 123,3 -1591 12497 116,0 77,4 1991 4506 82,6 5212 74,0 -706 9718 77,8 86,5 1992 2852 63,3 3412 65,5 -560 6264 64,5 83,6 1993 1994 1995 Sankcije OUN 1996 1744 - 3811 - -2067 5555 - 45,8 1997 2531 145,1 4503 118,2 -1972 7034 126,6 56,2 1998 2723 107,6 4475 99,4 -1752 7198 102,3 60,8 1999 1369 50,3 2881 64,4 -1512 4250 59,0 47,5 2000 1558 113,8 3330 115,6 -1772 4888 115,0 46,8 2001 1721 110,5 4261 128,0 -2540 5982 122,4 40,4 2002 2075 120,6 5614 131,8 -3539 7689 128,5 37,0 2003 2755 132,8 7473 133,1 -4718 10228 133,0 36,9 2004 3523 127,9 10753 143,9 -7230 14276 139,6 32,8 2005 4482 127,2 10461 97,3 -5979 14943 104,7 42,8 2006 6428 143,4 13172 125,9 -6744 19600 131,2 48,8 2007 8825 137,3 18554 140,9 -9729 27379 139,7 47,6 2008 10973 124,3 22875 123,3 -11902 33848 123,6 48,0 2009 8345 76,1 15582 68,1 -7237 23927 70,7 53,6 2010 9794 117,4 16734 107,4 -6940 26528 110,9 58,5 2011 11777 120,2 20139 120,3 -8363 31916 120,3 58,5 2012 11354 96,4 19013 94,4 -7660 30367 95,1 59,7 2013 14614 128,7 20543 108,0 -5929 35157 115,8 71,1 2014 14843 101,6 20650 100,5 -5806 35493 101,0 71,9 Izvor: RZS Tabela A-7. Rang delatnosti prema nivou otvorenosti (od najotvorenije do najzatvorenije), 1989.- 2013. godine 1989. 2001. 2005. 2008. 2013. Rang delatnosti Ti Rang delatnosti Ti Rang delatnosti Ti Rang delatnosti Ti Rang delatnosti Ti Prer.

obojenih metala 1,09 Proizv. ost. saob. sredstava 1,08 Proizv. osnov. metala 1,89 Reciklaža 2,05 Proizv. električne opreme 1,73 Proizv. rude gvožđa 1,00 Proizv. odev. predmeta i krzna 1,06 Reciklaža 1,42 Proizv. osnov. metala 1,81 Proizv. motornih vozila i prikolica 1,72 Proizv. hemijskih proizvoda 1,00 Proizv. kože i predm. od kože, obuća 0,93 Proizv. odev. predm. i krzna 1,35 Proizv. ost. saob. sredst. 1,61 Proizv. osnovnih metala 1,69 Proizv. obojenih metala 0,91 Vađenje sirove nafte i gasa 0,71 Proizv. kože, predm.od kože i obuća 1,31 Proizv. dr. elek. mašina i aparata 1,40 Proizv. ostalih saobraćajnih sredstava 1,57 Proizv. nafte i gasa 0,86 Proizv. ostalih mašina i uređaja 0,70 Proizv. pr.od gume i plastike 1,23 Proizv. predm. od kože i obuća 1,33 Proizvodnja odevnih predmeta 1,48 Brodogradnja 0,81 Proizv. radio, TV i kom. opreme 0,69 Proizv. tekstil. prediva i tkanina 1,14 Proizv. odev. predm. i krzna 1,26 Proizvodnja kože i predmeta od kože 1,47 Crna metalurgija 0,79 Proizv. preciz. i optičk. instr. 0,67 Proizv. dr. mašina i uređaja 1,10 Proizv. pr. od gume i plastike 1,24 Proizvodnja duvanskih proizvoda 1,38 Proizv. nemetala 0,79 Proizv. osnov. metala 0,65 Proizv. hemikal. i hem. proizvoda 1,06 Proizv. tekstil. prediva i tkanina 1,22 Proizv. proizvoda od gume i plastike 1,38 Proizv. rezane gradje i ploca 0,79 Proizv. mot. vozila i prikolica 0,65 Prer. drveta i proizv. od drveta i plute 1,03 Proizv. dr. mašina i uređaja 1,16 Proizv. nameštaja 1,37 Mašinogradnja 0,73 Prerada i proizv. od drveta i plute 0,62 Proizv. dr. elektr. mašina i aparata 1,00 Proizv. radio, TV i kom. opreme 1,16 Proizv. nepomenutih mašina i opreme 1,29 Proizv. kožne obuće i galanter. 0,72 Proizv. pr.od gume i plastike 0,61 Proizv. ost. saobrać. sredst. 1,00 Proizv. hemikal. i hem. proizv. 1,15 Proizv. hemikalija i hem. proizvoda 1,24 Prer.hemijskih proizvoda 0,71 Proizv. hemikal. i hemij. proizv. 0,56 Vađenje ruda metala 0,99 Prer. drveta i pr. od drv. i plute 1,11 Prerada drveta i proizv. od drveta 1,20 Proizv. derivata nafte 0,69 Proizv. tekstilnih prediva i tkanina 0,54 Proizv. celul., papira i prer. papira 0,99 Proizv. mot. vozila i prikolica 1,06 Proizv. papira i proizvoda od papira 1,17 Proizv. raznovrsnih proizvoda 0,67 Proizv. koksa i derivata nafte 0,53 Proizv. koksa i derivata nafte 0,99 Proizv. celul., papira i prer. papira 1,03 Proizvodnja tekstila 1,11 Prer. nemetala 0,64 Proizv. dr. elektr. mašina i aparata 0,52 Proizv. nameštaja i sl. 0,99 Vađenje ruda metala 1,02 Proizv. met. proizvoda, osim mašina 1,09 Proizv. elektr. mašina i aparata 0,62 Ulov i uzgoj ribe 0,48 Proizv. mot. vozila i prikol. 0,98 Proizv. nameštaja i sl. 1,01 Proizv. rač., elektron. i opt. proizv. 1,09 Proizv. saobraćajnih sredstava 0,59 Proizv. celul., papira i prer. papira 0,48

Vađenje sirove nafte i gasa	0,97	**Vađenje sirove nafte i**	240

gasa 0,99 Proizv. osn. farmaceutskih proizvoda 1,08 Prer. kaučuka 0,55 Reciklaža 0,47 Proizv. radio, TV i komun. opreme 0,94 Proizv. med., prec. i opt. instr. 0,94 Proizvodnja prehrambenih proizvoda 1,04 Proizv. i prer. papira 0,51 Vađenje ruda metala 0,46 Proizv. medic., prec. i optič. instrum. 0,92 Proizv. koksa i der. nafte 0,90 Ostale prerađivačke delatnosti 1,03 Prer. uglja 0,49 Vađenje ostalih ruda i kamena 0,46 Ulov i uzgoj ribe 0,86 Ulov i uzgoj ribe 0,87 Eksploat. sirove nafte i prir. gasa 0,96 Proizv. kože i krzna 0,46 Proizv. kancel. i računs. mašina 0,44 Proizv. kancel. i račun. mašina 0,81 Proizv. prehr. pr. i pića 0,84 Sakupljanje, tretman i odlag. otpada 0,90 Proizv. tekstil. prediva i tkanina 0,44 Proizv. nameštaja i sl. 0,36 Proizv. prehramb. proizv. i pića 0,78 Proizv. standard. metal. proizv., osim mašina 0,84 Ostalo rudarstvo 0,85 Metaloprerađivačka delatnost 0,35 Proizv. met. proizv., osim maš. 0,33 Proizv. stand. metal. pr.., osim maš. 0,72 Proizv. kanc. i rač. mašina 0,77 Proizv. proizvoda od nemet. minerala 0,77 Proizv. final. proizv.od drveta 0,35 Proizv. duvan. proizvoda 0,28 Proizv. pr. od ost. minerala 0,67 Proizv. pr. od ost. minerala 0,75 Eksploatacija ruda metala 0,76 Proizv. sirovina iz otpadaka 0,34 Proizv. pr. od ostal. minerala 0,22 Proizv. duvan. proizv. 0,60 Proizv. duvan. proizv. 0,59 Proizvodnja pića 0,70 Šumarstvo 0,30 Poljopriv., lov i usluge 0,20 Vađenje ost.

ruda i kamena 0,59 Vađenje ost. ruda i kamena 0,58 Proizvodnja koksa i derivata nafte 0,69 Proizv. gotovih tekstil. proizv. 0,24 Proizv. prehr. proizv.i pića 0,20 Uzgoj i iskoriš. šuma 0,32 Izdavanje, štamp. i reprodukc. 0,42 Izdavačke delatnosti 0,53 Proizv. prehramb. proizvoda 0,22 Izdavanje, štamp. i reprod. 0,12 Izdavanje, štampanje i reprodukcija 0,32 Uzgoj i iskor. šuma 0,38 Kinematografska, TV i muzička produkcija 0,53 Grafička delatnost 0,14 Sportske, kulturne i sl. aktiv. 0,09 Poljopriv., lov i usluge 0,15 Proizv. i snab. el. en., gasa. i vode 0,24 Poljopr. proizv., lov i uslužne del. 0,36 Proizv. ruda obojenih metala 0,13 Proizv. el. energije, gasa i t. vode 0,08 Vađenje uglja i lignita 0,12 Poljopriv., lov i usluge 0,18 Ribarstvo i akvakulture 0,31 Proizv. i prer. duvana 0,10 Vađenje uglja 0,04

Proizv. i snab. **el.** en., **gasa i vode** 0,06 **Vađenje** uglja **i** 87

lignita 0,15 Snabdevanje el. energijom, gasom 0,24 Poljoprivreda i ribarstvo 0,10 Uzgoj, iskoriš.šuma 0,02 Vodoprivreda 0,00 Sakup., preč. i distrib. vode 0,01 Šumarstvo i seča drveća 0,10 Proizv. kamena, šljunka i peska 0,08 Ostale poslovne aktivnosti 0,01 Sakuplj., prečišć. i distrib. vode 0,00 Vodoprivreda 0,00 Eksploatacija uglja 0,10 Proizv.stočne hrane 0,07 Vodoprivreda 0,00 Poslovi s nekret., iznajmljiv. 0,00 Poslovi s nekretnin., iznajm. 0,00 Stvaralačke, umetničke i zabavne del. 0,06 Proizv. pića 0,06 Vađenje ruda urana i torijuma 0,00 Ost. komunal., društv. i lič. usluge 0,00 Dr. komun., društv. i lič. usluge 0,00 Štamp. i umnož. audio i video zapisa 0,03 Proizv. građevin. materijala 0,04 Prečiš. i distrib. vode 0,00 Arhitektonske i inženjerske delatnosti 0,00 Proizv. uglja 0,03 Poslovi s nekretnin. 0,00 Ostale stručne, naučne i tehničke del. 0,00 Elektroprivreda 0,01 Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS, Statistički godišnjak, odgovarajuća izdanja. Tabela A-8. Oračun regionalnog Indeksa konkurentnosti izvoza Srbije, za dva podperioda 2002- 2008. i 2008-2013. (milioni USD, indeksi) Indeksi Hipotetički Razlika između Najzanačajnija Izvoz Ukupan uvoz iz svih zemalja Srbije (mil. USD) na najznačajnija srpska ukupnog izvoz stvarnog i Indeks konkurentnosti Srpska izvozna izvozna tržišta (mil. USD) uvoza Srbije hipotetičkog izvoza jKi tržišta (mil. USD) (mil. USD) 2002 2008 2013 2002 2008 2013 2008 2013 2002 2008 2008 2013 2008 2013 2008 2013 Italija 311 1129 2382 437212 552655 477391 1,26 0,86 394 975 735 1407 2,9 2,4 Nemačka 242 1142 1738 918100 1198897 1188884 1,31 0,99 316 1132 826 605 3,6 1,5 BIH 323 1339 1180 7587 12155 10295 1,60 0,85 518 1134 821 46 2,6 1,0 Ruska Fed. 91 551 1062 137548 321170 342980 2,33 1,07 212 588 339 473 2,6 1,8 Rumunija 53 398 785 51106 82389 73416 1,61 0,89 86 354 312 431 4,6 2,2 Crna Gora - 1287 837 - 3633 2349 - 0,65 - 832 - 5 - 1,0 R. Makedonija 206 493 568 3763 6844 6600 1,82 0,96 374 475 119 92 1,3 1,2 Slovenija 81 502 479 22920 36820 33483 1,61 0,91 130 457 372 23 3,9 1,0 Hrvatska 42 435 414 21488 30728 20931 1,43 0,68 60 296 374 118 7,2 1,4 Francuska 60 346 353 534046 702711 681016 1,32 0,97 79 336 267 17 4,4 1,1 Bugarska 33 251 335 23001 37110 34317 1,61 0,92 52 232 199 103 4,8 1,4 Mađarska 74 325 402 75399 107472 100072 1,43 0,93 105 302 220 100 3,1 1,3 Češka R. 17 148 320 92984 140918 143483 1,52 1,02 26 151 122 170 5,7 2,1 Austrija 65 458 371 140202 182696 182203 1,30 1,00 84 457 374 -85 5,4 0,8 SAD 15 65 492 1919574 2165240 2329060 1,13 1,08 17 70 48 422 3,8 7,0 Turska 5 45 220 137460 201823 151787 1,47 0,75 7 34 38 186 6,3 6,4 Grčka 82 211 218 63211 78728 62149 1,25 0,79 103 167 108 52 2,1 1,3 V. Britanija 43 152 171 606162 629450 655319 1,04 1,04 44 159 108 12 3,5 1,1 Ukrajina 35 207 172 45022 85534 76862 1,90 0,90 67 186 139 -13 3,1 0,9 Kina 2 6 22 791600 1133086 1949992 1,43 1,72 3 10 3 12 1,9 2,2 Ostale 296 1483 2093 6175001 8630317 10275187 1,40 1,19 413 1766 1070 328 3,6 1,2 Svet - ukupno 2075 10973 14614 12203386 16340376 18797776 1,34 1,15 3090 10113 7882 4501 jK=3,6 jK=1,4 Izvor: Obračun na osnovu baze podataka UNCTAD Tabela A-9. Robni izvoz Republike Srbije po ekonomskim zonama, 1997-2014. (mil. evra i %) Izvoz po ekonomskim zo nama

(milioni evra) Stru ktura izvoza po ekonomskim zonama (%) Godine Svet ukupno Ukupno Evropska EU 15 CEFTA ZND Ostale Svet ukupno Ukupno Evropska EU 15 CEFTA ZND Ostale 1997. 2238 1119 880 643 186 290 100,0 50,0 39,3 28,7 8,3 13,0 1998. 2393 1171 939 737 166 319 100,0 48,9 39,2 30,8 6,9 13,3 1999. 1270 642 491 435 87 106 100,0 50,6 38,7 34,3 6,9 8,3 2000. 1680 911 683 494 119 156 100,0 54,2 40,7 29,4 7,1 9,3 2001. 1896 1104 874 498 130 164 100,0 58,2 46,1 26,3 6,9 8,6 2002. 2192 1304 958 611 141 136 100,0 59,5 43,7 27,9 6,4 6,2 2003. 2442 1316 977 749 164 213 100,0 53,9 40,0 30,7 6,7 8,7 2004. 3119 1604 1132 1133 173 209 100,0 51,4 36,3 36,3 5,5 6,7 2005. 3944 1937 1479 1324 261 422 100,0 49,1 37,5 33,6 6,6 10,7 2006. 5102 3132 2087 1353 367 250 100,0 61,4 40,9 26,5 7,2 4,9 2007. 6433 3844 2458 1831 455 303 100,0 59,8 38,2 28,5 7,1 4,7 2008. 7429 4323 2646 2163 545 398 100,0 58,2 35,6 29,1 7,3 5,4 2009. 5961 3395 2063 1682 408 476 100,0 57,0 34,6 28,2 6,8 8,0 2010. 7393 4467 2656 1894 599 433 100,0 60,4 35,9 25,6 8,1 5,9 2011. 8441 5204 2979 1963 777 497 100,0 61,7 35,3 23,3 9,2 5,9 2012. 8740 5364 2997 1900 879 597 100,0 61,4 34,3 21,7 10,1 6,8 2013. 10999 6907 4366 2045 1056 991 100,0 62,8 39,7 18,6 9,6 9,0 2014. 11157 7205 4602 2124 952 874 100,0 64,6 41,2 19,0 8,5 7,8 Izvor: Obračun na osnovu podataka NBS Tabela A-10. Najznačajnijih 10 izvoznih tržišta u 2001. i 2014. godini (mil. USD i %) Rang zemalja u 2001. godini Mil. USD % Rang zemalja u 2014. godini Mil. USD % Ukupno sve zemlje 1.721 100,0 Ukupno sve zemlje 14.843 100,0 1. Italija 293 17,0 1. Italija 2.577 17,4 2. BIH 239 13,9 2. Nemačka 1.773 11,9 3. Nemačka 230 13,4 3. BIH 1.319 8,9 4. Makedonija 174 10,1 4. Ruska Fed. 1.029 6,9 5. Ruska Fed. 80 4,6 5. Rumunija 830 5,6 6. Grčka 63 3,7 6. Crna Gora 756 5,1 7. Mađarska 59 3,4 7. Makedonija 603 4,1 8. Francuska 43 2,5 8. Slovenija 471 3,2 9. Slovenija 40 2,3 9. Hrvatska 459 3,1 10. Velika Britanija 38 2,2 10. Francuska 418 2,8 Ukupno prvih 10 1.259 73,2 Ukupno prvih 10 10.235 69,0 Izvor: Obračun prema podacima RZS Tabela A-11. Indeksi per capita BDP/PPS zemalja Zapadnog Balkana, 2005.-2013. godine (EU-28=100) Zemlje 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Hrvatska 58 58 61 64 62 59 60 61 61 Crna Gora 42 41 40 41 39 40 41 39 40 Makedonija 30 31 31 33 35 35 34 34 36 Albanija 22 23 24 26 29 28 28 28 28 Srbija 32 33 33 36 37 36 36 37 37 Bosna i Hercegovina 24 24 25 27 27 27 28 28 29 Izvor: Eurostat Database. Tabela A-12. Indeks komplementarnosti robnog izvoza odabranih ZUT i svetskog robnog uvoza, 2008-2013. 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Srbija 0,449 0,469 0,457 0,454 0,485 0,468 Belorusija 0,375 0,376 0,373 0,377 0,376 0,422 Ruska Federacija 0,368 0,343 0,325 0,343 0,392 0,392 BIH 0,349 0,379 0,374 0,377 0,387 0,384 Ukrajina 0,394 0,404 0,395 0,388 0,363 0,353 Kirgistan 0,252 0,249 0,298 0,325 0,349 0,341 Makedonija 0,230 0,310 0,318 0,319 0,317 0,296 Albanija 0,293 0,432 0,283 0,296 0,292 0,284 Moldavija 0,249 0,261 0,267 0,279 0,284 0,280 Gruzija 0,234 0,260 0,265 0,268 0,277 0,274 Kazahstan 0,264 0,223 0,234 0,254 0,269 0,261 Crna Gora 0,203 0,231 0,236 0,187 0,205 0,206 Uzbekistan 0,223 0,228 0,263 0,244 0,230 0,205 Azerbejdžan 0,193 0,193 0,194 0,186 0,206 0,193 Jermenija 0,200 0,214 0,199 0,188 0,220 0,183 Turkmestan 0,187 0,214 0,180 0,150 0,139 0,143 Tadžikistan 0,111 0,162 0,152 0,158 0,107 0,121 Izvor: Obračun na osnovu podataka iz baze UNCTAD Tabela A-13. Struktura komparativnih prednosti po faktorskoj intenzivnosti, 2004-2013. SMTK 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 Agrarni i primarni proizvodi 1,36 0,85 1,05 0,63 1,08 0,68 001 Žive životinje,osim životinja iz odseka 03 0,62 4,61 5,15 7,44 0,56 4,18 011 Meso goveđe,sveže,rashlađeno ili smrznuto 0,90 1,32 0,33 1,47 0,19 0,28 012 Ostalo meso i jestivi otpaci,sveže,smrznuto 0,23 0,27 0,23 1,17 0,81 0,96 016 Meso i jestivi klanič.proizv.,soljeni,sušeni 1,10 0,68 0,36 0,62 0,62 0,38 017 Meso i jestivi klanični proizv.,konzerv.,nn 3,28 3,67 2,73 1,12 0,79 0,88 022 Mleko i proizvodi,osim butera ili sira 0,68 1,74 2,10 2,56 0,63 1,62 023 Maslac i ost. masnoće od mleka;mlečni namazi 0,49 0,89 0,98 1,82 0,72 1,31 024 Sir i urda 0,26 0,98 1,10 3,77 1,39 5,23 025 Ptičja jaja i žumanca,sveža,sušena;belanca 0,47 0,47 0,23 1,00 0,72 0,72 034 Ribe,sveže,rashlađene ili smrznute 0,03 0,02 0,02 0,67 1,50 1,00 035 Riba,sušena,soljena,u salamuri,dimljena 0,00

0,00 0,03 - - - 036 Ljuskari i beskičmenjaci 0,01 0,00 0,00 0,00 - 0,00 037 Ribe,ljuskari,mekušci i sl.,konzervisani 0,02 0,39 0,20 19,50 0,38 7,50 041 Pšenica i napolica,u zrnu 2,51 0,60 3,01 0,24 11,63 2,78 042 Pirinač 0,00 0,02 0,03 - 1,50 - 043 Ječam,u zrnu 0,85 0,27 0,57 0,32 4,41 1,40 044 Kukuruz,u zrnu 7,21 6,76 19,76 0,94 1,13 1,06 045 Žitarice,u zrnu,ostale 0,93 0,38 0,25 0,41 0,82 0,33 046 Brašno,prekrupa i griz,od pšenice 4,01 15,54 12,28 3,88 0,72 2,80 047 Prekrupa i brašno od ostalih žitarica 10,19 40,50 11,35 3,97 0,21 0,85 048 Proizvodi od žitarica,brašna,skroba 4,50 3,92 3,61 0,87 0,75 0,66 054 Povrće,sveže,smrznuto ili prerađeno 2,53 1,46 2,11 0,58 0,87 0,50 056 Povrće,korenje i gomolje,prerađeno,nn 3,97 2,63 2,36 0,66 0,78 0,52 057 Voće,sveže ili suvo 1,44 1,59 2,53 1,10 1,34 1,48 058 Voće pripremljeno i proizvodi(osim sokova) 38,86 24,10 25,05 0,62 0,90 0,56 059 Sokovi od voća i povrća,neferm,,bez alkohola 6,40 2,80 4,27 0,44 1,28 0,56 061 Šećer,melase i med 27,35 9,27 5,57 0,34 0,66 0,22 062 Proizvodi od šećera 2,52 1,51 1,69 0,60 0,58 0,35 071 Kafa i zamene kafe 0,16 0,16 0,12 1,00 1,81 1,81 072 Kakao 0,16 0,08 0,09 0,50 4,38 2,19 073 Čokolada i ostali prehr.proizv. sa kakaom,nn 6,51 5,05 4,24 0,78 0,56 0,43 074 Čaj i mate-čaj 0,27 0,16 0,12 0,59 0,44 0,26 075 Začini 5,25 2,94 1,95 0,56 0,45 0,25 081 Stočna hrana (osim žita u zrnu) 1,69 1,81 2,21 1,07 1,06 1,14 091 Margarin i druge jestive masnoće 4,08 2,10 2,26 0,51 0,96 0,49 098 Jestivi proizvodi i prerađevine,nn 2,81 2,23 2,18 0,79 1,06 0,84 111 Bezalkoholna pića,nepomenuta na drugom mestu 3,00 8,17 7,47 2,72 0,75 2,04 112 Alkoholna pića 2,06 2,12 2,23 1,03 0,80 0,82 121 Duvan,sirov ili neprerađen;otpaci od duvana 1,67 2,65 3,15 1,59 0,94 1,49 122 Duvan,prerađen 0,50 1,48 1,58 2,96 2,22 6,58 211 Sirova krupna i sitna koža (osim krzna) 6,32 4,87 6,50 0,77 1,46 1,13 212 Sirovo krzno 0,01 0,24 0,09 24,00 0,33 8,00 222 Uljano semenje za 'laka' ulja 0,65 0,49 1,04 0,75 2,71 2,05 223 Uljano semenje za ostala ulja 6,71 3,12 7,88 0,46 1,84 0,86 231 Prirodni kaučuk i slične prirodne gume 0,03 0,03 0,01 1,00 0,67 0,67 232 Sinteticki kaučuk,regenerisani kaučuk;otpaci 6,53 3,37 3,86 0,52 0,49 0,25 245 Drvo ogrevno i drveni ugalj 3,71 5,51 5,22 1,49 1,08 1,60 246 Iverje,sečka i otpaci od drveta 0,01 0,85 2,42 85,00 5,27 448,00 247 Drvo neobrađeno ili grubo obrađeno 1,86 0,92 0,67 0,49 0,46 0,23 248 Drvo,prosto obrađeno, i pragovi od drveta 3,91 2,70 2,17 0,69 0,69 0,47 251 Celuloza i otpaci od hartije 0,75 0,34 0,64 0,45 0,68 0,31 261 Svila 0,00 0,00 0,00 - - - 263 Pamuk 0,05 0,01 0,01 0,20 0,00 0,00 265 Biljna tekstilna vlakna (osim pamuka) 0,00 0,08 0,01 - 0,38 - 266 Sintetička vlakna za predenje 0,08 0,06 0,03 0,75 0,50 0,38 267 Ostala veštačka i sintet. vlakna za predenje 13,12 0,03 0,02 0,00 1,33 0,00 268 Vuna i ostala životinjska dlaka 0,56 0,30 1,19 0,54 2,47 1,32 269 Odeća upotrebljavana i slični proizvodi;krpe 0,08 0,02 0,06 0,25 16,00 4,00 272 Sirova đubriva,osim inih iz odseka 56 0,53 0,27 0,37 0,51 1,11 0,57 273 Kamen,pesak i grafit 0,92 1,10 1,15 1,20 0,61 0,73 274 Sumpor i neprženi piriti gvožđa 0,30 0,09 0,01 0,30 0,78 0,23 277 Prirod.materije za brušenje,nn;ind.dijamanti 0,02 0,00 0,00 0,00 - 0,00 278 Ostali sirovi minerali 0,37 0,52 1,27 1,41 0,88 1,24 281 Rude gvožđa i koncentrati 0,02 0,00 0,00 0,00 - 24,00 282 Otpaci od gvožđa i čelika;otpadni ingoti 2,55 3,96 3,99 1,55 0,85 1,33 283 Rude bakra i koncentr.;bakrenac;cement bakar 0,04 0,15 0,17 3,75 1,00 3,75 284 Rude nikla i koncentrati;drugi međuproizvodi 0,00 0,00 0,00 - - - 285 Rude aluminijuma i koncentrati(uklj.aluminu) 0,00 0,00 0,00 - - - 286 Rude i koncentrati uranijuma i torijuma 0,00 0,00 0,00 - - - 287 Rude i koncentrati baznih metala,nn 1,52 0,72 2,77 0,47 3,39 1,61 288 Otpaci od baznih metala,nn 1,14 2,05 3,00 1,80 1,03 1,86 289 Rude i koncentrati plemenitih metala;otpaci 0,39 0,03 0,05 0,08 22,67 1,74 291 Životinjske sirove materije,nn 0,96 0,64 0,74 0,67 1,58 1,05 292 Biljne sirove materije,nn 1,83 1,13 0,96 0,62 0,80 0,49 321 Kameni ugalj,neaglomerisani 0,01 0,10 0,01 10,00 0,10 1,00 322 Briketi,mrki ugalj,treset 15,44 8,23 1,60 0,53 0,62 0,33 325 Koks,polukoks,retortni ugalj 0,02 0,00 0,00 0,00 - 0,00 333 Nafta,mineralna ulja,sirovi 0,00 0,00 0,00 - - - 334 Ulja od nafte i minerala 0,68 0,27 0,31 0,40 1,22 0,49 335 Otpadni proizv.od nafte i sl. 1,34 1,36 2,76 1,01 2,13 2,16 342 Propan i butan,tečni 0,00 0,29 0,40 - 1,38 - 343 Gas prirodni,tečni ili ne 0,00 0,00 0,00 - - - 344 Naftni gasovi 0,10 0,23 1,13 2,30 2,87 6,60 351 Električna energija 0,99 5,65 6,72 5,71 1,82 10,40 411 Životinjska ulja i masti 0,60 0,46 0,77

0,77 1,70 1,30 421 Čvrste biljne masti,ulja'meka' 8,82 5,54 6,98 0,63 1,05 0,66 422 Čvrste biljne masti i ulja 0,01 0,02 0,02 2,00 1,00 2,00 431 Životinj. i biljne masti,ulja 1,13 0,84 0,86 0,74 1,08 0,81 Industrijski proizvodi – sve tehnologije 0,90 1,06 0,98 1,18 0,00 0,00 A. Intenzivne ljudskim kapitalom 0,37 0,54 0,55 1,46 0,00 0,00 1. Visoka tehnologija 0,24 0,25 0,27 1,04 0,92 0,96 1.1. Radno intenzivne 0,14 0,12 0,17 0,86 1,00 0,86 714 Pog.mašine i motori,neelektr. 0,07 0,13 0,10 1,86 1,15 2,14 718 Pogonske mašine ostale,delovi 0,81 1,02 0,62 1,26 0,74 0,93 776 Termojonske elektronske cevi 0,01 0,01 0,01 1,00 1,00 1,00 778 Električne mašine,aparati,nn 0,22 0,33 0,63 1,50 1,03 1,55 792 Vazduhoplovi i oprema 0,37 0,02 0,14 0,05 4,00 0,22 871 Optički instrumenti 0,02 0,01 0,01 0,50 2,00 1,00 874 Merni,kontrolni instrumenti 0,22 0,22 0,21 1,00 0,77 0,77 1.2. Kapitalno intenzivne 0,39 0,44 0,40 1,13 0,93 1,05 516 Organski hem.proizvodi,ostali 0,10 0,04 0,08 0,40 4,00 1,60 525 Radioaktivne materije 0,05 0,03 0,01 0,60 0,67 0,40 541 Medic.,farm.proizv.,sem lekova 0,11 0,08 0,07 0,73 0,75 0,55 542 Lekovi 0,94 0,94 0,91 1,00 0,96 0,96 591 Insektic. i dr.,za maloprodaju 0,81 0,28 0,51 0,35 1,36 0,47 752 Mašine za AOP i jedinice 0,05 0,15 0,11 3,00 1,13 3,40 2. Srednja tehnologija 0,41 0,56 0,56 1,37 2,05 2,80 2.1. Radno intenzivne 0,34 0,58 0,58 1,71 1,10 1,88 691 Konstrukcije i delovi 2,20 2,51 2,42 1,14 0,96 1,10 695 Alati ručni i za mašine 1,09 0,67 0,57 0,61 0,87 0,53 723 Maš.i uređ.za niskogr.,građev. 0,32 0,25 0,26 0,78 1,16 0,91 725 Maš.za proiz.hartije,celuloze 0,51 0,84 0,78 1,65 0,80 1,31 726 Mašine za štampanje i sl. 0,16 0,49 0,33 3,06 0,90 2,75 727 Mašine za proizvodnju hrane 1,01 1,19 0,84 1,18 0,69 0,81 728 Maš.za pojedine ind.gr.ostale 0,48 0,65 0,45 1,35 0,80 1,08 731 Maš.za obradu skidanjem metala 0,56 0,63 0,28 1,13 0,84 0,95 733 Maš.za obr.metala bez skidanja 0,64 1,01 1,13 1,58 1,58 2,50 735 Del.maš.za obr.met.skid.ili ne 1,34 2,10 1,50 1,57 0,45 0,71 737 Maš.za obradu metala,delovi,nn 2,59 0,68 0,39 0,26 0,66 0,17 741 Oprema za zagrevanje,hlađenje 0,37 0,77 0,36 2,08 0,61 1,27 744 Mehanički uređ.za manipulaciju 0,60 0,67 1,14 1,12 1,36 1,52 745 Neelektrične mašine,ostale 0,33 0,75 0,81 2,27 1,00 2,27 746 Kotrljajući ležaji 0,81 0,79 1,07 0,98 0,58 0,57 747 Slavine,ventili i sl. uređaji 0,64 0,35 0,39 0,55 0,94 0,52 748 Transmis.vratila,krivaje i sl. 1,05 0,84 0,39 0,80 0,49 0,39 749 Neelektrič.delovi za mašine,nn 0,35 0,51 0,61 1,46 1,61 2,34 751 Kancelarijske mašine 0,62 0,80 1,46 1,29 0,18 0,23 759 Del.,pribor za kanc.,AOP maš. 0,12 0,07 0,04 0,58 6,14 3,58 761 Monitori i projektori,TV prijemnici 0,05 1,56 0,30 31,20 0,24 7,60 763 Apar.za snim.repr.zvuka,slike 0,00 0,15 0,03 - 2,27 - 764 Telekomunikaciona oprema 0,04 0,13 0,28 3,25 1,92 6,25 772 Elek.apar.za strujna kola i sl 0,22 0,61 0,67 2,77 1,13 3,14 774 Elektro-dijagnostički aparati 0,27 0,10 0,07 0,37 0,90 0,33 775 Elek.i neelek.oprema za domać. 0,27 1,73 2,71 6,41 2,18 14,00 811 Montažne zgrade,svih vrsta 1,14 1,22 1,28 1,07 0,99 1,06 872 Medicinski instrumenti 0,45 0,55 0,92 1,22 1,45 1,78 873 Merači i brojači 0,58 0,46 0,31 0,79 0,37 0,29 881 Fotoaparati i oprema 0,11 0,25 0,17 2,27 0,48 1,09 884 Optički proizvodi 0,07 0,08 0,14 1,14 2,75 3,14 2.2. Kapitlano intenzivne 0,51 0,52 0,53 1,02 3,58 3,65 2.2.1. Resursno intenzivne 1,03 0,81 0,80 0,79 1,01 0,80 515 Organsko-neorganska jedinjenja 0,08 0,04 0,03 0,50 1,00 0,50 522 Neorg.hemij.elem.,oksidi,soli 1,20 0,64 0,90 0,53 1,20 0,64 523 Metalne soli i peroksisoli 0,38 0,28 0,34 0,74 1,43 1,05 524 Neorganski hem.proizv.,ostali 0,04 0,04 0,05 1,00 1,00 1,00 531 Sintetič.organ.mat.za bojenje 0,51 0,44 0,43 0,86 0,41 0,35 532 Ekstrakti za bojenje,štavljene 0,07 0,14 0,13 2,00 0,71 1,43 571 Polimeri etilena 7,22 3,85 3,30 0,53 0,78 0,42 572 Polimeri stirola 0,03 0,03 0,03 1,00 1,00 1,00 573 Polimeri vinil hlorida i sl. 0,29 0,05 0,02 0,17 0,80 0,14 574 Poliacetali i ostali polietri 0,06 0,17 0,15 2,83 0,71 2,00 575 Plastične mase,ostale 0,64 0,39 0,52 0,61 1,23 0,75 579 Otpaci od plastičnih masa 0,37 0,27 0,93 0,73 6,48 4,73 581 Cevi i creva od plastič. masa 4,54 4,16 6,04 0,92 1,85 1,70 582 Ploče i sl. od plastičnih masa 0,58 1,06 0,84 1,83 0,80 1,47 583 Monofilamenti 0,38 0,80 0,63 2,11 0,71 1,50 597 Aditivi za mineralna i sl.ulja 0,20 0,21 0,46 1,05 2,14 2,25 598 Hemijski proizvodi,nn 0,16 0,16 0,16 1,00 1,13 1,13 679 Cevi,šuplji profili(Fe,čelik) 1,20 1,01 0,63 0,84 0,59 0,50 2.2.2. Ostalo 0,12 0,25 0,25 2,08 11,60 24,17 533 Pigmenti,lakovi i sl. 1,11 2,07 1,82 1,86 0,86 1,61 551 Eterična ulja,parfimer.proiz. 0,23 0,22 0,11 0,96 0,55 0,52 781

Putnički automobili 0,04 0,08 0,12 2,00 46,50 93,00 782

Motorna vozila za prevoz robe 0, 12 **0,** 33 **0,** 280

14 2,75 0,61 1,67 882 Foto i kino materijal 0,15 0,43 0,18 2,87 0,26 0,73 3. Ostalo 0,53 1,09 1,13 2,06 1,40 2,89 553 Parfimer.,kozmet. i toal.prep. 0,32 0,61 0,54 1,91 0,90 1,72 554 Sapuni,preparati za čišćenje 0,90 2,51 2,33 2,79 0,93 2,59 592 Skrob,inulin,albumini,lepak 0,57 1,12 1,20 1,96 0,99 1,95 593 Eksplozivi,pirotehnič.proizv. 3,51 5,96 5,24 1,70 0,78 1,32 711 Kotlovi za vodenu i dr.paru 2,37 0,54 0,75 0,23 2,09 0,48 712 Turbine na vodenu i dr.paru 0,38 0,35 0,00 0,92 0,06 0,05 713 Klipni motori SUS 0,41 0,50 0,55 1,22 1,02 1,24 716 Rotacione električne mašine 0,54 3,60 2,18 6,67 0,93 6,20 742 Pumpe za tečnosti 0,77 0,53 0,99 0,69 3,13 2,16 743 Pumpe i kompresori 0,19 0,30 0,23 1,58 0,93 1,47 762 Radiodifuzni prijemnici 0,00 0,08 0,05 - 0,63 - 773 Oprema za distribuc.el.energ. 1,20 1,94 4,34 1,62 3,11 5,03 793 Brodovi,čamci,plovne konstruk. 0,38 0,78 0,40 2,05 0,53 1,08 831 Kovčezi,koferi,neseseri,sl. 0,25 0,28 0,23 1,12 0,71 0,80 898 Muzički instrumenti 0,63 0,60 0,43 0,95 0,62 0,59 B. Kapitalno intenzivne 0,56 0,59 0,41 1,05 0,78 0,82 652 Tkanine od pamuka 0,16 0,15 0,08 0,94 1,67 1,56 653 Tkanine od sint. i veštač.mat. 0,42 0,41 0,24 0,98 0,44 0,43 654 Tekstilni proizv.,ostali,tkani 0,26 0,89 0,37 3,42 0,33 1,12 659 Pokrivači za podove 3,14 1,71 2,42 0,54 1,60 0,87 678 Žica od gvožđa i čelika 0,15 0,71 0,36 4,73 0,55 2,60 783 Drumska motorna vozila,nn 0,37 0,58 0,12 1,57 0,26 0,41 C. Radno intenzivne 1,38 1,56 1,46 1,13 0,89 1,01 612 Proizv. od kože i vešt.kože,nn 0,16 0,37 0,27 2,31 0,49 1,13 621 Proizvodi od kaučuka 2,60 0,83 0,85 0,32 0,89 0,28 625 Gume za automobile i sl. 9,34 5,53 5,24 0,59 1,02 0,60 629 Proizvodi od gume 1,95 1,77 1,68 0,91 1,01 0,91 633 Proizvodi od plute 0,04 0,21 0,05 5,25 2,00 10,50 642 Hartija i karton,sečeni 1,35 1,58 2,29 1,17 1,23 1,44 655 Pleteni,kukičani materijali 0,14 0,13 0,23 0,93 1,62 1,50 656 Til,čipke,vez,trake,ostalo 0,11 0,74 1,69 6,73 2,26 15,18 657 Specijalna prediva i tkanine 0,67 0,75 0,96 1,12 1,43 1,60 658 Gotovi proizvodiod tekstila 0,48 0,77 0,82 1,60 1,14 1,83 667 Biseri,drago i poludrago kam. 0,00 0,00 0,00 - - - 692 Metalni kontejneri 2,02 5,38 10,89 2,66 1,35 3,59 696 Stoni pribor 0,15 0,14 0,13 0,93 3,79 3,53 697 Oprema za dom.od prost.metala 5,52 4,45 4,03 0,81 0,76 0,61 699 Proiz.od prostih metala,nn 1,31 1,44 1,42 1,10 1,39 1,53 721 Poljoprivredne mašine 1,43 1,06 0,82 0,74 0,78 0,58 722 Traktori 1,77 0,78 0,93 0,44 0,58 0,25 724 Mašine za obradu tekstila,kože 0,25 0,20 0,30 0,80 1,15 0,92 771 Električne pogonske mašine 0,76 0,67 0,76 0,88 1,06 0,93 784 Delovi,pribor za motor.vozila 0,39 0,45 0,53 1,15 1,13 1,31 785 Motocikli i bicikli 0,06 0,19 0,18 3,17 1,00 3,17 786 Prikolice i poluprikolice 0,84 2,20 2,56 2,62 0,78 2,04 791 Šinska vozila i oprema 2,71 7,32 2,01 2,70 0,24 0,64 812 Sanitarni uređaji,pribor,nn 1,72 1,59 1,90 0,92 1,35 1,24 813 Uređaji za osvetljenje,nn 0,56 0,92 0,66 1,64 0,47 0,77 821 Nameštaj i delovi 1,80 1,94 2,16 1,08 1,10 1,18 841 Muški kaputi,jakne i sl. 1,51 1,69 1,35 1,12 0,67 0,75 842 Ženski kaputi,ogrtači i sl. 1,10 1,57 1,22 1,43 0,59 0,85 843 Muški kaputi i sl.,pleteni 0,49 0,42 0,41 0,86 0,79 0,67 844 Ženski kaputi i sl.,pleteni 1,41 0,86 0,79 0,61 0,98 0,60 845 Odeća,nn 1,15 1,50 0,93 1,30 0,77 1,01 846 Pribor za odeću od tekstila 4,93 12,57 11,17 2,55 0,91 2,32 848 Odeća i pribor,sem od tekstila 0,37 0,41 0,32 1,11 0,44 0,49 851 Obuća 3,03 3,74 3,55 1,23 0,72 0,88 883 Kinematografski filmovi 0,17 0,09 0,32 0,53 2,78 1,47 885 Satovi i časovnici 0,04 0,11 0,13 2,75 1,09 3,00 891 Oružje i municija 4,24 3,89 4,60 0,92 1,69 1,55 892 Štampane stvari 1,57 2,37 1,99 1,51 0,65 0,99 893 Proizvodi od plastike,nn 3,05 3,18 2,59 1,04 0,86 0,89 894 Dečja kolica,igračke i sl. 0,35 0,28 0,28 0,80 0,68 0,54 895 Pribor za pisanje 0,21 0,32 0,21 1,52 0,50 0,76 897 Nakit 0,06 0,06 0,04 1,00 0,67 0,67 899 Razni gotovi proizvodi,nn 0,41 0,33 0,34 0,80 0,76 0,61 D. Resursno intenzivni 2,69 2,68 2,24 1,00 0,55 0,55 1. Slabo 1,35 1,74 1,53 1,29 0,71 0,91 611 Koža 0,56 0,94 1,14 1,68 1,20 2,02 613 Štavljena,obrađena krzna 0,82 0,66 0,87 0,80 0,94 0,76 634

Furnir i ostalo obrađeno drvo 1,26 1,14 1,50 0,90 1,46 1,33 635 Proizvodi od drveta,nn 2,74 5,41 6,80 1,97 0,94 1,85 651 Predivo od tekstilnih vlakana 0,59 0,34 0,31 0,58 0,88 0,51 661 Kreč,cement,građevinski mat. 0,65 2,64 1,31 4,06 0,34 1,40 662 Glineni,vatrostalni građ.mat. 5,89 6,62 5,07 1,12 0,41 0,46 663 Gotovi mineralni proizvodi 1,56 1,18 1,06 0,76 0,97 0,74 664 Staklo 0,23 0,35 0,32 1,52 1,06 1,61 665 Proizvodi od stakla 1,54 0,87 0,75 0,56 0,47 0,27 666 Grnčarski proizvodi 0,29 0,24 0,14 0,83 0,46 0,38 694 Ekseri,vijci,tirfoni i sl. 0,64 0,65 0,62 1,02 0,82 0,83 2. Jako 3,17 2,92 2,44 0,92 0,54 0,50 2.1. Intenzivni ljudskim kapitalom 3,67 3,15 2,08 0,86 0,34 0,29 511 Ugljovodonici i derivati 1,45 2,57 0,59 1,77 0,59 1,05 512 Alkoholi,fenoli,derivati 3,01 1,55 0,38 0,51 0,02 0,01 513 Karbonske kiseline,derivati 3,27 2,10 0,16 0,64 0,11 0,07 514 Jedinj.sa azotnom funkcijom 0,09 0,06 0,12 0,67 1,33 0,89 562 Đubriva(sem sirovih) 1,54 1,18 1,18 0,77 1,09 0,84 671 Sirovo gvožđe i ferolegure 0,29 0,31 0,31 1,07 0,10 0,10 672 Ingoti,dr.polupr. (gvož.,čelik) 0,03 0,02 2,24 0,67 251,00 167,33 673 Valjani proizvodi,neplatirani 15,29 13,80 10,37 0,90 0,18 0,16 674 Valjani proizvodi,platirani 6,19 5,38 4,53 0,87 0,20 0,18 675 Valjani proizv.,legiran čelik 1,17 0,06 0,03 0,05 0,50 0,03 676 Šipke,profili,fazonski čelik 0,07 0,31 0,30 4,43 1,13 5,00 677 Šine i sl. od gvožđa i čelika 1,29 0,41 0,80 0,32 0,80 0,26 2.2. Ostalo 2,44 2,56 2,94 1,05 0,90 0,94 641 Hartija i karton 1,38 1,71 2,14 1,24 1,29 1,59 681 Srebro,platina,ost.plat.metali 0,09 0,12 0,11 1,33 1,17 1,56 682 Bakar 5,57 4,89 5,77 0,88 0,81 0,71 683 Nikl 0,03 0,03 0,01 1,00 0,33 0,33 684 Aluminijum 2,88 2,97 3,05 1,03 0,88 0,90 685 Olovo 2,63 2,93 4,16 1,11 0,30 0,34 686 Cink 1,83 0,23 0,01 0,13 0,35 0,04 687 Kalaj 2,07 3,08 2,96 1,49 0,01 0,02 689 Razni obojeni prosti metali 0,11 0,03 0,03 0,27 0,33 0,09 E. Ostalo 2,11 1,26 0,68 0,60 0,10 0,06 693 Proizvodi od žice 0,76 2,72 0,90 3,58 0,30 1,08 896 Umetnički predmeti 0,18 0,07 0,15 0,39 2,14 0,83 9 Proizvodi nepomenuti u SMTK Rev. 4 2,99 1,28 0,71 0,43 0,06 0,03 Izvor: Obračun na osnovu podataka RZS i UNCTAD Tabela A-14. Stope promena izvoza komercijalnih usluga, po vrstama usluga i regionima (godišnji procent i promene) Vrste usluga Period Svet Severna Amerika Južna i Centr. Amerika Evropa ZND Afrika Srednji Istok Azija 1990-95 8 8 9 .. .. 7 .. 14 1995-00 5 7 6 4 .. 4 .. 4 Komercijalne 2000-05 11 5 8 13 18 12 13 12 usluge ukupno 2005-10 9 8 10 7 14 9 10 12 2012 2 5 6 -2 9 7 9 7 2013 6 5 2 7 9 -3 4 5 1990-95 7 4 7 .. .. 6 .. 11 1995-00 2 1 1 2 .. -1 .. 3 Transportne usluge 2000-05 10 3 11 11 15 14 .. 11 2005-10 7 6 9 6 13 9 9 9 2012 1 3 1 -3 6 8 6 5 2013 2 4 3 5 5 2 -3 -3 1990-95 9 7 10 .. .. 8 .. 14 1995-00 4 6 7 2 .. 6 .. 3 Putovanja 2000-05 8 2 6 9 18 15 11 11 2005-10 6 4 6 3 9 8 15 13 2012 4 8 6 -3 10 6 2 10 2013 7 7 4 8 9 -10 8 9 1990-95 9 11 10 .. .. 5 .. 16 1995-00 8 10 9 7 .. 6 .. 5 Ostale komercijalne 2000-05 13 8 11 15 25 6 12 14 usluge 2005-10 11 10 15 10 19 11 6 13 2012 2 3 9 -1 12 7 16 8 2013 6 4 -1 7 14 2 6 7 Izvor: WTO, International Trade Statistics 2014., p. 121. Tabela A-15. Republika Srbija: Prihodi i rashodi po osnovu razmene usluga sa inostranstvom, 2007-2013. (mil. USD) 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 1. Saldo usluga (1.1.-1.2.) -354,64 -283,15 33,5 12,39 217,96 197,11 457,82 1.1. Prihodi 3167,46 4033,22 3489,46 3531,14 4221,01 3970,57 4562,67 1.1.1. Turizam 865,3 944,25 865,37 798,38 991,66 906,13 1052,88 1.1.2. Saobraćaj 724,06 960,46 729,37 780,98 941,32 937,36 1079,37 1.1.2.1. Pomorski 0 0 0 0 0 0 0 1.1.2.2 Vazdušni 166,61 217,7 155,81 188,79 202,02 203,54 211,74 1.1.2.3 Drumski 253,52 336,75 285,05 307,31 378,59 383,24 451,89 1.1.2.4 Železnički 102,13 114,18 81,25 78,52 91,23 75,79 82,95 1.1.2.5 Rečni 22,34 25,77 20,33 22,85 19,91 29,30 38,34 1.1.2.6 Poštanske i kurirske usluge - - - - - 5,84 5,57 1.1.2.7. Ostalo * 179,45 266,06 186,92 183,5 249,57 239,66 288,87 1.1.3. Usluge u oblasti komunikacija** 109,04 128,47 138,86 156,72 440,76 482,50 580,73 1.1.4. Investicioni radovi 199,16 359,16 225,23 230,32 287,47 217,29 263,15 1.1.5. Ostalo 1269,9 1640,88 1530,63 1564,74 1559,81 1427,30 1586,54 1.1.5.1. Osiguranje 28,2 24,77 23,88 24,65 25,90 18,33 28,95 1.1.5.2. Finansijske usluge 27,32 42,25 24,55 36,67 54,25 45,28 34,74 1.1.5.3. Računarske i informatičke usluge 84,82 141,38 140,2 168,14 - - - 1.1.5.4. Posredovanje i usl. u vezi sa trgov. 67,61 91,94 89,76 71,8 78,38 78,32 87,11 1.1.5.5. Operativni zakup 2,71 11,34 5,28 6,17 6,61 10,30 10,14 1.1.5.6. Prava industrijske svojine 10,47 27,29 63,1 38,85 56,78 35,54 44,47 1.1.5.7.

Poslovne, profesion. i tehničke usl. 637,5 827,14 776,38 802,28 855,04 866,45 970,15 1.1.5.8. Usl. za lične i kultur. potrebe i rekr. 116,89 160 170,07 180,22 196,73 139,36 137,55 1.1.5.9. Usluge državnih institucija 28,59 28,64 12,61 7,87 10,39 5,14 5,54 1.1.5.10. Ostale usluge 265,79 286,12 224,82 228,09 275,73 228,59 267,90 1.1.6. Neregistrovano - - - - - - - 1.2. Rashodi 3522,10 4316,37 3455,96 3518,76 4003,04 3773,46 4104,85 1.2.1. Saobraćaj 1000,76 1284,12 926,68 988,98 1080,27 1039,32 1117,12 1.2.1.1. Pomorski 71,77 95,49 76,85 74,99 66,28 65,71 68,67 1.2.1.2. Vazdušni 188,3 252,37 175,54 203,31 219,39 221,38 230,14 1.2.1.3. Drumski 152,43 175,3 131,06 141,99 177,85 177,93 184,75 1.2.1.4. Železnički 87,38 120,37 101,87 84,79 92,74 68,74 58,71 1.2.1.5. Rečni 44,75 50,03 37,78 51,51 41,04 45,69 56,40 1.2.1.6. Poštanske i kurirske usluge - - - - - 5,76 6,23 1.2.1.7. Ostalo * 456,13 590,58 403,58 432,39 482,97 454,13 512,22 1.2.2. Usluge u oblasti komunikacija** 85,18 117,58 113,12 112,08 342,64 343,59 369,71 1.2.3. Turizam 1041,42 1253,65 958,72 952,56 1113,58 1016,73 1117,05 1.2.4. Investicioni radovi 117,13 127,68 119,09 172,13 138,89 116,52 110,08 1.2.5. Ostalo 1277,61 1533,33 1338,34 1293,01 1327,66 1257,30 1390,90 1.2.5.2. Osiguranje 41,75 49,29 49,62 49,29 57,97 49,95 52,92 1.2.5.3. Finansijske usluge 40,65 69,4 97,37 46,85 68,90 46,36 49,77 1.2.5.4.Računarske i informatičke usluge 161,11 203,93 182,34 179,56 - - - 1.2.5.5. Posredovanje i usl. u vezi sa trgov. 42,12 65,65 56,43 49,45 58,95 48,03 53,76 1.2.5.6. Operativni zakup 60,49 75,34 48,52 37,06 45,29 48,45 48,31 1.2.5.7. Autorska prava, naknade i licence 143,75 195,16 143,73 156,37 183,40 175,31 221,24 1.2.5.8. Poslovne, profesion. i tehničke usl. 572,4 636,93 560,32 571,3 687,99 671,21 758,25 1.2.5.9. Usl. za lične i kultur. potrebe i rekr. 71,52 88,65 83,77 83,91 88,95 77,43 79,36 1.2.5.10. Usluge državnih institucija 60,57 56,82 48,08 48,61 61,46 59,17 61,57 1.2.5.11. Ostale usluge 83,26 92,18 68,17 70,62 74,76 81,39 65,72 Napomene: *Transport nafte i gasa, iznajmljiv. vozila i dr. informatičke usluge. Izvor: NBS ** Od 2011. godine obuhvaćene su i računarske i Tabela A-16. Produktivnost po delatnostima (BDV po zaposlenom u hilj. RSD), 2007-2013. 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 Ukupno 966,0 1003,0 1089,0 1204,0 1297,0 1435,0 1477,0 B - Rudarstvo 1003,0 1187,0 1480,0 1698,0 2019,0 2168,0 2398,0 C -

Prerađivačka industrija 787 **,0** 889 **,0** 928 **,0** 1118 **,0** 1209 **,0** 1421 **,0** 225 1430 **,0 D**

- Elektroprivreda 1910,0 2224,0 2685,0 2656,0 3067,0 3035,0 4364,0 E - Vodoprivreda 745,0 751,0 861,0 928,0 1033,0 1071,0 1067,0 F - Građevinarstvo 1205,0 1081,0 1143,0 1224,0 1362,0 1269,0 1376,0 G -

Trgovina na veliko i malo 965 **,0** 921 **,0** 917 **,0** 1036 **,0** 1107 **,0** 1324 **,0** 82 1213 **,0** H – **Saobraćaj i skladištenje** 901 **,0** 856 **,0** 1192 **,0** 1087 **,0** 1065 **,0** 1080 **,0** 1270 **,0** I - **Usluge smeštaja i ishrane** 512 **,0** 491 **,0** 501 **,0** 532 **,0** 569 **,0** 639 **,0** 682 **,0** J - **Informisanje i komunikacije** 2068 **,0** 2349 **,0** 2376 **,0** 2700 **,0** 2856 **,0** 3082 **,0** 2952 **,0** L - **Poslovanje nekretninama**

775,0 1630,0 2889,0 3261,0 2896,0 3550,0 3002,0 M -

Stručne, naučne i tehničke delatnosti 1235 ,0 1078 ,0 1079 ,0 1085 ,0 1178 113 ,0 1268 ,0 1248 ,0 N - Administrativne i pomoćne uslužne delatnosti

666,0 707,0 774,0 801,0 835,0 846,0 797,0 Izvor: RZS, baza podataka LITERATURA 1. Acemoglu D., S. Johnson and J. Robinson (2004.), „Institutions as the Fundamental Cause of Long-Run Growth“, in P. Aghion and S. Durlauf, eds., Handbook of Economic Growth. 2. Adlung R. and H. Mamdouh (2014.), „How to Design Trade Agreements in Services: Top Down or Bottom Up?“ WTO Working Papers, ERSD -2013 – 08. 3. Ali Trabelsi M. and N.Liouane (2013.),” Trade Liberalization and Fight Against Poverty”, International Journal of Economics and Financial Issues, Vol. 3, No. 2. 4. Altenberg T. (1995.), “La industria tradicional ante las nuevas condiciones de competencia: los casos de Costa Rica y Honduras”, in: T. Altenburg / H. Nuhn (eds.), Apertura comercial en Centroamérica: nuevos retos para la industria, San José, pp. 70-76. 5. Altenberg T., W. Hillebrand and J. Meyer-Stamer (1998.), “Building Sistemic Competitiveness”, Reports and Working Papers, No. 3, German Development Institute. 6. Alternatives Committee of the International Forum on Globalization (2002.), Alternatives to Economic Globalization – A Better World is Possible, Spring, San Francisco. 7. Altvater E., http://www.dadalos.org/globalisierung_hr/grundkurs_1.htm 8. Anderson J.E. (1979.), „A theoretical foundation for the gravity equation“, American Economic Review, No. 42, Vol. 1, pp. 106-116. 9. Andrew R. W. et al. (1996.), Environmental Science, Longman, London. 10. APR (2013.), Saopštenje o poslovanju finansijskih institucije u Republici Srbiji u 2012. godini, Agencija za privredne registre, Beograd. 11. APR (2014.), Saopštenje o poslovanju privrednih subjekata u Republici Srbiji u 2013. godini, Agencija za privredne registre, Beograd. 12. Arnold E. (1986.), "Policies for Electronics, Computing and Information Technologies in Four Smaller OECD Countries", Report to Swedish National Board for Technical Development, STU. 13. Balassa B. (1965.), Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School of Economic and Social Studies, Manchester. 14. Balassa B. (1966.), “Tariff reductions and trade in manufacturers among the industrial countries”, The American Economic Review, No. 56, Vol. 3, pp. 466-473. 15. Balassa B. (1967.), Trade Liberalisation among Industial Countries, Nc Graw-Hill Book Company, New York - Toronto - London, Sydney. 16. Balassa B. (1982.), Development Strategies in Semi - Industrial Economies, The John Hopkins University Press, Baltimore. 17. Balibar E. (1997.), „Universal“, La crainte des masses – Politique et philosophie avant et apres Marx, Paris. 18. Balibar E. (1998.), Droit de cite – Culture et politique en democratie, Paris. 19. Baranson J. (1978.), Technology and Multinationals, Lexington Books, London. 20. Barjaktarović L., (2009.) Upravljanje rizikom, Univerzitet Singidunum, Beograd. 21. Barjaktarović L. and Ječmenica, D. (2011), „Optimizm vs. pesimizm of competitivness of Serbian banking sector“, Industrija, No. 2/11, pp. 137-150. 22. Barjaktarović L., Popovčić-Avrić S., Đenić M. (2011), “Collection management as curtail part of credit risk management during the crisis”, 8th AFE 2011 Conference Samos, Greece. 23. Barjaktarović M. (2013.), „Upravljanje transakcionom izloženošću riziku deviznog kursa u međunarodnom poslovanju – mogućnosti primene u Srbiji“, Socioeconomica, The Scientific Journal for Theory and Practice of Socio-economic Development, Vol. 2, N° 3, June, pp. 37 – 56. 24. Barker J.A. (1993), Paradigms. The Business of Discovering the Future, Harper Business. 25. Basker E. and P.H.Van. (2007.), “Wal-Mart as catalyst to U.S.-China trade”, Department of Economics Working Paper, No. 0710, Columbia, MO: University of Missouri. 26. Beck U. (1998.), Was ist Globalisierung ?, Suhrkamp, Frankfurt. 27. Begović B., R. Bukvić, B. Mijatović, M. Paunović, R. Sepi i D. Hiber (2002.), Antimonopolska politika u SR Jugoslaviji, Centar za liberalno-demokratske studije, Beograd. 28. Berthelon, M. (2004.), „Growth Effects of Regional Integration Agreements“, Working Paper, No. 278, Central Bank of Chile. 29. Bhagwati J. (2002.), Free Trade Today, Princeton University Press. 30.

Blomstrom M., A. Kokko and M. Zejan (2000.), Foreign Direct Investment : Firm and Host Country Strategies, Palgrave, New York. 31. Bloom, N. and J. Van Reenen (2006.), „Measuring and Explaining Management Practices Across Firms and Countries“, Discussion Paper, March, No 716, Centre for Economic Performance, London. Bošković B. (2004.), izlaganje na međunarodnoj konferenciji “Šta Zapadnom Balkanu donosi zajednička saobraćajna politika u sektoru železnice?”, Balkanmagazin, oktobar. 33. Bradford I. and Colin Jr. (2005.), „Prioritizing Economic Growth: Enhancing Macroecnomic Policy Choice, G- 24 Discussion Paper, May, No. 37, United Nations, New York and Geneva. 34. Brander J.A. (1986.), „Review of ‘Market Structure and Foreign Trade’ by Helpman and Krugman“, Journal of Economic Literature, No. 24, Vol. 2, pp. 713-715. 35. Braudel F. (2007.), Igre razmere, tom II, Stylos Art, Beograd. 36. Brzezinski Z. (1994.), Izvan kontrole. Globalna previranja uoči XXI stoljeća, Zagreb. 37. Brewer L.T. (1993.), “Goverment Policies, Market Inperfections and Foreing direct Investments”, Journal of International Business Studies, First Quarter. 38. Bünger K.(1997.), „Rückbeginnung auf die Prinzipien der Socialen Markwirtsaft“, Wirtschaft Dienst, No. 2. 39. Busch D.(2007.), „Can History Repeat Itself? The Case for the Virtual Medical Device OEM“, Medical Product Outsourcing, December. 40. Castells M. (2002.), Moć identiteta, Golden marketing, Zagreb. 41. CEVES (2015.), Indeks razvojnih potencijala razmenjivih sektora u Srbiji, Centar za visoke ekonomske studije, Beograd. 42. Cerović B. (2000.), „Privrede u tranziciji: Desetogodišnje iskustvo privatizacije“, Naučno društvo ekonomista Jugoslavije, Savetovanje: Vlasnična transformacija preduzeća i banaka: Jugoslovenska i međunarodna iskustva i perspektive, mart, Beograd, 23-24, ss. 9-33. 43. Chenery H.B. (1960.), “Paterns of Industrial Growth”, American Economic Review, September, Vol. I, pp. 624- 654. 44. Chesnais F. (1986.), „Science, Technology and Competitiveness“, STI Review, Autumn, No. 1, OECD, Paris. 45. Christensen C.M. (1997.), The Innovator’s Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Harvard Business Press, Boston. 46. Corbett M.F. (2004.), The Outsourcing Revolution, Dearnborn Trade Publishing, Chicago. 47. Crnobrnja M. (1999.), „Eterprise Restructuring and Development in Former Command Economies – The Case of Heavy Residuals“, OECD Working Papers, CCNM/NIS/DSTI (99) 47, Paris. 48. Čaušević F. (2002.), Finansijska deregulacija, globalizacija i efikasnost mjera ekonomske politike, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu. 49. Crnobrnja M. (2007.), Ekonomija tranzicije, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju (FEFA), Beograd. 50. Crnobrnja M. (2008.), „Ekonomska dimenzija integracije Srbije u EU“, Zbornik (M. Crnobrnja Red.) Kako ubrzati integraciju Srbije u Evropsku uniju, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju (FEFA), Beograd. 51. Čaušević F. (2004.), “Finansijska globalizacija i ekonomski suverenitet”, Sociologija, Vol. XLVI, No. 1, s. 74. 52. Ćurčić U., M. Barjaktarović (2011.), Bankarski portfolio menadžment, Alfa Univerzitet, Beograd. 53. Ćuzović Đ., S. Sokolov Mladenović (2014.), “Globalizacija i digitalna ekonomija”, Uticaj Interneta na poslovanje u Srbiji i svetu, Međunarodni naučni skup SINTEZA 2014. 54. Dalkir K. (2005.), Knowledge Management in Theory and Practice, Elsevier Butterworth – Heinemann publications. 55. Dalum B. and J. Fagerberg (1985.), "The Specialisation Patern of Nordic Countries in Relation to OECD, with Emphasis on Different Degrees of Technological Intensity", Policy Research Unit Seminar, 17-18 October, Sussex University. 56. Daniels D.J. and L.H. Radenbaugh (1998.), International Business, Eight Ed., Addison-Wesley Longenmans Inc Readding. 57. Davenport T., L.Prusak (2000.), Working knowledge: How organizations manage what they know, Harvard Business School Press. 58. Deardorff A.V. (1982.), „The General Validity of the Hecksher-Ohlin Theorem“, American Economic Review, No. 72, pp. 683-694. 59. Desai M. (2010.), http://www.dadalos.org/globalisierung_hr/grundkurs_1.htm 60. Drljača M. (2003.), “Karakteristike troškova kvalitete”, Kvaliteta, Br. 7-8, Infomart, Zagreb 61. Easton D. (1961.), The analysis of political systems, Homewood. 62. Eaton J. and S. Kortum (2002.), „Technology, geography, and trade“, Econometrica, No. 70, Vol. 5, pp. 1741- 1779. 63. Eng K.,

D.C. Izard and T.J. Peterson (2008.), „Managing the CRO Relationship to Effectively Request and Receive CDISC STDM and AdaM Deliverables“, SAS Pharma SUG Procceedings, June, Atalanta, Georgia. 64. Engberg-Pedersen P. (1978.), "The Definition of the Small Country Concept", P. Kristiansen and J. Levinsen ed., The Small Country Squeeze, Institute of Economics, Politics and Administration, Roskilde University Centre, Denmark. 65. Epifani P. and Gancia. G. (2006.), „Increasing returns, imperfect competition, and factor prices“, The Review of Economics and Statistics, No. 4, pp. 583-598. Ernst D. and D. O'Conor (1989.), Technology and Global Competition, The Chalenge for Newly Industrialising Economies, OECD, Paris. 67. European Commission (2010.), A new impetus for European cooperation in Vocational Education and Training to support the Europe 2020 strategy, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels. 68. Eurostat (2006.), Statistics in focus, Economy and finanse, No. 21, Bruxelles. 69. Eurostat (2008.), External and intra-European Union trade, Statistical yearbook – Data 1958-2006, Eurostat, European Comission, 2008. 70. Ezcurra R. and A. Rodríguez-Pose (2011.), „Can the economic impact of political decentralisation be measured“, Discussion Paper No. 8211, Centre for Economic Policy Research. 71. Ferenčić A. (1997.), Upravljanje promenama - Pripreme za 21. stoleće, Izvori, Zagreb. 72. Finger J. and M. Kreinin (1975.), „A Measure of 'Export Similarity' and its Possible Uses“, Economic Journal, December, No. 89, pp. 905-912. 73. Fontagné L. and J. Fouré (2014.), „Opening a Pandora's Box: Modeling World Trade Patterns at the 2035 Horizon“, WTO Working Papers, ERSD -2013 - 09. 74. Fontagné L., Fouré J. and Keck A. (2014.), „Simulating world trade in the decades ahead: driving forces and policy implications“, WTO Working Papers, ERSD -2014 - 05. 75. Forsner H. (1985.), „A Note of General Validity of the Hecksher-Ohlin Theorem“, American Economic Review, No. 75, pp. 844-849. 76. Gavrilović-Gagović S. (2004.), „Izvoz usluga Srbije i problemi konkurentnosti“, Ekonomski anali, tematski broj: Ekonomsko-finansijski odnosi sa inostranstvom: Konkurentnosti privrede i izvoza, Ekonomski fakultet i Naučno društvo ekonomista Srbije, septembar, Beograd, ss. 307-314. 77. Gavrilović-Gagović S. (2004.), „Uslovi i mere za povećanje izvoza usluga“, Ekonomski anali, tematski broj: Ekonomska politika i razvoj 2004/2005. godine, Ekonomski fakultet i Naučno društvo ekonomista Srbije, decembar, Beograd, ss. 285-292. 78. Giddens A., http://www.dadalos.org/globalisierung_hr/grundkurs_1.htm 79. Göbel, E. (2002), Neue Institutionenökonomik – Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendungen, Lucius und Lucius, Stuttgart. 80. Grgić M. (2014.), Upravljanje izvozom, Sveučilište u Zagrebu, Specijalistički poslediplomski studij, Ekonomski fakultet, Zagreb. 81. Grossman G. and E. Helpman (1993.), Inovation and Growth, Cammbridge (Mass). 82. Groubel H. and P. Lloyd (1975.), Intra-Industry Trade, New York. 83. Guimon J. (2015.), "The New Geography of Innovation: Clusters, Competitiveness and Theory", Competitiveness Review: An International Business Journal , Vol. 25, Iss: 2. 84. Hamilton A. (1957.) , „A. Hamiltons papers on public credit, commerce and finance“, The Amererican Heritege series, No. 1, New York, pp. 177-276. 85. Harding, T. and B. S. Javorcik (2012.), "ForeignDirectInvestmentandExportUpgrading", The Review of Eco- nomics and Statistics, Vol. 94, No. 4, pp. 964-980. 86. Hare P.G. (2001.), "Creating a supportive Environment for Business Enterprise and Economic Growth: Institutional Reform and Governance", Institutional Change and Economic Performance in the Transition Economies, UN Spring Seminar, 7 May, Session II, Palais des Nations, Geneva. 87. Hecksher E. (1949.), „The Effect of Foreign Trade on Distribution of Income“, Reading in the Theory of International Trade, Philadelphia. 88. Heritage Fonundation (2014.), 2014 Index of Economic Freedom, The Heritage Foundation /The Wall Street Journal, Washington D.C. and New York. 89. Hobsbawm E. (1993.), Nacije i nacionalizam - Program, mit stvarnost, Novi Liber, Zagreb. 90. Hocking B. (2000.), "Diplomacy of Image & Memory: Swiss Bankers and Nazi Gold", Diplomatic Studies Program Discussion Paper, April, No. 64, University of Leicester. 91. Howard R. (1990.), „Can Small

Business Help Countries Compete?“, Harvard Business Review, November- December, Boston. 92. Huckman R.S. and E.P. Strick (2005.), “Glaxo Smith Kline: Reorganizing Drug Discovery (B)”, Harvard Business Publishing, May 17. 93. Hufbauer G.C. (1970.), „The Impact of National Characteristics and Technology on the Comodity Composition on Trande in Manufactred Goods“ in R.Vernon, The Technology Factor in International Trade, National Bureau of Economic Research, New York. 94. IFG (2002.), Alternatives to Economic Globalization – A Better World is Possible, Alternatives Committee of the International Forum on Globalization, Spring, San Francisco. 95. IMF (2014), „An Uneven Global Recovery Continues“, World Economic Outlook, July, 96. Ivanović T. (2010.), Opstajuća Srbija, treći tom, Solotnik, Beograd. Ivanović V. (2014.), „Analiza uticaja decentralizacije na ekonomsku efikasnost“, Tržište, novac, kapital, Br. 2, april-jun, Privredna komora Srbije, Beograd, ss. 85-99. 98. Ivanović V. (2014.), Teorijsko-metodološka analiza institucionalnih faktora ekonomskog rasta – evaluacija tranzicionih ekonomija, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Univerzitet u Kragujevcu. 99. Jack A. (2008.), “Goldman unveils plans for pharma research funding”, Financial Times, December 3-08. 100. Jacobides M.G., T. Knudsen and M. Augier (2006.), „Who Does What and Who gets What: Capturing the Value from Innovation“, AIM Executive Briefing, November, Advanced Institute of Management Research (AIM), U.K. 101. Janev I. (1998.), Teorije o međunarodnim odnosima i spoljnoj politici, Plato, Beograd. 102. Jarvis L.M. (2007.), “Thinking Outside The Big Pharma Box”, Chemical & Engineering News , May. 103. Jaspers K. (1998.), Duhovna situacija vremena, Matica hrvatska, Zagreb. 104. Jovanović Gavrilović P. (1977.), Položaj male zemlje u svetskoj privredi, Savremena administracija, Beograd. 105. Jovičić M. i saradnici (2002.), Merenje komparativnih prednosti i strategija unapređenja spoljnotrgovinske razmene Srbije, Ekonomski fakultet, Beograd. 106. Jovović D. (1992.), Međunarodni monetarni fond – Mehanizam, politika, reforma, Institut ekonomskih nauka, Beograd. 107. Komazec S. (2004.), Neoliberalizam privatizacija i finansijski kapital, Jantar grupa, Beograd. 108. Komisija za zaštitu konkurencije RS (2013.), Izveštaj o sprovedenoj sektorskoj analizi tržišta otkupa sirovog mleka, proizvodnje i prerade mleka i mlečnih proizvoda u 2011. i 2012. godini, Beograd. 109. Konjikušić S., L. Barjaktarović, G. Radojević (2011.), “Metodologija izračunavanja verovatnoće neizvršenja obaveza”, Tržište, novac, kapital, Privredna komora Srbije, Br.4, oktobar-decembar, Beograd, ss. 31-40. 110. Kostić M. (2008.), “Merenje koncentracije ponude grane”, Ekonomski horizonti, No. 10, Vol. 1, ss. 89–108. 111. Kozomara J. (1994.), Tehnološka konkurentnost, Ekonomski fakultet, Beograd. 112. Krugman P.R. (1979.), “Increasing returns, monopolistic competition, and international trade”, Journal of International Economics, No. 9, Vol. 4, pp. 469-479. 113. Krugman P.R. (1994.), „Competition: A Dangerous Obsession“, Foreign Affairs, March-April, pp. 28-44. 114. Krugman P.R. and M. Obstfeld (2006.), International Economics: Theory and Policy, Addison Wesley, Boston, San Francisco. 115. Kutlača Đ. (2013.), Erawatch Country Reports: Serbia, Institut Mihajlo Pupin, Beograd. 116. Laffont J.J. (1998.),“Collusion and Delegation“, RAND Journal of Economics, Vol. 29, No 2. 117. Limi, A. (2005.), „Decentralization and economic growth revisited: an empirical note”, Journal of Urban Economics, Vol. 57. 118. Linder S. (1971.), An Essay on Trade and Transformation, New York. 119. Lipczynski J. and Wilson J. (2001.), Industrial Organisation – An Analysis of Competitive Markets, Prentice Hall, Harlow, UK. 120. Lloyd P.J. (1968.), International Trade Problems of Small Nations, Duke University Press, Durham, North Carolina. 121. Lubin J.P. (2014.), generalni direktor Međunarodne železničke unije, izlaganje na međunarodnoj konferenciji “Šta Zapadnom Balkanu donosi zajednička saobraćajna politika u sektoru železnice?”, Balkanmagazin, oktobar, Beograd. 122. Lukić D. (2014.), Tehnološka priprema proizvodnje kao funkcija proizvodnog i CIM sistema, Predavanja 2-3, Fakultet tehničkih nauka, Univerzitet u Novom Sadu. 123. Maddison A. (1995.), Monitoring the World Economy 1820-1992, OECD, Paris. 124. Maddison A. (2001.), The World Economy - A Millenial Perspective, OECD, Paris. 125. Martinaga V. (2008.), Upravljanje odnosom s klijentima u funkciji povećanja izvoza lekova, Ekonomski

fakultet Sveučilišta u Zagrebu 126. Mašić B., J. Đorđević Boljanović (2005), Menadžment znanja: koncept za kreiranje konkurentske prednosti u novoj ekonomiji, Montenegrin Journal of Economics, Vol. 1, No 2. 127. Mayntz R. (1991.), Modernization and the Logic of Interorganizational Networks, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Cologne. 128. McKinnon R. (1973.) , Money and Capital in Economic Development, Washington, D.C., Brookings Institution. 129. Mead W.R. (1992.), "Globalna mreža", Pregled, Br. 257, Ambasada SAD, Manila, str. 76-78. 130. Menzel U., http://www.dadalos.org/globalisierung_hr/grundkurs_1.htm 131. Merz N.N. and J. Merz (2006.), Learning Later, Living Greater:Th e Secret of Making the Most of You Aft er 50 Years. Sentient Publications. 132. Messner D., http://www.dadalos.org/globalisierung_hr/grundkurs_1.htm 133. Milardović A, Đ. Njavro i A. Vukić (2003.), "Globalizacija, nacionalne države, regionalizacija, identitet" u: A.Milardović (Ed), Globalizacija, www.cpi.hr/download/links/en/5350.pdf. 134. Milardović A. (2003.), „Metodički prinosi istraživanja globalizma i globalizacije", Zbornik Globalizacija u Hrvatskoj, Hrvatska u globalizaciji, Udruga „11. siječnja 1972.", Zagreb. Miljković M. (2010.), "Rizici u međunarodnom poslovanju i njihova zaštita", Zbornik radova sa Naučnog skupa sa međunarodnim učešćem Sinergija 2010, Univerzitet Sinergija, Bijeljina. 136. Mill J.S. (1909.), Principles of Political Economy, Longmans, Green and Co., London. 137. Miller J. (2008.), "The Art of the Deal", BioPharm International, September. 138. Milosavljević S., S.Gavrilović-Gagović, N. Gagović (2015.), "Spoljnotrgovinska razmena usluga Srbije u periodu 2007-2013. godine i mogućnosti povećanja izvoza", Ekonomska politika Srbije u 2015. godini, Naučno društvo ekonomista Srbije sa Akademijom ekonomskih nauka i Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd. 139. Milovanović G., P. Veselinović (2009.), Globalizacija i tranzicija, Ekonomski fakultet, Kragujevac. 140. Ministarstvo finansija RS (2015.), Bilten javnih finansija, br. 1, januar, Beograd. 141. Ministarstvo finansija RS (2015.), Tekuća makroekonomska kretanja, april, Beograd. 142. Ministrarstvo finansija RS (2015.) , Makroekonomski i fiskalni podaci, maj, Beograd. 143. Moran T. (2011.), Foreign Direct Investment and Development: Launching a Second Generation of Policy Research: Avoiding the Mistakes of the First, Reevaluating Policies for Developed and Developing Countries, Peterson Institute for International Economics, Washington, D.C. 144. Morgentau H. (1948.), Politics among Nations, H&R. 145. Muno W. (2010.), Conceptualizing and Measuring Clientelism, Institut für Politikwissenschaft, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, August. 146. Narvekar P. R. (1960.), "The Role of Competitiveness in Japan's Export Performance, 1954-1958", IMF Staff Papers, Vol. VIII, No. 1, November, pp. 85- 100. 147. NBS (2014.), Bankarski sektor u Srbiji - Izveštaj za II tromesečje 2014. godine, Beograd. 148. NBS (2015.), Indikatori eksterne pozicije Srbije, maj, Beograd, (http://www.nbs.rs/export/sites/default/internet/latinica/80/indikatori_eksterne_pozicije.xls) 149. Nikolić I. (2009.), Kratak osvrt na strukturne indikatore poslovanja preduzeća u Srbiji od 2002. do 2007. godine sa posebnim fokusom na privatizoavana preduzeća, (http://www.ekonomija.org/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=547&cntnt01origid=56& cntnt01returnid=54). 150. Nonković S. (2011.), „Tri faktora povećanja produktivnosti", Asee News, br. 44, februar, Asee, Beograd. 151. O'Brien R. (1985.), "Technology and Industrial Development: The Irish Electronics Industry in an International Cotext", in Ficpatrick, J., and Kelly, J., (Eds.), Prerspectives on Irish Industry, Irish Management Institute. 152. Obstfeld M. and A. M. Taylor (2002), "Globalization and Capital Markets", Working Paper Series, March, National Bureau of Economic Research. 153. O'Dwyer C. (2004.), "Runaway State Building: How Political Parties Shape States in Postcommunist Eastern Europe", World Politics, No. 56. 154. OECD (1992a.), Report of the US Presidental Commission on Industrial Competitiveness, quoted from OECD, Paris. 155. OECD (1992b.), Technology and the Economy. The Key Relationships, Paris, 156. Ohlin B. (1957.), Interregional and International Trade, Harvard University Press. Cambridge. 157. O'Šaj (2005.), Industrijska organizacija – teorija i primena, Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd. 158. Oxfam international, Propisi

prilagođeni interesima bogatih i dvostruki standardi, http://www.maketradefair.com/en/assets/english/report_summary_serbian.pdf, 159. Panter J. (1998.), „Multi-level Citizenship, Identity and Regions in Contemporary Europe“, in J. Anderson (Edd.), Transnational Democracy, Routhledge, London. 160. Parsons T. (1966.), Sosieties, evolutionary and comparative perspectives, Englewood Cliffs., Colorado. 161. Parsons T. (1971.), The System of Modern Societies, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 162. Parsons T. (1977.), Social Systems and Evolution of Action Theory. New York: Free Press. 163. Parsons T. (1978.), Action Theory and the Human Condition. New York: Free Press. 164. Peres C. and L. Soete (1988.), „The Entrance Baririers and Window of Opportunities“, in G. Dosi and associates, Technical Change and Economic Theory, New York. 165. Perroux F. (1982.), "Qu'est-ce qu'etere competitif?", in Rieffers J.L. ed., Economic et finance internationales, Economica, Paris. 166. Petrović S. (1998.), Inovaciona politika, Znamen, Beograd. 167. Phelps K. (2007.), „Mergers May Buy Time, But Fundamental Changes Necessary, GSK's Garnier“, The Pink Sheet, Ferbruary. 168. Popovčić-Avrić S. (2007.), "Konkurentnost privrede Srbije", Ekonomsko-finansijski odnosi Srbije sa inostranstvom, zbornik radova sa okruglog stola Naučnog društva ekonomista, Akademije ekonomskih nauka i Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd. 169. Popovčić-Avrić S. (2004.), „Restrukturiranje izvoznog sektora u cijlju unapređenja konkurentnosti“, Ekonomski anali, tematski broj: Ekonomsko-finansijski odnosi sa inostranstvom: Konkurentnosti privrede i izvoza, Ekonomski fakultet i Naučno društvo ekonomista Srbije, septembar, Beograd, ss. 165-168. Porter M. (1990.), The Competitive Advetage of Nations, The Free Press, New York. 171. Posner M.F. (1961.), „International Trade and Technical Change“, Oxford Economic Papers, No. 13, pp. 323- 341. 172. Prager C.A.L. (1978.), "Taking Theory for Granted in International Politics", Political Sudies, No.26. 173. Priyadarshi Sh. and T. Biswas (2014.), "The Role of Trade-Led Economic Growth in Fostering Development: Lessons for the Post – 2015 Development Agenda", WTO Working Papers, ERSD -2014 -10. 174. Reinhardt D. and S.Dell'Erba (2013.), Not all capital waves are alike: A sector-level examination of surges in FDI inflows. 175. Reich R.B. (1991.), The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism, Alfred A. Knopf. 176. Rhee Y.W. (1980.), Au Investigation of Economic Impact of Korea s Import Tariff Drawback System, Korea International Economic Institute, Seoul. 177. Rhee Y.W. (1985.), „Instruments for Export Policy and Administration. Lessons from the East Asian Experience“, World Bank Staff Working Papers, March, No 725. 178. Ricardo D. (1976.), The Principles of Political Economy and Taxation, Everymen's Library, reprint (orginal edd. 1817.), London. 179. Robock H.S. and K. Simmonds (1989.), International Business And Multinational Enterprises, Fourth Ed. IRWIN, Homewood III. 180. Rodríguez-Pose A. and R. Ezcurra (2010.), „Is fiscal decentralisation harmful for economic growth? Evidence from OECD countries“, SERC Discussion Paper, No. 51, Spatial Economic Research Centre. 181. Roland G. (2002), The political economy of transition, The Journal of Economic Perspectives, Vol. 16, No. 1, p. 122. 182. Romer P. (1994.), Increasing Returns and Long Run Growth, Journal of Political Economy. 183. Rothschild K.W. (1975.), „Export Structure, Export Flexibility and Competitiveness“, Weltwirtschaftliches Archiv, Band 111. 184. Russell J.(2008.), "Astra Zeneca spins off research", The Telegraph, February, U.K. 185. Rybczynski T.M. (1955.), „Factor endowments and relative commodity prices“, Economica, No. 22, pp. 336- 341. 186. Sabel Ch. (1990.), „Skills Without a Place: The Reorganization of the Coropration and the Experience of Work“, Plenary Sesion of The British Sociological Association, April 2, UK. 187. Sacks G., Misterija globalizacije, http://www.alexandriapress.com/arhiva/No_1/dzefri_saks_misterija_globalizacije.htm 188. Samardžić S., S.Gavrilović Gagović (2012.), „Usluge u svetskoj trgovini: strukturni i regionalni aspekti“, Tržište, novac, kapital, oktobar-decembar, br. 4, Privredna komora Srbije, Beograd. 189. Samuelson P.A. (1948.), „International Trade and the Equalisation of Factor Prices“, Economic Journal, No. 59, pp. 163-184. 190. Sapienza E. (2009.), The interaction

between Export and FDI: Central-Eastern Europe and EU15, Quaderni DSEMS from Dipartimento di Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche, Universita' di Foggia. 191. Savić Lj. (2000.), „Tržišne strukture u Jugoslovenskoj industriji", Industrija, br. 1/4, Ekonomski institut, Beograd. 192. Savić N., M. Džunić (2008.), „Konkurentnost Srbije u regionu", Miločerski ekonomski forum 2008: Tranzicija i posle u regionu nekadašnje Jugoslavije, Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd. 193. Saxenian A.L. (1990.), „Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley", California Management Review 33, No.1/90, California. 194. Schmookler J. (1966.), Invention and Economic Growth, Harvard University Press, Cambridge, Massachutsets. 195. Schumpeter J. (1962.), Kapitalizam, socijalizam, demokratija, Beograd. 196. Shaw, E.S. (1973.), Financial Deepening in Economic Development, New York, Oxford, University Press, 1973. 197. Smith A. (1937.), The Welth of Nations, Modern Library Edition, Random House, reprint (orginal edd. 1776.), New York. 198. Sobel R.S., N. Dutta and S. Roy (2013), „Does fiscal decentralisation result in a better business climate?", Applied Economic Letters, Vol. 20, pp. 84-91. 199. Stankiewicz R. (1982.), „The Place of Basic Technologies in the R&D Policies of Small Industrialized Countries", in Kristiansen, P. and R. Stankiewicz Eds., Technology Policy and Industrial Development in Scandinavia, Research Policy Institute, Lund, Sweden. 200. Stanišić N. (2007.), prikaz knjige: S. Stojadinović Jovanović: Transnacionalizacija međunarodne trgovine, IGP Prometej, Beograd, Montenegrin Journal of Economics, No. 7, ss. 161-162. 201. Stiglitz J. (2002.), Protivrečnosti globalizacije, GMB-x, Beograd. 202. Stolper W. And P.A. Samuelson (1941.), „Protection and real wages", Review of Economic Studies, No. 9, pp. 58-73. Sutherland D. (2003.), China's Large Enterprises and the Challenge of Late Industrialization, Routledge Curzon. 204. Timbergen J. (1962.), Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy, Twentieth Century Fund, New York. 205. Thoumrungroje A. (2004.), The Effects of Globalization on Marketing Strategy and Performance, Washington State Univeersity, College of Business and Economics. 206. Thurow L.C. (1993.), Head to Head: The Coming Economic Bettle Among Japan, Europe and America, Warner Books Edition, New York. 207. Thurow L.C. (1997.), The Future of Capitalism: How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World, New York Times Bestsellers. 208. Tysyzynsky H. (1951.), World Trade in Manufacturing Commodities, 1899-1950, The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol. XIX, pp. 272-304. 209. UNCTAD (2014.), Handbook of Statististics 2014., United Nations, New York and Geneva. 210. Unković M. (1988.), Svetska privreda danas, Jugoslavija publik, Beograd. 211. Unković M., N. Kordić (2010.), "Motivi za strana direktna ulaganja", Menadžment, marketing i trgovina, septembar , ss. 247-259. 212. Vernon R. (1966.), „International Investment and International Trade in the Product Cycle", The Quarterly Journal of Economics, May, No.2. 213. Veselinov D. (2008.), "Islamska politička ekonomija. Poreklo, načela i razvoj", Godišnjak 2008, Fakultet političkih nauka, Beograd, ss. 187-217. 214. Vlada Republike Srbije (2006.), Nacionalna strategija privrednog razvoja Srbije 2006-2012, novembar, Beograd. 215. Vojinović M. (1972), Zemlje u razvoju i transnacionalne korporacije, Beograd. 216. Vojinović M. (1984.), Američki kapitalizam, Beograd. 217. Walsh V. (1987.), "Technology, Competitiveness and the Special Problems of Small Countries", STI Review, September, No. 2. 218. Watson P. (2001.), War on the Mind: the Military Uses and Abuses of Psychology, Basic Books, New York. 219. Won-Rak Ch. (2006.), "International comparison of R&D trend and policy indications", FKI Research, Industrial Research Department, The Federation of Korean Industries. 220. World Bank (2000.), Marketing a Conutry: promotion as a tool for attracting foreign investment. Revised edition, The World Bank, Washington DC. 221. World Bank (2003.), World Development Report 2004: Making Services Work For Poor People, september ,W.B. 222. World Bank and International Finance Corporation (2013.), Doing Business 2014, Washington D.C. 223. World Bank Group (2014.), Rebalancing Serbia,s Economy: Improving Competitiveness, Strengthening the Private Sector and Creating Jobs, Document of the World

Bank, June, Washington D.C. 224. WEF (2009.), The Global Competitiveness Report 2009-2010, World Economic Forum, Geneva, Switzerland. 225. WEF (2013.), The Global Competitiveness Report 2013-2014, World Economic Forum, Geneva, Switzerland. 226. WTO (2013.), „Trade in Commercial Services“, International Trade Statistics 2013, The World Trade Organization, Geneva. 227. WTO (2006), Global exchange, The World Trade Organization, Geneva, September , www.globalexchange.org/campaigns/wto 228. WTO (2014.), International Trade Statistics 2014, The World Trade Organization, Geneva. 229. Zhang T. and H. Zou (1997), „Fiscal decentralization, the composition of public spending, and regional growth in India”, Development Research Group Working Paper 1997, World Bank, Washington.
Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 56 Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 139 Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 233 Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 296 Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 265 Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza

mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 32. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 66. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 97. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 135. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 170. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 203. Determinante rasta izvoza i analiza mogućnosti povećanja izvoza Srbije 2 3 4 55 5 136 6 231 232 7 295 8 9 230 10 11 204 205 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 25 26 27 28 29 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 48 49 50 51 52 53 54 55 57 58 59 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 75 78 79 81 82 84 85 86 88 89 91 93 96 97 99 100 101 103 106 107 108 109 110 113 114 116 117 118 119 120 121 124 125 126 127 128 129 130 131 134 135 136 137 138 139 140 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 153 154 156 157 158 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 178 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 198 199 202 203 205 206 208 210 211 212 214 215 216 217 218 219 220 222 223 224 225 226 228 229 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 245 246 248 249 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 295 296 297 300 301 304 305 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 319 321 322 323 324 326 327 329 331 332 333 334 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360

sources:

1 1,403 words / 1% - Internet from 25-Aug-2015 12:00AM
www.megatrendreview.com

2 1,230 words / 1% - Internet from 18-May-2015 12:00AM
www.dpm.ftn.uns.ac.rs

3 1,209 words / 1% - Internet from 24-May-2015 12:00AM
www.doiserbia.nb.rs

4 1,193 words / 1% - Internet from 15-Jun-2016 12:00AM
www.sabor.hr

5 1,030 words / 1% - Internet from 04-Jan-2011 12:00AM
www.cpi.hr

6 877 words / < 1% match - Internet from 17-Mar-2012 12:00AM
www.brandmagazin.com

7 758 words / < 1% match - Internet from 07-Jun-2016 12:00AM
portal.sinteza.singidunum.ac.rs

8 644 words / < 1% match - Internet from 02-Apr-2014 12:00AM
www.docstoc.com

9 583 words / < 1% match - Internet from 21-Jan-2011 12:00AM
cpi.hr

10 574 words / < 1% match - Publications
Vulić, Vladimir. "Autsorsing kao savremeni oblik poslovnog povezivanja", Entrepreneurial Economy/14516659, 20061201

11 495 words / < 1% match - Internet from 23-Oct-2012 12:00AM
www.fefa.edu.rs

12 445 words / < 1% match - Internet from 01-Apr-2014 12:00AM
www.its.edu.rs

13 440 words / < 1% match - Internet from 31-Jul-2014 12:00AM
www.emc-review.com

14 409 words / < 1% match - Internet from 27-Sep-2015 12:00AM
www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs

15 353 words / < 1% match - Internet from 10-Jun-2015 12:00AM
www.crnarupa.singidunum.ac.rs

16 342 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2010 12:00AM
kvaliteta.inet.hr

17 322 words / < 1% match - Internet from 24-May-2015 12:00AM
siteresources.worldbank.org

18 299 words / < 1% match - Internet from 16-Feb-2011 12:00AM
standard.rs

19 287 words / < 1% match - Internet from 05-Jun-2013 12:00AM
www.besplatniseminarskiradovi.com

20 286 words / < 1% match - Internet from 11-May-2012 12:00AM
seminarski.in.rs

21 275 words / < 1% match - Internet from 15-May-2015 12:00AM
www.belupo.hr

22 260 words / < 1% match - Internet from 24-Feb-2014 12:00AM
monoskop.org

23 257 words / < 1% match - Internet from 16-Sep-2013 12:00AM
www.saznajkako.tv

24 249 words / < 1% match - Internet from 09-Nov-2015 12:00AM
www.mfin.gov.rs

25 230 words / < 1% match - Internet from 05-Oct-2013 12:00AM
www.akroasis.org

26 224 words / < 1% match - Internet from 25-Jun-2014 12:00AM
ponude.biz

27 215 words / < 1% match - Internet from 16-Jun-2016 12:00AM
profitiraj.hr

28 211 words / < 1% match - Internet from 12-Apr-2011 12:00AM
www.bbs.edu.rs

29 203 words / < 1% match - Internet from 30-Jun-2015 12:00AM
www.agroburza.hr

30 201 words / < 1% match - Internet from 03-Dec-2014 12:00AM
www.congrad.org

31 197 words / < 1% match - Internet from 21-Oct-2015 12:00AM
www.eknfak.ni.ac.rs

32 193 words / < 1% match - Internet from 31-Aug-2015 12:00AM
profitiraj.hr

33 178 words / < 1% match - Internet from 14-May-2015 12:00AM
profitiraj.hr

34 177 words / < 1% match - Internet from 15-Nov-2012 12:00AM
www.starisajt.nspm.rs

35 171 words / < 1% match - Internet from 31-May-2015 12:00AM
www.maturski.org

36 166 words / < 1% match - Internet from 15-May-2014 12:00AM
diplomskirad.rs

37 160 words / < 1% match - Internet from 20-Mar-2014 12:00AM
blog.adizes.rs

38 159 words / < 1% match - Internet from 29-Nov-2015 12:00AM
spin.fon.bg.ac.rs

39 159 words / < 1% match - Publications
0038-0318, 2004

40 147 words / < 1% match - Internet from 07-Nov-2014 12:00AM
uciteljneznalica.org

41 146 words / < 1% match - Internet from 05-Jan-2014 12:00AM
www.profitiraj.hr

42 144 words / < 1% match - Internet from 31-Oct-2012 12:00AM
ajme.info

43 143 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2015 12:00AM
www.apeiron-uni.eu

44 138 words / < 1% match - Internet from 10-Sep-2014 12:00AM
webcache.googleusercontent.com

45 133 words / < 1% match - Internet from 20-Feb-2012 12:00AM
akter.co.rs

46 125 words / < 1% match - Internet from 03-Sep-2012 12:00AM
www.poslovniforum.hr

47 119 words / < 1% match - Internet from 19-Apr-2012 12:00AM
seminarski.in.rs

48 112 words / < 1% match - Internet from 14-Jun-2014 12:00AM
postel.sf.bg.ac.rs

49 110 words / < 1% match - Internet from 16-May-2016 12:00AM
www.economy.rs

50 107 words / < 1% match - Internet from 24-Apr-2016 12:00AM
www.jubmes.rs

51 106 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM
www.fren.org.rs

52 104 words / < 1% match - Internet from 23-Sep-2011 12:00AM
www.profitiraj.hr

53 100 words / < 1% match - Internet from 19-Sep-2012 12:00AM
www.pks.rs

54 98 words / < 1% match - Internet from 19-Jan-2016 12:00AM
www.makroekonomija.org

55 96 words / < 1% match - Internet
www.meyer-stamer.de

56 96 words / < 1% match - Internet from 12-Jan-2015 12:00AM
mojsijev.com

57 96 words / < 1% match - Internet from 09-Sep-2015 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

58 92 words / < 1% match - Internet from 07-Dec-2003 12:00AM
www.ien.bg.ac.yu

59 91 words / < 1% match - Internet from 14-Jul-2012 12:00AM
www.nadjifirmu.rs

60 90 words / < 1% match - Internet from 21-May-2016 12:00AM
ekfak.kg.ac.rs

61 89 words / < 1% match - Internet from 01-Jun-2016 12:00AM
croatia-serbia-investments.com

62 86 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2006

63 83 words / < 1% match - Internet from 16-May-2016 12:00AM
www.dhk-pula.hr

64 83 words / < 1% match - Internet from 10-Apr-2015 12:00AM
www.pks.rs

65 79 words / < 1% match - Internet from 16-May-2016 12:00AM
www.fefa.edu.rs

66 75 words / < 1% match - Internet from 03-Jan-2013 12:00AM
sns-krusevac.rs

67 74 words / < 1% match - Internet from 15-May-2014 12:00AM
www.zasve.net

68 70 words / < 1% match - Internet from 19-Aug-2014 12:00AM

www.defendologija.com

69 70 words / < 1% match - Internet from 24-Apr-2016 12:00AM
www.apeironsrbija.edu.rs

70 69 words / < 1% match - Internet from 15-Nov-2012 12:00AM
www.starisajt.nspm.rs

71 68 words / < 1% match - Internet from 06-Apr-2016 12:00AM
05aabd32c59c1fd7e5849ea3ff5dcc32b0cc086d.googledrive.com

72 65 words / < 1% match - Internet from 24-May-2015 12:00AM
www.hic.hr

73 65 words / < 1% match - Publications
Najetović, Džemal. "MEĐUNARODNI NAUČNI SIMPOZIJ „IDENTITET I GLOBALIZACIJA“", Pregled/00327271, 20090101

74 63 words / < 1% match - Internet from 01-Jul-2015 12:00AM
www.maturskiradovi.net

75 59 words / < 1% match - Internet from 02-Nov-2014 12:00AM
www.vreme.com

76 58 words / < 1% match - Internet from 21-May-2016 12:00AM
ekfak.kg.ac.rs

77 58 words / < 1% match - Internet from 25-Jan-2016 12:00AM
www.pks.rs

78 58 words / < 1% match - Internet from 30-Nov-2012 12:00AM
www.nbs.rs

79 57 words / < 1% match - Internet from 19-Jun-2015 12:00AM
www.doiserbia.nb.rs

80 57 words / < 1% match - CrossCheck
Goran, Nikolic. "Tendency of exports technology structure and exports concentration in the Balkan economies 2000-2012", Industrija, 2013.

81 56 words / < 1% match - Internet from 22-Jul-2012 12:00AM
www.rijeka.kbf.hr

82 55 words / < 1% match - Internet from 10-Jul-2014 12:00AM
www.zaposlenje.org

83 54 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2016 12:00AM
www.singipedia.com

84 54 words / < 1% match - Internet from 10-Sep-2014 12:00AM
www.cb-mn.org

85 54 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2015 12:00AM
www.radnik.rs

86 51 words / < 1% match - Internet from 18-Apr-2016 12:00AM
www.fren.org.rs

87 51 words / < 1% match - Internet from 22-Mar-2014 12:00AM
www.ecinst.org.rs

88 51 words / < 1% match - Internet from 03-Jul-2014 12:00AM
www.cis.org.rs

89 50 words / < 1% match - Internet from 27-Sep-2010 12:00AM
ea.ekof.bg.ac.rs

90 49 words / < 1% match - Internet from 07-Mar-2016 12:00AM
www.ekfak.kg.ac.rs

91 49 words / < 1% match - Internet from 28-Jan-2015 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

92 49 words / < 1% match - Internet from 11-Feb-2015 12:00AM
hrcak.srce.hr

93 48 words / < 1% match - Internet from 11-Jul-2012 12:00AM
besplatniseminarskiradovi.com

94 48 words / < 1% match - Internet from 25-May-2015 12:00AM
www.fpn.co.me

95 48 words / < 1% match - Internet from 29-Mar-2015 12:00AM
zelenipartner.eu

96 47 words / < 1% match - Internet from 13-May-2015 12:00AM
edasol-au.com

97 46 words / < 1% match - Internet from 18-Jan-2015 12:00AM
147.91.175.145

98 44 words / < 1% match - Internet from 03-Jul-2014 12:00AM
www.bor030.net

99 42 words / < 1% match - Internet from 27-Jan-2016 12:00AM
data.sfb.bg.ac.rs

100 42 words / < 1% match - Internet from 15-Mar-2016 12:00AM
www.hdki.hr

101 41 words / < 1% match - Internet from 21-May-2016 12:00AM
ekfak.kg.ac.rs

102 41 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2016 12:00AM
www.makroekonomija.org

103 41 words / < 1% match - Internet from 18-Mar-2012 12:00AM
seminarski.in.rs

104 40 words / < 1% match - Internet from 26-Jan-2016 12:00AM
www.singipedia.com

105 39 words / < 1% match - Internet from 28-Jan-2015 12:00AM
www.maturskiradovi.net

106 39 words / < 1% match - Internet from 17-Jan-2014 12:00AM
www.brookings.edu

107 39 words / < 1% match - Internet from 13-Jan-2014 12:00AM
www.ida.hr

108 39 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2003

109 38 words / < 1% match - Internet from 01-Dec-2015 12:00AM
-fitness-ads-to-encourage-you

110 38 words / < 1% match - Internet from 20-Jul-2012 12:00AM
www.republika.co.rs

111 37 words / < 1% match - Internet from 28-May-2014 12:00AM
ekinst.org

112 37 words / < 1% match - Internet from 13-Oct-2015 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

113 36 words / < 1% match - Internet from 10-Jul-2014 12:00AM
www.zaposlenje.org

114 36 words / < 1% match - Internet from 11-Mar-2016 12:00AM
cbcg.me

115 35 words / < 1% match - Internet from 16-May-2016 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

116 35 words / < 1% match - Internet from 17-May-2015 12:00AM
smartbasic.edu.rs

117 34 words / < 1% match - Internet from 02-Sep-2015 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

118 34 words / < 1% match - Internet from 18-Jul-2014 12:00AM
sh.wikipedia.org

119 32 words / < 1% match - Internet from 13-Oct-2010 12:00AM
www.fes.rs

120 32 words / < 1% match - Internet from 10-Apr-2015 12:00AM
www.pks.rs

121 32 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2005

122 32 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2003

123 31 words / < 1% match - Internet from 18-Jan-2015 12:00AM
147.91.175.145

124 31 words / < 1% match - Internet from 03-Jul-2015 12:00AM
oliver.efri.hr

125 31 words / < 1% match - Internet from 19-Dec-2013 12:00AM
www.alexandria-press.com

126 31 words / < 1% match - Internet from 03-Jun-2015 12:00AM
maturski.weebly.com

127 31 words / < 1% match - Internet from 18-Sep-2015 12:00AM
www.maturskiradovi.net

128 30 words / < 1% match - Internet from 17-May-2011 12:00AM
www.dadalos.org

129 29 words / < 1% match - Internet from 15-Nov-2010 12:00AM
www.pwc.com.au

130 29 words / < 1% match - Internet from 03-Apr-2008 12:00AM
www.nbp.pl

131 29 words / < 1% match - Internet from 18-Nov-2011 12:00AM
akter.co.rs

132 28 words / < 1% match - Internet from 04-Mar-2016 12:00AM
www.seminarskirad.org

133 28 words / < 1% match - Internet from 13-Oct-2010 12:00AM
www.fes.rs

134 27 words / < 1% match - Internet from 16-Mar-2016 12:00AM
www.fefa.edu.rs

135 26 words / < 1% match - Internet from 10-Mar-2016 12:00AM
www.nbs.rs

136 26 words / < 1% match - Internet from 07-May-2016 12:00AM
www.podaci.net

137 26 words / < 1% match - Internet from 13-Jun-2016 12:00AM
studenti.rs

138 26 words / < 1% match - Internet from 16-Dec-2010 12:00AM
www.fme.edu.rs

139 26 words / < 1% match - CrossCheck
Ćuzović, Đorđe, and Svetlana Sokolov-Mladenović. "Globalizacija i digitalna ekonomija", Proceedings of the 1st International Scientific Conference - Sinteza 2014, 2014.

140 25 words / < 1% match - Internet from 22-Sep-2013 12:00AM
repository.unri.ac.id

141 25 words / < 1% match - Publications
Milenković, Ivan. "ODRŽIVOST SRPSKOG I HRVATSKOG PLATNOBILANSNOG DEFICITA I NJIHOVOG FINANSIRANJA U OKRUŽENJU SVETSKE FINANSIJSKE KRIZE", Economics / Ekonomija/13300636, 20090601

142 24 words / < 1% match - Internet from 13-Jun-2016 12:00AM
www.hkv.hr

143 24 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM
www.fren.org.rs

144 24 words / < 1% match - Internet from 23-Apr-2016 12:00AM
www.ftn.uns.ac.rs

145 24 words / < 1% match - Internet from 24-Sep-2010 12:00AM
www.zenta-senta.co.rs

146 24 words / < 1% match - Internet from 26-Dec-2014 12:00AM
www.spk.rs

147 24 words / < 1% match - Internet from 11-Sep-2014 12:00AM
www.ecb.europa.eu

148 22 words / < 1% match - Internet from 13-Apr-2016 12:00AM
www.coursehero.com

149 22 words / < 1% match - Internet from 13-Jan-2013 12:00AM
blog.b92.rs

150 22 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2004

151 22 words / < 1% match - Publications
Radonjić, Ognjen. "KEYNESOVA TEORIJA KONVENCIONALNOG ODLUČIVANJA NA FINANSIJSKIM TRŽIŠTIMA", Sociologija/Sociology: Journal of Sociology, Social Psychology & Social Anthropology/00380318, 20091001

152 21 words / < 1% match - Internet from 14-Oct-2011 12:00AM
www.serbianfurniture.org

153 21 words / < 1% match - Internet from 15-May-2015 12:00AM
bobanrajkovic.weebly.com

154 21 words / < 1% match - Internet from 13-Apr-2016 12:00AM
uek.krakow.pl

155 20 words / < 1% match - Internet from 13-Jun-2016 12:00AM
www.slideserve.com

156 20 words / < 1% match - Internet from 03-Mar-2014 12:00AM

www.dei.gov.ba

157 20 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2004

158 19 words / < 1% match - Internet from 11-Nov-2014 12:00AM
www.savezenergeticara.org.rs

159 19 words / < 1% match - Internet from 08-Feb-2014 12:00AM
shop.ijf.hr

160 19 words / < 1% match - Internet from 19-Jul-2010 12:00AM
www.gcgf.org

161 19 words / < 1% match - Internet from 12-Mar-2014 12:00AM
sh.wikipedia.org

162 18 words / < 1% match - Internet from 27-Jan-2016 12:00AM
www.informeri.rs

163 18 words / < 1% match - Internet from 20-May-2014 12:00AM
www.industrija.rs

164 18 words / < 1% match - Internet from 15-Feb-2014 12:00AM
www.ubs-asb.com

165 18 words / < 1% match - Internet from 20-Sep-2009 12:00AM
www.centreforempiricalfinance.org.uk

166 18 words / < 1% match - Internet from 06-Apr-2012 12:00AM
www.akciomat.rs

167 18 words / < 1% match - Internet from 30-May-2015 12:00AM
ilw.eradovi.info

168 18 words / < 1% match - CrossCheck
Nuhanović, Amra, Elvira Ćatić-Kajtazović, and Zlatan Imamović. "UTICAJ INDUSTRIJE CEMENTA NA RAZVOJ LOKALNIH EKONOMIJA LUKAVCA I KAKNJA", Socioeconomica, 2015.

169 17 words / < 1% match - Internet from 15-May-2015 12:00AM
de.slideshare.net

170 17 words / < 1% match - Internet from 15-Nov-2012 12:00AM
www.eis.ba

171 16 words / < 1% match - Internet from 23-Nov-2015 12:00AM
univerzitetps.com

172 16 words / < 1% match - Internet from 14-Jan-2013 12:00AM
www.100megsfree.com

173 16 words / < 1% match - Internet from 20-Jul-2014 12:00AM
oie-au.com

174 16 words / < 1% match - Internet from 04-May-2012 12:00AM
brandinfo.rs

175 16 words / < 1% match - Internet from 25-Nov-2015 12:00AM
sindikalizam.org

176 16 words / < 1% match - Internet from 25-Aug-2015 12:00AM
www.ekonomika.org.rs

177 16 words / < 1% match - Internet from 19-Jun-2015 12:00AM
www.fren.org.rs

178 16 words / < 1% match - Internet from 06-Nov-2010 12:00AM
www.nspm.rs

179 16 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2016 12:00AM
www.doiserbia.nb.rs

180 16 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM
www.fren.org.rs

181 16 words / < 1% match - Internet from 26-Aug-2012 12:00AM
fmrsp.gov.ba

182 16 words / < 1% match - Internet from 16-Sep-2015 12:00AM
www.singipedia.com

183 16 words / < 1% match - Internet from 05-Oct-2012 12:00AM
www.seminarskirad.biz

184 16 words / < 1% match - Internet from 20-Mar-2016 12:00AM
bibliografije.nb.rs

185 16 words / < 1% match - Publications
"CRNOGORSKI EKONOMSKI TRENDOVI", Montenegro Economic Trends/14513617, 20100401

186 16 words / < 1% match - Publications
Fikret, Hadžić dr.. "PROFITABILNOST BANKARSKOG SEKTORA U BOSNI I HERCEGOVINI (2003.-2007.)", Zbornik Radova/05817439, 20080101

187 15 words / < 1% match - Internet from 12-Jun-2015 12:00AM
www.singipedia.com

188 15 words / < 1% match - Internet from 27-Jul-2012 12:00AM
www.mfa.rs

189 15 words / < 1% match - Internet from 24-May-2016 12:00AM
www.nbs.rs

190 14 words / < 1% match - Internet from 22-Dec-2014 12:00AM
www.maturski.org

191 13 words / < 1% match - Internet from 01-Jun-2015 12:00AM
eprints.grf.unizg.hr

192 13 words / < 1% match - Internet from 05-Jul-2015 12:00AM
www.singipedia.singidunum.ac.rs

193 13 words / < 1% match - Internet from 10-Aug-2013 12:00AM
www.priv.rs

194 13 words / < 1% match - Internet from 22-Dec-2007 12:00AM
www.chimons.org

195 13 words / < 1% match - Internet from 08-Mar-2016 12:00AM
www.socioeconomica.info

196 13 words / < 1% match - Internet from 18-Mar-2012 12:00AM
konyvtar.ksh.hu

197 13 words / < 1% match - Internet from 11-Apr-2016 12:00AM
www.doiserbia.nb.rs

198 13 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2003

199 13 words / < 1% match - Publications
Ćosić, Idriz. "PREDNOSTI I NEDOSTACI POJEDINAČNOG PREDUZETNIŠTVA", Business Consultant / Poslovni Konsultant, 2014.

200 12 words / < 1% match - Internet from 23-Jul-2012 12:00AM
nadjifirmu.rs

201 12 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2013 12:00AM
www.hup.hr

202 12 words / < 1% match - Internet from 31-Aug-2005 12:00AM
www.clds.org.yu

203 12 words / < 1% match - Internet from 20-Jun-2016 12:00AM
www.dzs.hr

204 12 words / < 1% match - Internet from 12-Mar-2014 12:00AM
www.publictendering.com

205 12 words / < 1% match - CrossCheck
Milica Uvalic. "Serbia's Transition", Springer Nature, 2010

206 12 words / < 1% match - CrossCheck
Prascevic, Aleksandra. "Achievements of economic policy in overcoming the effects of the global economic crisis on Serbian economy", Ekonomski horizonti, 2013.

207 12 words / < 1% match - Publications
0025-8555, 2004

208 12 words / < 1% match - CrossCheck
Jajic, Jelena, Stefan Tisma, and Dusan Peric. "The significance of fitness camps for developing and integrating sport tourism", TIMS Acta, 2015.

209 11 words / < 1% match - Internet from 25-Mar-2016 12:00AM
www.fzs.ba

210 11 words / < 1% match - Internet from 09-Oct-2009 12:00AM
soros.org.ba

211 11 words / < 1% match - Internet from 18-Jan-2015 12:00AM
147.91.175.145

212 11 words / < 1% match - Internet from 10-Apr-2015 12:00AM
www.pks.rs

213 11 words / < 1% match - Internet from 18-May-2015 12:00AM
www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs

214 11 words / < 1% match - Internet from 13-Jan-2016 12:00AM
www.meste.org

215 11 words / < 1% match - Internet from 21-May-2016 12:00AM
eprints.lse.ac.uk

216 11 words / < 1% match - Internet from 17-Jun-2016 12:00AM
www.doiserbia.nb.rs

217 11 words / < 1% match - Internet from 08-Mar-2016 12:00AM
phys.strath.ac.uk

218 11 words / < 1% match - Internet from 17-Apr-2016 12:00AM
doiserbia.nb.rs

219 11 words / < 1% match - Publications
Ivić, Lj.. "OZLJEDE NA RADU U REPUBLICI HRVATSKOJ - SIGURNOSNI POKAZATELJI", Sigurnost/03506886, 20111001

220 11 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2006

221 11 words / < 1% match - CrossCheck
Delbari, Seyyed Ali, Siew Imm Ng, Yuhanis Abdul Aziz, and Jo Ann Ho. "An investigation of key competitiveness indicators and drivers of full-service airlines using Delphi and AHP techniques", Journal of Air Transport Management, 2016.

222 10 words / < 1% match - Internet from 17-Jan-2014 12:00AM
www.slideshare.net

223 10 words / < 1% match - Internet from 15-Jan-2007 12:00AM
www.fes.org.yu

224 10 words / < 1% match - Internet from 25-May-2015 12:00AM
www.monstat.org

225 10 words / < 1% match - Internet from 10-May-2014 12:00AM
www.fzs.ba

226 10 words / < 1% match - Internet from 11-Feb-2014 12:00AM
seminarski-rad.com

227 10 words / < 1% match - Internet
www.morh.hr

228 10 words / < 1% match - Internet from 06-May-2016 12:00AM
cris.uns.ac.rs

229 10 words / < 1% match - Internet from 26-Apr-2010 12:00AM
www.fbihvlada.gov.ba

230 10 words / < 1% match - Internet from 18-Jun-2011 12:00AM
portalbobo123.bloger.hr

231 10 words / < 1% match - Internet from 02-May-2012 12:00AM
www.benchmark.rs

232 10 words / < 1% match - Internet from 13-Aug-2012 12:00AM
www.regio-hr.com

233 10 words / < 1% match - Internet from 28-Nov-2015 12:00AM
www.ziscg.me

234 10 words / < 1% match - Internet from 14-Nov-2006 12:00AM
www.novartisfoundation.com

235 10 words / < 1% match - Internet from 31-Mar-2016 12:00AM
publicaciones.defensa.gob.es

236 10 words / < 1% match - CrossCheck
Spasić, Dejan, and Ksenija Denčić Mihajlov. "An Assessment of Mandatory Disclosure in the Annual Reports of Serbian Listed Companies", Economics and Business, 2015.

237 10 words / < 1% match - Publications
0038-0318, 2007

238 9 words / < 1% match - Internet from 19-Jan-2016 12:00AM
docslide.us

239 9 words / < 1% match - Internet from 30-May-2016 12:00AM
www.overa.rs

240 9 words / < 1% match - Internet from 10-Jan-2013 12:00AM
www.civilengineer.me

241 9 words / < 1% match - Internet from 09-Mar-2016 12:00AM
ebooks.ien.bg.ac.rs

242 9 words / < 1% match - Internet from 22-May-2014 12:00AM
www.defendologija.com

243 9 words / < 1% match - Internet from 24-Mar-2015 12:00AM
www.monstat.org

244 9 words / < 1% match - Internet from 05-Jun-2015 12:00AM
www.famns.edu.rs

245 9 words / < 1% match - Internet from 03-Jun-2015 12:00AM
www.ekfak.kg.ac.rs

246 9 words / < 1% match - Internet from 25-Mar-2016 12:00AM
www.fzs.ba

247 9 words / < 1% match - Internet from 11-Mar-2016 12:00AM
cbcg.me

248 9 words / < 1% match - Internet from 18-Jan-2015 12:00AM
147.91.175.145

249 9 words / < 1% match - Internet from 25-Mar-2016 12:00AM
www.fzs.ba

250 9 words / < 1% match - Internet from 16-Aug-2010 12:00AM
www.rpknis.rs

251 9 words / < 1% match - Internet from 12-Jan-2010 12:00AM
www.rifin.com

252 9 words / < 1% match - Internet from 31-May-2015 12:00AM
www.industrijskisindikat.org

253 9 words / < 1% match - Internet from 26-Sep-2015 12:00AM
www.eknfak.ni.ac.rs

254 9 words / < 1% match - Internet from 31-Jul-2014 12:00AM
unctad.org

255 9 words / < 1% match - Internet from 30-May-2016 12:00AM
webrzs.stat.gov.rs

256 9 words / < 1% match - Internet from 13-Jun-2016 12:00AM
pastebin.com

257 9 words / < 1% match - Internet from 11-Jan-2013 12:00AM
www.iadb.org

258 9 words / < 1% match - Internet from 13-Dec-2013 12:00AM
vsmti.hr

259 9 words / < 1% match - Internet from 28-May-2015 12:00AM
sr.wikipedia.org

260 9 words / < 1% match - Internet from 06-Apr-2013 12:00AM
www.pkv.rs

261 9 words / < 1% match - Internet
linux.co.yu

262 9 words / < 1% match - Internet from 16-Nov-2005 12:00AM
www.sabac-portal.co.yu

263 9 words / < 1% match - Internet from 27-Apr-2012 12:00AM
www.convest.rs

264 9 words / < 1% match - Internet from 19-Oct-2012 12:00AM
www.kalesija.com

265 9 words / < 1% match - Internet from 30-Sep-2013 12:00AM
noviput.rs

266 9 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2010 12:00AM
www.interreg.no

267 9 words / < 1% match - Internet from 19-Apr-2010 12:00AM
www.allbusiness.com

268 9 words / < 1% match - Internet from 19-Jul-2010 12:00AM
faculty.london.edu

269 9 words / < 1% match - Internet from 03-Jul-2014 12:00AM
www.herbal-elixir.net

270 9 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2006

271 9 words / < 1% match - Publications
0038-0318, 2003

272 9 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2005

273 8 words / < 1% match - Internet from 07-Jun-2014 12:00AM

www.hrvatski-racunovodja.hr

274 8 words / < 1% match - Internet from 25-Mar-2016 12:00AM
www.fzs.ba

275 8 words / < 1% match - Internet from 08-Jun-2015 12:00AM
e-lib.efst.hr

276 8 words / < 1% match - Internet from 28-Nov-2012 12:00AM
www.lokalnirazvoj.rs

277 8 words / < 1% match - Internet from 14-Mar-2014 12:00AM
raris.org

278 8 words / < 1% match - Internet from 02-Oct-2013 12:00AM
www.stat.gov.ba

279 8 words / < 1% match - Internet from 14-Mar-2016 12:00AM
lokalnirazvoj.rs

280 8 words / < 1% match - Internet from 05-Jan-2015 12:00AM
bcb-2010.com

281 8 words / < 1% match - Internet from 21-Oct-2015 12:00AM
www.eknfak.ni.ac.rs

282 8 words / < 1% match - Internet from 10-Apr-2015 12:00AM
www.pks.rs

283 8 words / < 1% match - Internet from 30-Mar-2016 12:00AM
www.fren.org.rs

284 8 words / < 1% match - Internet from 14-Mar-2016 12:00AM
lokalnirazvoj.rs

285 8 words / < 1% match - Internet from 21-Jun-2015 12:00AM
www.scielo.org.co

286 8 words / < 1% match - Internet from 04-Dec-2014 12:00AM
wwwgstakic.blogspot.com

287 8 words / < 1% match - Internet from 09-Nov-2015 12:00AM
privredni.hr

288 8 words / < 1% match - Internet from 08-Dec-2012 12:00AM
www.mc.rs

289 8 words / < 1% match - Internet from 05-May-2016 12:00AM
www.ecpd.org.rs

290 8 words / < 1% match - Internet from 16-Jun-2015 12:00AM
glasbrotnja.net

291 8 words / < 1% match - Internet from 10-Oct-2014 12:00AM
www.slideshare.net

292 8 words / < 1% match - Internet from 20-Jan-2014 12:00AM
mrrls.gov.rs

293 8 words / < 1% match - Internet from 30-Oct-2013 12:00AM
www.dragotadic.net

294 8 words / < 1% match - Internet from 25-May-2012 12:00AM
www.unifem.sk

295 8 words / < 1% match - Internet from 22-Jan-2014 12:00AM
www.kzk.org.rs

296 8 words / < 1% match - Internet
www.ads.gov.ba

297 8 words / < 1% match - Internet from 07-Dec-2006 12:00AM
www.nadlanu.com

298 8 words / < 1% match - Internet from 27-Jul-2008 12:00AM
www.ikuta.jwu.ac.jp

299 8 words / < 1% match - Internet from 04-Mar-2009 12:00AM
www.kosovo.undp.org

300 8 words / < 1% match - Internet from 09-Jul-2009 12:00AM
isite22.isite.com.hr

301 8 words / < 1% match - Internet from 17-Dec-2009 12:00AM
mrak.org

302 8 words / < 1% match - Internet from 23-Sep-2010 12:00AM
www.hfs.hr

303 8 words / < 1% match - Internet from 30-Sep-2010 12:00AM
www.mzopu.hr

304 8 words / < 1% match - Internet from 12-Aug-2012 12:00AM
dobanovci.com

305 8 words / < 1% match - Internet from 27-Nov-2012 12:00AM
www.oscebih.org

306 8 words / < 1% match - Internet from 01-Mar-2014 12:00AM
www.mpa.gov.me

307 8 words / < 1% match - Internet from 09-Dec-2014 12:00AM
www.balkanmagazin.net

308 8 words / < 1% match - Internet from 31-Jan-2015 12:00AM
mirovna-akademija.org

309 8 words / < 1% match - Internet from 12-May-2016 12:00AM
docslide.net

310 8 words / < 1% match - Internet from 02-Jun-2016 12:00AM
www.fba.ba

311 8 words / < 1% match - Internet from 23-Dec-2010 12:00AM
www.sergianagrup.ro

312 8 words / < 1% match - Internet from 16-Sep-2014 12:00AM
www.ndarsad.ir

313 8 words / < 1% match - Internet from 15-Jun-2016 12:00AM
pescanik.net

314 8 words / < 1% match - CrossCheck
Djordjevic, Aleksandra. "Transnational corporations and the effects of their operations on the economy of Serbia", Bankarstvo, 2015.

315 8 words / < 1% match - CrossCheck
Grandov, Zorka, Biljana Stankov, and Milijana Roganovic. "Comparative analysis of factors that encourage foreign direct investment in Serbia and Romania", Skola biznisa, 2014.

316 8 words / < 1% match - Publications
0013-3264, 2004

317 8 words / < 1% match - CrossCheck
Alihodzic, Almir. "Mutual dependence of banking and real sector performance in the Republic of

Serbia", Bankarstvo, 2015.

318 8 words / < 1% match - Publications
0025-8555, 2007

319 8 words / < 1% match - CrossCheck
Loncar, Dragan, and Bojan Ristic. "Analysis of competition and market concentration in dairy industry in Serbia", Ekonomika preduzeca, 2011.

320 8 words / < 1% match - Publications
0085-6320, 2003

321 8 words / < 1% match - CrossCheck
Murić, Mehmed, L.. "OSVRT NA POJMOVNO RAZGRANIČENJE PRIVREDNOG RASTA I PRIVREDNOG RAZVOJA", Socioeconomica, 2013.

322 8 words / < 1% match - Publications
0350-0373, 2007

323 8 words / < 1% match - CrossCheck
Milan, Sunjevaric, Veletic Mladen, and Todorovic Branislav. "Radio location of mobile stations in third generation networks", Vojnotehnicki glasnik, 2013.

324 8 words / < 1% match - CrossCheck
Milutinovic, Sonja. "The importance of intra-industry trade in the contemporary world economy", Ekonomija teorija i praksa, 2015.

325 8 words / < 1% match - CrossCheck
Stajic, Nikola. "Corporate strategy of Serbia's SMEs in working capital financial risk management", Ekonomija teorija i praksa, 2015.

326 8 words / < 1% match - Publications
"American Capital Reports NOI Before Income Taxes Of $0.34 Per Diluted Share, Net Earnings Of $0.22 P", PR Newswire, August 5 2015 Issue

327 7 words / < 1% match - CrossCheck
Jovanovic, Bojana. "Energy management system certification in industry", Tehnika, 2014.

328 7 words / < 1% match - Publications
0350-0373, 2006

329 6 words / < 1% match - CrossCheck
Mušović, Maida, Azra Ćatović, and Aferdita Crnišanin. "GLOBALIZACIJA PRIVREDE I TRANSNACIONALNI KONCEPT RAZVOJA", Socioeconomica, 2013.

330 6 words / < 1% match - CrossCheck
Krattenthaler, C.. "Advanced determinant calculus: A complement", Linear Algebra and its Applications, 2005.

331 6 words / < 1% match - CrossCheck
Vukovic, Darko. "Correlation analysis of indicators of regional competitiveness: The case of the Republic of Serbia", Ekonomski horizonti, 2013.

332 6 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2004

333 6 words / < 1% match - Publications
0353-8648, 2002

334 6 words / < 1% match - CrossCheck
Marovic, Boris, and Marijana Lemic-Saramandic. "Insurance as a determinant of sustainable development", Ekonomika preduzeca, 2011.

335 6 words / < 1% match - CrossCheck
Petrovic, Nikola, Branko Djedovic, and Dragana Petrovic. "Project estimation and selection using the cost: Effectiveness analysis and multi-criteria analysis", Vojnotehni?ki glasnik, 2012.